

Web 2.0 für junge Bibliotheksnutzer

Studienarbeit

im Fach Medienkonzeptionen
Bibliotheks- und Informationsmanagement, Master
Hochschule der Medien Stuttgart

Janina Glatz
Artur Kratz
Sonja Wiestler

Stuttgart, 27. Februar 2009

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----------|
| Inhaltsverzeichnis | 2 |
| Einleitung | 3 |
| 1 Einführung | 4 |
| 1.1 Definition Web 2.0..... | 4 |
| 1.2 Beispiele von Web 2.0-Angeboten..... | 5 |
| 1.3 Chancen von Web 2.0 | 7 |
| 2 Angebote für junge Nutzer im Alter von 9 - 15 Jahren | 9 |
| 2.1 Blog..... | 9 |
| 2.2 Podcast | 10 |
| 2.3 Soziales Netzwerk | 11 |
| 2.4 Forum..... | 12 |
| 2.5 Rezensionen & Ratings | 12 |
| 2.6 RSS – Really Simple Syndication | 13 |
| 2.7 Ungeeignete Angebote | 13 |
| 3 Grenzen und Gefahren | 15 |
| 3.1 Bibliothekarische Sicht..... | 15 |
| 3.2 Pädagogische Sicht | 15 |
| 4 Hinweise für die Entwicklung von Web 2.0-Angeboten | 17 |
| 4.1 Allgemein | 17 |
| 4.2 Blogs | 18 |
| 4.3 Podcasts | 18 |
| 4.4 Soziale Netzwerke | 19 |
| 4.5 Foren..... | 20 |
| 5 Zusammenfassung und Ausblick | 21 |
| Literaturverzeichnis | 22 |
| Literatur zur weiteren Information | 23 |

Einleitung

Web 2.0 ist zwar eine vergleichsweise junge Entwicklung, in der Internetlandschaft aber bereits fest verankert. Neben Erwachsenen werden zusehends auch Kinder und Jugendliche als potentielle Nutzer solcher Angebote gesehen, da der Umgang mit dem Internet für sie selbstverständlich ist. Neue Medienangebote werden von ihnen schnell akzeptiert und in das Medienverhalten integriert¹; sie stellen somit für Web 2.0-Angebote eine interessante Zielgruppe dar.

Was können speziell Bibliotheken dieser Zielgruppe bieten? Welche generellen Grenzen und Gefahren lauern zum Teil hinter Web 2.0-Angeboten? Und vor allem: wie lassen sich diese negativen Auswirkungen im Vorfeld verhindern? Diese Fragen sollen im Rahmen der Studienarbeit geklärt werden.

Kapitel 1 gewährt einen Einblick in die „Modeerscheinung“ Web 2.0. Nach einer Definition werden ausgewählte Instrumente vorgestellt sowie Chancen aufgezeigt, die Web-2.0-Anwendungen bieten können. Das zweite Kapitel enthält eine Vielzahl an Vorschlägen für den Einsatz von Web-2.0-Instrumenten von Bibliotheken für junge Nutzer im Alter von 9 bis 15 Jahren. Darauf aufbauend umfasst Kapitel 3 Grenzen und Gefahren von Web 2.0-Angeboten; zunächst aus bibliothekarischer Sicht und schließlich unter pädagogischen Gesichtspunkten. Kapitel 4 listet neben allgemeingültigen Hinweisen zu allen Web 2.0-Diensten auch spezielle Ratschläge zu einzelnen Instrumenten auf.

Auf Basis dieser Studienarbeit sollen Ideen für einen sinnvollen Umgang mit Web 2.0 entwickelt werden, der die Chancen für Bibliotheken gerade im Hinblick auf jüngere Nutzer und Nichtnutzer vereint und die Risiken minimiert.

Die Arbeit entstand im Masterstudiengang „Bibliotheks- und Informationsmanagement“ an der Hochschule der Medien Stuttgart im Seminar „Medienkonzeption“ unter der Leitung von Prof. Dr. Richard Stang.

¹ vgl. Gleich, Uli: Nutzung und Funktionen neuer Medien bei Kindern und Jugendlichen. In: Media-Perspektiven (2007)10. – S. 529

1 Einführung

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit der Definition der einzelnen Web 2.0-Instrumente und soll als Wissensgrundlage zum Verständnis der folgenden Texte dienen. Des Weiteren werden die wichtigsten Anwendungen kurz vorgestellt. Abgerundet wird das Kapitel mit der Darstellung von Chancen, welche Web 2.0-Werkzeuge für Bibliotheken bereithalten.

1.1 Definition Web 2.0

Web 2.0 ist ein Begriff, der verschiedene interaktive Phänomene des Internets zusammenfasst. Nach einem von Tim O'Reilly 2005 veröffentlichten Artikel mit dem Titel „What is Web 2.0?“ festigte sich der Begriff in den Medien². Obwohl Web 2.0 in Fachkreisen nur als ein Marketing-Schlagwort³ gehandelt wird, setzte es sich als Bezeichnung für das moderne Internet durch.

Der Begriff sollte vor allem die Unterschiede des „neuen“ Webs im Gegensatz zum alten Web verdeutlichen. Das Web 2.0 stellt demnach eine „zweite Generation“ des Internets dar. Es bezeichnet den vermehrten Einsatz bestimmter Anwendungen und Dienste ebenso wie das sich verändernde Verhalten der Internetnutzer hin zu mehr Mitbestimmung und Teilhabe.

Als Merkmale des Webs 2.0 gelten:

- Kombination verschiedener Technologien mit ausgeprägter interaktiver und sozialer Komponente
- Partizipation der „Masse“: Kunden konsumieren nicht mehr, sondern beteiligen sich und bestimmen Inhalte mit
- Nutzung der „kollektiven Intelligenz“⁴ statt Ideen und Inhalte einzelner Personen
- Verknüpfung von Web 2.0-Angeboten über Schnittstellen bis hin zur Entwicklung neuer Dienste (sogenannte „Mashups“⁵)
- Möglichkeit der Vernetzung der Internetnutzer untereinander

² vgl. Alby, Tom: Web 2.0 : Konzepte, Anwendungen, Technologien. – München [u.a.]: Hanser, 2007. S. 15

³ vgl. ebd., S. 18

⁴ vgl. Budde, Philipp: Didaktische Potenziale neuer Medien – Lernen mit Web 2.0-Anwendungen zwischen Vermittlung und Entwicklung. München: Grin, 2007. Zugl.: Paderborn, Univ., Dipl.-Arb., 2007. – S. 28

⁵ vgl. Alby, Tom: a.a.O., S. 132

- Plattform der Anwendungen ist das Web, kein lokaler PC: Das „Web 2.0“ ist keine Software auf einem lokalen Computer, sondern eine rein virtuelle Anwendung
- Anwendungen werden kontinuierlich weiterentwickelt und gelten niemals als „fertig“; sie befinden sich dauerhaft in der Beta-Version. Dies heißt einerseits, dass die Inhalte ständig auf dem neusten Stand sind und andererseits, dass man sich in einigen Jahren nicht mehr auf sie berufen kann.

Aus den oben genannten Punkten ist ersichtlich, dass es keine allgemein anerkannte Definition gibt, die den Begriff Web 2.0 klar und eindeutig bestimmt. Vielmehr ist das Web 2.0 eine veränderte Wahrnehmung und Nutzung des Webs.

1.2 Beispiele von Web 2.0-Angeboten

Blog

Blog ist eine Abkürzung des Begriffs Weblogs, welcher sich wiederum aus den Begriffen „web“ und „log“(für Logbuch)⁶ zusammensetzt.

Bei einem Blog handelt es sich um eine regelmäßig aktualisierte Webseite mit chronologisch sortierten Beiträgen. Inhalte werden für gewöhnlich aus anderen Schnittstellen eingefügt zum Beispiel aus Flickr⁷ oder Youtube⁸. Die Erstellung eines Blogs ist weit aus leichter als die einer Homepage, da hierfür keine Programmierkenntnisse vorausgesetzt werden. Während die ersten Blogs eher einen Tagebuchcharakter hatten, so entwickelte sich eine neue Tendenz, auch andere Themengebiete aufzugreifen.

Beispiele hierfür sind:

- Watchblogs, die Medien und Firmen kritisch beobachten
- Litblogs, die sich mit Literatur beschäftigen
- Fotoblogs, in denen vor allem Fotos veröffentlicht werden

Podcast

Der Begriff Podcast setzt sich aus den Begriffen „iPod“⁹ und „broadcasting“ zusammen¹⁰; somit ist auch dieser Begriff ein Marketingwort. Es ist nicht geklärt, auf wen der Begriff Podcast zurückgeht.¹¹ Parallel hierzu existiert auch der Begriff Audio-Blog.

⁶ vgl. Alby, Tom: a.a.O., S. 21

⁷ Fotoplattform: www.flickr.com (letzter Zugriff: 25.02.2009)

⁸ Videoplattform: www.youtube.com (letzter Zugriff: 25.02.2009)

⁹ Populärer MP3-Player der Firma Apple

¹⁰ vgl. Alby, Tom: a.a.O., S. 73

¹¹ Einige behaupten, es sei Dannie Gregoire gewesen; andere wiederum verweisen auf den Journalisten Hammersley (vgl. Alby, Tom: a.a.O., S.72)

Der Begriff Podcast umschreibt alle Medienbeiträge (Audio wie auch Video), die in „Serie“ erscheinen und im Internet veröffentlicht werden.

Die Themengebiete von Podcasts sind sehr breit gefächert; sie können von „Tagebucheinträgen“ bis zu „Online-Tutorials“ reichen. Podcasts können mit anderen „Web 2.0“-Instrumenten verbunden werden, zum Beispiel mit RSS-Feeds¹² oder Blogs.

Soziales Netzwerk

Damit werden Software-Systeme bezeichnet, die der menschlichen Kommunikation, Interaktion und Zusammenarbeit dienen. Soziale Software bleibt ganz in der Tradition des Webs 2.0 und wird somit rechnerunabhängig, also servergestützt und meist kostenlos im Netz angeboten. Den Systemen ist gemeinsam, dass sie alle dazu dienen, Gemeinschaften aufzubauen und zu pflegen. Der soziale Aspekt des aktiven Kontaktaufbaus steht hier also im Vordergrund.

Wiki

So genannte Wikis sind Textsysteme, welche von einer Vielzahl von Benutzern sowohl gelesen als auch online bearbeitet werden können. Wikis haben somit ein breites Anwendungsfeld (zum Beispiel in der Softwareentwicklung). Das wohl populärste Beispiel eines Wikis ist Wikipedia¹³. Sie ist als Enzyklopädie angelegt, bei der jeder Leser die Möglichkeit hat, Artikel zu lesen und auch eigene Artikel zu verfassen. Das Ziel von Wikis ist eine erhöhte Transparenz des vorhandenen Wissens. Dies wird erzielt durch ständige Aktualisierung der Informationen und allgemeine Verständlichkeit der Beiträge.

Tagging

Tagging wird im Deutschen als „Gemeinschaftliche Indexierung“ bezeichnet. Beim Tagging handelt es sich um die freie Verschlagwortung von Inhalten durch Nutzer. Die „vertaggten“ Inhalte können dann auf eine graphische Art dargestellt werden, was charakteristisch für Web 2.0-Auftritte ist. Beispiele hierfür sind Wortwolken und Aquabrowser.

RSS

RSS steht für „Really Simple Syndication“. Dies ist ein Service von Webseitenanbietern, welche auf ihre aktuellen Inhalte aufmerksam machen wollen. Der Nutzer wählt die ihn interessierenden Inhalte aus der Seite aus und abonniert sie, sodass er dann automatisch über Neuerungen in diesem Themenbereich informiert wird. Bei einem RSS-Feed handelt es sich für gewöhnlich um die Überschrift eines Artikels mit einem kurzem Textabriss und einem Link zur Quelle dieser Information. Im Gegensatz zu einer einfa-

¹² s. Kapitel 1.2 Beispiele von Web 2.0-Angeboten, RSS

¹³ <http://wikipedia.de>

chen Linkliste aktualisiert sich der RSS-Feed permanent und automatisch, was das Auffinden von aktuellen Informationen für Nutzer vereinfacht. Ursprünglich wurden RSS-Feeds ausschließlich auf Nachrichtenseiten verwendet, heute finden sie auch in Kombination mit Weblogs und Podcasts zum Einsatz.

Forum

Bei einem Forum handelt es sich um einen virtuellen Ort zum Austausch von Meinungen, Gedanken und Ideen. Im Unterschied zu einem Blog kann jeder Leser ein Thema eröffnen oder kommentieren. Foren widmen sich meist konkreten Themen, die in verschiedenen Unterthemen unterteilt und von Nutzern besprochen und diskutiert werden. Ein maßgebliches Merkmal ist, dass die Kommunikation auf Foren immer asynchron stattfindet.

Foren können Bestandteile sozialer Netzwerke enthalten, beispielsweise Profile der einzelnen Mitglieder (mit Fotos, Hobbys, Adressen), oder eine interne Nachrichtenfunktion.

Social Bookmarking

Social Bookmarks, zu Deutsch „soziale Lesezeichen“, sind Internet-Lesezeichen, die von Nutzern erstellt und veröffentlicht werden. Technisch gesehen handelt es sich dabei um eine große Sammlung von Linklisten.

Die Idee ist, dass Nutzer Zugriff auf „individuell erstellte“ Linklisten anderer Nutzer haben und somit auch deren subjektiv als wertvoll bewertete Seite besuchen können.

1.3 Chancen von Web 2.0

Web 2.0 hat sich bereits als ein nützliches Werkzeug in der Kommunikation von Menschen bewährt. Somit ist es von hoher Bedeutung, dass auch Bibliothek diesen Kommunikationskanal nicht ungenutzt lassen. Allein die Präsenz der Bibliothek in einem Web 2.0-Umfeld stellt eine große Chance dar, ein modernes Bild einer Einrichtung zu vermitteln, welche zeitgemäße Dienstleistungen zur Verfügung stellt und somit den Erwartungen des modernen Kunden zu entsprechen. Ein somit erzielter Werbeeffekt kann dabei helfen, die für Bibliotheken so schwer erreichbare junge Zielgruppe zu erschließen.

Auch der durch das Betreiben sozialer Netzwerke gewährleistete Dialog zwischen Kunden und Bibliothek, aber auch der Kunden untereinander, stellt eine Möglichkeit dar, eine Art Meinungsspiegel zu erhalten und somit die Angebote der Bibliothek noch genauer auf den Kunden zuzuschneiden.

Da Anwendungen aus dem Bereich Web 2.0 ein ständiges Mitwirken der Kunden voraussetzt, kann auch von einer dauerhaften Kundenbindung ausgegangen werden.

Dies hat beispielsweise die Kinderbibliothek der Stadtbibliothek München erkannt und eine Kommunikationsmöglichkeit in Form eines Forums in ihr Internetangebot integriert. Durch dieses sehr schön gestaltete Angebot lassen sich Chancen der Web 2.0-Technologie wahrnehmen. Das Forum ist auf der Kinderbibliotheksseite¹⁴ unter „Erfinderwerkstatt“ zu finden.

Als moderne, zeitgemäße Einrichtung stellt sich auch die US-amerikanische Ann Arbor District Library¹⁵ aus Michigan dar, welche ihren Kunden die Möglichkeit bietet, im OPAC¹⁶ Rezensionen über die Medienangebote zu verfassen. Eine solche Darstellung erinnert an das auch bei Jugendlichen beliebte Internetunternehmen Amazon¹⁷ und signalisiert einen innovativen Charakter.

¹⁴ <http://www.kiribu.de>

¹⁵ <http://www.aadl.org>

¹⁶ <http://www.aadl.org/catalog>

¹⁷ <http://www.amazon.de>

2 Angebote für junge Nutzer im Alter von 9 - 15 Jahren

In diesem Kapitel sollen Vorschläge für den Einsatz von Web 2.0-Instrumenten für die Zielgruppe Kinder und Jugendliche gemacht werden. Die Zielgruppe der 9-15-Jährigen wurde ausgewählt, da davon ausgegangen werden kann, dass jüngere Kinder meist noch keine ausreichenden Kompetenzen im Umgang mit Computern und dem Internet besitzen und Eltern daher besonders auf einen sicheren Umgang damit bedacht sind¹⁸. Die Beschränkung auf eine Altersgrenze von mindestens neun Jahren ist sinnvoll, da Kinder das Internet erst ab dem Alter von etwa acht bis neun Jahren regelmäßig und intensiv nutzen.¹⁹ Ältere Jugendliche hingegen möchten sich in der Regel deutlich von den Jüngeren abgrenzen und können bereits Angebote für Erwachsene nutzen. Im Fokus der Überlegungen stehen Bibliotheken als potenzielle Anbieter solcher Web 2.0-Angebote.

Die Ideen entstanden nach intensiver Beschäftigung mit den Themen Web 2.0, Internetangebote für Kinder sowie Jugend- und Datenschutz. Sie sollen Anreize geben, für die eigene Institution geeignete Formen und Inhalte zu finden und sind keinesfalls abschließend! Je individueller die Angebote auf die eigenen Kunden zugeschnitten werden, desto besser werden sie von ihnen angenommen.

2.1 Blog

Blogs können sowohl vermehrt informativ oder auch interaktiv genutzt werden. Informativ bedeutet, dass die Kommunikation eher einseitig ist und von Seiten der Bibliothek Inhalte zur Information der jungen Nutzer veröffentlicht werden. Dies können sein:

- **Neuigkeiten in der Kinderbibliothek**

Nachrichten, aber auch Pläne, Auffälliges, Bemerkenswertes, Kurioses aus der Kinderbibliothek; einfach alles, was die Nutzer interessiert und eine engere Verbundenheit mit der Bibliothek bewirkt.

¹⁸ vgl. European Commission [Hrsg.]: Special Eurobarometer 250. Safer Internet. – Brüssel, 2006., S. 26-31. – URL: http://ec.europa.eu/information_society/activities/sip/docs/eurobarometer/eurobarometer_2005_-25_ms.pdf, (letzter Zugriff: 25.02.09)

¹⁹ vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): KIM-Studie 2008. Kinder und Medien, Computer und Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6-13-Jähriger in Deutschland. – Stuttgart: 2009, S. 38f.
URL: <http://mpfs.de/fileadmin/KIM-pdf08/KIM08.pdf> (letzter Zugriff: 25.02.2009)

- **Ankündigung von Veranstaltungen**
Im Mittelpunkt stehen selbstverständlich diejenigen der eigenen Bibliothek. Interessant können aber auch Veranstaltungen sein, die außerhalb der Bibliothek beziehungsweise von anderen Veranstaltern stattfinden.
- **Buchbesprechungen**
Sie sind ein gutes Werbemittel, um für den eigenen Bestand und seine Aktualität zu werben und Nutzer in die Bibliothek zu locken.
- **Nachrichten mit aktuellem Bezug**
Einbindung fremder, aber kindgerechter Inhalte (Videos, Podcasts, Verlinkung von Kindernachrichten) zu aktuellen Themen.
- **Linklisten**
Sammlung von Links geeigneter Kinderwebseiten zu bestimmten Themen, die (nicht zwingend) einen aktuellen Bezug haben. Gut geeignet sind Referatsthemen!

Eine interaktive Nutzung des Blogs sieht hauptsächlich Aktionen der Nutzer vor, während die Bibliothek lediglich Impulse dafür gibt. Beispiele hierfür sind:

- **Umfragen, Meinungen zu Themen der Kinderbibliothek**
Denkbare Themen sind beispielsweise Meinungsumfragen zur Neugestaltung der Kinderbibliothek, zu Bestandsschwerpunkten oder zur Neuanschaffung technischer Geräte wie Computer, Audio- oder TV-Anlagen sowie Spielekonsolen.
- **Fortsetzungsgeschichte**
Verfasst werden die Fortsetzungsgeschichten durch Bibliotheksnutzer.
- **Rätsel, Quiz, Gewinnspiel, Wettbewerb**
Die jungen Nutzer werden so bei geringer Hemmschwelle motiviert, sich einzubringen und zu beteiligen. Eventuell können auch kleine Preise für die Gewinner vergeben werden.
- **Mal- und Bastelvorlagen**
Diese können zum Download bereitgestellt werden.

2.2 Podcast

Wenn nicht auf fertige Tonproduktionen zurückgegriffen wird²⁰, lassen sich Podcasts auch mit einfachen Mitteln selbst herstellen. Dabei kommt es nicht unbedingt auf per-

²⁰ Bei der Verwendung fremder Produktionen ist unbedingt das Urheberrecht zu beachten! Die Bereitstellung solcher Inhalte muss mit dem Rechteinhaber geklärt und gegebenenfalls eine Lizenzgebühr bezahlt werden.

fekte Aufnahmen aus dem Tonstudio an und auch das Schneiden der Aufnahmen kann beispielsweise mit (kostenloser) Freeware²¹ erledigt werden.

- **Auszüge aus Büchern**
Selbst vorlesen oder Auszüge aus einem Hörbuch verwenden und jungen Nutzern Lust auf die Bibliothek machen.
- **Vorlesen von Geschichten**
Kurzgeschichten vorlesen lassen oder eigene Geschichten/Märchen erzählen.
- **Mitschneiden von Lesungen**
Lesungen oder andere Veranstaltungen in der Bibliothek oder außerhalb können mitgeschnitten und für (Nicht-)Teilnehmer bereitgestellt werden.
- **Videopodcast der Woche**
Ein Podcast mit Videos, also Bildern und Ton.
- **fremdsprachige Gedichte, Geschichten**
Interkulturelle Bibliotheksarbeit mit Web 2.0: Kinder und Jugendliche fremde Sprachen erleben lassen – möglich sind Gedichte, Lieder, Gespräche: fremdsprachig, mehrsprachig, mit oder ohne Übersetzungen bis hin zum Sprachkurs!
- **Fortsetzungsgeschichte**
Regelmäßige und schrittweise Veröffentlichung einer Geschichte.

2.3 Soziales Netzwerk

Soziale Netzwerke boomen derzeit im World Wide Web. Besonders unter Jugendlichen sind sie weit verbreitet und bieten viele Möglichkeiten. Ebenso groß wie der Nutzen beziehungsweise Spaßfaktor sind aber auch die Risiken, die sie bergen – ein bedachter und vorsichtiger Umgang mit sozialen Netzwerken ist dringend angeraten (vgl. Kapitel 3, S. 15f und Kapitel 4.4, S. 19f).

Trotz allem bieten soziale Netzwerke Chancen, die im Folgenden dargestellt werden:

- **Vernetzung von Bibliothekskunden**
Die Kunden haben die Möglichkeit, andere Bibliothekskunden kennen zu lernen und neue Kontakte zu knüpfen oder Freundschaften zu schließen. Die Bindung zur Bibliothek wächst; auch als sozialer Treffpunkt gewinnt die Bibliothek an Bedeutung.
- **Profil anlegen mit persönlichen Daten, Fotos, Interessen**
Als Voraussetzung für eine Vernetzung beziehungsweise das Knüpfen neuer Kontakte können Kunden sich selbst darstellen und Informationen über sich veröffentlichen.

²¹ Audacity: Der freie, betriebssystemunabhängige Autoeditor.
URL: <http://audacity.sourceforge.net/> (letzter Zugriff: 25.02.2009)

- **Gründung von Interessengruppen, Diskussionsforen**
Nutzer mit ähnlichen Interessen können sich in Interessengruppen zusammenschließen und in themenbezogenen Foren diskutieren und sich weiterbilden.
- **Einbindung mehrerer Web 2.0-Instrumente**
Im Sinne der „Mashups“²² können mit fremden Inhalten eigene Angebote kreiert werden; vorhandene Inhalte werden für die eigenen Nutzer auf der eigenen Plattform genutzt.

2.4 Forum

- **Gestaltung als Treffpunkt**
Hier kommen die Bibliotheksnutzer an einem zentralen Punkt zusammen.
- **Vorgegebene Diskussionsthemen**
Die Moderatoren des Forums legen die Themen grob fest, um eine gewisse Ordnung zu halten und die Diskussionsthemen in eine bestimmte Richtung zu lenken. So kann beispielsweise eine „Fünf-Freunde-Ecke“, eine „Krimi-Ecke“ oder eine „Tier-Ecke“ entstehen.
- **„Schnatter-Ecke“ mit allgemeinen Themen**
Als Ausgleich für themenspezifische Diskussionsforen kann es auch immer einen Bereich geben, in dem vermeintlich „Sinnloses“ gepostet werden kann beziehungsweise in dem alleine die Nutzer die Themen bestimmen. Dies sorgt für eine stärkere Nutzung und damit Bindung an das Angebot.
- **Umfragen**
Üblich ist auch die Einbindung von Umfragen in Diskussionsforen, um ein schnelles Meinungsbild zu bekommen.

2.5 Rezensionen & Ratings

Besonders in OPACs oder (falls vorhanden) Kinder-OPACs sind solche Funktionen sinnvoll. Nutzer können damit Rezensionen zu Medien aus dem Bestand schreiben oder Bewertungen abgeben, welche andere Nutzer als Entscheidungsgrundlage hinzuziehen können.

- **Kommentarfunktion**
Kommentarfunktionen erlauben den Kunden, jederzeit ihre Meinung zu äußern, Verbesserungsvorschläge zu machen oder sich an Diskussionen zu beteiligen.
- **Bewertungsfunktion**
Durch Bewertungsfunktionen kann schnell und sehr einfach eine Bewertung abgegeben werden, ohne, dass ein Text verfasst werden muss (beispielsweise durch Schulnoten oder Sterne).

²² vgl. Kapitel 1.1, S.4

2.6 RSS – Really Simple Syndication

- **Neuigkeiten**

Die klassische Anwendung von RSS-Feeds: das Abonnement von Nachrichten und Neuigkeiten. Bei jeder Veröffentlichung neuer Inhalte werden die Abonnenten benachrichtigt.

- **Podcasts**

Neue Podcasts können per RSS-Feed beworben werden. Besonders, wenn die Podcasts nicht streng regelmäßig erscheinen, ist diese Art der Verbreitung sinnvoll.

- **OPAC**

RSS-Feeds lassen sich auch in OPACs integrieren. Nutzer können so beispielsweise alle Neuerscheinungen eines bestimmten Autors, Verlags oder etwas zu einem bestimmten Thema abonnieren.

- **Blog-Einträge**

Auch neue Blogeinträge kann man per RSS-Feed bekannt machen, sodass die Nutzer nicht regelmäßig kontrollieren müssen, ob es schon neue Einträge gibt.

2.7 Ungeeignete Angebote

Viele, aber nicht alle Web 2.0-Angebote lassen sich gut auf die Nutzergruppe Kinder und Jugendliche übertragen. Aus diesem Grund wurden einige der in Kapitel 1 erwähnten Instrumente bislang nicht dargestellt. Aus unserer Sicht ist der Umgang mit folgenden Angeboten für Kinder und Jugendliche problematisch:

- **Wikis**

Das Prinzip der Wikis ist, dass sie nicht nur jedermann lesen, sondern sich auch jedermann als Verfasser betätigen kann. Kindern und Jugendlichen im Alter von 9-15 Jahren mangelt es in der Regel jedoch an der nötigen Informationskompetenz und dem Fachwissen, um in einem seriösen Wiki mitschreiben zu können.

- **Social Bookmarking**

Der Bonus von Social Bookmarking im Vergleich zur bekannten „normalen“ Linkliste ist der, dass sich die Verfasser mit anderen Personen oder Institutionen, die ähnliche Links gespeichert haben, verlinken können. So kann man mit wenigen Klicks auf andere, interessante Links des gleichen Themengebiets kommen, aber auch auf völlig andere Themengebiete stoßen, die andere Personen interessieren. Hier liegt besonders für Kinder die Gefahr, schnell auf ungeeignete oder jugendgefährdende Inhalte zu gelangen. Besonders im akademischen Bereich hat Social Bookmarking seine Berechtigung, für Kinder allerdings sind Linklisten völlig ausreichend.

- **Tagging**

Für die Vergabe von Schlagworten ist ein gewisses Maß an Erfahrung mit Bibliothekskatalogen beziehungsweise Suchstrategien notwendig, das Kinder und Jugendliche noch nicht unbedingt besitzen. Zu groß ist die Gefahr, dass zu viele oder sinnlose Begriffe vergeben werden oder Rechtschreibfehler auftauchen.

3 Grenzen und Gefahren

Neben den genannten Chancen von Web 2.0, welche diese Angebote zweifelsohne bieten, müssen jedoch gerade im Anbetracht der jungen Zielgruppe auch mögliche Grenzen und Gefahren bedacht werden. Zum einen natürlich speziell aus Sicht des Anbieters; zum anderen aber auch unter pädagogischen Gesichtspunkten.

3.1 Bibliothekarische Sicht

Friedrich Figge und Katrin Kopf²³ haben die Chancen und Risiken der Bibliothek 2.0 etwas genauer unter die Lupe genommen und weisen unter anderem darauf hin, dass durch die stärkere Miteinbeziehung der Bibliotheksbenutzer traditionelle Aufgaben von BibliothekarInnen, insbesondere im Bereich der Erwerbung und der Erschließung, verloren gehen.

Was die Web 2.0-Kommunikation betrifft, so ist fragwürdig, ob solch neue Kommunikationswege tatsächlich auch die propagierten Vorteile bringen. Im Gegensatz zu einem persönlichen Gespräch ist beispielsweise bei einem Foreneintrag mit langen Reaktionszeiten zu rechnen. Des Weiteren entsprechen die Qualität der Fragen und insbesondere der Antworten nicht immer den Standards des bibliothekarischen Auskunftsdienstes. Ebenso bedeutet es für die Bibliothek einen Imageverlust, wenn die neuen Angebote nicht angenommen werden.²⁴ Vor allem bei RSS-Feeds besteht die Gefahr, dass das Bibliotheksangebot als „Ganzes“ zugunsten maßgeschneiderter Informationen vernachlässigt wird.²⁵ Die Angebote sollten daher nicht dem Selbstzweck dienen, sondern das gesamte Bibliotheksangebot unterstützen.

Die Implementierung von Web 2.0-Angeboten kann sehr zeitintensiv sein. Dies bezieht sich zum einen auf die technische Einrichtung der Angebote, besonders aber auf die regelmäßigen Qualitäts- und Sicherheitskontrollen, die es vor allem im Hinblick auf die Zielgruppe Kinder durchzuführen gilt.

3.2 Pädagogische Sicht

Bereits mit dem Aufkommen des Radios beobachtete Berthold Brecht, dass nun die Möglichkeit bestand „allen alles zu sagen, aber man hatte, wenn man es sich recht überlegte, nichts zu sagen“²⁶. Etwa 80 Jahre später scheint diese These im Hinblick auf

²³ Figge, Friedrich; Kopf, Katrin: Chancen und Risiken der Bibliothek 2.0: Vom Bestandsnutzer zum Bestandsmitgestalter. – In: Bibliotheksdienst 41(2007)2, S. 139-149.

²⁴ vgl. Figge, Friedrich; Kopf, Katrin: a.a.O., S. 139-149

²⁵ vgl. Plieninger, Jürgen: „Bibliothek 2.0“ und digitale Spaltung. In: BuB 60(2008)3, S. 223

²⁶ vgl. Brecht, Berthold: Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. In: Berthold Brecht: Gesammelte Werke in 20 Bänden. – Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1967. – Bd. 18, S. 128

Web 2.0 aktueller wie nie zuvor: dadurch, dass jeder einzelne die Möglichkeit hat, Inhalte im Internet selbst zu generieren, können natürlich auch urheberrechtsverletzende, sinnlose und vor allem jugendgefährdende Inhalte ins Netz gestellt werden.²⁷ „Eine Generation zieht sich online aus“²⁸ formulierte hierzu der Spiegel treffend.

Besonders Kinder sind gefährdet, persönliche Daten unbewusst oder unbedacht preiszugeben. Durch Hyperlinks können diese Daten mit anderen Daten in Verbindung gebracht²⁹ oder zu Werbezwecken verwendet werden.³⁰ Ebenso sind sie durch die Preisgabe ihrer Daten nicht vor lästigen Verfolgern geschützt.

Das Web 2.0 als Internetplattform birgt auch gerade bei Kindern die Gefahr gegenseitigem (öffentlichem) Mobbings. Die Betreiber fördern durch ihre Angebote die öffentliche Selbstdarstellung; im Extremfall verschwinden die Grenzen zwischen Öffentlichkeit und Privatem.³¹

²⁷ vgl. Figge, Friedrich; Kropf, Katrin: a.a.O., S. 148

²⁸ vgl. Hornig, Frank: Ein bunter, chaotischer Marktplatz. In: Spiegel special (2007)3, S. 6ff.
URL: <http://wissen.spiegel.de/wissen/dokument/dokument.html?id=52058374&top=SPIEGEL>
(letzter Zugriff: 25.02.2009)

²⁹ vgl. Kantel, Jörg: Ping, Tags und Social Software – Communitybildung und Medienkonvergenz durch neue Publikationsformen im Internet. In: Ertelt, Jürgen [Hrsg.]: Web 2.0: Jugend online als pädagogische Herausforderung. – München: kopaed, 2008. – S. 35

³⁰ vgl. Schindler, Wolfgang: Mit Netz und doppeltem Boden? Perspektiven pädagogischer Arbeit mit Jugendlichen im Web 2.0. In: Ertelt, Jürgen [Hrsg.]: a.a.O., S. 43 ff.

³¹ vgl. Neuß, Norbert: „Web 2.0“. Neue Aufgaben für Medien- und Sozialpädagogik. – o.J.
URL: http://www.gmk-net.de/termine/pdf/Norbert_Neuss_August%202007_web2_0.pdf (letzter Zugriff: 25.02.2009)

4 Hinweise für die Entwicklung von Web 2.0-Angeboten

Um den aufgezeigten Grenzen und Gefahren entgegen zu wirken, werden im Folgenden Tipps für Web 2.0-Anbieter vorgestellt. Im Hinblick auf die junge Zielgruppe werden zunächst einige allgemeingültige Ratschläge, die sich auf alle Web 2.0-Instrumente beziehen, vorgestellt. Ferner gibt es Ratschläge, die speziell einen oder einige wenige Dienste betreffen. Diese werden in Kapitel 4.2 bis 4.5 vorgestellt.

4.1 Allgemein

- **Angebotsspektrum: weniger ist mehr**
Bei der Implementierung von Web 2.0-Angeboten ist es ratsam, sich auf nur wenige Angebote zu beschränken. So kann ein gewisser Qualitätsstandard sicher gestellt werden und die von den Nutzern generierten Inhalte des Angebots lassen sich besser überblicken.
- **Regelmäßige Veröffentlichung**
Das Web 2.0-Portal sollte von der Bibliothek regelmäßig gepflegt werden. Das bedeutet auch, regelmäßig neue Inhalte zu veröffentlichen, um Professionalität zu signalisieren.
- **Regelmäßige Kontrollen**
Gerade im Kinder- und Jugendbereich sollten bei allen „Web 2.0“-Angeboten, deren Inhalt von Kunden generiert werden können, regelmäßige Kontrollen stattfinden. Nur so kann sichergestellt werden, dass die Angebote zu sinngemäßen Zwecken verwendet werden.
- **Einheitliches Layout**
Es empfiehlt sich, ein einheitliches Layout für die Internet- oder Web 2.0-Angebote zu verwenden. Gerade für Kinderseiten sind beispielsweise Maskottchen oder bestimmte (Comic-)Bilder geeignet.
- **Richtlinien schriftlich festlegen**
Richtlinien im Umgang mit beispielsweise jugendgefährdenden Inhalten sollten festgelegt und schriftlich dokumentiert werden, so dass alle Mitarbeiter, die mit den Web 2.0-Angeboten vertraut sind, eine gemeinsame Handlungsgrundlage haben.
- **Reaktion auf Kundenbeiträge**
Ratschläge, Beschwerden oder Anfragen sollten nicht nur zur Kenntnis genommen werden, sondern auch eine Reaktion von Seiten der Bibliothek hervorrufen. Sei es durch eine (möglichst schnelle) Antwort auf eine Anfrage oder beispielsweise auch durch Veränderungen im Bibliotheksbestand.

- **Informieren über (Administrations-)Rechte**
Wer Web 2.0-Dienste anbieten möchte, sollte sich vorab ausführlich über Administrationsrechte und -pflichten informieren.
- **Kontinuierliche Weiterentwicklung**
Die Angebote sollten nicht statisch sein, sondern kontinuierlich weiterentwickelt werden. Das bedeutet zum Beispiel auch, sich regelmäßig über neue Versionen von Diensten zu informieren und diese gegebenenfalls auch zu implementieren.
- **Mitarbeiter schulen**
Alle Mitarbeiter, die an der Erstellung und Pflege der Angebote beteiligt sind, sollten vorab ausreichend informiert und geschult werden.

4.2 Blogs

- **Kindgerechte Formulierung**
Besonders in Blogs, die normalerweise relativ textlastig sind, sollten Sätze möglichst kurz und für Kinder leicht verständlich sein.
- **Regelmäßige Einträge**
Blogs dienen häufig dazu, Neuigkeiten wie zum Beispiel Veranstaltungshinweise bekannt zu geben. Daher sollte hier besonderen Wert auf Aktualität gelegt werden.
- **Große Schriftgröße**
Vor allem Kinder neigen dazu, Texte mit kleineren Schriftgrößen zu übergehen. Daher ist es ratsam, eine möglichst große Schriftgröße zu wählen, die leichter zu lesen ist.
- **Viele Bilder und wenig Text**
Gerade Kinder sind durch visuelle Reize leichter zu erreichen. Daher sollten Blogs weniger textlastig, sondern bunt und vor allem auch bebildert sein.
- **Kommentarfunktion anbieten**
Wie es in Blogs normalerweise üblich ist, sollten Kinder die Möglichkeit haben, selbst Kommentare zu den Blogeinträgen hinzufügen zu können.
- **Anreize für Beteiligung schaffen**
Falls die Angebote nicht genutzt werden, hilft es, Anreize zur Beteiligung zu schaffen; beispielsweise durch ein Gewinnspiel oder eine Umfrage.

4.3 Podcasts

- **Urheberrechte klären**
Insbesondere bei Podcasts, die von Autoren gesprochen werden oder eine urheberrechtlich geschützten Inhalt aufweisen, sollten Urheberrechte vorab geklärt werden.

- **Kurze Abspieldauer**
Da Kinder im Vergleich zu Erwachsenen eine relativ kurze Aufmerksamkeitsspanne haben, ist es ratsam die Abspieldauer der Podcasts sehr gering zu halten. So kann Langeweile verhindert werden.
- **Langsame und deutliche Sprache, Hochdeutsch**
Damit Kinder mühelos den Inhalt nachvollziehen können, sollte beim Aufnehmen der Podcasts möglichst langsam gesprochen werden. Eine deutliche Aussprache ohne Dialekt führt ebenfalls zum besseren Verständnis.
- **Kindgerechtes Vokabular und Grammatik**
Die Angebote sollten sich auf den Wortschatz und Entwicklungsstand der Zielgruppe beziehen. Das heißt beispielsweise auch, dass schwierige Fremd- oder Fachwörter oder verschachtelte Sätze vermieden werden sollten.
- **Kombination mit RSS-Abonnement**
Um sicher zu stellen, dass Podcasts von Kindern auch angehört werden, kann man zusätzlich ein RSS-Abonnement einrichten, so dass die Interessenten über die jeweils aktuellsten Podcasts informiert sind.
- **Regelmäßige Veröffentlichung**
Auch hier trägt eine regelmäßige Veröffentlichung zur professionellen Wirkung des Angebotes und zur Bindung der Kinder an den Webauftritt der Bibliothek bei.

4.4 Soziale Netzwerke

- **Beschränkung auf Bibliothekskunden**
Aus Sicherheitsgründen sollten sich ausschließlich Bibliothekskunden im sozialen Netzwerk anmelden können. Dies kann beispielsweise durch Pflichteingabe der Benutzernummer gewährleistet werden. Die Beschränkung auf Bibliothekskunden hat auch den Vorteil, dass gemeinsame Interessengruppen leichter zu finden sind.
- **Kommunikation ausschließlich öffentlich**
In den meisten sozialen Netzwerken gibt es die Möglichkeit, private Nachrichten an Personen zu verschicken. In Anbetracht der jungen Zielgruppe ist es allerdings sinnvoll, die Kommunikation zwischen den Bibliothekskunden ausschließlich öffentlich, beispielsweise über ein Gästebuch oder ähnlichem, zu gestatten, um eine höhere Sicherheit garantieren zu können.
- **Nur eingeschränkte Selbstdarstellung ermöglichen**
Um der Kritik an der öffentlichen Selbstdarstellung gerecht zu werden, sollten Kindern nicht die Möglichkeit gegeben werden sich selbst im Web zur Schau zu stellen. Dies wird unter anderem mit der eingeschränkten Veröffentlichungsmöglichkeit personenbezogener Daten gewährleistet (s. unten).

- **Sehr wenige personenbezogene Daten**
Es ist sicher zu stellen, dass keine personenbezogenen Daten wie Adresse, Fotos, E-Mail-Adresse, Telefonnummer, Fotoalben etc. auf dem jeweiligen Nutzerprofil veröffentlicht werden können. Es gilt der Grundsatz: je weniger personenbezogene Daten, desto sicherer das Netzwerk.
- **Kindgerechte Benutzeroberfläche**
Die Benutzeroberfläche sollte einfach gestaltet und vor allem übersichtlich sein, so dass sich die Kinder schnell auf der Plattform zurechtfinden.
- **Daten ohne Gewähr**
Die Bibliothek selbst sollte für die Netzwerkinhalte keine Gewähr leisten, da nie ganz ausgeschlossen werden kann, dass sich rechtlich unzulässige Inhalte auf den einzelnen Profilen befinden.

4.5 Foren

- **Jugendfreier Inhalt**
Im Forum ist selbstverständlich auf jugendfreien Inhalt zu achten. Dies gilt insbesondere für die Themenwahl der einzelnen Threads als auch für die einzelnen Forenbeiträge.
- **Regelmäßige Kontrollen**
Foren sind meist „Selbstläufer“, deren Inhalte ausschließlich von Kunden generiert werden. Daher sind gerade bei Foren regelmäßige, stichprobenartige Kontrollen von Nöten.
- **Allgemeine Themen**
Sinnvoll ist, nicht nur bibliotheksrelevante Themengebiete zu unterstützen, sondern auch allgemeine Themen wie Sport, Musik oder Kinofilme zu zulassen. Dies kann dabei hilfreich sein, Kinder noch stärker an die Bibliothek und ihrem Webangebot zu binden.
- **Schreibanreize**
Ein leeres Forum trägt selbstverständlich nicht zum Image des Web-Angebots bei. Daher sollten in diesem Fall Schreibanreize gemacht werden; Fragen wie beispielsweise „Wer ist euer Lieblingsautor?“ können den Anstoß geben.
- **Verhaltenskodex**
Ein leicht verständlicher, auf der Startseite befindlicher Verhaltenskodex weist Kindern im Umgang mit dem Forum den Weg und kann unrechtes Verhalten gegenüber anderen Kindern verhindern
- **Übersichtlichkeit**
Das Forum sollte möglichst überschaubar bleiben, um sorgfältige Sicherheitskontrollen gewährleisten zu können. Daher ist es sinnvoll, die Anzahl der Threads auf beispielsweise 20 zu beschränken.

5 Zusammenfassung und Ausblick

Web 2.0 bietet große Chancen im Bibliotheksbereich: neben der stärkeren Kundenbindung signalisiert die Bibliothek, dass sie eine moderne, trendbewusste Einrichtung ist, die über alle Zugangskanäle erreichbar ist.

Daneben bietet Web 2.0 die Möglichkeit ein auf herkömmliche Weise oft schwer zu erlangendes „Stimmungsbild“ der Zielgruppe der 9- bis 15-Jährigen zu erfassen. Die Einrichtung solcher Angebote ist vergleichsweise unaufwändig; besondere Programmierkenntnisse sind nicht erforderlich. Wichtiger ist die sorgfältige Pflege des Angebots: gerade die junge Zielgruppe darf nicht mit zweifelhaften Inhalten in Kontakt geraten.

Daher ist es notwendig, sich über mögliche Gefahren bewusst zu sein und die in dieser Arbeit aufgeführten Hinweise zu berücksichtigen. Ferner sollten alle Angebote genau durchdacht und konzipiert werden; nicht alle Instrumente eignen sich für den Einsatz in Bibliotheken. Chancen und Risiken sollten abgewogen werden.

Eine wichtige Rolle spielen auch die Rahmenbedingungen sowie die strategische Planung der jeweiligen Einrichtung. So kann es Bibliotheken gelingen Qualitätsarbeit zu liefern.

Literaturverzeichnis

Alby, Tom: Web 2.0 : Konzepte, Anwendungen, Technologien. – München [u.a.]: Hanser, 2007.

Behrendt, Jens; Zeppenfeld, Klaus: Web 2.0. – Berlin [u.a.]: Springer, 2008.

Brecht, Berthold: Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. In: Berthold Brecht: Gesammelte Werke in 20 Bänden. – Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1967. – Bd. 18.

Budde, Philipp: Didaktische Potenziale neuer Medien – Lernen mit Web 2.0-Anwendungen zwischen Vermittlung und Entwicklung. München: Grin, 2007. Zugl.: Paderborn, Univ., Dipl.-Arb., 2007.

European Commission [Hrsg.]: Special Eurobarometer 250. Safer Internet. – Brüssel, 2006.

URL: http://ec.europa.eu/information_society/activities/sip/docs/eurobarometer/eurobarometer_2005_25_ms.pdf (letzter Zugriff: 25.02.09)

Figge, Friedrich; Kropf, Katrin: Chancen und Risiken der Bibliothek 2.0: Vom Bestandsnutzer zum Bestandsmitgestalter. – In: Bibliotheksdienst 41(2007)2, S. 139-149.

Gleich, Uli: Nutzung und Funktionen neuer Medien bei Kindern und Jugendlichen. In: Media-Perspektiven (2007)10. – S. 529-534.

Hornig, Frank: Ein bunter, chaotischer Marktplatz. In: Spiegel special (2007)3, S. 6ff. URL: <http://wissen.spiegel.de/wissen/dokument/dokument.html?id=52058374&top=SPIEGEL> (letzter Zugriff: 25.02.2009)

Kantel, Jörg: Ping, Tags und Social Software – Communitybildung und Medienkonvergenz durch neue Publikationsformen im Internet. In: Ertelt, Jürgen [Hrsg.]: Web 2.0: Jugend online als pädagogische Herausforderung. – München: kopaed, 2008. – S. 251-266.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): KIM-Studie 2008. Kinder und Medien, Computer und Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6-13-Jähriger in Deutschland. – Stuttgart: 2009.

URL: <http://mpfs.de/fileadmin/KIM-pdf08/KIM08.pdf> (letzter Zugriff: 25.02.2009)

Neuß, Norbert: „Web 2.0“. Neue Aufgaben für Medien- und Sozialpädagogik. – o.J.
URL: http://www.gmk-net.de/termine/pdf/Norbert_Neuss_August%202007_web2_0.pdf (letzter Zugriff: 25.02.2009)

Plieninger, Jürgen: „Bibliothek 2.0“ und digitale Spaltung. In: BuB 60(2008)3. – S. 220-223.

Schindler, Wolfgang: Mit Netz und doppeltem Boden? Perspektiven pädagogischer Arbeit mit Jugendlichen im Web 2.0. In: Ertelt, Jürgen [Hrsg.]: Web 2.0: Jugend online als pädagogische Herausforderung. – München: kopaed, 2008. S. 43ff.

Literatur zur weiteren Information

Danowski, Patrick; Heller, Lambert: Bibliothek 2.0: Die Zukunft der Bibliothek? In: Bibliotheksdienst 40(2006)11. – S. 1275-1271.

URL: http://www.zlb.de/aktivitaeten/bd_neu/heftinhalte2006/DigitaleBib011106.pdf (letzter Zugriff: 25.02.2009)

Drewes, Detlef: Fernsehen, Internet und Co. Wie Kinder Medien sinnvoll nutzen können. – Augsburg: Sankt Ulrich Verlag, 2002.

Feil, Christine (Hrsg.): Internet für Kinder: Hilfen für Eltern, Erzieherinnen und Lehrkräfte. – Opladen: Leske + Budrich, 2001.

Plieninger, Jürgen: In Weblogs schreiben. Hrsg. Berufsverband Information Bibliothek / Kommission für One-Person Librarians. 2007. (Checklisten ; 20)

URL: <http://www.opus-bayern.de/bib-info/volltexte/2007/414/pdf/check20.pdf> (letzter Zugriff: 25.02.2009)

Plieninger, Jürgen; Stabenau, Edlef: Nutzung und Einsatz von RSS. Hrsg. Berufsverband Information Bibliothek / Kommission für One-Person Librarians. 2006. (Checklisten ; 14)

URL: <http://www.opus-bayern.de/bib-info/volltexte/2006/221/pdf/check14.pdf> (letzter Zugriff: 25.02.2009)

Plieninger, Jürgen; Stabenau, Edlef; Heller, Lambert: Never run a changing system? : Über die Chancen des Einsatzes „Sozialer Software“ in der Bibliotheksarbeit. In: B.I.T.online 10(2007)3. – S. 223-230.

URL: http://www.opus-bayern.de/bib-info/volltexte/2008/424/pdf/BITonline3_07_Plieninger_Stabenau_Heller.pdf (letzter Zugriff: 25.02.2009)

RTL DISNEY Fernsehen GmbH & Co. KG (Hrsg.): Ganz privat im Web 2.0 : Wie Kinder und Jugendliche das Web 2.0 in ihre Lebenswelten integrieren.

URL: <http://www.superrtl.de/Portals/0/Mediadaten/Web-2.0-Studie.pdf> (letzter Zugriff: 25.02.2009)

Spließ, Christian: Blick durchs Podoscope: Webseiten, die man kennen sollte. In: Bibliothek. Forschung und Praxis 31(2007) 2. – S. 220-224.

URL: http://www.bibliothek-saur.de/2007_2/220-224.pdf (letzter Zugriff: 25.02.2009)

Stabenau, Edlef; Plieninger, Jürgen: Weblogs nutzen und erstellen. Hrsg. Berufsverband Information Bibliothek / Kommission für One-Person Librarians. 2007. (Checklisten ; 18)

URL: <http://www.opus-bayern.de/bib-info/volltexte/2007/413/pdf/check18.pdf> (letzter Zugriff: 25.02.2009)