



CHECKLISTEN

Liste 31

INFORMATIONSKOMPETENZ ONLINE VERMITTELN

von

Jürgen P i e n i n g e r

Herausgegeben von der Kommission für One-Person Librarians des Berufsverbands
Information Bibliothek BIB.

Erscheint als PDF-Dokument zum Herunterladen aus dem Netz in der 1. Auflage 2010.

Zitiervorschlag: Informationskompetenz online vermitteln / Jürgen Plieninger ... Hrsg. Berufsverband
Information Bibliothek / Kommission für One-Person Librarians. – 1. Aufl. – 2010. (Checklisten ; 31)
<<http://www.bib-info.de/fileadmin/media/Dokumente/Kommissionen/Kommission%20f%FCr%20One-Person-Librarians/Checklisten/check31.pdf>>

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|----|
| Einleitung..... | 4 |
| Das Problem..... | 5 |
| Zielgruppen..... | 7 |
| Bedürfnisse..... | 9 |
| Der institutionelle Rahmen..... | 11 |
| Inhalte..... | 12 |
| Methoden der Vermittlung..... | 14 |
| Kommunikationskanäle oder – Marketing..... | 18 |
| Evaluation..... | 20 |
| Fazit..... | 21 |

Ei n l e i t u n g

In den letzten Jahren wurde die Vermittlung von *Informationskompetenz* (und manchmal darüber hinausgehend die *Medienkompetenz*) als ein neuer zentraler Baustein des Berufsbildes der Bibliothekarin/des Bibliothekars entwickelt. Ausgehend von den Führungen durch die Bibliothek und Schulungen in der Handhabung des Katalogs gehören mittlerweile neben der Katalogrecherche zur Informationskompetenzvermittlung auch die Datenbankrecherche und die Recherche in Suchdiensten nach frei im Netz verfügbaren Informationen. Aber nicht nur die Suchdienste, auch die recherchierbaren Inhalte haben sich erweitert. Ebenso hat man didaktisch konzeptionell viele Überlegungen angestellt und diese pädagogisch auf der Höhe der Zeit in einem stimmigen Konzept zusammengefasst, der *Teaching Library*. Hierzu gehören beispielsweise Grundsätze wie

- Verschlankung des zu vermittelnden Inhalts
- zusätzliche Visualisierung der Information ist besser als alleinige Übermittlung durch Sprache
- selbst Ausprobieren bringt den Teilnehmern/Teilnehmerinnen mehr Lernerfolge als Inhalte und Lösungen lediglich vorgeführt zu bekommen

Darüber hinaus bemühen sich viele Bibliotheken, die Inhalte von Schulungen zusätzlich in Tutorials und Selbstlernkursen auf der Homepage der Bibliothek anzubieten und auch sonst Anleitungstexte *dort* zu platzieren, wo Benutzer Defizite in der Handhabung von Suchdiensten und des Wissens über Fachrecherche haben könnten, beispielsweise direkt beim Online-Katalog (OPAC). Das macht Sinn, erreicht man doch durch Präsenzveranstaltungen aus verschiedenen Gründen nur einen Bruchteil der Benutzer und vermittelt nur teilweise die notwendigen Schlüsselqualifikationen zur Recherche, die für ein solides und effektives wissenschaftliches Arbeiten vonnöten wären. Online-Kurse und -Informationen zur Recherche sind hochverfügbar, die Benutzer können sie durcharbeiten oder abrufen, wann immer sie das Bedürfnis verspüren, Wissenslücken über die Recherche auszugleichen. Aber stimmt dies positive Bild mit der Realität überein? Erreichen die Online-Tutorials ihre Zielgruppen? Werden die richtigen Methoden zur Umsetzung der Inhalte gewählt, so dass dieses eLearning effektiver ist als eine Vermittlung in der Face-to-face-Situation einer Schulung? Welche Anforderungen, welche Möglichkeiten, welche Hemmnisse gibt es hier? Diese Checkliste soll zumindest das Feld der Möglichkeiten und Widrigkeiten umreißen und Umsetzungsmöglichkeiten aufzeigen, wie man - angemessen an die jeweiligen Zielgruppen - Informationskompetenz als Schlüsselqualifikation online vermitteln kann.

Das Problem

Wenn die Vermittlungsformen, welche die Bibliothek als Führung oder als Kurs anbieten kann, mittlerweile ausgereift sind, warum ist es dann sinnvoll, sich über Ergänzungen, die man online, auf der Homepage offerieren kann, Gedanken zu machen? Welche Probleme lassen sich damit lösen?

Der Bedarf

Die "Schlüsselqualifikation" Informationskompetenz (IK) ist sowohl im Studium als auch im Beruf gefragt. Ein Bedarf, richtig in das professionelle Vorgehen und in die Handhabung von Suchdiensten eingeführt zu werden, ist also fraglos gegeben. Dieser Bedarf ist weitaus höher als früher, denn - wenn man einmal das Beispiel einer Hochschulbibliothek nimmt - neben gestiegenen Studierendenzahlen wechseln die Studierenden öfter als früher zwischen verschiedenen Studiengängen (Bachelor/Master) und -orten, bei Auslandsaufenthalten und Praktika. Dieser Bedarf wird aber nicht befriedigt, da man aus Erfahrung konstatieren kann, dass die real vorhandenen Fähigkeiten von Benutzern und in Folge dessen die Ergebnisse ihrer Recherchen zu wünschen übrig lassen. Warum ist das so?

Die Reichweite

Neben der Veralterung von Suchtechniken und -wissen, welche eintritt, je länger die Periode seit dem Besuch einer Schulung ist, liegt das vor allem an der *fehlenden Reichweite* von Einführungen und Schulungen. Nur wenige Nutzer werden mit den IK-Maßnahmen von Bibliotheken erreicht. Woran liegt das?

Schulungsmaßnahmen

- werden von Nutzern oft als nicht notwendig angesehen
- werden häufig nicht zur rechten Zeit angeboten
- sind manchmal wenig bedarfsgerecht aufgebaut
- bieten oft nur eine Einführung in lokale Suchdienste ohne ganzheitliche Einführung in die Recherche

Adäquate Formen der Vermittlung finden

Bei herkömmlichen Ein(Führungen), Kursen und Veranstaltungen sind mittlerweile Formen der Vermittlung gefunden worden, die einen großen Teil des zu vermittelnden Stoffes dann in der Praxis auch wirklich vermitteln. Stichworte sind (nach D. Dannenberg www.lik-online.de):

- didaktische Reduktion
- selbst Ausüben lassen
- Gruppenarbeit zum gemeinsamen Lernen
- Einbindung/Nähe zum Curriculum

Was sind adäquate Formen des E-Learnings?

Aktualisierungsproblematik

Ein gut Teil des Gelernten veraltet mit der Veränderung der Suchdienste und -möglichkeiten! Wissen und Können muss aktualisiert werden. Was ist da die adäquate Antwort?

- Strategien des Up to Date-Bleibens schulen
- entsprechende Informationen selbst und immer an derselben Stelle anbieten
- modularisiertes Angebot

eLearning als Ausweg?

Bietet eLearning einen Ausweg aus diesem Dilemma? Zumindest bietet es klare *Vorteile*, beispielsweise sind die zu vermittelnden Inhalte durchgehend ("24/7") erreichbar, die Nutzer hätten also die Chance, sich die Schulung dann zu holen, wenn sie konkret den Bedarf verspüren. Ein idealisiertes Bild! Denn erst einmal müssen die Nutzer Kenntnis vom Fortbildungsangebot haben, darüber hinaus auch die Nerven und die Zeit investieren und zuletzt muss das Angebot dem Kenntnisstand und den Bedürfnissen der Zielgruppe entsprechen.

Die Vermittlung von Informationskompetenz über das Netz wäre also eine attraktive Alternative, die

- jederzeit zur Kenntnis genommen und durchgearbeitet werden kann
- in der Nähe der beschriebenen Suchdienste (Katalog!) platziert werden kann und
- die verschiedensten Ebenen/Inhalte/Stufen miteinander verlinken/integrieren kann.

Man könnte also sagen, dass eLearning Chancen für eine größere Reichweite bietet, dass es aber viel Mühe kosten wird, das Angebot so zu konfektionieren und zu bewerben, dass es breit und aktiv angenommen wird!

Zielgruppen

Zielgruppenspezifische Dienstleistungen sind mittlerweile *Standard* in der Bibliotheksarbeit. Ohne dass man Dienste, ganz gleich, ob es sich um Bestandsaufbau, Schulungen oder Veranstaltungen handelt, genau auf Zielgruppen konfektioniert, ist man wenig erfolgreich. So auch bei der Informationskompetenz: Es ist wichtig, Zielgruppen und deren Bedürfnisse auszumachen, um Inhalte adäquat anbieten und vermitteln zu können.

Was gibt es denn für wichtige *Zielgruppen* in Bibliotheken? Kann man sie kategorisieren?

Eine wichtige Kategorie sind *altersspezifische Zielgruppen*, vor allem in Öffentlichen Bibliotheken, aber auch in Wissenschaftlichen Bibliotheken können Altersgruppen eine Rolle spielen. Stichworte sind:

- Kinder
- Jugendliche
- Erwachsene
- Senioren

und ich denke, Ihnen fällt sofort Spezifisches ein, wenn man

"Informationskompetenzvermittlung für Kinder" oder "... für Senioren" nennt. Dies gilt sicher ebenso für die Online-Vermittlung, wobei es manchmal schwierig ist, die Zielgruppe spezifisch anzusprechen, ohne sie zu benennen (Menschen in den Fünfigern lieben es nicht allzu sehr, als "Generation 50+" angesprochen zu werden). Die Kategorisierung von Zielgruppen soll helfen, diese richtig anzusprechen und zu bedienen, nicht aber, sie in eine Schublade zu pressen ...

Als weitere Kategorie wären *situationsspezifische Zielgruppen* zu nennen, Menschen, die die Bibliothek mit einem spezifischen Ausbildungs- oder Berufshintergrund nutzen. Hier wären zu nennen:

- Studierende bestimmter Studiengänge
- Studierende in bestimmten Studienphasen (z.B. Anfänger, Prüfling)
- Beschäftigte (verschiedene Funktionen beachten!)
- wissenschaftliches Personal
- Berufsgruppen

Diese Zielgruppen haben den Vorteil, dass sie oft recht klar benennbare *Bedürfnisse* und einen homogenen *Kenntnisstand* haben, so dass man gut die Angebote konfektionieren kann. Doch passen Sie auf! Es gibt hier auch Zielgruppen, die einem nicht so sehr ins Auge fallen, beispielsweise bei Wissenschaftlichen Bibliotheken die Hilfskräfte oder Sekretariate.

Was könnte man noch an *sonstigen Zielgruppen* ausmachen?

- Die "Early Adopters" werden oft genannt, eine Zielgruppe, die gerne technische Neuigkeiten ausprobiert und annimmt
- bestimmte Lerntypen (kurz & knappe Information, ausführliche Information, visuelle Information - illustriert oder multimedia-orientiert)
- Mann-/Frau-Unterschiede, derzeit als Gender-Problematik bezeichnet

Was ist die Problematik? Die Zielgruppen sind unterschiedlich netzaffin, haben unterschiedliche Bedürfnisse und Kenntnisse und müssen daher unterschiedlich angesprochen werden. Die Gefahr besteht darin, dass man sich schnell verzettelt.

Jede Bibliothek hat *andere* Zielgruppen. Stellen Sie doch einmal auf, welche Zielgruppen Sie in Ihrer Bibliothek ausmachen können, hinsichtlich Kenntnisstand, Bedarf oder im Hinblick auf die Bedürfnisse an die Art der Vermittlung der Inhalte! Überlegen Sie dann, ob Sie die verschiedenen Zielgruppen erreichen und auf welche Art und Weise dies besser gelingen könnte.

Bedürfnisse

Hier besteht das Paradox, dass Benutzer die eigenen Bedürfnisse oder auch Defizite oft gar nicht erkennen: Sätze wie "Google reicht doch aus!" oder "In Geographie gibt es ein Portal, da kriege ich *alles!*" sind keine Seltenheit! Daraus folgt die Schwierigkeit, dass man den Klienten erst einmal ihre Defizite bewusst machen muss (wenn das überhaupt möglich ist), ehe man an das Füllen der Lücken gehen kann. Welche Wege bieten sich an, dies den Benutzern bewusst zu machen? Vielleicht eine Gegenüberstellung einer Suche von Otto Normalverbraucher und einer Suche *nach* einer Schulung.

Was gibt es sonst für Bedürfnisse von Benutzern? Zunächst einmal alle spezifischen Bedürfnisse von Zielgruppen, die oben im vorherigen Abschnitt genannt wurden. Es gibt darüber hinaus unterschiedliche Lerntypen, beispielsweise jene die knappe Hinweise dann haben möchten, wenn ihnen auffällt, dass sie Hilfe benötigen. Für diese wäre die Kurzhilfe am Katalog geeignet. Es gibt andere, die gerne ausführliche, illustrierte Anleitungstexte zur Kenntnis nehmen. Es gibt schlussendlich auch jene, die am liebsten vorgetragen bekommen und unter Anleitung oder eben kommunikativ üben, die also das geeignete Klientel für ein Kursangebot darstellen. Suchtipps, Flyer, (Online-)Tutorials, Kurse - alle diese Methoden sind der Versuch, die Bedürfnisse verschiedener Lerntypen zu befriedigen.

Kenntnisse

Die Vorkenntnisse der Nutzer ist oft sehr unterschiedlich. Wenn man die Leute dort abholen möchte, wo sie stehen (ein bekanntes Motto bedarfsorientierter Vermittlung von Lerninhalten), hat man das Problem, dass sie an unterschiedlichen Punkten stehen.

Die Informationsvermittlungs-Plattform Lotse (lotse.uni-muenster.de) hat dies mit den zwei Stufen ("Einsteiger" / "Experte/Expertin") gelöst ...

Lernziele

Lernziele bestehen aus *Kenntnissen* und *Fähigkeiten*, die man für sich durch die Schulung erwerben soll. Beispiele für Lernziele finden Sie auf www.informationskompetenz.de, insbesondere die "Standards der Informationskompetenz für Studierende", herausgegeben vom Netzwerk Informationskompetenz Baden-Württemberg (NIK-BW), 2006,

www.informationskompetenz.de/regionen/baden-wuerttemberg/arbeitsergebnisse/standards-der-informationskompetenz-fuer-studierende/

Ganz allgemein sind es folgende Themenbereiche, die man bei Informationskompetenzvermittlung zu erklären sucht:

- Was macht professionelle Recherche aus? (Suchstrategien und -techniken)
- Katalognutzung: Suche nach Büchern
- Datenbanknutzung: Suche nach Aufsätzen
- Zeitschriftennutzung: Finden von Aufsätzen
- Internetnutzung: Finden von Internetdokumenten und Informationen
- Portale (gemischte Suchdienste) sinnvoll nutzen können
- Qualitätssicherung: Die Ergebnisse einschätzen können
- Weiterverarbeitung: Einbindung der Recherche in den "Geschäftsgang" des Wissenschaftlichen Arbeitens

Institutioneller Rahmen

Die institutionellen Rahmenbedingungen bestimmen, inwieweit Angebote der Bibliothek wirklich eine Chance haben, angenommen zu werden. Wenn in Ihrer Einrichtung die Referenten der festen Meinung sind, dass sie die Recherche seit dem Studium beherrschen und dass sie da nichts hinzulernen haben, dann haben Sie einen schweren Stand mit entsprechenden Angeboten. Ebenso, wenn Studierende in bestimmten Studiengängen in den Lehrveranstaltungen mit Skripten abgespeist werden und kaum Anforderungen zur Recherche und zur eigenen wissenschaftlichen Arbeit bestehen - dann erscheint die bloße Durcharbeitung der Skripte ohne eigene Recherche und Lektüre als rational.

- wie wird das wissenschaftliche Arbeiten gefördert oder gehemmt?
- welchen Stellenwert wird der eigenen Literatursuche zugeschrieben und der Bibliothek ganz allgemein in der Institution?
- inwieweit haben Sie die technischen Möglichkeiten, Lerninhalte auf der Homepage zu platzieren?
- Konkurrenz und Kooperation im eigenen Haus: Recherche- und Schulungsleistungen können auch von Mitarbeiterinnen/Mitarbeitern erbracht werden (und haben hier auch den Vorteil der inhaltlichen Kompetenz und Erfahrung)

Bei Öffentlichen Bibliotheken sieht der Rahmen anders aus: Hier sind es vor allem Lebensaltersstufen, die sich als Zielgruppen anbieten. Oftmals sind sie nicht so netzaffin, als dass sich ein reiner Online-Kurs oder ein Online-Tutorial anbietet, aber im Zusammenhang mit Kursen ergänzende Inhalte, Übungen, Lösungen etc. auf der Homepage anzubieten erscheint dennoch sinnvoll.

Inhalte

Der Markt und seine Dynamik

Vorab: Viele Bibliotheken verstehen unter dem "Markt" der Informationsangebote nur das, was sie selbst erworben haben und lizenziert anbieten. Das ist verständlich, hat man doch teures Geld dafür ausgegeben und bieten beispielsweise Fachdatenbanken eine - verglichen mit *kostenlosen* Produkten - effektivere Suche. Dennoch sollte man darüber hinausgehen, Nutzern die Recherche von kostenlosen und frei zugänglichen Suchdiensten und Produkten beizubringen. Wichtig ist vor allem, Strategien zu vermitteln, wie man sich in diesem Feld auf dem Laufenden hält. Gerade in einem mobilen Bildungs- und Berufsumfeld kann man sich nicht nur auf proprietäre Produkte beschränken! Bitte haben Sie Verständnis, wenn im folgenden meist Stichworte mit einigen erläuternden Hinweisen aufgeführt sind:

"Kerndienstleistungen"

Kataloge

Hier kann man Hilfetexte/Tutorials zum eigenen Katalog anbieten; sollte aber darüber hinaus regionale und nationale Kataloge sowie Metakataloge zumindest erwähnen, wenn nicht sogar als Schulungsinhalte anbieten. Beachten, dass nicht nur die Monographien-, sondern auch die Zeitschriftensuche behandelt wird.

eJournals

Das eigene Portfolio und die über die Elektronische Zeitschriftenbibliothek (EZB) zugänglichen freien eJournals behandeln - in Tipps und How-to-do-Angeboten.

Datenbanken

Ganz wichtig: Herausstreichen als *der* Suchdienst für Zeitschriften- und Sammelwerkaufsätze. DBIS als Portal auch zu freien und Volltextdatenbanken.

Internet

Hier sollte der heimliche Lehrplan sein, vielfältig und gezielt zu suchen, mit Hilfe von Meta- oder Wissenschaftssuchmaschinen

Volltexte

Strategien und Suchdienste für die Volltextsuche gehören mittlerweile in jedes Informationskompetenz-Angebot.

Zusatzservice:

Suchstrategien und Suchtechniken

Das Werkzeug für die gezielte Suche vermitteln: Verknüpfungen, Joker, Phrasensuche, Suche mit Hilfe von Schlagwörtern

Dokumentbeschaffung

Fernleihe und Dokumentlieferservices

Literaturverwaltung

Wie kann man die gefundenen Titelaufnahmen richtig speichern, erschließen, aufbereiten und dann ggf. in die Textverarbeitung arbeitssparend einfügen?

qualifiziertes Durchführen und Überprüfen

Qualitätssicherung beim Wissenschaftlichen Arbeiten vermitteln, vor allem den kritischen Blick auf die Ergebnisse

kooperative Aspekte

sowohl bei der Durchführung der IK-Maßnahme als auch bei der Suche nach Literatur und Erstellung von wissenschaftlichen Texten.

Übernahme von Inhalten

Das Rad muss nicht immer neu erfunden werden, vermeiden Sie Doppelarbeit, indem Sie Inhalte und Schulungskonzepte übernehmen bzw. – wo es möglich ist – auf gute Fremdangebote verlinken.

Methoden der Vermittlung

Wenn man das Portal www.informationskompetenz.de besucht, so findet man eine Menge programmatisch-theoretischer Texte und Praxisbeispiele, an denen man sich gut orientieren und die man abarbeiten kann.

Darüber hinaus kann man sich viele Beispiele von Bibliotheken anschauen, die ihre Anleitungstexte auf der Homepage gebündelt anbieten, desgleichen auch Beispiele von Diensten, die von Bibliotheken entwickelt wurden. Hier findet man ausformulierte Selbstlernkurse für bestimmte Wissenschaften sowie Tutorials zur Recherche allgemein als auch die unterschiedlichsten Vermittlungsformen, vom illustrierten Text bis hin zu Anleitungsvideos.

Schlussendlich kann man sich auch Lotse lotse.uni-muenster.de ansehen, einen Service, der kooperativ erstellt und gepflegt wird und anhand einer *Mindmap* die notwendigen Kompetenzen und Schritte zur wissenschaftlichen Recherche auflistet und aufzeigt.

Das sind lediglich Hinweise zu den bibliothekarischen Quellen. Wenn Sie im E-Learning-Bereich weiterschauen möchten, finden Sie eine reichhaltige Sammlung von Literatur und auch von Lehrbüchern, welche Ansätze und Methoden vermitteln. Aktuelle Informationen bietet in Hülle und Fülle e-teaching.org.

Vermittlungsformen

Vor allem steht die Frage nach der adäquaten Form der Vermittlung, der *Didaktik* des eLearnings. Wie beim Präsenzunterricht können Sie beim virtuellen Schulen mit Methodik viel erreichen oder auch viel verhindern.

a. Technik

Das WWW bietet die Möglichkeit, die Inhalte in vielen verschiedenen *Formaten* abzulegen und zu mischen: neben klassischen – in HTML erstellten – Seiten kann man Texte und Bilder als PDF-Dateien ablegen, in Datenbanken (beispielsweise Courseware wie Moodle oder Weblogs), durch RSS Neuigkeiten verteilen und durch Verlinkungen auf andere Informationskompetenz-Angebote hinweisen.

Man kann die Inhalte durch verschiedene *Techniken* erstellen und verteilen: Texte, Multimedia-Anwendungen (Bilder, Screenshots, Podcasts, Screencasts, Videos), Lernsoftware, Ergebniskontrolle der Übungen per Webformular und Mischungen!

Man kann die Inhalte auf verschiedenen Plattformen anbieten, sei es auf der Bibliothekshomepage, auf einer Lernplattform (CMS, Course Management Software wie Moodle oder Ilias) oder mit Hilfe von Web 2.0-Instrumenten wie Weblogs und Wikis.

b. Medien

Textdokumente

Die Wahrnehmung von Informationen durch Textdokumente - darauf sind unsere Benutzer immer noch hauptsächlich eingestellt.

Schulungsunterlagen online anbieten (Dokumentations-Funktion)

Wenn Sie für Schulungen Handouts oder Präsentationen erstellen, dann können Sie diese auch für andere Nutzer auf Ihrer Webseite anbieten. Diese können die Inhalte dann abrufen, wenn sie sie benötigen (asynchrone Rezeption).

Multimedia (Bild, Audio, Video)

Durch das Einbinden von Bildern, Audio- und Videodateien haben Sie die Chance, die angebotenen Inhalte zu *visualisieren*, d.h. den Lerninhalt viel authentischer zu gestalten oder eine Abfolge von Schritten graphisch darzustellen. Die Benutzer können dadurch die Lerninhalte auf andere Art und Weise rezipieren, insofern unterstützen Multimedia-Anwendungen Textdarstellungen oder können sie sogar ersetzen. Allerdings muss man dazu bemerken, dass die Herstellung solcher Multimedia-Angebote viel Zeit und Aufwand erfordern, wenn sie sinnvoll erstellt und eingesetzt werden sollen! Screencasts können übrigens von Nutzern dazu benutzt werden, sie in einem Browserfenster abzuspielen und in einem anderen Fenster können sie selbst gleichzeitig den Vorgang nachvollziehen.

Coaching per Chat/IM oder andere Kommunikationsformen (Face to Face, Telefon, E-Mail)

Ergänzend zu abgelegten Inhalten können Sie Benutzern auch die Möglichkeit geben, in Hilfesituationen Kontakt aufzunehmen und Fragen zu stellen. Dies kann per E-Mail geschehen (verzögerte Kommunikation), aber auch synchron per Chat, Telefon oder Face-to-Face.

c. Vermittlungsmethoden

Tutorials

Anleitungen lassen sich für ganze (Fach-)Recherchegebiete, aber auch nur für die Handhabung einzelner Suchdienste (z.B. einer Datenbank) erstellen.

Schnipsel

Textschnipsel, quasi Kurzanleitungen in 1-3 Sätzen eignen sich beispielsweise bei Kurzanleitungen im Online-Katalog.

Online-Kurse

Noch etwas breiter als Tutorials angelegt, meist in einzelne *Module* unterteilt, bieten sie eine grundlegende Einarbeitungsmöglichkeit für Nutzer/innen. Sie sind entweder als Selbstlernkurse konzipiert, bei denen der/die Nutzer/in selbständig die Inhalte rezipiert und eventuell Übungen durchführt (fakultativ mit Lösungen) oder als Kurse mit Trainern/Trainerinnen, die mit einer bestimmten Gruppe in einer bestimmten Zeit durchgeführt werden.

Blended Learning

Verschränkung von Online-Kursen mit Präsenz-Schulungsphasen. Bietet eine authentischere Gruppensituation und besseres Kennenlernen des/der Dozenten/Dozentin.

Visualisierung

Informationsweitergabe über das geschriebene oder gesprochene Wort ist sehr effektiv, sonst hätten Schriftkulturen in der menschlichen Entwicklung keinen derartigen Erfolg gehabt. Dennoch ist es hinsichtlich der Vermittlung noch effektiver, den Text durch Visualisierungen zu ergänzen, nein, besser: parallel zum geschriebenen oder gesprochenen Wort die Visualisierung anzubieten, die auf eine andere Art und Weise den Inhalt dessen, was kommuniziert werden soll, vermittelt.

Das können graphische Darstellungen sein, die Sachverhalte zusammenfassen, Bilder, die Dinge veranschaulichen und Screenshots, die zeigen, wie die Stufenabfolge auf dem Bildschirm aussehen muss.

Vertonung

Die Vertonung bringt nicht so viel wie die Visualisierung, bedeutet aber dennoch ein Plus, da es ein anderes Medium als Text ist, mit dem man abwechseln kann und welches eine ortsunabhängige Rezeption (mobiles Lernen, Lernen parallel zu einer anderen Tätigkeit) erlaubt. Ein Beispiel für Vertonungen sind Podcasts.

Multimedia

Am effektivsten ist die Kombination von Visualisierung und Vertonung, welche in Multimediadokumenten die gleichzeitige Mitteilung und Komposition verschiedener Informationen zu einem neuen, intensiven Kommunikationskanal erlaubt.

Beispielsweise kann man sowohl mit kostenlosen als auch kostenpflichtigen Programmen Screencasts herstellen, beispielsweise Anleitungen zur Handhabung von Datenbanken.

Methodenmix

Müssen Inhalte "aus einem Guss" sein? Nein, zur Abwechslung können Sie auch einen Methodenmix anbieten, beispielsweise einen graphischen roten Faden, Anleitungstexte im How-to-do-Format und Screencasts bei den Einführungen in die Handhabung einzelner

Suchdienste.

Verlinkung auf/Verknüpfung mit anderen Angeboten

Viele Bibliotheken bieten mittlerweile Schulungsinhalte im Netz an (gute Beispiele sind die UBs Konstanz, Freiburg, LMU München und Bochum). Sie können auf ganze Angebote ebenso wie auf einzelne Module verlinken und so entweder ganz auf fremde Angebote verweisen oder an spezifischen Stellen Ihres Informationsangebotes.

d. Reichweite

Schulungen können

- bezogen sein auf die eigene Institution/Nutzer/Bestände/Dienste. In diesem Fall dient sie ganz der Erschließung des eigenen Angebots.
- bezogen sein (auch) auf externe Nutzergruppen. In diesem Fall erstellt man Schulungen, die auch freie Angebote umfassen und die auch für externe Nutzer interessant sein können.

e. Beispiele:

* Sie können versuchen, eine "echte" Lehrsituation mit einem Video nachzustellen. Derzeit wird das oft dreigeteilt gestaltet: Bild des/der Lehrenden in einer Ecke, die Präsentation groß und Notizen und Hinweise klein dargestellt. Das ganze ist mit Ton unterlegt. Der Vorteil von Videos und Screencasts: Sie können vom/von der Nutzer/in angehalten und *wiederholt* werden, d.h. er/sie können ihr/sein eigene Lerntempo bestimmen!

* Eine Bilderfolge, die durch Screenshots verwirklicht wurde, sagt mehr als 1.000 Worte. Das beispielsweise ist didaktische Reduktion!

* Videos kann man auch vereinfachen, ein gutes Beispiel sind die Anleitungen von Commoncraft zu Web 2.0-Anwendungen **www.commoncraft.com**.

* Ein Podcast, d.h. eine Hördatei kann man auch gut mit Unterlagen verbinden.

* Einbindung verschiedener Präsentationsformen in Webseiten (Video, Präsentation).

Kommunikationskanäle oder - Marketing!

Wenn Sie Informationskompetenz-Inhalte erstellen, diese aber in einem eigenen Verzeichnis Ihrer Homepage ablegen, sie nicht von allen anderen möglichen Stellen verlinken und sie nicht bewerben, dann werden sie nur *selten* genutzt werden. *"Tue Gutes und sprich darüber!"* In diesem Sinne sollten Sie überlegen, welche Kommunikationskanäle Ihnen zur Verfügung stehen, Ihr Schulungsangebot zu bewerben. *Kommunikationskanäle* sind spezifische Wege, Ihren verschiedenen Zielgruppen Neuigkeiten mitzuteilen, seien es Mitteilungen bei Veranstaltungen und Schulungen, sei es die Homepage selbst, seien es "Newsmeldungen" aller Art, z.B. Aushänge, Blogeinträge, RSS-Meldungen, Zeitungsmeldungen etc. etc. Kommunikationskanäle hängen zusammen mit gewohnter Mediennutzung, es ist wichtig, die Informationen über den Weg zu verteilen, auf welchem der größere Teil einer Zielgruppe seine Informationen normalerweise bezieht. Hier einige Anregungen und Überlegungen:

Label

Zuerst einmal können Sie sich überlegen, ob es sich nicht lohnt, ein "Label" für das Angebot zu kreieren, sei es ein bestimmtes Logo oder ein Titel wie z.B. "teaching library" oder "Finden lernen!". Dieses wird überall, wo Sie Schulungsinhalte erstellen, verteilen und bewerben oben drüber geschrieben/geklebt. - Sie spielen hier mit dem Wiedererkennungswert und mit dem Effekt, dass Menschen neugierig werden und ggf. bei guter Erfahrung mit dem Angebot nachsehen, wo denn sonst noch ...

Einbindung in herkömmliche Informationskompetenzangebote

Bei Beratungen, Führungen, Schulungen etc. sollten Sie immer kurz den Hinweis geben: "Wenn Sie einmal methodischer vorgehen wollen, können Sie bei Gelegenheit auf unserer Homepage ..." oder "Wenn Sie auf ein Problem stoßen, wir bieten eine FAQ-Liste zu Suchfragen an" oder ...

Werbung

Nutzen Sie die Ihnen in Ihrer Bibliothek zur Verfügung stehenden Möglichkeiten: Aushänge am Schwarzen Brett und Kopierer (!), Werbung in Ihren Medien (Flyer, Newsletter, Homepage, RSS-Feeds, Mailinglisten) und vor allem Werbung in zielgruppenspezifischen Formaten.

Schulungsangebot verschlanken

Sie können Vertiefungen, Exkurse oder Anleitungen für spezifische Zielgruppen, die andere nicht interessieren, einfach auslagern.

Schulungsangebote spezifischer zuschneiden

Wenn es Ihre Zeit erlaubt, können Sie Parallelangebote für Bedürfnisse, welche nicht dem Mainstream angehören, erstellen, z.B. Schulungsangebote für Kinder, Jugendliche und Senioren oder für Wissenschaftliche Hilfskräfte.

Coaching anbieten

Eine Ergänzungsmöglichkeit wäre es, einen Chat oder ein Diskussionsforum anzubieten. Automatisierte Chatbots können auch in diese Rubrik gezählt werden. Wichtig ist die Rückbindungsschleife: Stellen Sie sicher, dass die Antworten auf Fragen, die beim Coaching per Auskunftstheke/Telefon/Chat öfter gestellt werden, ins Online-Schulungsangebot eingepflegt werden.

Ziel der Maßnahmen ist es, so stark *wahrgenommen zu werden*, dass Mund-zu-Mund-Propaganda stattfindet und dass es ein "Muss" ist, die Informationskompetenz-Angebote der Bibliothek zu nutzen. Damit erweitern Sie die Reichweite Ihrer Angebote und erreichen ggf. ganz andere Zielgruppen als mit den herkömmlichen Schulungsangeboten.

Ein weiteres Ziel ist aber auch, *Zeit zu sparen!* Wenn Sie in einer Beratungssituation auf weitere Anleitungen verweisen können, spart dies Zeit bei der Face-to-face-Beratung.

Eval uati on

Die Bibliothek muss den Erfolg *messen* und *ausweisen* können. Das bedeutet nicht unbedingt, eine Statistik zu führen oder Zertifikate zu vergeben, sondern kann auch "qualitativ" in der Dokumentation der Rückmeldungen, Nachfragen etc. geschehen. Neben Nutzungsstatistiken sollte man daher die Frage nach der Nutzung/der Wertschätzung der eLearning-Maßnahmen auch in allgemeinen Evaluationsfragebögen mit aufnehmen.

Qualitätssichernde Maßnahmen wie die periodische Aktualisierung der Angebote etc. sind ebenfalls notwendig. Lizenzierte Inhalte ändern sich, insbesondere bei einem Providerwechsel, so dass Benutzer, die von Ihnen Screenshots zu einen Suchmenü gezeigt bekommen, plötzlich ein völlig anderes sehen. Hierfür ist es gut, wenn Sie ein- oder mehrmals im Informationskompetenz-Angebot um Rückmeldungen bezüglich Fehlern oder Änderungen bitten. Für die Aktualisierung ist es ebenfalls gut, wenn das Portfolio der vermittelten Inhalte auch in einer Realschulung periodisch durchgearbeitet wird. Die Überraschungen, die man bei der Präsentation erlebt, kann man nach der Sitzung gleich in Verbesserungen des Online-Formats umsetzen.

Fazit

Wenn Sie sich jetzt nach der Lektüre dieser Checkliste fragen, inwieweit die Reichweite der Informationskompetenzmaßnahmen durch Online-Angebote erweitert werden kann und dies skeptisch beurteilen, so finde ich das statthaft. Es gibt keinen Königsweg! Gleichwohl kann man aber doch behaupten, dass durch eLearning-Angebote und - im besten Fall - mit ihrer Verschränkung mit dem herkömmlichen Angebot ("blended learning") entschieden ein *Gewinn* an *Reichweite* und eine *Erweiterung der Kommunikationswege* zu einzelnen Zielgruppen erzielt werden kann. Die Inhalte, die Sie zur Recherche anbieten können, sind den Nutzern weitaus zugänglicher und man hat mit ihnen auch eine schöne Möglichkeit, in Beratungssituationen die Problemlösung anzureißen, dann aber auf das Online-Angebot als Möglichkeit zu weiterer Selbstinformation zu verweisen. Damit sind also trotz des Aufwandes zur Erstellung der Angebote auch *Rationalisierungsgewinne* bei gleichzeitiger Steigerung des Wissensstandes bei den Kunden zu erreichen. Rationalisierungsmöglichkeiten liegen auch darin, dass man auf fremde Informationskompetenz-Angebote *verweisen* kann. Ich denke hier insbesondere an gute Einführungen in die Handhabungen von Datenbanken, die auf den Seiten verschiedener Universitätsbibliotheken verfügbar sind. Verlinken Sie darauf: Sie haben weniger Arbeit und die Kolleginnen und Kollegen die Befriedigung, dass ihre Arbeit von außerhalb genutzt und geschätzt wird!

Mit das Wichtigste aber ist, in diesem Bereich *auf dem Laufenden zu bleiben*, sich nicht mit einem einmal erreichten Stand zufrieden zu geben, sondern immer wieder die Inhalte zu aktualisieren, die Methoden zu *überdenken* und - die Tugend schlechthin - auf die Benutzer *hören*, wenn diese von ihren Erfahrungen beim Recherchieren und von ihren Bedürfnissen erzählen!

Schlussendlich: Warum bei der Informationskompetenz stehen bleiben? Anschlußstellen inhaltlicher Art gibt es genug: Vermittlung von Medienkompetenz, Vermittlung von Techniken und Wissen zu wissenschaftlichem Arbeiten ...



Aufnahmeantrag

Bitte ausdrucken, ausfüllen und unterschrieben an die Geschäftsstelle senden.

Frau Herr

Name: _____

Vorname(n): _____

Straße: _____

PLZ/Ort: _____

E-Mail: _____

Geburtsdatum: _____

Examen (Art): _____

Examen (Ort/Jahr): _____

Beschäftigungsort: _____

Arbeitsstelle: _____

Beschäftigt als: _____

Einstufung: _____

Abteilung: _____

ganztags halbtags Ausbildung nicht (mehr) berufstätig

Examen
voraussichtlich: _____

Mit der Speicherung meiner Adresse und der Verwendung für die satzungsgemäßen Zwecke des Vereins sowie den Vorstand der Zeitschrift BuB bin ich einverstanden.

Ort und Datum: _____

Unterschrift: _____

Ich bevollmächtige der Berufsverband Information Bibliothek e.V. bis auf Widerruf, den jährlichen Mitgliedsbeitrag in der von der Mitgliederversammlung festgesetzten Höhe ab 20 ____ abzubuchen.

Name: _____

Adresse: _____

Konto-Nr.: _____

Bankleitzahl: _____

Name der Bank, Ort: _____

Ort und Datum: _____

Unterschrift: _____