

SPECIALIST INFORMATIEVAARDIGHEDEN

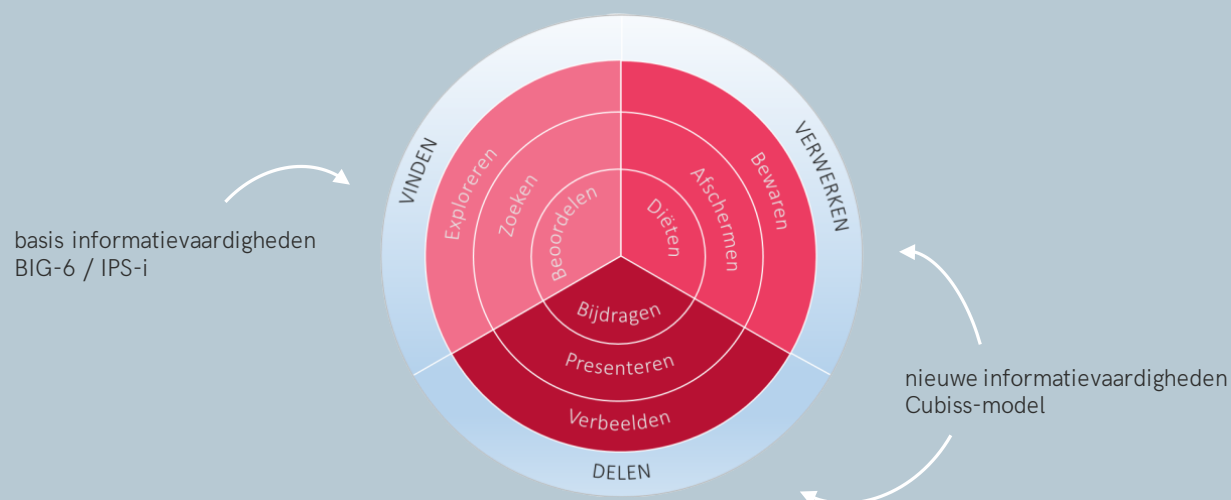
6 MAART - 8 APRIL



In de opleiding **Specialist informatievaardigheden** ontwikkel je je verder als informatievaardigheidenspecialist. De nadruk ligt op *online* informatie. Immers, de eigen gedrukte collectie ken je als geen ander. In dit opleidingstraject breid je je expertise uit naar het online domein.

In de eerste twee opleidingsdagen (van de zes in totaal) ga je aan de slag met de basis informatievaardigheden: informatie zoeken, beoordelen en samenbrengen. Je leert doelgroepen (bijv. scholieren die bezig zijn met hun profielwerkstuk) deze taken beter te volbrengen via jouw workshops en lessen.

De basis voor deze eerste twee dagen is de klassieke opvatting van informatievaardigheden volgens het Big Six model (en de Nederlandse variant, het IPS-i model). In de volgende vier dagen ga je aan de slag met informatievaardigheden-nieuwe-stijl. Door nieuwe technologieën en toepassingen zijn de aard en vorm van informatie veranderd. Dit vraagt om nieuwe informatievaardigheden. We sluiten daarvoor aan bij het door Cubiss in 2017 samen met GO Opleiding Mediacoach ontwikkelde informatievaardighedenmodel. In vier opleidingsdagen leer je hoe je doelgroepen informatie beter kunt laten verwerken (bewaren & organiseren) en delen (bijdragen, presenteren en verbeelden).



DAG 1

SLIMMER ZOEKEN: STRATEGIEËN OM BETER INFORMATIE TE ZOEKEN, BEOORDELEN EN SYNTHETISEREN

Omdat iedereen kan zoeken (althans, dénkt dat te kunnen ;)) moet je als informatievaardigheidenspecialist iets brengen dat Google en Siri niet bieden. Eén element daarvan is kennis van succesvolle zoekstrategieën. Je maakt in dit onderdeel kennis met door informatiewetenschappers ontwikkelde modellen voor het succesvol zoeken en samenbrengen van informatie, zoals het Big6, het IPS-i, het Zeven Pijlers en het ANCIL model. Je bepaalt in dit onderdeel welk model het best past bij jouw persoonlijke voorkeuren en bij de behoeften van je doelgroepen. Gewapend met deze bagage kun je zelfverzekerder en overtuigender aan de slag als informatievaardigheidenspecialist. 6 maart

SLIMMER ZOEKEN: OPTIMAAL GEBRUIK MAKEN VAN GOOGLE EN ALTERNATIEVE ZOEKMACHINES

In dit onderdeel leer je alles over Google wat jouw doelgroepen willen weten. Aan de orde komen de technieken achter Google, geavanceerd zoeken, zoekoperatoren en zoeken via aanverwante diensten van Alphabet (het moederbedrijf van Google). Ook komen handige trucs aan de orde die jouw doelgroepen nog niet kennen. Verder maak je kennis met alternatieve zoekmachines die jouw doelgroepen kunnen gebruiken om andere (vaak objectievere) informatie te vinden dan Google geeft, of waarbij meer privacy gewenst is. 6 maart

DAG 2

SLIMMER ZOEKEN: VERBORGEN INFORMATIESCHATTEN: DIGITALE BRONNEN, PORTALEN EN DATABANKEN

Veel informatie kun je vinden via de gebruikelijke zoekmachines. Maar er is ook een schat aan informatie waar je jouw doelgroepen gelijk naar door kunt verwijzen. In dit onderdeel maak je kennis met parels van het internet: bijzondere bronnen, verrassende websites, geweldige portalen en rijk gevulde databanken waar schatten aan informatie voor jouw doelgroepen verborgen liggen. Daarnaast verken je het Deep (en soms Dark) Web. De reguliere zoekmachines hebben toegang tot een kleine vijf miljard websites. Op die sites staat slechts een half procent van de informatie op het Deep Web staat. In dit onderdeel verken je de mooiste plekken van dit verborgen deel van het web. 13 maart

INFORMATIE BEWAREN, ORGANISEREN EN TERUGVINDEN

Voor jouw doelgroepen is informatie *terugvinden* vaak een groter probleem dan informatie *vinden*. In dit onderdeel leer je hoe jouw doelgroepen een eigen informatiesysteem kunnen opzetten, waarbij ze de informatie tijdens het zoeken handig kunnen opslaan en organiseren. Ook maak je kennis met apps waarmee doelgroepen informatie die ze toevallig tegenkomen (bijv. na school- of werktijd) kunnen toevoegen aan bestaande dossiers. Daarnaast verken je tools voor het delen van informatie om beter te kunnen samenwerken. En omdat digitale tools niet voor alles een oplossing bieden, maak je ook kennis met geheugentechnieken waarmee leer jouw doelgroepen informatie beter kunnen onthouden. 13 maart

DAG 3

STAND-UP INFORMATIEVAARDIGHEDEN: ANDEREN *ON THE SPOT* HELPEN INFORMATIE TE VINDEN

Een goede frontoffice medewerker weet bij elke vraag de klant rechtstreeks naar de juiste boekenkast te leiden. In het digitale tijdperk is het daarnaast van belang de bezoeker direct op weg te kunnen helpen op het internet. In dit onderdeel leer je je eigen kennis van het internet productief te maken. Daarnaast maak je kennis met websites die onmisbaar zijn voor iedereen die anderen digitaal wil doorverwijzen. Tot slot verken je enkele handige tools voor online begeleiding en nazorg bij zoekvragen. 20 maart

INFOMINDEREN: EEN BEWUST INFORMATIEDIEET VOLGEN

Via notificaties, pushberichten, pop-ups, feeds en email komt er bij vrijwel iedereen meer informatie binnen dan zinvol te verwerken is. Bij veel internetgebruikers leidt deze 'information overload' tot een (meer of minder ernstige) vorm van 'infobesitas'. In dit onderdeel leer je jouw doelgroepen hiervan bewust te maken, leer je ze oplossingsstrategieën te ontwikkelen, en leer je welke digitale tools je kunt inzetten om online consumptie te reguleren. Daarnaast leer je met jouw doelgroepen in gesprek te gaan over wat de inhoud van al deze media met je doen, want: je bent wat je opent, aanklikt en bekijkt. Tot slot gaan we in dit onderdeel in op hoe een gezond en gevarieerd informatiedieet eruit ziet. 20 maart

DAG 4

EEN INFOGRAPHIC ZEGT MEER DAN 1000 WOORDEN: INFORMATIE VISUALISEREN & PRESENTEREN

In het digitale tijdperk is zoveel informatie beschikbaar, dat mensen steeds minder tijd hebben om geschreven informatie te lezen. Veel bedrijven, organisaties en instellingen kiezen er daarom voor om hun informatie visueel te presenteren met behulp van infographics. In dit onderdeel leer je jouw doelgroepen hun informatie visueel te maken. Aan de orde komen handige gratis en freemium Do-It-Yourself softwareprogramma's waarmee je infographics kunt maken. In dit onderdeel ga je met deze tools zelf infographics maken en krijg je tips hoe je verschillende doelgroepen er zelf met plezier mee aan de slag kunt laten gaan. 27 maart

SHARING IS CARING: INFORMATIE DELEN, TOEVOEGEN & BIJDRAGEN

Onder meer David Lankes is kritisch op de manier waarop we informatievaardigheden lange tijd hebben vormgegeven. Informatievaardigheden was te lang gericht op het vinden van informatie van anderen. De achterliggende aanname was dat de kennis van autoriteiten (zoals auteurs en uitgeverijen) waardevoller zou zijn dan de kennis van mensen zélf. In een meer op empowerment gerichte benadering van informatievaardigheden moet het vooral ook gaan om het toevoegen van de kennis informatie en expertise die mensen zélf in huis hebben. In dit onderdeel leer je jouw doelgroepen te empoweren door ze vaardig te maken in het delen van waardevolle ervaringen en het toevoegen van nuttige en inspirerende kennis aan forums, databanken en sociale media. 27 maart

DAG 5

NEPNIEUWS & DESINFORMATIE

In dit onderdeel leer je doelgroepen bewust te maken van het fenomeen nepnieuws. Allereerst leer je jouw doelgroepen te laten verkennen wat nepnieuws nu precies is. Daarbij komen alle vormen van nepnieuws aan de orde, van flagrante leugens tot verborgen propaganda en van hoaxes tot desinformatie. Ook gaan we in op de techniek achter nepnieuws, inclusief trollen en bots. In dit onderdeel leer je voorts hoe je een workshop of lessenserie kunt aanpakken, en welke bestaande producten en programma's je kunt inzetten. Uiteraard leer je jouw doelgroepen ook hoe ze zelf nepnieuws kunnen produceren (onder andere met behulp van enkele hilarische online tools). 3 april

DAG 6

DIGITALE TOOLS VOOR INFORMATIEVAARDIGHEDEN

De laatste jaren zijn er verschillende digitale tools uitgebracht op het gebied van informatievaardigheden, zoals Brainy en Webwetters. In dit onderdeel verken je de beste en handigste van deze programma's, maak je er hands-on kennis mee, en leer je hoe je ze in kunt zetten voor jouw doelgroepen. 8 april

©, CC, AVG: HOE HET PRECIES ZIT

In eerdere onderdelen heb je geleerd hoe je doelgroepen kunt empoweren om zelf informatie te laten maken en delen. Wat je niet wilt, is dat iemand van hen een gepeperde rekening op de mat krijgt van Getty vanwege auteursrechtsschending of een kind op de foto zet zonder toestemming van de ouders. In dit onderdeel leer je hoe je jouw doelgroepen accuraat kunt informeren over de actuele stand van zaken op het gebied van copyright, auteursrecht, beeldrecht, privacywetgeving. Naast deze wettelijke kant gaan we ook in op de richtlijnen van belangrijke platforms zoals YouTube. Ten slotte krijg je handige tips over waar en hoe je doelgroepen goed rechtenvrij materiaal kunt laten vinden. 8 april

SCHRIJVEN VOOR WIKIPEDIA

Bijdragen aan Wikipedia is een vak apart. In dit onderdeel leer je hoe Wikipedia werkt. Je leert met jouw doelgroepen aanvullingen te doen en bewerkingen uit te voeren die het kritische oog van de Wikipedia-editors overleven. 8 april

MEER INFO

opleidingscoördinator Daniël Lechner
daniel@gomediacoach.nl
0652306327
www.gomediacoach.nl

PRIJZEN

(7 dagen): €2250,- (15%
pakketskorting)
afzonderlijke opleidingsdagen: €375,-