

Ausgangslage:

Innerhalb eines Jahrzehnts haben sich die Gewohnheiten der Studieninteressierten im Bezug auf Studienorientierung grundlegend geändert. Noch vor einigen Jahren standen zu Bewerbungszeiten Ratsuchende in Reihen von bis zu 100 Metern vor der Zentraleinrichtung Studienberatung und Psychologische Beratung der Freien Universität Berlin, um in einem persönlichen Gespräch Informationen aus erster Hand zu bekommen. Wer nicht erscheinen konnte, schickte einen Brief oder forderte per Postkarte gedrucktes Informationsmaterial an. Das Studienhandbuch war die Bibel derjenigen, die sich für ein Studium an der Freien Universität interessierten und zu Themen wie Bewerbung und Zulassung, Fächerkombination oder Studieninhalt umfassend vorbereitet sein wollten. In dem gleichen Maß, wie sich das Aufkommen postalischer Anfragen in den letzten Jahren verringerte, entspannte sich auch die Situation in der Einzelberatung der Studienberatung. Parallel zu den Gewohnheiten der Ratsuchenden verlagerten sich die ersten Schritte der Studienorientierung ins Internet. Das Studienhandbuch erschien letztmalig 2006, alle Informationen sind inzwischen vollständig im Internet zu finden und werden dort laufend aktualisiert. Während im Jahr 2000 noch rund 10.000 E-Mails an die Studienberatung gesendet wurden, hat sich diese Zahl inzwischen vervielfacht (vgl. Artikel von Siegfried Engl zum Info-Service). Das Internet hat als Medium für zukünftige Studierende stark an Bedeutung gewonnen. Zusätzlich zu der Zeit die Studierende ohnehin durchschnittlich im Web verbringen lässt sich feststellen, dass sich auch die Suche nach Informationen immer stärker im Netz abspielt. (vgl. Kleimann/Özkilic/Göcks)¹ Die Ergebnisse der HISBUS-Erhebung aus dem Jahr 2008 zeigen, „dass das Internet als Medium für Informations- und Kommunikationsprozesse [...] aus dem studentischen Alltag nicht mehr wegzudenken ist.“²

Mit der Verlagerung des Informationsangebots ins Internet geht auch ein gestiegenes Informationsbedürfnis der Studieninteressierten einher. Die Einführung von Studiengebühren in vielen Bundesländern, die Einführung von Bachelor- und Masterstudiengängen und der damit oftmals einhergehende gestraffte Studienverlauf erhöhen den Druck auf die Studierenden, zielgerichtet und ohne lange Phasen der Um- oder Neuorientierung ihr Studium zu absolvieren. Dennoch geben in der Bachelorbefragung 2008 der Freien Universität 52 Prozent der Studierenden an, dass sie im Vorfeld der Aufnahme des Studiums eher schlecht über die Studienanforderungen informiert waren.³ Während im Bildungsbericht 2010 darauf hingewiesen wird, dass das bildungspolitische Ziel letztlich darin liege, eine hohe Studiennachfrage auch erfolgreich in eine steigende Zahl von Hochschulabschlüssen umzusetzen⁴, wird in der Exmatrikuliertenbefragung 2007 der Freien Universität Berlin deutlich, dass ein nicht unerheblicher Teil von Exmatrikulierten von einem Mangel an Informiertheit spricht: „Deutliche Defizite bestehen hinsichtlich der für eine

¹ Kleimann, B.; Özkilic, M.; Göcks, M.: *Studieren im Web 2.0. Studienbezogene Web- und E-Learning-Dienste*, HISBUS-Kurzinformation Nr. 21, Hannover 2008, S.5

² Ebd. S.5

³ http://www.fu-berlin.de/praesidium/qm/bachelorbefragung/Bachelorbefragung_2008.pdf, S. 47

⁴ Autorengruppe Bildungsberichterstattung: *Bildung in Deutschland 2010. Ein indikatorengestützter Bericht mit einer Analyse zu Perspektiven des Bildungswesens im demografischen Wandel*, Bielefeld 2008, S. 134

Einschätzung der persönlichen Studieneignung und notwendigen zeitlichen Ressourcen sehr wichtigen Information zu Studienanforderungen und zur Studienorganisation.“⁵

Die Verschiebung der Informationssuche ins Internet sowie der Bedarf an adäquaten Mitteln, um sich als studieninteressierte Person zeitlich und räumlich unabhängig selbst einschätzen und eigene Erwartungen mit den Ansprüchen der jeweiligen Studiengänge abgleichen zu können weist auf die Möglichkeiten hin, die webbasierte Self-Assessment-Verfahren bieten.

Was sind Online-Self-Assessments und wozu sollen sie dienen?

Online Self Assessments (OSA) zur Studienorientierung sind in der Regel so aufgebaut, dass sie den Teilnehmern außer der reinen Aufbereitung von Studieninformationen im Internet hinaus auch die Möglichkeit bieten, interaktiv bei der Selbsteinschätzung für einen bestimmten Studiengang behilflich zu sein. Dabei kann es sich sowohl um diagnostische Bestandteile handeln, die den Teilnehmern eine Rückmeldung hinsichtlich einer besseren Passung zu den Studienfächern geben aber auch um Simulationen und Arbeitsproben, die eine möglichst realistische Vorschau auf das Studium und dessen Anforderungen ermöglichen. Hier wird bereits deutlich, dass es durchaus verschiedene Ansätze für Self-Assessments gibt. Schon seit einigen Jahren sind Online-Self-Assessments wie das „Borakel“ der Ruhr Universität Bochum⁶ oder „was-studiere-ich.de“⁷ der baden-württembergischen Hochschulen im Netz zu finden, die Rückmeldung über Talente und Stärken versprechen und klare Handlungsempfehlungen aussprechen. Die Online-Self-Assessments der Universität Freiburg hingegen versuchen Studieninteressierte mit den Studieninhalten vertraut zu machen und sie zu motivieren, sich interaktiv mit ihrer Passung für einen Studiengang auseinanderzusetzen. Hier spielen multimediale Elemente eine ebenso ausgeprägte Rolle wie psychodiagnostische Elemente. Die „Navigatoren“ der HAW Hamburg sind als Orientierungshilfe und virtuelle Studienorientierung konzipiert und bieten neben Elementen wie Videos und Fotostrecken beispielsweise auch die Möglichkeit, sich selbst einzuschätzen und diese Einschätzung mit der Meinung von Lehrenden und Studierenden abzugleichen.⁸ Die Self-Assessments der RWTH Aachen wiederum testen fachspezifische Fähigkeiten und geben dementsprechend eine Rückmeldung über die eingeschätzte Eignung für einen Studiengang.⁹ An dieser Stelle wird deutlich, dass sich die Herangehensweise an das Thema Online-Self-Assessment zum Teil fundamental unterscheidet und zwischen Studierendenauswahl und Studierendeninformationen schwankt.

Wie ist die Situation an der Freien Universität Berlin?

Auch wenn mancherorts OSAs als reines Marketinginstrument betrachtet und eingesetzt werden, so spielt dieser Aspekt an dieser Stelle eine eher untergeordnete Rolle. Die Freie Universität Berlin ist nicht in der Situation, für sich und ihre Studiengänge Werbung betreiben zu müssen. Seit Jahre weisen die hohen Bewerberzahlen und die dementsprechend hohen Zulassungsgrenzen auf die Attraktivität des Studienstandortes hin und führen dazu, dass rein vom Notendurchschnitt sehr qualifizierte Abiturienten an die Freie Universität kommen. In erster Linie geht es bei den OSAs für

⁵ http://www.fu-berlin.de/praesidium/qm/media/Exmatrikuliertenbefragung_FU_2007.pdf, S.8

⁶ <http://www.ruhr-uni-bochum.de/borakel/>

⁷ Vgl. Hell, Benedikt; Päßler, Katja; Schuler, Heinz: „was-studiere-ich.de“ – Konzept, Nutzen und Anwendungsmöglichkeiten, in: Zeitschrift für Beratung und Studium, 1/2009, Bielefeld 2009, S. 9-14

⁸ <http://www.haw-navigator.de/>

⁹ Vgl. Heukamp, Verena; Putz, Daniel; Milbradt, Annika; Hornke, Lutz F.: *Internetbasierte Self-Assessments zur Unterstützung der Studienentscheidung*, in: Zeitschrift für Beratung und Studium, 1/2009, Bielefeld 2009, S.2-8

die Freie Universität also darum, Fehlvorstellungen zu korrigieren, Informationen auf eine zeitgemäße Weise zu vermitteln und den Studieninteressierten bei der Suche nach zu ihnen passenden Studiengängen behilflich zu sein. Studienzeitverlängerung, Fachwechsel oder Studienabbrüche können so verringert und die Studienzufriedenheit erhöht werden. Dass es darüber hinaus durch die Implementierung von Online-Self-Assessments auch einen Marketing-Effekt für die Freie Universität gibt – selbst wenn Studieninteressierte letztendlich nicht hier studieren – ist ein nicht zu unterschätzender langfristig wirkender Nebeneffekt. Eine Hochschule die signalisiert, dass sie sich um ihre Studierenden kümmert und sie angemessen betreut, profitiert von diesem Image beispielsweise spätestens dann, wenn es um gute Masterstudierende und Promovierende geht.

Bereits seit dem Jahr 2006 hat die Zentraleinrichtung Studienberatung und Psychologische Beratung auf die zunehmende Rolle von Online-Self-Assessments in Deutschland hingewiesen und angeboten, gemeinsam mit den Fachbereichen OSAs zu sichten und zu adaptieren oder eigene Verfahren zu entwickeln und zu implementieren. Im Juni 2009 wurde zu diesem Thema unter dem Titel „Studien(fach)beratung im Spannungsfeld zwischen Akquise und Abschreckung“ eine Fachtagung an der Freien Universität durchgeführt. In der geltenden Zielvereinbarung zwischen dem Präsidium und der Zentraleinrichtung Studienberatung und Psychologische Beratung ist die ZE inzwischen mit einer beratenden und koordinierenden Funktion hinsichtlich der Einführung fachbezogener Self-Assessment-Verfahren beauftragt worden. Seit dem 01.12.2009 bin ich, Baris Ünal, befristet für 2 Jahre mit der Projektleitung beauftragt. Der Zeitplan sieht für diese 2 Jahre vor

- eine Bestandsaufnahme von OSAs in Deutschland vorzunehmen
- einen Überblick der OSA-Aktivitäten an der Freien Universität zu gewinnen
- Geeignete Studiengänge für Pilotprojekte in den Fachbereichen zu identifizieren
- Die technische Umsetzbarkeit von OSAs an der Freien Universität zu ermitteln
- Mit den Pilotprojekten prototypische OSAs zu entwickeln und dem Präsidium als Entscheidungsgrundlage vorzustellen

Langfristig sollen so die Rahmenbedingungen geschaffen werden, dass unterschiedliche Studiengänge an der Freien Universität Berlin Online-Self-Assessments herstellen lassen können und sich dabei eines etablierten Gerüsts bedienen. Dadurch, dass bereits entwickelte und allgemeingültige Bestandteile erneut verwendet werden können, werden die Produktionskosten je OSA so niedrig wie möglich gehalten, Aufbau und Ablauf der OSAs ähneln sich und bieten einen hohen Wiedererkennungswert und vermeiden nach Möglichkeit „Wildwuchs“ in der Außendarstellung.

Ergebnisse der Bestandsaufnahme

Die Ergebnisse der Befragung der dezentralen OSA-Aktiven ergaben ein sehr heterogenes Bild. Die angestrebten Verfahren reichen von vorwiegend multimedialer Information bis zu kognitiven Wissenstests; es werden eigenentwickelte „Insellösungen“ angestrebt, aber auch lediglich Verlinkungen mit externen Angeboten vorgeschlagen. Der Entwicklungsstand der Projekte ist ebenfalls sehr unterschiedlich: Manche sind lediglich intendiert, für andere gibt es Planungen und einige sind in der Entwicklung bereits fortgeschritten. Die angegebenen Wünsche nach zentraler Unterstützung reichen von der Bereitstellung von Finanzmitteln über Hilfe bei der Erstellung eines fachübergreifenden, allgemeinen Teils für fachbezogene OSA bis hin zu Unterstützung bei der

technischen Umsetzung und insbesondere zu Begleitforschung. Konkrete Arbeit an Online-Self-Assessments gibt es bereits beim Fachbereich Geowissenschaften sowie beim Fachbereich Physik. Während das OSA der Geographischen Wissenschaften in Zusammenarbeit mit CeDIS entstand, ist das Assessment der Physik auf der Basis des „testmaker“ der RWTH Aachen konzipiert und wird eignungsdiagnostisch ausgerichtet sein. Der Master-Studiengang Finance, Accounting, Taxation & Supplements hat ein Self-Assessment eingerichtet, welches ebenso wie das OSA der Physik auf dem „testmaker“ basiert und für den Studiengang relevantes Fachwissen abfragt.¹⁰ Nach der Durchführung des Tests wird dem Teilnehmer auf der Grundlage der Ergebnisse eine Bewerbung empfohlen oder von ihr abgeraten.

Im Laufe der Bestandsaufnahme wurden mit verschiedenen Anbietern Gespräche über die technische Umsetzung von OSAs geführt. Das Center für Digitale Systeme (CeDIS) der Freien Universität konnte eine Variante auf Grundlage des Content Management Systems Fiona und der Testplattform LPLUS aufzeigen. Die Hamburger Firma CYQUEST, die schon Self-Assessments für Hochschulen produziert hat (u.a. HAW Hamburg, Leuphana Universität Lüneburg, Hochschule Niederrhein, aktuell Georg-August-Universität Göttingen) bietet mit ihren „Navigatoren“ eine Eigenentwicklung mit webbasierten eignungsdiagnostischen Fremdauswahlverfahren und hochschulspezifisch erstellten virtuellen Studienberatungsmodulen und Self-Assessment Verfahren an. Das Berliner Unternehmen „iversity“ hatte als Ausgründung der Freien Universität Berlin bislang in erster Linie an interdisziplinären Onlineplattformen für Forschung und Lehre mitgewirkt und sich dabei mit dem Thema der „social communities“ profiliert. Mit „iversity“ wurde der erste Prototyp in Zusammenarbeit mit dem Studiengang Publizistik und Kommunikationswissenschaft angefertigt.

Das Anforderungsprofil

Allen Gesprächspartnern wurde ein umfassendes Anforderungsprofil an zu entwickelnde Online-Self-Assessments vorgelegt, welches im Folgenden aufgelistet wird:

- 1.) Corporate Design:** Das OSA wird von den Webseiten der Freien Universität gestartet und passt sich an das Corporate Design an. Für den Nutzer ist erkenntlich, dass es sich um ein Angebot der Freien Universität-Berlin handelt.
- 2.) Anmeldefunktion:** Es wird langfristig die Möglichkeit einer Anmeldefunktion benötigt, die gewährleistet, dass ein unterbrochenes OSA wieder aufgenommen werden kann. Für die Anmeldung ist ein Benutzername sowie ein Passwort ausreichend, so dass der Nutzer schnell mit der Durchführung des OSA beginnen kann. In einem weiteren Schritt sollte allerdings gewährleistet sein, dass auch die Anmeldung unter Angabe der E-Mailadresse sowie einiger persönlicher Daten möglich ist
- 3.) Datenschutz:** Für die Erhebung statistisch relevanter Informationen wird eine Funktion benötigt, die auch den datenschutzrechtlich sicheren Umgang mit den erhobenen Daten gewährleistet. Sollten Teilnehmer sich nicht mit ihren echten Daten anmelden wollen, muss die Durchführung des OSA mit einem Testaccount möglich sein.

¹⁰ <http://userpage.fu-berlin.de/facts>

- 4.) Fortschrittsanzeige und Navigation:** Das OSA muss so strukturiert werden können, dass dem Nutzer zu jedem Zeitpunkt klar ist, an welcher Stelle im OSA er sich befindet.
- 5.) Struktur und Navigation:** Es muss eine Möglichkeit geben, an bestimmten Stellen innerhalb eines OSAs verschiedene Wege gehen zu können und letztendlich wieder auf dem Hauptstrang anzukommen. Der Nutzer muss die Möglichkeit haben, für ihn irrelevante Punkte zu überspringen und verschiedene Teile des OSA in der für ihn interessanten Reihenfolge durchzuführen. Es wird zudem eine Vor- und Zurück-Navigation gebraucht, die unabhängig vom genutzten Internetbrowser ist.
Eine streng lineare Vorgehensweise ist nicht erwünscht. Sollten OSA in der Zukunft einen für die Zulassung zu einem Studium verbindlichen Charakter bekommen, müsste diese Funktion ggf. nachträglich implementiert werden.
- 6.) Bilder, Bildergalerien, Grafiken:** Das OSA muss in der Lage sein, Bilder an verschiedenen Stellen des Bildschirms einzubauen.
Einzelne Bilder können bei einem Klick in einem neuen Fenster o.ä. vergrößert betrachtet werden. Per Klick können Bildergalerien gestartet werden
Es wird gewünscht, dass bestimmte Elemente („Module“) als Template verfügbar sind.
- 7.) Erwartungsabgleich, Feedback:** Es wird eine Funktion benötigt, mit der Multiple-Choice-Fragen beantwortet und Lückentexte ausgefüllt werden können (bspw. mit Drop-Down-Auswahlmöglichkeiten). Auch hier wäre es wünschenswert, wenn diese Elemente als vordefinierte, aber anpassbare Module eingefügt werden könnten (z.B. „...hier ein Umfrage-Modul einfügen.“), mit Variablen wie: Anzahl der Fragen, Antwortmöglichkeiten (Ja/Nein, numerische Werte, etc.)...Wichtig auch: Dynamische Fragen; Wenn Frage 1 = Ja, dann stelle Frage 2, sonst fahre fort bei Frage 3,...).
- 8.) Videos:** Einbau von Videos aus der Sicht von Lehrenden, Studierenden oder Absolventen, Mitschnitte aus Veranstaltungen, Exkursionen o.ä.
- 9.) Barrierefreiheit:** Die Inhalte der Videos müssen auch in reiner Textform darstellbar sein, so dass gewährleistet werden kann, dass Nutzer mit schwacher Internetverbindung dennoch nicht von den Inhalten ausgeschlossen werden. Alternativ müssen Medien in unterschiedlicher Streamingqualitäten angeboten werden können.
- 10.)(Flash-) Animationen:** Um ein möglichst gleichbleibendes Designkonzept zu erhalten, sollten Templates vorgefertigt werden, um in die verschiedenen OSAs in angepasster Form eingebettet werden zu können.

Wie sollen die OSAs an der Freien Universität aufgebaut sein?

Ein OSA kann – wenn alle Elemente wie Videos und Beispielaufgaben mit eingerechnet werden – zwischen 10 und 60 Minuten dauern. Längere Bearbeitungszeiten insbesondere für den Informationsteil sollten nach Möglichkeit vermieden werden.

Der grundlegende Aufbau der Online-Self-Assessments soll einen hohen Wiedererkennungswert bieten, so dass sich die Teilnehmer in der Struktur schnell zurecht finden.

Einstieg: Worum geht es in einem OSA? Was kann ein OSA leisten? Worauf sollte sich ein Nutzer des OSAs konzentrieren? Wie ist das OSA aufgebaut?

Begrüßung: Der Studiengang spricht den Nutzer direkt an

Formales: Wie kann der Studiengang studiert werden, wie ist er aufgebaut? Ist es ein Mono- oder ein Kombi-Bachelor, welchen Umfang kann dieser Studiengang in einer Fächerkombination einnehmen?

Inhaltliches: Was passiert in diesem Studiengang, womit beschäftigen sich Studierende? Was sind typische Fragestellungen? Welche Schwerpunkte ergeben sich im Verlauf dieses Studiums, was sind deren Charakteristika? Was lernen Studierende in diesem Studiengang, was für Qualifikationen erwerben sie?

Voraussetzungen: Was sollten Interessierte mitbringen? Welche Dinge sollten für diesen Studiengang berücksichtigt werden? Gibt es Qualitäten, die schon vor Studienbeginn vorhanden sein sollten, welche Fähigkeiten sind während des Studiums von Bedeutung?

Standort: Was sind die Standortvorteile dieses Studiengangs, wie grenzt man sich zu anderen Studiengängen, Hochschulen und Studienstandorten ab?

Ausblick: Was kann man später einmal machen, wofür ist dieses Studium gut? Für welche Tätigkeiten ist man später geeignet? Welche weiterführenden Studiengänge bieten sich an? Wo verbleiben Absolventen nach Abschluss des Studiums? Wie gut sind die Arbeitsmarktperspektiven?

Erste Projektphase

In der ersten Projektphase wurden die möglichen Pilotstudiengänge identifiziert. Erste Gespräche mit den Studiengängen Kunstgeschichte (Fachbereich Geschichts- und Kulturwissenschaften) Betriebswirtschaftslehre (Fachbereich Wirtschaftswissenschaft) sowie Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Fachbereich Politik- und Sozialwissenschaft) ergaben ein uneinheitliches Bild, insbesondere was die Finanzierungsmöglichkeiten durch die Fachbereiche angeht. Ähnliche Sorgen bremsten die Bestrebungen der Soziologie und Lateinamerikastudien, sich zum jetzigen Zeitpunkt stärker in das Projekt zu engagieren. Allen Gesprächspartnern wurde empfohlen, sich weiterhin über die zu vermittelnden Inhalte aus den jeweiligen Studiengängen zu einigen, damit zu einem möglichen späteren Zeitpunkt die Umsetzung schneller voranschreiten kann. Die Zentraleinrichtung Studienberatung und Psychologische Beratung hat sich aus diesem Grund entschieden, den ersten Prototypen mit dem Studiengang Publizistik- und Kommunikationswissenschaft aus eigenen Mitteln zu finanzieren, da dort die inhaltlichen Vorüberlegungen zum Thema OSA bei den zuständigen Personen in der Studienfachberatung am weitesten fortgeschritten waren. Mit dem neuen Prototypen in Zusammenarbeit mit „iversity“, der Arbeit von CeDIS mit dem Fachbereich Geowissenschaften und den bisher im Netz verfügbaren Online-Self-Assessments kann dem Präsidium eine umfassende Entscheidungsgrundlage für die Produktion weiterer OSAs geliefert werden.

Arbeitsschritte

In drei Workshops wurden die zu behandelnden Themen für den OSA-Prototypen im Studiengang Publizistik- und Kommunikationswissenschaft herausgearbeitet. Anwesend waren dabei in unterschiedlichen Zusammensetzungen Vertreter aus dem Fachbereich und dem Studiengang, aus Studienfachberatung, allgemeiner Studienberatung und Psychologischer Beratung sowie von technischer Seite von „iversity“. Innerhalb eines Monats konnten so die Inhalte festgelegt und dargestellt umgesetzt werden, erste Präsentationen der Ergebnisse vor der Institutsleitung, Frau Prof. Barbara Pfetsch, dem Institutsrat sowie dem Vizepräsidenten der Freien Universität, Prof. Dr. Michael Bongardt wurden durchweg positiv aufgenommen.

OSA Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

An folgender Stelle sind exemplarisch Eindrücke aus dem Prototypen des PuK-OSAs zu sehen (Stand 04.11.2010)



Das OSA ist dem Webauftritt der Freien Universität Berlin angepasst, sowohl was die Corporate Identity beispielsweise in der Farbgebung als auch die Bedienbarkeit anbelangt. Der Teilnehmer hat die Möglichkeit, an drei Stellen in das OSA „einzusteigen“ oder das OSA linear zu durchlaufen. Der Einstieg erfolgt mit mehreren Videostatements von Lehrenden und Studierenden des Fachs und einer kurzen, prägnanten Zusammenfassung des Studiengangs.

Start Studium Inhalte Besondere Aufgaben Studienauftrag

Was bedeutet «wissenschaftliches Arbeiten»?

Wie kommt man in der Wissenschaft zu Wissen? Das «Schaffen» von «Wissen» erfolgt durch **Forschung** in der Wissenschaft den Unterschied Vor allem verpflichtet sich der Wissenschaftler der Wissenschaft und unabhängigen Forschung, die

Jede Forschung beginnt nicht von vorhandenen Ergebnissen. Daraus **transparenten Darstellung des** anderer Forscher, die als Grundlagentexte dienen, müssen immer angegeben und **nachvollziehbar** beschrieben werden.

Wissenschaft kann jeder lernen – durchgeführte Studien wiederholt Ergebnisse überprüft. So ist Wissen **«Ein-Frage-Stellens»** und produziert Voraussetzungen für neue Fragestellungen

Ganz einfach: «fraktal»

Auszug, Exzerpt, in Stücke «zerbrechen», **herausschreiben**

Zusammenfassung mehrerer Autoren und ihrer Aussage zu einem Gedanken

Paraphrase: unverfälschte, sinngemäße Wiedergabe

Wortwörtlich: originalgetreue Wiedergabe eines Textes/ Auszugs als Beleg

Termin: neu eingeführt oder mit anderweitigem Sinn/ Bezug als Übernahme

Idee Argumente Gedanken Hinweise

Gelesenes neu zusammensetzen, neu denken, neu betrachten **und nachweisen(!)** = Zitieren

Weiter->



Start Studium Inhalte Besondere Aufgaben Studienauftrag

Studienmodule

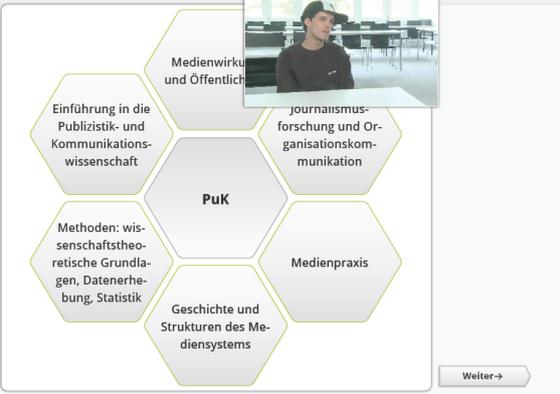


Weiter->

Ein Exkurs zum wissenschaftlichen Arbeiten ist eines der Module im OSA, das auch für andere Studiengänge genutzt werden kann. Die Informationen in Textform sind durch Schaubilder ergänzt, die per Klick vergrößert werden können. An der oberen Leiste sind zum einen die einzelnen Komponenten des OSAs in einer „Zeitleiste“ erkennbar, der Teilnehmer sieht also jederzeit, welcher Fortschritt erzielt wurde und wie viel Weg noch vor ihm liegt.

Start Studium Inhalte Besondere Aufgaben Studienauftrag

Studienmodule



Weiter->

Start Studium Inhalte Besondere Aufgaben Studienauftrag

Studienmodule

Im Zentrum dieses Moduls stehen die ökonomischen und politischen Strukturen des deutschen Mediensystems. Neben historischen Fragestellungen mit einem Fokus auf die neuere deutsche Geschichte werden auch aktuelle Entwicklungen (z.B. in kultureller und technischer Hinsicht) und ihr Einfluss auf nationale und internationale Kommunikationsprozesse näher betrachtet. Archivarbeit gehört hier ebenso zum Studium wie die tagesaktuelle Beobachtung medienpolitischer Entscheidungen.

Typische Fragestellungen:

- Unter welchen historischen, sozialen und politischen Bedingungen entsteht und organisiert sich die deutsche Exilpresse?
- Welchen Einfluss hat die EU auf das Mediensystem in Deutschland?
- Verändert die Digitalisierung den Umgang mit journalistischen Informationen?

Beispielhafte Lehrveranstaltungen:

- Grundstrukturen des deutschen Mediensystems

Weiter->

Mit den „breadcrumbs“, den einzelnen Punkten unterhalb der Leiste kann darüber hinaus gesehen werden, wie viele Unterpunkte innerhalb einer Komponente schon durchlaufen wurden. Mit dem Überblick über die Studienmodule bekommen Studieninteressierte alle unterschiedlichen Schwerpunkte innerhalb des Studiengangs aufgezeigt. Bei tiefergehendem Interesse für einen Bereich werden per Mausklick weiterführende Interviews in Form von Texten oder Videos eingeblendet und können abgespielt werden.

The image displays two screenshots of an interactive learning interface. The left screenshot shows a page titled "Beispielaufgaben" with a navigation bar at the top containing "Start", "Studium", "Inhalte", "Beispielaufgaben", and "Nachbereitung". Below the navigation bar, there is a main heading "Beispielaufgaben" and a paragraph: "Was für Aufgaben werden Sie im Studium der BWL tun? Bitte bearbeiten Sie die folgenden Beispiele anhand der folgenden Beispiele ein". A yellow callout box contains the text: "Bei der Konstruktion eines Fragebogens muss man auf die Frage- und Antwortformulierung achten, Entscheiden Sie, ob eine der Aussagen bei den Fragebeispielen vertuscht wird". Below this are three example tasks: "Statistiken interpretieren", "Durchführung eines Laborexperiments", and "Statistiken interpretieren". A "Weiter->" button is at the bottom. The right screenshot shows a page titled "Statistiken interpretieren" with a navigation bar. Below the navigation bar, there is a main heading "Statistiken interpretieren" and a paragraph: "Die in der nebenstehenden Grafik präsentierten Daten wurden im Jahr 2006 im Rahmen der »Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse« erhoben." A bar chart shows data for three age groups: 18-29, 30-39, and 40-49. A "Richtig Falsch" feedback system is visible, with a red warning icon and a text box: "Beide Altersgruppen besitzen die meisten Informationen aus den Fernsehen, während die Tagespresse als Informationsmedium bei beiden Gruppen zu meist sehr stark." Below the chart are several statements with "Richtig Falsch" toggle buttons: "Je älter die Befragten waren, desto mehr haben sie sich über das aktuelle Geschehen informiert.", "Die Gruppe der 18- bis 29-Jährigen informiert sich mehr über das aktuelle Geschehen als die der 30- bis 39-Jährigen. Die meisten Informationen beziehen sie aus der Tagespresse.", "Die Gruppe der 20- bis 29-Jährigen nutzt das Internet von allen Altersgruppen am meisten und ist damit auch die Gruppe, die sich am Erhebungstag am meisten darüber informiert hat.", "Ein höherer Anteil der 60- bis 69-Jährigen hat an diesem Tag seine Informationen aus der Tagespresse entnommen als aus Internet und Radio zusammen.", "Je älter Menschen werden, desto mehr Tageszeitung lesen sie." A "Weiter->" button is at the bottom.

Im weiteren Verlauf des OSAs kommt es mit den Beispielaufgaben zu den Bestandteilen, die dem „Assessment“, der Einschätzung und Selbstevaluation näher kommen. Für den Studiengang relevante Methoden, Arbeitstechniken und Themen sind interaktiv erfahrbar und geben dem Teilnehmer die Möglichkeit, unmittelbar das Fach zu „erleben“ und darüber hinaus ein Feedback zu erhalten. Mit einem Schieberegler kann der Wahrheitsgehalt von Aussagen im Bezug auf zu interpretierende Statistiken gegeben werden, auf falsche Antworten wird mit einem kurzen Textfeld eine Korrektur eingeblendet.

Abb. 10: Weidner Schulz, Politische Kommunikation, Theoretische Analyse und Ergebnisse empirischer Forschung, 2. vollst. überarb. und erw. Aufl., Weinheim 2008, S. 163

An anderer Stelle können per „drag and drop“ Fragen und Antworten in ihre richtige Beziehung zueinander gesetzt werden.

3. Fragen sollten keine bestimmte Beantwortung provozieren (Vermeidung von «Suggestivfragen»).

4. Fragen sollten nicht hypothetisch formuliert werden.

5. Fragen sollten sich nur auf einen Sachverhalt beziehen (Vermeidung von Mehrdimensionalität).

6. Fragen sollten keine doppelten Negationen enthalten.

Entscheiden Sie, ob eine der Faustregeln bei folgenden Fragebeispielen verletzt wird (und wenn ja, geben Sie bitte an, welche Regel verletzt ist). Falls nicht, wählen Sie «Keine» aus.

Verletzte Regeln:

Angekommen, Sie würden heute Abend ins Kino gehen: Würden Sie lieber einen Krimi oder eine Komödie sehen?

Schauen Sie gerne ZDF und RTL?

Wie oft sind Sie in jüngster Zeit spazieren gegangen?

Wie oft sind Sie in der letzten Woche spazieren gegangen?

Der Film «Vom Winde verweht» gilt als einer der besten Filme des 20. Jahrhunderts. Haben Sie diesen Film gesehen?

Empfangen Sie Ihr Fernsehprogramm analog oder über DVBT?

Haben Sie eine Familie?

Ziel: Sie die jeweils verletzte Regel mit der Maus auf die betreffende Frage.

1. Verständliche Worte
2. Konkrete Fragen
3. Keine «Suggestivfragen»
4. Nicht hypothetisch formulieren
5. Mehrdimensionalität vermeiden
6. Keine doppelten Negationen

Weiter->

3. Fragen sollten keine bestimmte Beantwortung provozieren (Vermeidung von «Suggestivfragen»).

4. Fragen sollten nicht hypothetisch formuliert werden.

5. Fragen sollten sich nur auf einen Sachverhalt beziehen (Vermeidung von Mehrdimensionalität).

6. Fragen sollten keine doppelten Negationen enthalten (...).

Verletzte Regeln:

Angekommen, Sie würden heute Abend ins Kino gehen: Würden Sie lieber einen Krimi oder eine Komödie sehen?

Schauen Sie gerne ZDF und RTL?

Wie oft sind Sie in jüngster Zeit spazieren gegangen?

Wie oft sind Sie in der letzten Woche spazieren gegangen?

Der Film «Vom Winde verweht» gilt als einer der besten Filme des 20. Jahrhunderts. Haben Sie diesen Film gesehen?

Empfangen Sie Ihr Fernsehprogramm analog oder über DVBT?

Haben Sie eine Familie?

Ziel: Sie die jeweils verletzte Regel mit der Maus auf die betreffende Frage.

1. Verständliche Worte
2. Konkrete Fragen
3. Keine «Suggestivfragen»
4. Nicht hypothetisch formulieren
5. Mehrdimensionalität vermeiden
6. Keine doppelten Negationen

Weiter->

3. Fragen sollten keine bestimmte Beantwortung provozieren (Vermeidung von «Suggestivfragen»).

4. Fragen sollten nicht hypothetisch formuliert werden.

5. Fragen sollten sich nur auf einen Sachverhalt beziehen (Vermeidung von Mehrdimensionalität).

6. Fragen sollten keine doppelten Negationen enthalten (...).

Verletzte Regeln:

Angekommen, Sie würden heute Abend ins Kino gehen: Würden Sie lieber einen Krimi oder eine Komödie sehen?

Schauen Sie gerne ZDF und RTL?

Wie oft sind Sie in jüngster Zeit spazieren gegangen?

Wie oft sind Sie in der letzten Woche spazieren gegangen?

Der Film «Vom Winde verweht» gilt als einer der besten Filme des 20. Jahrhunderts. Haben Sie diesen Film gesehen?

Empfangen Sie Ihr Fernsehprogramm analog oder über DVBT?

Haben Sie eine Familie?

Ziel: Sie die jeweils verletzte Regel mit der Maus auf die betreffende Frage.

1. Verständliche Worte
2. Konkrete Fragen
3. Keine «Suggestivfragen»
4. Nicht hypothetisch formulieren
5. Mehrdimensionalität vermeiden
6. Keine doppelten Negationen

Diese Frage verletzt Regel 1 aufgrund der fachspezifischen Abkürzung «DVBT».

Weiter->

Ein weiteres interaktives Element wurde in einer Beispielaufgabe zu aktiver Textrezeption verarbeitet. Der Teilnehmer hat die Aufgabe, mit einem virtuellen Textmarker ihm wichtig erscheinende Textpassagen zu markieren und in einem anschließenden Teil zu überprüfen, ob mit den ausgewählten Stellen später gestellte Fragestellungen beantwortet werden können.

Textrezeption

Wie ändern sich durch den Zuwachs an Partizipation die Konturen der aktuellen Öffentlichkeit? In der Öffentlichkeit, wie sie mittels traditioneller Massenmedien hergestellt wird, hat der professionelle, redaktionell organisierte Journalismus als „Gatekeeper“ eine einflussreiche Position, weil er einerseits einen exklusiven Kontakt zu „Public Relations“ und anderen Quellen besitzt, andererseits einseitig Mitteilungen an das passive, disperse Massenpublikum verbreitet, das kaum über „Feedback“-Möglichkeiten verfügt (vgl. Abb. 1).

Mit dem Internet wird das technische „Nadelöhr“ beseitigt, das Presse und Rundfunk bislang bildeten. Die Verbreitungskapazität ist nicht mehr beschränkt wie in den traditionellen Massenmedien. Publikationsentscheidungen sind kein „Nullsummenspiel“ (Anderson 2007: 138) mehr. Der Journalismus verliert im Internet sein „Gatekeeper“-Monopol, das er in Presse und Rundfunk besessen hat. Im Prinzip kann nun jeder ohne allzu großen Aufwand publizieren, d. h. als Kommunikator in einem eigenen oder einem fremden Angebot auftreten. In Abbildung 2 wird dies durch Verbindungen zwischen allen Akteuren visualisiert, wobei die Pfeile jeweils in beide Richtungen zeigen, um die Möglichkeit des Wechsels zwischen der Kommunikator- und der Rezipientenrolle zu verdeutlichen. Die öffentliche Kommunikation kann sich dadurch von einer sozial selektiven, linearen und einseitigen zu einer partizipativen, netzartigen und interaktiven Kommunikation verändern. Für die aktuelle Öffentlichkeit im Internet bedeutet dies:

- Organisationen, die mittels „Public Relations“ partikuläre Interessen durchsetzen wollen, und andere Quellen des Journalismus können

Markieren Sie im Text durch Klicken und Ziehen mit der Maus die Stellen, die Sie für wesentlich halten.

Abb. 1: Aktuelle Öffentlichkeit unter den Bedingungen traditioneller Massenmedien

Textrezeption

Wie ändern sich durch den Zuwachs an Partizipation die Konturen der aktuellen Öffentlichkeit? In der Öffentlichkeit, wie sie mittels traditioneller Massenmedien hergestellt wird, hat der professionelle, redaktionell organisierte Journalismus als „Gatekeeper“ eine einflussreiche Position, weil er einerseits einen exklusiven Kontakt zu „Public Relations“ und anderen Quellen besitzt, andererseits einseitig Mitteilungen an das passive, disperse Massenpublikum verbreitet, das kaum über „Feedback“-Möglichkeiten verfügt (vgl. Abb. 1).

Mit dem Internet wird das technische „Nadelöhr“ beseitigt, das Presse und Rundfunk bislang bildeten. Die Verbreitungskapazität ist nicht mehr beschränkt wie in den traditionellen Massenmedien. Publikationsentscheidungen sind kein „Nullsummenspiel“ (Anderson 2007: 138) mehr. Der Journalismus verliert im Internet sein „Gatekeeper“-Monopol, das er in Presse und Rundfunk besessen hat. Im Prinzip kann nun jeder ohne allzu großen Aufwand publizieren, d. h. als Kommunikator in einem eigenen oder einem fremden Angebot auftreten. In Abbildung 2 wird dies durch Verbindungen zwischen allen Akteuren visualisiert, wobei die Pfeile jeweils in beide Richtungen zeigen, um die Möglichkeit des Wechsels zwischen der Kommunikator- und der Rezipientenrolle zu verdeutlichen. Die öffentliche Kommunikation kann sich dadurch von einer sozial selektiven, linearen und einseitigen zu einer partizipativen, netzartigen und interaktiven Kommunikation verändern. Für die aktuelle Öffentlichkeit im Internet bedeutet dies:

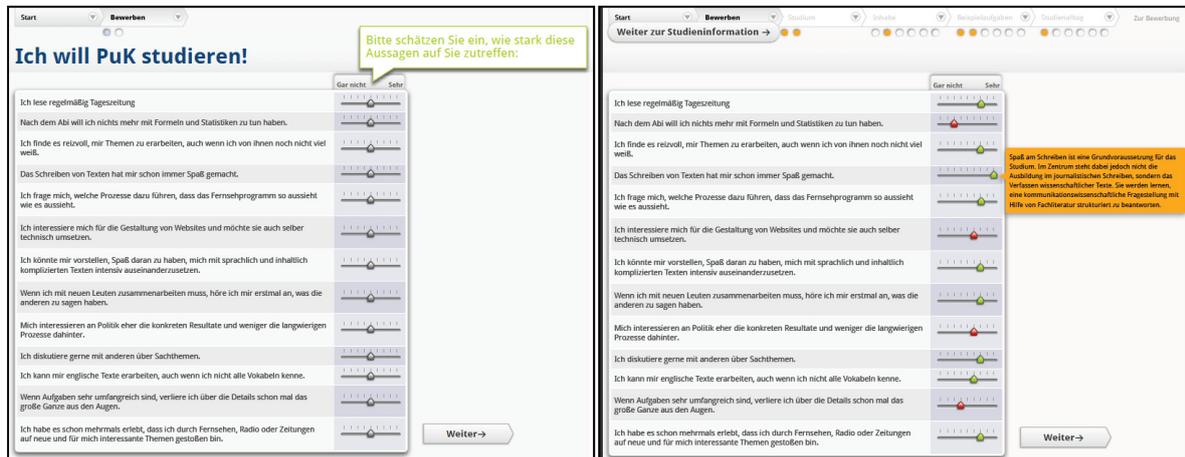
- Organisationen, die mittels „Public Relations“ partikuläre Interessen durchsetzen wollen, und andere Quellen des Journalismus können

Abb. 2: Aktuelle Öffentlichkeit unter den Bedingungen des Internets

Eine Komponente des OSAs, die ebenso wie beispielsweise das Modul zum wissenschaftlichen Arbeiten in vielen weiteren OSAs genutzt werden kann, ist der Stundenplan. Eine typische Semesterwoche wird mit typischen Veranstaltungen des Fachs gefüllt, ebenso wie auch mit beispielhaften Veranstaltungen für das Nebenfach oder der Zeit, die für die Arbeit in Bibliotheken anfällt, für die Referatsgruppe aufgebracht werden muss oder für Anfahrt und Mensa benötigt wird. Jedes einzelne Element im Stundenplan enthält weiterführende Informationen in Textform, als Videostatement oder als weiterführender Link zu E-Learning-Modulen mit Themen wie „Zeitmanagement“ oder „Schneller Lesen“.

In den abschließenden Einheiten des OSAs gibt es weiterführende Informationen zu den Möglichkeiten im Anschluss an das Studium. Hier wurden Videostatements mit Studierenden des Masterstudiengangs Medien und Politische Kommunikation und verschriftlichte Kurzinterviews mit Absolventen ebenso eingebaut, wie auch Daten aus einer Masterarbeit die in Form einer Absolventenstudie erhoben wurden.

Der letzte Abschnitt im OSA gibt dem Teilnehmer erneut die Möglichkeit, seine Motive und Hintergründe für die Wahl dieses Studiengangs mit den Realitäten im Studium abzugleichen. Mit Hilfe eines Schiebereglers kann angegeben werden, wie sehr bestimmte Zusagen als zutreffend bewertet werden: „Das Schreiben von Texten hat mir schon immer Spaß gemacht“ oder „Ich frage mich, welche Prozesse dazu führen, dass das Fernsehprogramm so aussieht wie es aussieht“ werden so mit der Einschätzung der Studienfachberatung und der Lehrenden am Institut verglichen und dementsprechend rückgemeldet.



Die Fortschrittsanzeige am oberen Bildschirmrand weist hier mit den farbigen „Brotkrumen“ bei jeder Frage auf die Stellen im OSA hin, an denen die entsprechenden Themen behandelt wurden. Wer beispielsweise auf die Aussage „Nach dem Abi will ich nichts mehr mit Formeln und Statistiken zu tun haben“ mit großer Zustimmung reagiert hat, wird auf die Relevanz der Methodenausbildung im Studium hingewiesen und kann in den markierten Passagen im OSA tiefergehende Informationen zu diesem Thema sammeln, um abschließend auf einer fundierten Basis entscheiden zu können, inwiefern diese Bestandteile des Studiums einen Einfluss auf die Studienentscheidung haben oder nicht.

Um Studieninteressierte im Anschluss an ein OSA mit den gewonnenen Erkenntnissen nicht alleine zu lassen, sind zu guter Letzt noch alle wichtigen weiteren Links zusammengefasst – je nach Situation beispielsweise direkt zu den bürokratischen Informationen zur Bewerbung oder doch zu weiterführenden Gesprächen in der Studienberatung oder Studienfachberatung.

Ich will PuK studieren!

Bewerbung, Immatrikulation etc.
 Alle Informationen zum Bewerbungsverfahren, zu Fächerkombinationen und zum Numerus Clausus (NC) sind unter www.fu-berlin.de/studium zusammengefasst

Allgemeine und fachspezifische Studienberatung
 Die allgemeine Studienberatung kann persönlich, telefonisch, per Mail oder Online-Chat kontaktiert werden: www.fu-berlin.de/studienberatung
 Studienfachberatung für Publizistik und Kommunikationswissenschaft: www.polsoz.fu-berlin.de/kommwiss/studium/studienberatung

Weiterführende Links

Studieren mit Kind, Familienbüro der FU Berlin	www.fu-berlin.de/sites/familienbuero
Mit Behinderungen und chronischen Krankheiten studieren	www.fu-berlin.de/service/behinderung
Studienangebot der FU Berlin	www.fu-studienangebot.de
Studieninformationen kompakt	www.fu-berlin.de/studium
Uni im Gespräch, Reihe für Studieninteressierte	www.uni-im-gespraech.de
Studieren in Berlin und Brandenburg	www.studieren-in-bb.de
Hochschulkompass – das bundesweite Studienangebot	www.hochschulkompass.de
Studienfinanzierung mit BAföG, Wohnheime, Mensen	www.studentenwerk-berlin.de
Erfolg im Auswahlgespräch und Auswahltest	www.auswahlgespraeche.de
Online-Programm: Mit Erfolg studieren	www.fu-berlin.de/studienberatung/e-learning
Beratung und Betreuung von Studierenden	www.fu-berlin.de/einrichtungen/studierende
Studienplatzbörse	www.freie-studienplaetze.de

Es soll an dieser Stelle deutlich werden, dass ein Online-Self-Assessment nicht als Ersatz für die Studienberatung oder Studienfachberatung angesehen werden kann und soll. Ein OSA funktioniert meiner Meinung nach am effektivsten komplementär zu der interpersonalen Beratung, wo auf den Ratsuchenden individuell eingegangen werden kann.

Ein OSA kann dagegen aber auch wirkungsvoll bei Themen sein, die in der Einzelberatung nicht behandelt werden können. Studieninteressierte haben die Möglichkeit, sich noch vor der Bewerbung intensiv mit den Inhalten eines Studiengangs auseinanderzusetzen, Originaltöne von Lehrenden und Studierenden zu hören und beispielhafte Aufgaben zu bearbeiten. Man bekommt im besten Fall ein Gefühl für die Herangehensweise an den Studiengang vermittelt, ahnt was Lehrende von einem zukünftigen Studierenden erwarten und bekommt einen Eindruck von der Stimmung, dem Umgangston und der Atmosphäre am Institut. Die Studienberatungen und Studienfachberatungen können im Anschluss effektiver mit den Ratsuchenden arbeiten, denn sie haben Menschen vor sich, die sich schon mit dem Studiengang beschäftigt, an vielen Stellen auch schon ein Feedback erhalten haben. Jetzt kann viel individueller auf die jeweilige Person und ihre Situation eingegangen werden: Wenn die Vorkenntnisse in Statistik nicht ausreichend sind, sollte man dann eher nicht Publizistik studieren? Ist es falsch, Publizistik zu studieren wenn man später als Redakteur für eine Tageszeitung schreiben möchte? Welche Praktika sind empfehlenswert, um einen guten Eindruck vom Arbeitsleben zu bekommen? Was macht man, wenn man den erforderlichen Abiturschnitt nicht hat

aber sicher ist, einen Medienstudiengang studieren zu wollen? Im besten Fall sind gut gemachte Online-Self-Assessments im Verbund mit den allgemeinen Studienberatungen und den Studienfachberatungen dabei behilflich, dass sich Studieninteressierte bewusst für einen Studiengang entscheiden und mit angebrachten Erwartungen und realistischer Selbsteinschätzung ins Studium starten.

Baris Ünal