
Von Mr Classic zu Mr Nerd: Wie Forschende soziale Medien nutzen

Doreen Siegfried, ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft

Zusammenfassung:

Unter Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern lassen sich vier Typen differenzieren, die ein signifikant unterschiedliches Verhalten in ihrer Nutzung und ihrer Einstellung gegenüber Social-Web-Anwendungen zeigen: Ms Maker, Mr Tech, Mr Classic und Mr Nerd. Grundlage für die Identifizierung dieser Social-Media-Typen ist die Auswertung von 778 Online-Fragebögen, die von Anfang September bis Mitte Oktober 2013 erhoben wurden. Erfragt wurde die Nutzung von Social-Media-Instrumenten für die tägliche Arbeit in Forschung, Lehre, Administration und Wissenschaftskommunikation. Neben Intensität und Kontext der Nutzung von Web-2.0-Diensten wurden auch die Gründe für Nutzung bzw. Nicht-Nutzung einzelner Kanäle sowie generelle Einstellungen gegenüber Social-Media-Werkzeugen erfragt.

Summary:

Among scientists, four types of personality can be identified whose usage and attitude towards social web applications show significant variations: Ms Maker, Mr Tech, Mr Classic and Mr Nerd. This typification is based on 778 online questionnaires received between September and October 2013. The survey sampled the usage of social media tools for daily routines in research, teaching, administrative work and scholarly communication. The survey asked questions about the intensity and the context in which Web 2.0 services are used, about the reasons for (not) using certain channels, and about general attitudes towards social media tools.

Zitierfähiger Link (DOI): [10.5282/o-bib/2014H1S174-180](https://doi.org/10.5282/o-bib/2014H1S174-180)

Autorenidentifikation: *Siegfried, Doreen*: GND 130583545

1. Ziel der Untersuchung

Soziale Medien sind aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken. Im Januar 2014 lag die Zahl der aktiven Nutzerinnen und Nutzer von Facebook in Deutschland laut Statistik bei 26 Millionen Menschen.¹ Das zeigt: Unser Privatleben ist bereits zum größten Teil von den Angeboten des Social Web durchdrungen. Aber wie sieht es im beruflichen Alltag aus? Nutzen auch Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler die neuen Tools für ihre Arbeit?

Der Leibniz Bibliotheksverbund Forschungsinformation (Goportis)² ist der Frage nach der Bedeutung von Social Media im wissenschaftlichen Alltag im letzten Jahr nachgegangen und beteiligte sich

1 Vgl. Statista: Aktuelle Statistiken und Informationen zu Facebook. <http://de.statista.com/themen/138/facebook/> (17.11.2014).

2 In Goportis arbeiten die drei Zentralen Fachbibliotheken zusammen: ZB MED – Leibniz-Informationszentrum Lebenswissenschaften, die Technische Informationsbibliothek (TIB) und die ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft. Nähere Informationen: www.goportis.de

an einer bundesweiten Studie. Im sogenannten „Science 2.0 Survey“ wurden Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler zur Nutzung von Social-Media-Instrumenten befragt. Da zum Thema erst sehr wenige Untersuchungen existieren, interessierten zum einen rein explorative Fragestellungen, wie die generelle Nutzung von Diensten unter demografischen Gesichtspunkten wie Geschlecht, Alter, Funktion und wissenschaftlicher Status oder Fächergruppe. Von Seiten Goportis stand zum anderen die Frage im Fokus, ob sich in den Daten bestimmte Nutzungstypen identifizieren lassen, die sich durch bestimmte Merkmalskombinationen und Nutzungsmuster beschreiben lassen.

2. Zur Methode

Das Untersuchungsdesign der Online-Befragung orientierte sich an den Vorarbeiten von Pscheida und Köhler (2013).³ Hinzu kamen Modifikationen und Überarbeitungen des Fragebogens aus dem Jahr 2012 in Sachsen durch die Goportis-Partner. Insgesamt haben sich 63 Hochschulen an der Online-Befragung beteiligt. Nach der Datenbereinigung und den Plausibilitätsprüfungen blieben 778 gültige Datensätze von Personen, die den Online-Fragebogen ausgefüllt haben.

Es wurde eine Online-Befragung durchgeführt mit Fragen zu folgenden Aspekten:⁴

- Demografie: Alter (Geburtsjahr) und Geschlecht
- Spezifik der wissenschaftlichen Tätigkeit: aktuelle Funktion bzw. wissenschaftlicher Status, Fächergruppe, Hochschulart, aktueller Tätigkeitsschwerpunkt, bisherige Dauer der Tätigkeit im Hochschulbereich
- Engagement in der wissenschaftlichen Community (Anzahl der Teilnahmen an Konferenzen, Mitgliedschaften in Fach- und Berufsorganisationen, Anzahl der Ämter in Fach- und Berufsorganisationen)
- Nutzung von Web 2.0-Diensten beruflich und privat
- Kenntnis und Nutzung von verschiedenen Online-Werkzeugen und Web 2.0-Anwendungen
- Art der Nutzung ausgewählter Dienste: eher passiv (lesen oder abonnieren, Videos oder Fotos ansehen) oder eher aktiv (Beiträge oder Artikel schreiben, Beiträge anderer Personen kommentieren, Videos oder Fotos hochladen)
- Häufigkeit der Nutzung von verschiedenen Online-Werkzeugen und Web 2.0-Anwendungen in den Abstufungen (a) mehrmals täglich, (b) täglich, (c) mehrmals wöchentlich, (d) wöchentlich, (e) monatlich und (f) seltener
- Kontext der Nutzung von verschiedenen Online-Werkzeugen und Web 2.0-Anwendungen in den Ausprägungen (a) privat/beruflich, (b) Lehre, (c) Forschung, (d) Wissenschaftsadministration sowie (e) Wissenschaftskommunikation
- Gründe für die Nutzung bzw. Nichtnutzung von Web 2.0-Diensten für die berufliche Tätigkeit Einstellung gegenüber dem Einsatz von Web 2.0 und Internet im akademischen Alltag mit den Einstellungsskalen bzw. Konstrukten

3 Pscheida, Daniela; Köhler, Thomas: Wissenschaftsbezogene Nutzung von Web 2.0 und Online-Werkzeugen in Sachsen 2012. Studie des „eScience – Forschungsnetzwerk Sachsen“, Dresden: TUDpress, 2013.
[http://www.qucosa.de/recherche/frontdoor/?tx_slubopus4frontend\[id\]=10627](http://www.qucosa.de/recherche/frontdoor/?tx_slubopus4frontend[id]=10627)

4 Vgl. ebda.

- Sorgen hinsichtlich Privatsphäre
- Ängstlichkeit im Umgang mit Sozialen Medien
- Aufgeschlossenheit für Neue Medien
- Selbstbewusstsein im Umgang mit Neuen Medien
- Quelle für Informationen über neue Web 2.0-Dienste (wie erfahren Sie von neuen Online-Werkzeugen?)
- Welche Endgeräte werden für den Zugriff auf die Web 2.0-Dienste eingesetzt?

3. Ergebnisse

Demografische Variablen - Beschreibung der Stichprobe

Unter den Befragten gab es 41,5 % Wissenschaftlerinnen und 56,8 % Wissenschaftler. Im Mittel waren die Befragten 40,15 Jahre alt. Aus den beiden Altersgruppen „25-29 J.“ und „30-34 J.“ rekrutierten sich die meisten Befragten (zusammen: 41,3 %). 5,6 % der Befragten waren älter als 60 Jahre.

61,7 % der Befragten waren an einer Universität oder Hochschule beschäftigt und 35,5 % an einer Fachhochschule. Die Teilnehmenden aus dem Süden und Westen Deutschlands waren in der Stichprobe etwas unterrepräsentiert. Die häufigsten höchsten akademischen Abschlüsse der Befragten waren die Promotion (38,3 %), das Diplom (25,4 %) und der Master (14,4 %). Zudem nahmen 76 Habilitierte teil (9,8 %). Am häufigsten nahmen Professorinnen und Professoren (31,6 %) teil, hinzu kamen wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und wissenschaftliche Mitarbeiter (29,3 %) sowie Doktorandinnen und Doktoranden, die gleichzeitig wissenschaftliche Mitarbeiter/inn/en waren (20,1 %).

Im Schnitt waren die Befragten zum Zeitpunkt der Untersuchung seit 9,8 Jahren an einer wissenschaftlichen Einrichtung beschäftigt; darunter waren aber auch viele Personen mit kürzerer Beschäftigungszeit. Zu den größten Fächergruppen im vorliegenden Sample gehörten die Mathematik und Naturwissenschaften (25,3 %), die Ingenieurwissenschaften (16,6 %), die Kultur-, Geistes- und Erziehungswissenschaften (13,5 %) sowie die Wirtschaftswissenschaften mit 10,7 %.

Fast alle Befragten arbeiteten zumindest zum Teil auch in der Forschung (92,2 %), der Großteil auch in der Lehre (87,4 %). Die Wissenschaftsadministration gehörte dagegen nur bei 67 % zu ihrem Tätigkeitsfeld und die Wissenschaftskommunikation erklärten 44,6 % der Befragten zu einem Teilgebiet ihrer wissenschaftlichen Tätigkeit. Wenn die Befragten angeben sollten, wie sich ihr Zeitbudget auf diese Tätigkeitsbereiche prozentual verteilt, so stellt man fest, dass im Durchschnitt 34,6 % des Zeitbudgets für die Forschung aufgewendet wurde, 38,7 % für die Lehre, 12,1 % für die Wissenschaftsadministration, und 6,2 % für die Wissenschaftskommunikation.

Die meisten Befragten nahmen im Jahr 2012 ein- bis zweimal pro Jahr an Konferenzen teil (49 %). Immerhin nahmen 22,8 % an keiner Konferenz teil; 28 % nahmen pro Jahr dreimal oder sogar häufiger an Konferenzen teil. Die meisten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler besitzen ein bis drei Mitgliedschaften in Berufs- oder Fachorganisationen (56,4 %) und 15,4 % üben mindestens ein Amt in einer Fachorganisation aus.

Nutzung von Web 2.0-Diensten

Der Dienst, der von den meisten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern genutzt wird, ist Wikipedia (98,5%). Ebenfalls von vielen Befragten genutzt werden Video- oder Foto-Community-Portale wie YouTube oder Flickr (78,70%). Eher wenige Befragte nutzen Microblogs wie z.B. Twitter (15,7%) oder Social-Bookmarking-Dienste wie z.B. Delicious oder Bibsonomy (6,0%).⁵

Nutzung beruflich oder privat

Unterscheidet man zwischen eher beruflicher und eher privater Nutzung, kann festgestellt werden, dass Lernmanagementsysteme (48,1%) sowie Literaturverwaltungsdienste wie z.B. Mendeley oder Zotero (43,6%) besonders häufig im beruflichen Kontext eingesetzt werden.

Nutzungsintensität

Schaut man sich die Intensität der Nutzung bestimmter Web 2.0-Dienste an, so kann man feststellen, dass die größte Gruppe der Intensivnutzer/inn/en (tägliche bis mehrmals tägliche Nutzung) unter den Nutzerinnen und Nutzern der sozialen Netzwerke zu finden ist (34%).

Interessant ist weiterhin, dass Wikipedia als der am häufigsten genutzte Dienst fast 30% Intensivnutzer/inn/en aufweist (54% Durchschnittsnutzer/inn/en und 14,7% gelegentliche Nutzer/inn/en). Andere Dienste mit hohen Anteilen an Intensivnutzer/inn/en sind Content-Sharing oder Cloud-Dienste (31,3%) und Lernmanagementsysteme (29,1%).

Aktive oder passive Nutzung

Vergleicht man die Angaben zur aktiven oder eher passiven Form der Nutzung von Web 2.0-Diensten, so kann man feststellen, dass die Mehrheit der Befragten einen eher passiven Nutzungsstil pflegt: Dies heißt, Artikel werden eher gelesen statt geschrieben, Beiträge werden eher abonniert, statt selbst verfasst oder kommentiert.

Nutzungsschwerpunkte

Ein weiterer Aspekt war die Frage danach, in welchem Tätigkeitsbereich bestimmte Web 2.0-Dienste eingesetzt werden. Hier zeigte sich, dass im Rahmen der Lehre am häufigsten Wikipedia eingesetzt wird (60,7%) sowie Lernmanagementsysteme (42,4%). Im Rahmen der Forschung werden besonders häufig Wikipedia (55,8%) sowie Anwendungen zur Literaturverwaltung (41,5%) genutzt. Im Kontext der Wissenschaftskommunikation werden neben klassischen Mailinglisten (39,5%) am häufigsten Videokonferenz- und VoIP-Systeme (31,9%) sowie wissenschaftliche oder berufliche Netzwerke (31,2%) eingesetzt.

Wenn es um die Wissenschaftsadministration geht, werden besonders häufig Content-Sharing oder Cloud-Dienste (20,2%) sowie Videokonferenz- und VoIP-Dienste (14,3%) verwendet.

5 Die detaillierten Ergebnisse können hier nachgelesen werden: http://www.goportis.de/fileadmin/downloads/aktuelles/Bericht_escience_2_0_Hochschulsample_Download.pdf.

Konkrete Nutzungszwecke im Rahmen der Forschungstätigkeit

Wenn es um Abstimmungen oder Kommunikation mit anderen Personen geht, werden am häufigsten Videokonferenz- und VoIP-Systeme eingesetzt. Wenn es eher um das Thema Datenerhebung und Datenauswertung geht, werden bevorzugt Tools wie Literaturverwaltungen oder aber auch Wikipedia eingesetzt. Geht es um den Austausch von Informationen, werden besonders häufig Content-Sharing-Dienste bzw. Cloud-Dienste sowie Dienste zur Durchführung von Videokonferenzen und VoIP eingesetzt. Steht der Datenaustausch im Vordergrund, werden vor allem Content Sharing und Cloud-Dienste wie z.B. Dropbox, Slideshare eingesetzt. Für den Austausch von Materialien werden ebenfalls besonders häufig Content-Sharing und Cloud-Dienste eingesetzt. Über die Hälfte der Befragten gibt an, für die Recherchetätigkeit auf Wikipedia zurückzugreifen. Literaturverwaltungstools spielen ebenfalls eine Rolle für die Recherche.

Grundsätzliche Gründe für eine Nutzung der Dienste

Am häufigsten nutzen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler Web 2.0-Dienste, „weil es praktisch ist“ und „weil es die Arbeit bzw. Kommunikation erleichtert“ und/oder beschleunigt.

Grundsätzliche Gründe für eine Nicht-Nutzung der Dienste

Zu den durchweg wichtigsten Gründen, warum Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler bestimmte Web 2.0-Dienste nicht einsetzen, gehören folgende: „weil sie keinen Mehrwert in der Nutzung dieser Anwendung sehen“ und „weil sie aktuell keinen Bedarf an technischer Unterstützung in dieser Form haben“. Ein wichtiger Grund für die Nicht-Nutzung von sozialen Netzwerken, wie Facebook und Co. liegt darin, dass Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler mit den Nutzungsbedingungen nicht einverstanden sind.

Von neuen Online-Werkzeugen erfahren die meisten Befragten von Kolleginnen und Kollegen sowie durch Freunde oder Bekannte. Andere Quellen wie Fachzeitschriften spielen keine so große Rolle.

Wenn die Befragten auf die Web 2.0-Dienste zugreifen, tun die meisten dies mit ihrem Notebook oder PC. Fast 50 % nutzen dazu aber auch schon ein Smartphone. Der Begriff „Virtuelle Forschungs-umgebung“ ist fast allen Forschenden unbekannt. 87,9% der Befragten können mit dem Begriff nichts anfangen.

2. Identifizierung von typischen Web 2.0-Nutzergruppen

Insgesamt konnten mittels Clusteranalyse vier Social-Media-Typen in der Wissenschaft identifiziert werden, die nach charakteristischen Eigenschaften benannt wurden:

- Mr Nerd
- Mr Classic
- Mr Tech
- Ms Maker

Hier eine Übersicht der Social-Media-Nutzung für alle vier Typen:

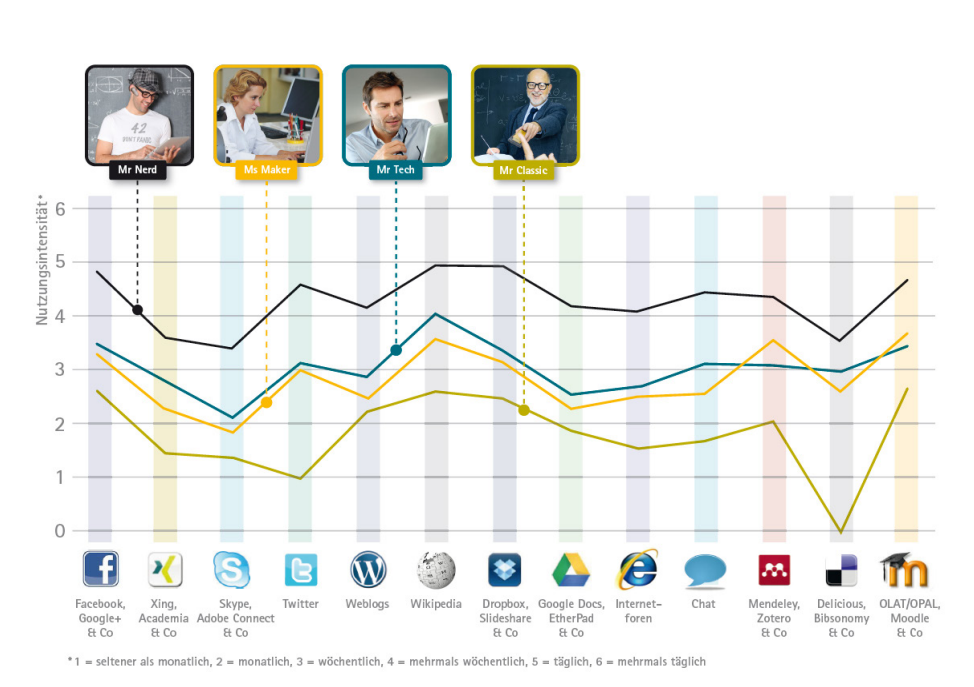


Abb. 1: Die vier Social-Media-Typen in der Wissenschaft. Copyright: Gopartis

43% der Befragten lassen sich dem Typus *Mr Tech* zuordnen. Dieser Typ ist damit der häufigste Nutzertyp unter den befragten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern. *Mr Tech* ist technikaffin und sozialen Medien gegenüber aufgeschlossen. Er experimentiert gerne mit neuen Tools. Durchschnittlich einmal wöchentlich nutzt er die unterschiedlichen Social-Media-Kanäle. Für ihn steht dabei auch Spaß im Fokus. Zu den Instrumenten, die er nutzt, zählen Wikipedia, soziale Netzwerke wie Facebook oder Google Plus sowie Content-Sharing-Dienste wie Dropbox.

Im Gegensatz zu ihm hat *Ms Maker* mehr Skrupel gegenüber sozialen Netzwerken und dem Web 2.0. Auch sie nutzt die unterschiedlichen Social-Media-Kanäle durchschnittlich einmal in der Woche. *Ms Maker* hat einen pragmatischen Umgang mit den Instrumenten, die sie verwendet: Sie nutzt, was ihr den Arbeitsalltag erleichtert. Zu ihren bevorzugten Tools zählen daher Lernmanagement- und Literaturverwaltungssysteme. Dem Typus *Ms Maker* lassen sich – das unterscheidet sie auch von den anderen Typen – fast ausschließlich Frauen zuordnen. Die Wissenschaftlerinnen machen sich – und das ist der signifikante Unterschied zu den vorwiegend männlichen Vertretern der Gruppe *Mr Tech* – wesentlich mehr Gedanken um Sicherheit und Privatsphäre im Netz.

Mr Nerd steht den neuen Medien sehr aufgeschlossen gegenüber und sorgt sich nur wenig um Sicherheit und Privatheit. Er hat großen Spaß daran, neue Tools und Features im Web 2.0 auszuprobieren. Im Vergleich zu Ms Maker und Mr Tech ist er viel aktiver in der Wissenschaftskommunikation und nutzt mehr Social-Media-Instrumente als die anderen Typen.

Ganz anders *Mr Classic*: Er steht den neuen Instrumenten wenig aufgeschlossen gegenüber und sieht keinen Bedarf an diesen Tools. Wenn er Web 2.0-Dienste nutzt, dann überwiegend, weil es von ihm gefordert wird. Daher ist er auch nur einmal im Monat oder sogar noch seltener im Social Web unterwegs. Seine bevorzugten Kanäle sind Lernmanagementsysteme wie OLAT/OPAL oder Moodle. Von den Befragten ist die Gruppe des Mr Classic mit 8,6% die kleinste.

Literaturverzeichnis

- Pscheida, Daniela; Köhler, Thomas: Wissenschaftsbezogene Nutzung von Web 2.0 und Online-Werkzeugen in Sachsen 2012. Studie des „eScience – Forschungsnetzwerk Sachsen“, Dresden: TUDpress, 2013.
[http://www.qucosa.de/recherche/frontdoor/?tx_slubopus4frontend\[id\]=10627](http://www.qucosa.de/recherche/frontdoor/?tx_slubopus4frontend[id]=10627)