

Instagram-Nutzungskonzept

des Projekts Digitalisierung in der Lehrerbildung Tübingen (TüDiLB) – Zentrum für
Forschung und Transfer

Ein Verbund der Universität Tübingen und des Leibniz-Instituts für Wissensmedien

Das Projekt „Digitalisierung in der Lehrerbildung Tübingen (TüDiLB) – Zentrum für Forschung und Transfer“ ist ein Verbund der Universität Tübingen und des Leibniz-Instituts für Wissensmedien. TüDiLB hat neben der Forschung und Konzeptentwicklung von Lehrbildungsmaßnahmen für das Unterrichten mit digitalen Medien einen Schwerpunkt in der Translation und Transformation von Forschungsergebnissen. Die Aufbereitung und Kommunikation von Forschungsergebnissen des Zentrums und anderer Institutionen sowie die Aufbereitung und Bereitstellung von videobasierten Lehr- und Lernangeboten sind zentraler Bestandteil der Aufgaben des Zentrums.

Daher ist die Nutzung von Social-Media-Kanälen Teil der Öffentlichkeitsarbeit von TüDiLB und erfolgt auch über Instagram. Mit dem vorliegenden Nutzungskonzept übernimmt TüDiLB entsprechend der Richtlinie des Landesbeauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit (LfDI) zur Nutzung von sozialen Netzwerken durch öffentliche Stellen als öffentliche Stelle ihre Verantwortung und Vorbildfunktion zur Nutzung sozialer Medien. Bitte beachten Sie dazu auch unsere Datenschutzerklärung und Abschätzung der Folgen der Instagram-Nutzung.

1. Allgemeines zu Instagram

Instagram ist ein soziales Netzwerk für Fotos und Videos mit kurzen Begleittexten sowie für kurze Stories aus mehreren Fotos und/oder Videos. Registrierte Nutzer/innen können über diesen Dienst kostenlos ihre Inhalte veröffentlichen, sich mit anderen Nutzer/innen vernetzen, deren Beiträge kommentieren und „ liken“. Die Benutzer/innen können Profile abonnieren, so dass sie deren Nachrichten im eigenen Instagram-Feed lesen können. Vorteile von Instagram sind seine große Reichweite und die Nutzung von Hashtags zur thematischen Zuordnung und Suche von Inhalten.

Mehr Informationen zu Instagram finden Sie hier: <https://www.instagram.com/about/us/>

2. Zweck der Nutzung von Instagram durch die Universität Tübingen

Mit der Einrichtung eines Instagram-Profiles von TüDiLB werden die bestehenden Kommunikationskanäle von TüDiLB in die Öffentlichkeit wie Webseite und Informationsveranstaltungen sinnvoll ergänzt.

Mit Hilfe des Instagram-Profiles lässt sich ein vielfältiges Bild vom Lernen, Lehren und Forschen rund um das Thema digitalen Medien und Digitalisierung zeichnen. Das Instagram-Profil ermöglicht dabei eine niederschwellige und weitreichende Verbreitung unserer Forschungsergebnisse und Lernangebote, unserer Forschungsthemen und besonderer Veranstaltungen des TüDiLBs und eine unmittelbare Reaktion auf das jeweilige Geschehen

über Fotos, Stories und Impressionen. Gerade im Hinblick auf die Zielgruppe der angehenden und bereits aktiven Lehrpersonen sowie Akteur/innen in der Lehrer/innenbildung, die sich mit der Digitalisierung beschäftigen, haben wir festgestellt, dass wir diese teils viel direkter über soziale Kanäle, wie Instagram erreichen können, zumal interessierte Empfänger/innen unseren Kanal abonnieren und auch Inhalte unseres Instagram-Kanals teilen können. Des Weiteren können wir über den direkten Dialog mit Lehrpersonen, Akteur/innen der LehrerInnenbildung und Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern sowie der interessierten Öffentlichkeit Meinungsbilder einholen und wertvolles Feedback erhalten, um unsere Aufgabenerfüllung zu optimieren.

3. Art und Umfang der Nutzung von Instagram durch die Universität Tübingen

Das Instagram-Profil von TüDiLB informiert die Nutzer/innen kontinuierlich über aktuelle Themen aus Forschung und Studium rund um das Thema „Lehren und Lernen mit digitalen Medien“ innerhalb von TüDiLB und Partnerforschungseinrichtungen sowie Institutionen in der Lehrer/innenbildung.

Regelmäßige Inhalte der Bild- und Video-Beiträge von TüDiLB sind beispielsweise:

- Good-Practice-Videos zum Lehren und Lernen mit digitalen Medien im Unterricht
- Tutorials zum Einsatz ausgewählter Bildungstechnologien (z. B. VR-Brillen)
- Beiträge zu einzelnen, aktuellen Themenfeldern der Mediendidaktik und Medienerziehung (z. B. „Cybermobbing“)
- Vorstellung von Forschungsthemen und –ergebnissen aus TüDiLB
- Berichterstattung von Veranstaltungen des TüDiLBs z. B. mit prominenten Rednerinnen und Rednern oder Kooperationstreffen
- Reaktion/ Interaktion mit Lehrpersonen, Akteur/innen in der Lehrer/innenbildung, Bürgerinnen und Bürgern, Unternehmen und öffentlichen Stellen
- Reposts von Bildern und Videos anderer Instagram-User/innen mit Bezug zu Themen von TüDiLB

Neben eigenen Beiträgen werden auch Videobeiträge anderer Forschungseinrichtungen und -projekte geteilt, wenn ein Zusammenhang zu TüDiLB besteht. Konkrete Verwaltungsleistungen wie eine Beratung im Einzelfall werden dagegen über diesen Kommunikationsweg nicht angeboten. Hier wird bei entsprechenden Anfragen auf die klassischen Kommunikationskanäle per Telefon oder E-Mail der jeweils zuständigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von TüDiLB verwiesen.

4. Verantwortlichkeiten für die redaktionelle/technische Betreuung:

Die Verantwortlichkeit für die redaktionelle Betreuung des Instagram-Kanals von TüDiLB liegt bei Andreas Lachner (andreas.lachner@uni-tuebingen.de).

5. Alternative Informations- und Kontaktmöglichkeiten:

Wir weisen die Nutzer/innen darauf hin, dass das Instagram-Profil lediglich eine zusätzliche Option darstellt, um mit TüDiLB in Kontakt zu treten oder Informationen zu erhalten. Alternativ können die Informationen auch über die entsprechenden Verlinkungen auf unserem Internet-Angebot unter <https://www.tuedilb-tuebingen.de/> oder auf den weiteren verlinkten Webseiten abgerufen werden.

Mit allen Anfragen können Sie sich grundsätzlich an unseren zentralen Posteingang sekretariat.tuedilb@ife.uni-tuebingen.de wenden.

Anschrift:

Geschäftsführung: Prof. Dr. Andreas Lachner

Kontakt: andreas.lachner@uni-tuebingen.de

Keplerstr. 17
72074 Tübingen

Tel: +49 (0) 7071-29-77454

6. Selbstverpflichtung

Dieses Nutzungskonzept wird einmal im Jahr von uns hinsichtlich des Ob und Wie der Nutzung evaluiert. Diese Evaluierung berücksichtigt die Nutzungszahlen und Reichweiten sowie die Zielgruppenstruktur und das Nutzungsverhalten der Netzwerke.