

Wie kann ein „Infomarkt“ die Erwerbung von Informationskompetenz unterstützen?

Ein Recherchekurs mit über 40 Studierenden kann eine grosse Herausforderung für die Kursleitung darstellen. Besonders, wenn die Teilnehmenden aus einem Masterstudiengang mit unterschiedlichen Studienschwerpunkten, Rechercheerfahrungen und aus verschiedenen Nationen kommen. Gelöst kann dies nur werden, wenn diese Heterogenität nicht als Problem, sondern als Potenzial gesehen wird.

Im Fall des Masterstudiengangs Design an der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK) liegt das Potenzial gerade in der Verschiedenheit der einzelnen Studienschwerpunkte wie Produktdesign, Editorial Design, Game Design oder Trendforschung. Die Studierenden kommen direkt vom Bachelor-Studium oder aus der Praxis. Die bisherigen Rechercheerfahrungen können sich gegenseitig bereichern. Zudem sind es die Studierenden gewohnt, ihre Arbeitsergebnisse zu präsentieren. Was liegt da nicht näher, als diese Fähigkeiten auch für einen Recherchekurs zu nutzen?

Ungünstige Rahmenbedingungen fördern die Kreativität

Oft werden Studierende in einem Recherchekurs in einem Computerraum geschult und können so die Datenbankrecherche direkt üben. Der ZHdK steht allerdings kein geeigneter Computerraum für eine solch grosse Gruppe zur Verfügung. Die straffen Abläufe im Minor Forschung (= vertiefungsübergreifende Theorieveranstaltung mit Schwerpunkt Forschung im Masterstudiengang Design), in welcher der Recherchekurs integriert wurde, liessen es zudem nicht zu, dass die Masterklasse in zwei Gruppen aufgeteilt werden konnte. Dem Minor-Verantwortlichen war es trotzdem sehr wichtig, die Studierenden möglichst umfassend und nachhaltig in der Literaturrecherche schulen zu lassen. In enger Zusammenarbeit mit ihm wurde deshalb ein spezielles Lehrkonzept erarbeitet, in das auch die sechs Schweizer Standards der Informationskompetenz (Stalder, 2010) integriert wurden. Als Kursumfang wurden sechs Lektionen auf zwei Kurstage verteilt festgelegt.

Entwicklung eines „Infomarktes“

Der Kursleiterin war durch einen früheren Besuch der Majors Internationale Landwirtschaft an der Schweizerischen Hochschule für Landwirtschaft (SHL) das Lehrkonzept des problembasierten Lernens bekannt. Dieser Besuch inspirierte zur Idee, dass die Studierenden in Gruppen themenbezogene Rechercheaufgaben selbst organisiert lösen sollten.

Der erste, dreistündige Teil des Lehrkonzeptes bestand aus einem Vortrag der Kursleiterin mit Kurzübungen ohne Computer zur Literaturrecherche und -verwaltung. Ausserdem wurden die Rechercheaufgaben verteilt, für deren Lösung die aus maximal 6 Personen bestehenden Arbeitsgruppen mehrere Tage Zeit erhielten. Die Herausforderung lag nun darin, eine geeignete Präsentationsform zu finden. Bei über 40 Studierenden kommen rasch einige Vorträge zusammen, welche nacheinander ziemlich einschläfernd wären. Hier half ein Blick in Fachbücher zu Seminarmethoden. Jörg Knoll regt für Präsentationen von Arbeitsergebnissen in grossen Gruppen die Methode Marktplatz an (Knoll, 2007, S. 229). Dabei präsentiert jede Arbeitsgruppe ihr Ergebnis als Marktstand. Die jeweilige Gruppe spaltet sich dazu auf, die eine Hälfte wandert und informiert sich an den anderen Ständen, dann wird getauscht. Je nach Gesamtgrösse der Klasse kann es zu ein bis zwei Wechseln kommen. Die Studierenden können so die eigenen Erkenntnisse präsentieren, bekommen darauf direkte Reaktionen der anderen Teilnehmenden und lernen deren Arbeitsergebnisse kennen.

Die Idee des „Infomarktes“ als Kern des Konzeptes, das sich am problembasierten Lernen orientiert, war so im Frühlingsemester 2010 geboren. Die Rechercheaufgaben wurden in Rücksprache mit dem Minor-Verantwortlichen aus den bisherigen Masterthemen abgeleitet. So entstanden Recherchethemen wie „Visuelle Beipackzettel für Hilfswerke in Afrika“, „Sportkleidung aus PET-Flaschen“, „eBook-

Reader vs Tablet-PCs“ oder „Mit den Augen sprechen - Interaktive Technologien, die helfen, mit Augensteuerung zu kommunizieren“. Die Masterstudierenden bekamen zudem eine Vorgabe, wie in etwa der „Marktstand“ auszusehen hatte und welche Punkte sie am Stand erklären sollten. Dazu gehörten ihre Recherchestrategie und die genutzten Recherchequellen. Bei der zweiten Durchführung des Kurses im Frühlingssemester 2011 wurde zudem eine geteilte Literatursammlung im kollaborativen Literaturverwaltungsprogramm Mendeley (www.mendeley.com) gefordert.

Marktplatzbesuch

Der zweite, ebenfalls dreistündige Teil des Kurses besteht aus dem Austausch auf dem „Infomarkt“, der jeweils sehr lebhaft ist. Die Kursleitung muss dabei die Zeit gut im Griff haben und klare Spielregeln vorgeben. Ein akustisches Signal, z.B. eine Glocke, kann helfen, die Studierenden etwas zu bändigen. Die Rechercheergebnisse selbst fielen sehr unterschiedlich aus. Manche legten dabei etwas mehr Wert auf die Gestaltung des Marktstandes, andere brachten gezielte Erkenntnisse zur Literaturrecherche mit.



Abbildung 1. Beispiel Marktstand
Thema eBooks vs. Tablet-PCs im FS 2010

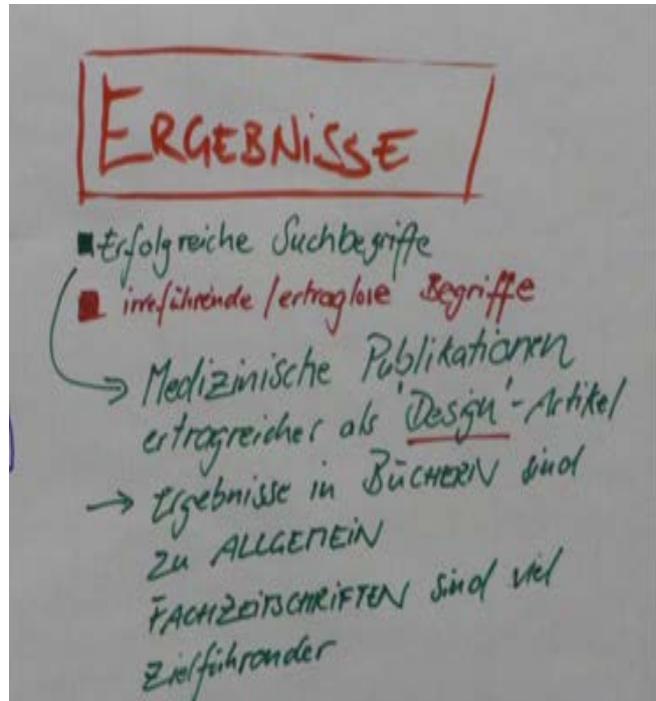


Abbildung 2. Thema: Visuelle Beipackzettel
für Hilfswerke in Afrika im FS 2010

Im Plenum wurden anschliessend die Ergebnisse nochmals von der Kursleitung zusammengefasst und gegebenenfalls mit Demos in Fachdatenbanken ergänzt. Die Ergebnisse an den „Marktständen“ wurden mit Fotoprotokollen festgehalten. Im Frühlingssemester 2011 wurden zudem die von den Studierenden freiwillig angefertigten Rechercheprotokolle und Mindmaps zusammen mit Tipps zu Datenbankquellen auf die kostenlose eLearning Plattform *LiveBinders* (www.livebinders.com) gestellt. Dies kann im Nachhinein auch leistungsschwächere Studierende unterstützen, die mit diesem Lehrkonzept nicht so gut abgeholt werden können.

Fazit

Die Gestaltung des problembasierten Kurskonzeptes „Infomarkt“ erforderte beim ersten Mal mit ca. 25 Vorbereitungsstunden einen etwas höheren Aufwand als eine bisherige vertiefte IK-Lehrveranstaltung des MIZ. Generell ist es wichtig, IK-Lehrkonzepte zielgruppenorientiert zu gestalten. Beim hier beschriebenen Konzept half die enge Abstimmung mit dem Minor-Verantwortlichen. Für den Studien-

gang Master Design passte die Idee der Recherchepräsentation mit einem „Infomarkt“ gut, da die Studierenden es gewohnt sind, ihre Arbeiten als konkrete Modelle (z.B. ein Schuh oder ein Computerspiel) vorzustellen. Zudem sind die Studierenden im Master meist etwas selbständiger als Bachelor-Studierende und bringen teilweise schon Rechercheerfahrungen mit, die ausgetauscht werden können. Trotzdem ist die Evaluation der Rechercheprotokolle und der geforderten Literaturverzeichnisse sowie der Kursfeedbacks sehr wichtig.

Bei den Studierenden kam dieser Kurs überwiegend gut an. Einige schätzen vor allem die Zusammenarbeit aller Vertiefungsrichtungen und den Austausch am „Infomarkt“. Für die Kursleitung war es während des „Marktbesuches“ ausserdem sehr spannend zu beobachten, dass manche Studierenden zu einem ihnen vertiefungsfremden Thema recherchiert hatten. Sie konnten so einen Blick über den Tellerrand werfen und unabhängig von ihrem eigenen Fachgebiet Informationskompetenz erwerben.

Weiterführende Literatur:

- Schweizerische Hochschule für Landwirtschaft (SHL): Was ist PBL? Umsetzung von Problem-Based Learning (PBL) im Major Internationale Landwirtschaft. Berner Fachhochschule. Online unter http://www.shl.bfh.ch/fileadmin/docs/Studium/BScAgronomie/Was_ist_PBL_de.pdf [zuletzt abgerufen am 4.4.2011]
- Knoll, Jörg (2007): Kurs- und Seminarmethoden - ein Trainingsbuch zur Gestaltung von Kursen und Seminaren, Arbeits- und Gesprächskreisen. 11., vollst. überarb. u. erw. Aufl. - Weinheim: Beltz, 2007.
- Stalder, Philipp (2010): Schweizer Standards der Informationskompetenz. Online unter http://www.informationskompetenz.ch/documents/SILS_DE.pdf [zuletzt abgerufen am 20.4.2011]

Beatrice Krause

Die Autorin ist Dipl. Dokumentarin und Ausbilderin. Sie arbeitet als Koordinatorin Informationskompetenz im Medien- und Informationszentrum (MIZ) der Zürcher Hochschule der Künste und als freiberufliche Kursleiterin (www.internetrecherche.ch).

Kontakt: Beatrice Krause
Zürcher Hochschule der Künste
Medien- und Informationszentrum MIZ
Ausstellungsstrasse 60
8005 Zürich
Tel. 043 446 21 88
Mail: beatrice.krause@zhdk.ch

(mi) Ein weiterer interessanter Artikel zur zielgruppenorientierten Konzeption von Informationskompetenz-Veranstaltungen in einem ganz anderen Fachbereich ist:

- Bartholomé, Thomas (2011): Wie man elegant und sportlich neue Kunden gewinnt. Die Hochschulbibliothek Ingolstadt unterstützt Studenten-Firmen / Wettbewerbsvorsprung durch Informationskompetenz. In: BuB 63 (3), S. 205-207.

[[zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)]