

DHd2020, Barcamp - Data Literacy

Session 4, Raum 122

15:30 - 16:15 Uhr

Titel

Vermittlungsformate?

Kommunikation: Welche Methoden gibt es bei der Vermittlung an Museen etc.?

Teilgebende*r

Marina und Ute

Thema

Vermittlungsformate und -methoden

Protokoll

* Kann man die Zuordnung zu Format zu Zielgruppen machen?

- * Man muss aber stärker noch reflektieren, mit welcher Grundmotivation der Leute
 - * man muss sich überlegen, wie die Ressourcen der Teilnehmer*innen sind
- * Fotos von der Pinnwand einstellen

Ergebnis/offene Fragen

Der Versuch einer Zuordnung in einer zweidimensionalen Matrix ist eher gescheitert.

Vermittlungsformate sind stark abhängig von:

1. Personas
2. Thema:
3. Ziel: mögliche Unterscheidung in zwei große Bereichssegmente:
 - - 3.1. Digitale; Autodidaktische Formate, die ohne persönlichen Kontakt für sich stehen können und einen schnellen und breiten Einstieg unabhängig von Hintergrundwissen bereitstellen.
 - 3.2. langfristig und kontinuierliche Formate, die einen mehrfachen persönlichen Kontakt benötigen und Teil eines Entwicklungsprozesses sind
 - - Arbeitskreise, Seminare, Workshops
4. Vortragenden und seiner Grundmotivation

Es gilt Punkt 1-3 zu definieren und an die eigenen Fähigkeiten und Fertigkeiten (4.) anzupassen.

2-Minuten-Zusammenfassung:

Welche Zielgruppen gibt es? Welche Formate gibt es? Fokus zuerst auf universitären Bereich, dann weiter zu GLAM, Verwaltung usw. Irgendwann erst gemerkt, dass sich Formate den Zielgruppen nicht gut zuordnen lassen. Es sind eher Wolken. Formate sind abhängig von Thema, Zielgruppe und Vortragender Person. Ziele entweder langfristig,

kontinuierlich, mehrmaliger persönlicher Kontakt. Oder etwas bereitzustellen ,das autodidaktisch genutzt werden kann.