

Science 2.0 – Wirtschaftswissenschaftlicher Forschungsalltag im Social Web

Das ZBW-Panel bei der Jahrestagung des Vereins für Socialpolitik in Hamburg

Mittwoch, 10. September 2014, 12.15 Uhr bis 13.30 Uhr

Hörsaal 1 im EG

Social Media, wie Facebook, Twitter oder YouTube, sind aus dem täglichen Leben der Internetnutzenden nicht mehr wegzudenken. Der Einzug von Social Media in die Wissenschaft findet etwas verhaltener, aber dennoch stetig fortschreitend statt – vor allem dort, wo es für die wissenschaftliche Kommunikation mit Peers und Stakeholdern, die Zusammenarbeit in größeren Forschergruppen und für die Lehre sinnvoll erscheint. Diese Entwicklung zur verstärkten Nutzung von Social Media-Angeboten im wissenschaftlichen Forschungsalltag wird mit dem Schlagwort „Science 2.0“ beschrieben und soll vor dem Hintergrund wirtschaftswissenschaftlicher Arbeitsroutinen diskutiert werden.

Es diskutieren:

- | | |
|----------------------------|--|
| Prof. Dr. Norbert Berthold | Universität Würzburg, Lehrstuhl für Volkswirtschaftslehre, insbes. Wirtschaftsordnung und Sozialpolitik |
| Prof. Dr. Dennis Dittrich | Jacobs University Bremen, Lehrstuhl für Economic Theory and Behavioral Economics |
| Rainer Großmann | ECONWATCH - Gesellschaft für Politikanalyse e.V., Koordinator Soziale Medien |
| Prof. Dr. Andreas Löschel | Westfälische Wilhelms-Universität in Münster, Lehrstuhl für Mikroökonomik, insbes. Energie- und Ressourcenökonomik |

Die Panel Discussion wird moderiert von Prof. Dr. Isabella Peters, Professorin für Web Science, ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft & Christian-Albrechts-Universität zu Kiel

Hintergrundinformationen zum Science 2.0-Panel:

Social Media wie Facebook, Twitter oder YouTube, sind aus dem täglichen Leben der Internetnutzenden nicht mehr wegzudenken. Laut einer Studie vom Pew Research Center (2014) sind 73 Prozent der Internetnutzenden Mitglied in mindestens einem Sozialen Netzwerk. Twitter verzeichnete im März 2013 ca. 200 Millionen aktive Nutzende (Wickre, 2013). Der Einzug von Social Media in die Wissen-

schaft findet etwas verhaltener, aber dennoch stetig fortschreitend statt – vor allem dort, wo es für die wissenschaftliche Kommunikation mit Peers und Stakeholdern, die Zusammenarbeit in größeren Forschergruppen und für die Lehre sinnvoll erscheint (JISC, 2012). Diese Entwicklung zur verstärkten Nutzung von Social Media-Angeboten im wissenschaftlichen Forschungsalltag wird mit dem Schlagwort „Science 2.0“ beschrieben und u.a. im Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 interdisziplinär erforscht (www.leibniz-science20.de).

Science 2.0 als Forschungsthema beschäftigt sich insbesondere mit den veränderten Forschungs- und Publikationsprozessen, die sich durch das Einbeziehen von Social-Media-Anwendungen im wissenschaftlichen Alltag ergeben, den technologischen Infrastrukturen, die neue Arbeitsroutinen ermöglichen und sicherstellen, und den Nutzenden, deren Verhalten durch die Verwendung von Social Media beeinflusst wird, wodurch sie neue Arbeitsweisen kreieren und ggf. neue Bedürfnisse an ihre Forschungsumgebung entwickeln. Science 2.0 hat damit dezidiert den Forschenden und seine Arbeitswirklichkeit im Fokus, auch wenn die meisten Social-Media-Plattformen eher einen alltäglichen Charakter haben und zunächst nicht für eine Nutzung in der Wissenschaft entworfen wurden. Die zunehmende Präsenz dieser Tools in der Wissenschaft etwa durch wirtschaftswissenschaftliche oder -politische Blogs zeigt jedoch, dass sie einen Mehrwert bieten, der anderswo nicht gefunden wird.

Eine Studie zur Nutzung von Social Media in den Wirtschaftswissenschaften (Goportis, 2013) hat gezeigt, dass Lernmanagementsoftware (z.B. Moodle), Literaturverwaltungsdienste (z.B. Mendeley), Soziale Netzwerke für Wissenschaftler/innen (z.B. Researchgate) und Contentsharingdienste (z.B. Dropbox) am häufigsten beruflich eingesetzt werden. Von der aktiven Nutzung der Dienste erfahren die befragten Wirtschaftswissenschaftler meistens eine Arbeitserleichterung, zugleich erhoffen sie sich eine Verbesserung ihrer Arbeitsergebnisse. Neben diesen positiven Einschätzungen, äußerte dennoch ein großer Anteil der Befragten ihr Ressentiment gegenüber Social Media.

Das Panel soll diese Ergebnisse für den wirtschaftswissenschaftlichen Forschungsalltag, insbesondere im Hinblick auf die drei zentralen Fragestellungen der Science 2.0, diskutieren. Jeder Panelist wird zunächst in einem kurzen Lightning Talk die eigenen oder Disziplin-spezifischen Erfahrungen mit und Einschätzungen von Social Media im wissenschaftlichen Einsatz zusammenfassen. Im Anschluss daran soll das Panel u.a. mit folgenden Fragen konfrontiert werden:

- Für welche Bereiche können Sie sich die Nutzung von Social Media vorstellen? Kennen Sie positive/ negative Beispiele für die Verwendung von Social Media in den Wirtschaftswissenschaften?
- Wie bewerten Sie den Stellenwert von Social Media-Diskursen, z.B. in Blog-Beiträgen, im Verhältnis etwa zu offiziell anerkannten (oder den bisher üblichen) Publikationen?
- Wie lässt sich die wissenschaftliche Qualität von Social Media Diskursen sichern?
- Sollten Social Media-Aktivitäten in das wissenschaftliche Belohnungssystem Einzug finden?
- Das Interesse an der Beantwortung von wirtschaftswissenschaftlichen Fragestellungen mit Hilfe von Social Media-Daten, d.h. Forschungsdaten, die aus Umfragen in Social Media oder einer Auswertung von Social Media-Aktivitäten (z.B. Tweets) gewonnen wurden, ist momentan noch stark Informatik-getrieben. Wie schätzen Sie den Wert von Social Media-Daten für die wirtschaftswissenschaftliche Forschung ein? Wo könnten sie zukünftig eine Rolle spielen?

Referenzen

JISC (2012). Researchers of tomorrow. The research behaviour of Generation Y doctoral students. Retrieved from <http://www.jisc.ac.uk/media/documents/publications/reports/2012/ Researchers-of-Tomorrow.pdf>

Goportis-Studie: Nutzung von Social-Media-Diensten in den Zielgruppen der Goportis-Fachbibliotheken. Im Auftrag von Goportis – Leibniz-Bibliotheksverbund Forschungsinformation. Eine Untersuchung im Rahmen des Leibniz-Forschungsverbundes Science 2.0. Datenreport und Replikation einer clusteranalytischen Untersuchung zur Identifizierung von Science 2.0-Nutzungstypen. Dr. Waldemar Dzeyk. Dezember 2013

Pew Research Center (2014). Social Media Update 2013. Retrieved from <http://pewinternet.org/ Reports/2013/Social-Media-Update.aspx>

Wickre, K. (March 21, 2013). Celebrating #Twitter7. Retrieved from <https://blog.twitter.com/2013/celebrating-twitter7>