



Universität Konstanz
Informationswissenschaft

Fachinformation über Bildschirmtext

Eine Studie zur Kapazität der
Distributionspotentiale eines "Neuen Mediums"

Achim Obwald

Bericht 13/85

Oktober 1985

I n h a l t

1.	Bezugsrahmen der Untersuchung	2
2.	Begrifflichkeiten	4
2.1.	Information	4
2.2.	Fachinformation in Organisationen	5
3.	Das Neue Medium Bildschirmtext	6
3.1.	Charakteristika Neuer Medien	6
3.2.	Die Einführung von Btx	6
3.3.	Eigenschaften des Mediums Btx	7
4.	Untersuchung des Btx-Angebotes	9
4.1.	Konzeption und Ziele der Untersuchung	9
4.1.1.	Modellfall 1	10
4.1.2.	Modellfall 2	11
4.2.	Untersuchungsverfahren	11
4.2.1.	Vorgehensweise bei Modellfall 1	11
4.2.2.	Vorgehensweise bei Modellfall 2	12
4.3.	Zusammenfassende Bewertung der Ergebnisse	13
4.3.1.	Ergebnisse aus Modellfall 1	13
4.3.2.	Ergebnisse aus Modellfall 2	15
5.	Auswahl der speziell betrachteten Aspekte	16
6.	Aktualität der Informationsangebote	18
6.1.	Beurteilungskriterien	18
6.2.	Folgerungen für die Fachinformationsvermittlung	22
7.	Interaktivität - und ihre Grenzen	23
7.1.	Beurteilungsgrundlagen	23
7.2.	Folgerungen für die Fachinformationsvermittlung	24
8.	Selektivität oder: Wie suchen, um zu finden ?	25
8.1.	Vorüberlegungen	25
8.1.1.	Suchsysteme auf der POST-Ebene	27
8.1.2.	Suchhilfen auf der Anbieter-Ebene	31
8.1.2.1.	Anbieterverbundlösung	31
8.1.2.2.	Inhaltserschließung eines Angebotes	32
8.1.3.	Suchhilfen auf der Teilnehmer-Ebene	34
8.2.	Folgerungen für die Fachinformationsvermittlung	35
9.	Schlußbetrachtung	36
	Literaturverzeichnis	38

Zusammenfassung:

Die Vermittlungspotentiale neuer Telekommunikationsmedien verändern die Verfahren sowie die Struktur der Bereitstellung und Verteilung von Wissen. Als erste reagieren Informationsanbieter auf diesen Umstand. Unter Berücksichtigung der Wirkungskräfte des Marktes wählen sie spezielle Distributionsformen aus. Die ausgewählten Verfahren zielen zumeist auf Informationsbedürfnisse, deren Befriedigung marktgerecht erfolgen kann. Unklar blieb bisher, ob hierdurch das Spektrum der Distributionsformen von Wissen weiter ausdifferenziert wird oder ob es auch zur Substitution bisheriger Verfahren kommt.

Im Hinblick auf diese Fragestellung untersucht der Autor das Bildschirmtext-System. Als empirische Grundlage bedient er sich dabei der Ergebnisse einer Anfang 1985 speziell auf Fachinformationsbedürfnisse in Organisationen hin modellierten Problemstellung. Die Betrachtung konzentriert sich dabei auf die wesentlichen medialen Charakteristika von Bildschirmtext: Aktualität, Interaktivität sowie Selektivität. Es wird analysiert, in welchen Bereichen und inwieweit diese Eigenschaften - alleine und im Zusammenspiel - ein konkurrierendes Potential zu Eigenschaften herkömmlicher Distributionsformen bilden. Hieraus werden Einschätzungen hinsichtlich der Entwicklungen im Spektrum der Informations-Distributionsformen abgeleitet.

Aufgrund dieser Analyse wird dem öffentlich zugänglichen Bildschirmtextsystem eine allenfalls ergänzende Funktion bei der Fachinformationsvermittlung bescheinigt. Der Grund: Noch zu viele Mängel vermindern die Auffindbarkeit und Attraktivität der Angebote. Einige von ihnen sind in den medialen Eigenschaften von Btx begründet. Für die anderen werden Vorschläge zu ihrer Behebung entwickelt.