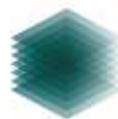


Leibniz - Bibliotheksverbund Forschungsinformation



Berufliche Nutzung von Social-Media-Diensten in der Wissenschaft
Umfrageergebnisse 2013/2015

Birte Lindstädt
Ulrike Ostrzinski



TIB LEIBNIZ-INFORMATIONSZENTRUM
TECHNIK UND NATURWISSENSCHAFTEN
UNIVERSITÄTSBIBLIOTHEK



Leibniz-Informationszentrum
Lebenswissenschaften

ZBW

Leibniz-Informationszentrum
Wirtschaft,
Leibniz Information Centre
for Economics

Mitglied der
Leibniz
Leibniz-Gemeinschaft

Die Studien

2013

Die vier Social-Media-Typen in der Wissenschaft
Ergebnisse einer bundesweiten Studie



Ms Maker Mr Tech

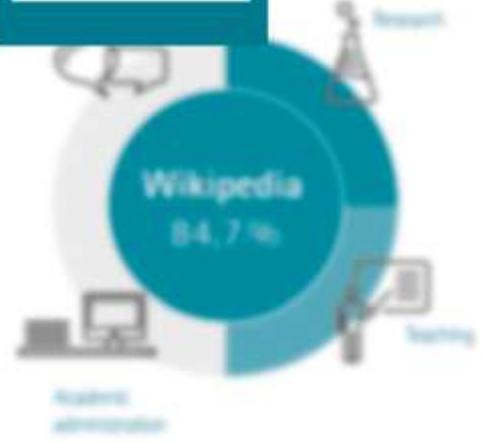
Mr Classic Mr Nerd



Leibniz-Bibliotheksverbund
Forschungsinformation

2015

Nutzung von Social-Media-Diensten in der Wissenschaft



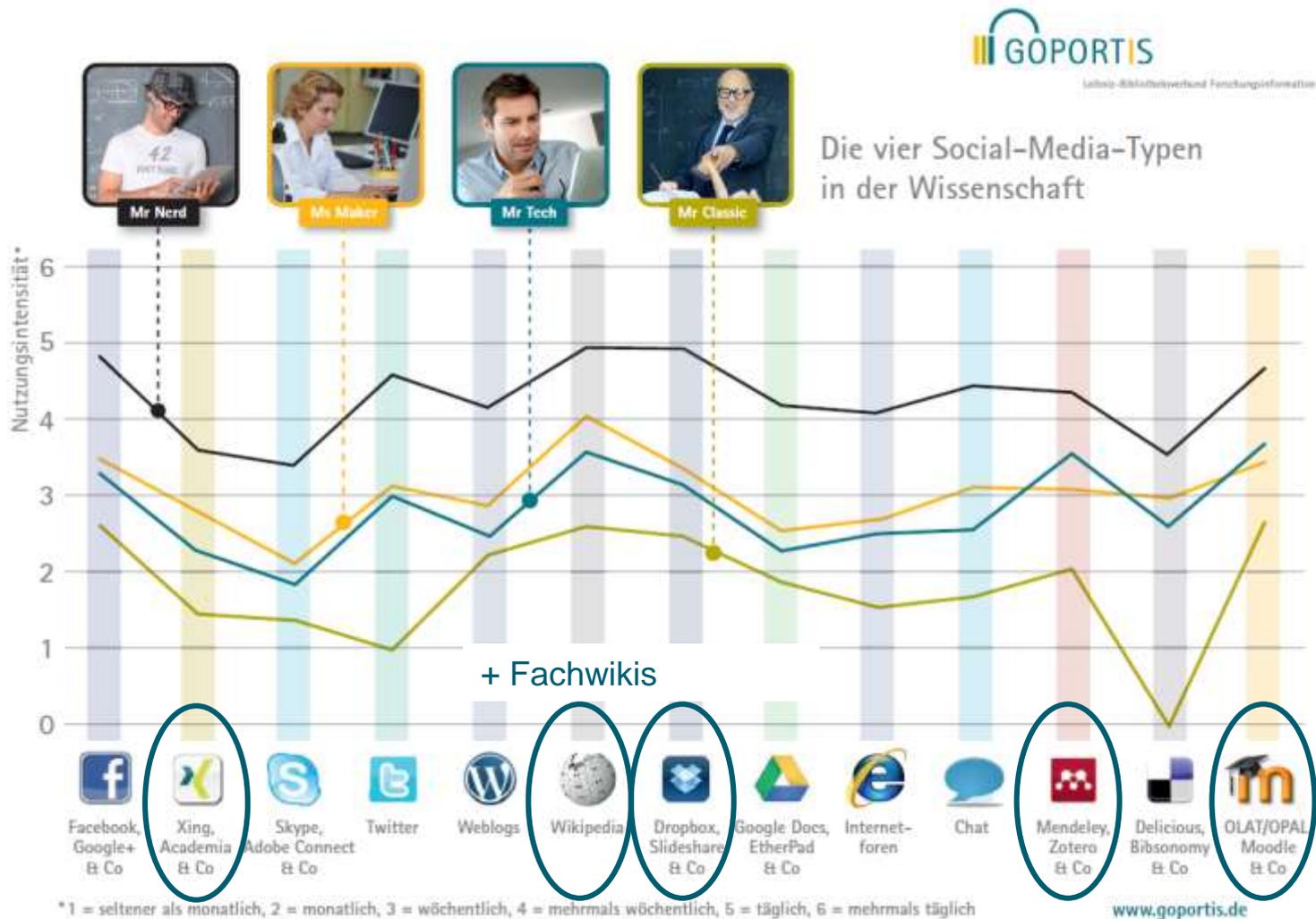
Wikipedia
84,7 %

Social Media

Research Administration



Ausgangspunkt: Studie 2013



Ausgangspunkt: Studie 2013

4 Social-Media-Typen



Mr Nerd



Ms Maker



Mr Tech



Mr Classic

6 Social-Media-Dienste

Beruf./
wiss.
Netzwerke

Wikipedia

Fachwikis

Austausch
von
Daten

Literatur-
verwaltungs-
systeme

Lern-
manage-
ment-
systeme



Studie 2015: Ziele

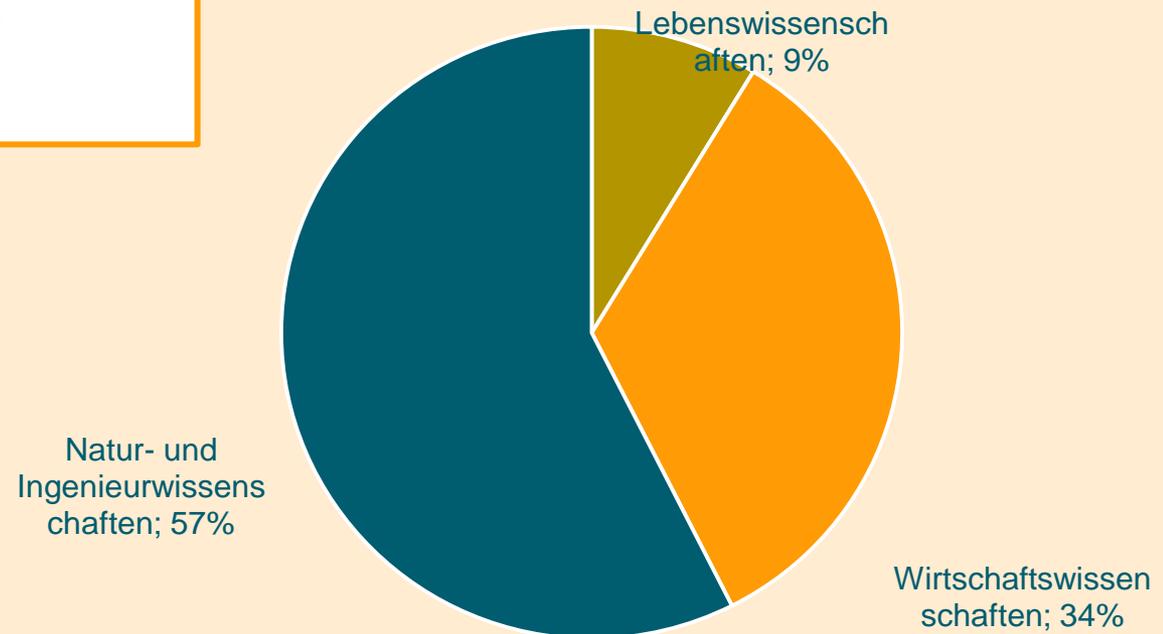
- Analyse der sechs meist genutzten Social-Media-Dienste im Hinblick auf:
 - Berufliche Nutzung
 - Anwendung in Tätigkeitsgebieten
 - Konkrete Anwendungen
 - Genutzte Anbieter
- Analyse der vier Social-Media-Typen im Hinblick auf die konkrete Nutzung der sechs Social-Media-Dienste



Stichprobe

1.354 gültige
Datensätze

Fächerzuordnung



Wikipedia

Wissenschaftliche
Kommunikation



Forschung



Wikipedia
84,7 %



Wissenschaftliche
Administration



Lehre



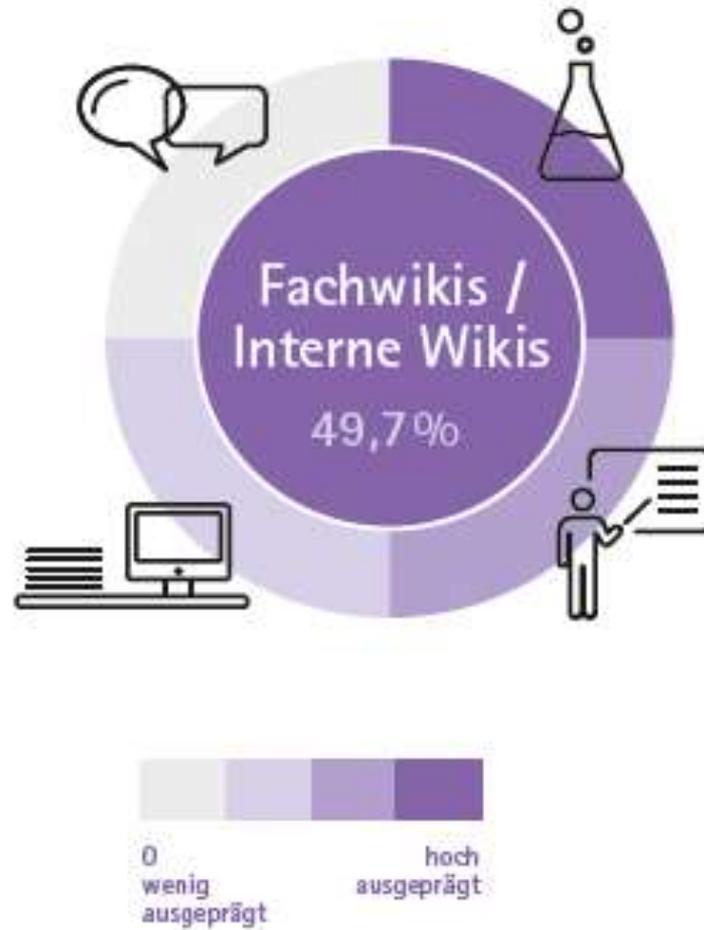
Werkzeuge zum Teilen / Austausch von Daten



Berufliche und wissenschaftliche Netzwerke



Fachwikis / Interne Wikis



Literaturverwaltungssysteme



Lernmanagementsysteme



Die vier Social-Media-Typen



Ms Maker



Mr Tech



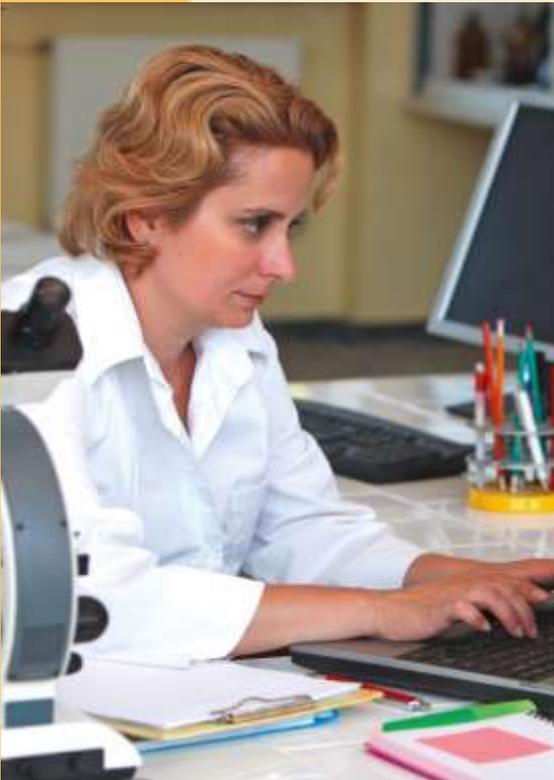
Mr Classic



Mr Nerd



Ms Maker



- Ms Maker ist eine „durchschnittliche Nutzerin“ von Social Media Tools, d.h. sie nutzt die Tools einmal in der Woche.
- Sie ist um die 30 oder um die 50 Jahre alt.
- Clustergröße: 19,8%
- Ms Maker befindet sich in einer Karrierephase, in der das Publizieren wichtig ist und nutzt Literaturverwaltungssystem überproportional häufig, jedoch weniger, um anderen Literaturempfehlungen zu geben, sondern primär, um die eigene Literatur zu sortieren.
- Überdurchschnittlich viele Lebenswissenschaftlerinnen



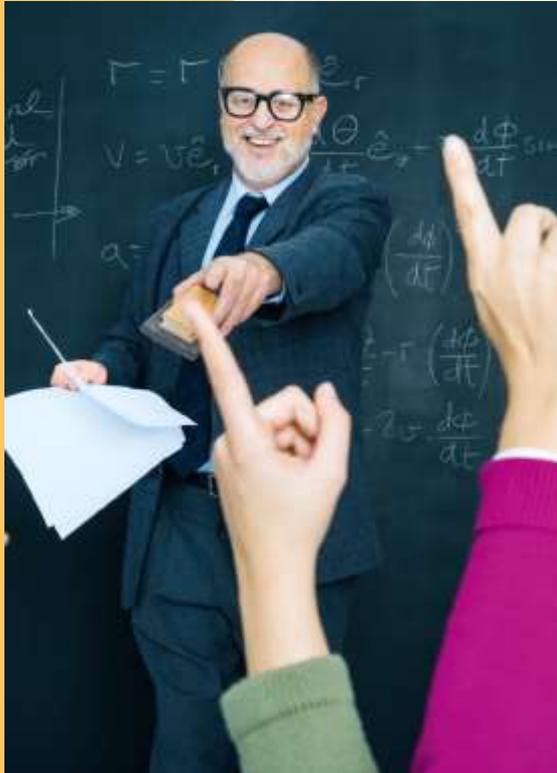
Mr Tech



- Mr Tech ist ein „durchschnittlicher Nutzer“ von Social Media Tools, d.h. er nutzt die Tools mehrmals in der Woche.
- Im Durchschnitt 41 Jahre alt.
- Clustergröße: 45,2 %
- Ein Viertel der Techies sind Professoren.
- Einsatz von Social Media häufiger in der Wissenschaftsadministration als andere Typen
- Überdurchschnittlich viele Naturwissenschaftler, Mathematiker und Ingenieure



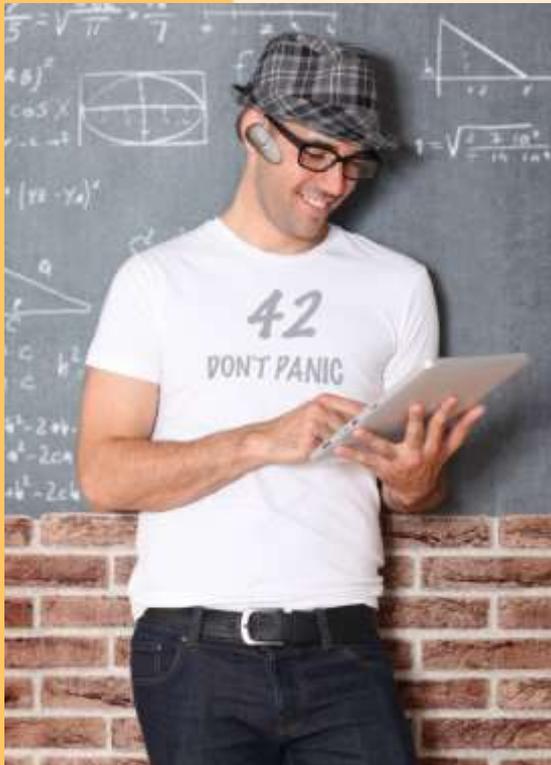
Mr und Ms Classic



- Ms und Mr Classic sind „gelegentliche Nutzer“ von Social Media Tools.
- Sie sind meist zwischen 50 und 69 Jahre alt.
- Clustergröße: 8%
- Viele Professorinnen/Professoren (33%)
- Weniger intensive Nutzung von Social Media als andere Typen außer Wikipedia, Sharing-Tools und Literaturverwaltungssysteme.
- Berufliche Netzwerke sind wichtig (20% der Classics in Xing, LinkedIn oder ResearchGate)
- Passive Nutzung von Social Media (lesen, recherchieren)
- Nutzung von Sharing-Tools für größere Datenmengen (Working Paper, Forschungsdaten, Präsentationen, Vorträge)



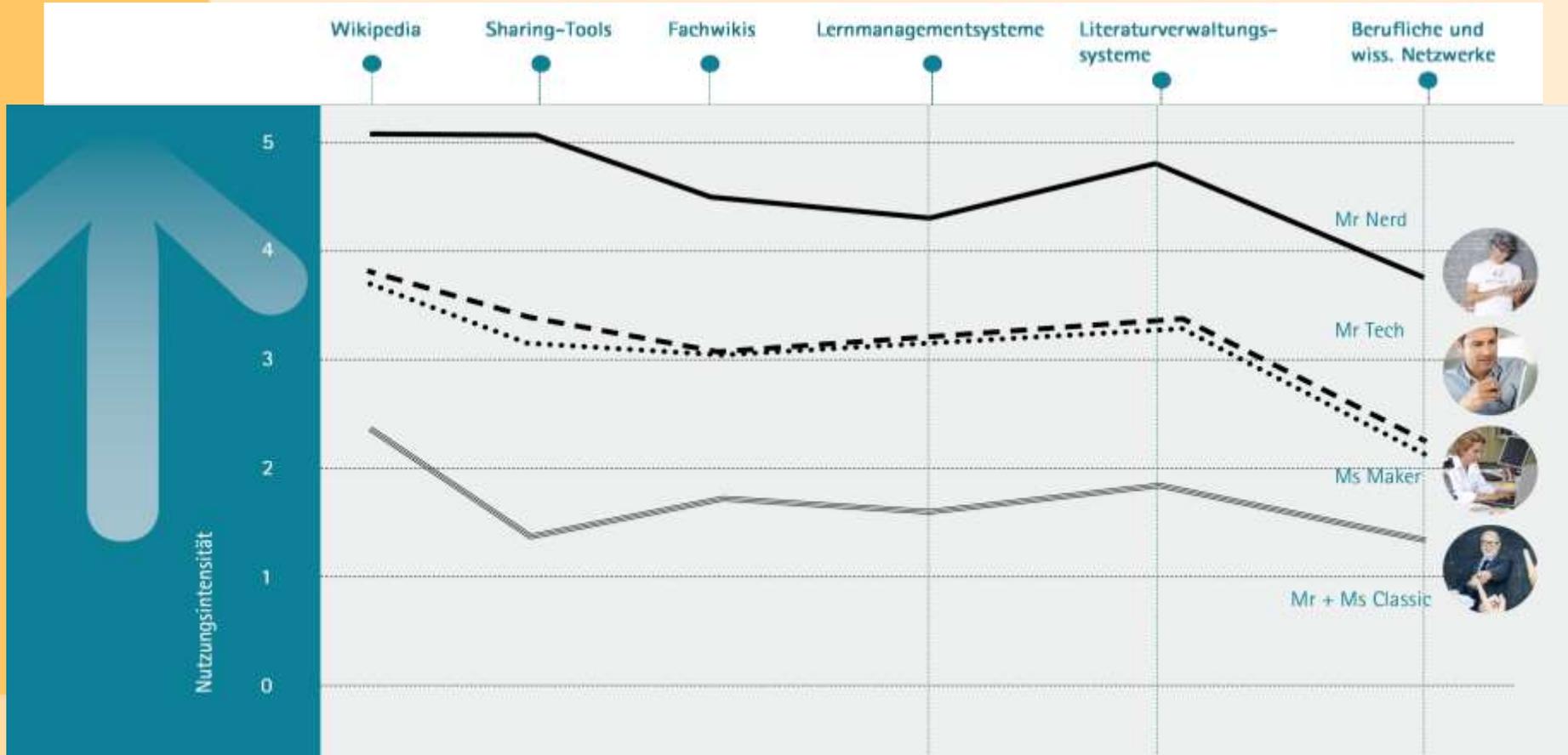
Mr Nerd



- Mr Nerd „Intensivnutzer“ von Social Media Tools, d.h. er nutzt sie täglich.
- Er ist durchschnittlich 38 Jahre alt.
- Clustergröße: 27 %
- Überwiegend Doktoranden bzw. wiss. Mitarbeiter
- Aktive Treiber der Social-Media-World: Wikipedia-Autoren (60%), Beiträge in Fachwikis (40%), gemeinschaftliches Einstellen von Inhalten in Wikis (43%)
- Aktiv in beruflichen Netzwerken



Nutzungsintensität



1 = seltener als monatlich, 2 = monatlich, 3 = wöchentlich, 4 = mehrmals wöchentlich, 5 = täglich, 6 = mehrmals täglich

Alle Infos unter:

<http://www.goportis.de/aktuelles/2015.html>



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Kontakt:

Birte Lindstädt

Verbundkoordination Goportis

lindstaedt@zbmed.de

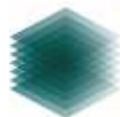
www.goportis.de

Ulrike Ostrzinski

Marketing

ZB MED Leibniz-Informationszentrum Lebenswissenschaften

ostrzinski@zbmed.de



TIB LEIBNIZ-INFORMATIONSZENTRUM
TECHNIK UND NATURWISSENSCHAFTEN
UNIVERSITÄTSBIBLIOTHEK



ZBW Leibniz-Informationszentrum
Wirtschaft
Leibniz Information Centre
for Economics

Mitglied der
Leibniz
Leibniz-Gemeinschaft