



HAL
open science

Geisteswissenschaftliches Bloggen bei de.hypotheses. Erste Ergebnisse der Umfrage zu Motivationen, Praktiken und Routinen. Datenreport

Mareike König

► To cite this version:

Mareike König. Geisteswissenschaftliches Bloggen bei de.hypotheses. Erste Ergebnisse der Umfrage zu Motivationen, Praktiken und Routinen. Datenreport. [Research Report] Deutsches Historisches Institut Paris. 2019. halshs-02150327v2

HAL Id: halshs-02150327

<https://shs.hal.science/halshs-02150327v2>

Submitted on 19 Jun 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Mareike König

Geisteswissenschaftliches Bloggen bei de.hypothes.es

Erste Ergebnisse der Umfrage zu Motivationen, Praktiken und Routinen

Datenreport (Version 1.1), Paris, 19.6.2019, [CC-BY 2.0](#).



Inhalt

Zusammenfassung	3
1. Einleitung	4
2. Methode, Untersuchungsdesign, Rücklaufquote	5
3. Datensample	7
4. Ergebnisse der Umfrage	8
4.1 Strategien, Ziele, Erfolge	8
4.2 Rückmeldungen, Kommentare, Zitate	12
4.3 Angaben zum Bloggen allgemein	14
4.4 Formales: Design, Navigation, Links	20
4.5 Einstellungen zum Bloggen	21
4.6 Hauptunterschiede de.hypotheses – andere Bloggende	22
4.7 Genderspezifische Beobachtungen	24
5. Umfrageauswertung: Zusammenfassungen und Tabellen	27
6. Anschreiben	60
7. Lessons learned	61
8. Zitierte Literatur	62

Impressum

Titelabbildung: Visualisierung von Teilen des vorliegenden Datenreports, erstellt im März 2019 mit dem Visualisierungstool von Katharina Kiefer und Jonas Sell, mainzed.

Kurzstatistiken und Datenexport dieser Umfrage: Zenodo, 10.5281/zenodo.3249965 sowie bei: <https://github.com/Mareike2405/survey-dehypotheses-2018>.

An der Konzeption der Befragung waren Ulla Menke (Max Weber Stiftung) und Louise Zbiranski (DHI Paris) für das Community Management sowie Karoline Döring, Klaus Graf, Eliane Kurmann, Lilian Landes und Anton Tantner als Mitglieder der Redaktion von de.hypotheses beteiligt. Die Erstellung der Umfrage in LimeSurvey erfolgte durch Helen Bubinger.

Dr. Mareike König, Deutsches Historisches Institut Paris, 8, rue du Parc Royal, 75003 Paris. Mail: blogs@maxweberstiftung.

Zusammenfassung

Die im Herbst 2018 durchgeführte Online-Umfrage „Geisteswissenschaftliches Bloggen bei de.hypotheses“ geht den Fragen nach, aus welchen Gründen Geisteswissenschaftler*innen bloggen, wann ein Blog oder Blogbeitrag aus ihrer Sicht erfolgreich ist, wie sie Beiträge und Publikationsablauf formal und redaktionell gestalten und wie sich Blogs in den wissenschaftlichen Diskussions- und Informationsraum einfügen.

Die Ergebnisse bestätigen, dass Wissenschaftsbloggen nach wie vor äußerst vielfältige Praktiken unterschiedlicher Ausprägung umfasst. Als Trend lässt sich ein professioneller und strategisch bewusster Einsatz von Blogs ausmachen, die auch bei technisch wenig affinen Forschenden ihren Platz als zusätzliches Kommunikationsmittel gefunden haben. Geisteswissenschaftliches Bloggen ist den Ergebnissen zufolge eine Angelegenheit des Mittelbaus, wobei die Genderverteilung auf der Plattform fast ausgeglichen ist. Die Geisteswissenschaftler*innen überlegen sich in der großen Mehrheit sehr genau, was sie bloggen und verfolgen mit ihren Blogs eine präzise Strategie. Bei knapp der Hälfte der Bloggenden gibt es eine redaktionelle Kontrolle oder sie bitten eine Kollegin oder einen Kollegen um Korrekturen vor der Veröffentlichung.

Kommunikation ist das oberste Ziel der hier befragten Geisteswissenschaftler*innen, die überwiegend ein akademisches Publikum anvisieren. Im Hinblick auf den Erfolg ihrer Wissenschaftsblogs ist jeweils rund die Hälfte von ihnen der Ansicht, dass Bloggen dabei hilft 1) ein Thema zu besetzen, 2) Gedanken zu ordnen und auszuprobieren sowie 3) die eigene Forschungstätigkeit zu dokumentieren. „Schreiben üben“ spielt als Ziel eine eher untergeordnete Rolle, ist aber genau wie „Steigerung der Reputation“ ein greifbarer Nebeneffekt des Bloggens. Die Blogs werden nicht als „Tagebücher“ geführt, gebloggt wird zumeist weniger als einmal im Monat.

Die Blogosphäre ist kein abgetrennter Online-Kosmos. Vielmehr sind Blogs Teil eines gesamt-wissenschaftlichen Informationsraums, in dem sich analoge und digitale Kommunikation überlagern: Geisteswissenschaftler*innen werden auf ihre Blogbeiträge mündlich angesprochen, sie erfahren von anderen Blogs in Vorträgen und in Mails, und ihre Blogbeiträge werden in gedruckten Publikationen genauso zitiert wie in Online-Veröffentlichungen. Dagegen gibt es nur sehr wenige Kommentare und 89 % der Bloggenden kommentieren selten oder sogar nie. Auch beziehen sich Wissenschaftsblogs erstaunlich wenig aufeinander: Nur 22 % der befragten Bloggenden führt eine Blogroll. Auf weitere relevante Kennzeichen von Internetpublikationen wie Hypertext (Verlinkung) und die Auswahl von Abbildungen verwenden die Bloggenden in der Mehrzahl zwar viel Zeit, für das Einbinden von Multimedia ist dies jedoch nur bei einem Viertel der Befragten der Fall.

Der hier vorgelegte Datenbericht enthält die Ergebnisse der Online-Befragung von 98 Bloggenden des Blogportals für die Geisteswissenschaften de.hypotheses. Mit rund 220 aktiven Blogs ist de.hypotheses die größte wissenschaftliche Plattform dieser Art im deutschsprachigen Raum. De.hypotheses existiert seit März 2012 als Unterportal der europaweit ausgerichteten Blogplattform Hypotheses von OpenEdition, Frankreich. Die deutschsprachige Community wird von der Max Weber Stiftung betreut. Die Erhebung lief vom 13. November bis 21. Dezember 2018 und war anonym. Die Umfrage wurde von Mareike König als Leiterin der Redaktion des Blogportals de.hypotheses durchgeführt und ausgewertet. An der Konzeption beteiligt waren aus der Redaktion und dem Community Management der Plattform: Karoline Döring, Klaus Graf, Eliane Kurmann, Lilian Landes, Ulla Menke, Anton Tantner und Louise Zbiranski.

1. Einleitung

Wissenschaftsbloggen gilt als spektakulär: als selbstbestimmte Aneignung eines Publikationsorts, der dem wissenschaftlichen Austausch und der Kommunikation genauso dient wie der Vernetzung und dem Informations-, Identitäts- und Beziehungsmanagement.¹ Weblogs sind öffentlich einsehbar und bieten damit die Möglichkeit einer großen Sichtbarkeit und Verbreitung, und zwar über die akademische Öffentlichkeit hinaus. Seit zu Beginn der 2000er Jahre die ersten geisteswissenschaftlichen Blogs wie [Archivalia](#) (2003) und [hist.net](#) (2005) starteten, hat sich die geisteswissenschaftliche Blogosphäre im deutschsprachigen Raum stark erweitert und verändert, nicht zuletzt ab März 2012 durch das Blogportal [de.hypotheses](#). Nach wie vor entziehen sich Wissenschaftsblogs jedoch einer einfachen und einheitlichen Beschreibung, zeigen sie doch eine sehr große Bandbreite in Bezug auf Zielsetzung, Inhalte, Formate, Stil und angesprochenes Publikum sowie eine große Volatilität.²

Zugleich deuten die Entwicklungen der letzten Jahre darauf hin, dass Bloggen im Wissenschaftsbetrieb eine steigende Akzeptanz erfährt. Eine Webpräsenz etwa ist für Forschungsprojekte mittlerweile unerlässlich und Blogs stellen in dieser Hinsicht eine einfache, schnelle und kostengünstige Lösung dar. Hinzu kommt die bibliothekarische Anerkennung dieses Publikationsformats in Form der Vergabe von ISSN durch die Deutsche Nationalbibliothek seit 2013 und die Indexierung von Blogbeiträgen in Suchmaschinen wie [BASE](#) oder in Bibliothekskatalogen. Eine wichtige Rolle spielen außerdem die Praktiken jener Wissenschaftsbloggenden, die durch ihre erhöhte Sichtbarkeit eine Vorbildfunktion einnehmen und stilbildend wirken, nicht nur im Hinblick auf Inhalt, Form und Stil des Bloggens selbst, sondern auch im Hinblick auf den selbstverständlicher gewordenen Umgang mit Blogbeiträgen als Teil des eigenen Forschungs- und Publikationsoutputs.

So haben sich verschiedene Blogtypen herauskristalliert, wie sich anhand von Beispielen der Plattform [de.hypotheses](#) zeigen lässt: Neben Blogs, die von einer Redaktion ähnlich einer wissenschaftlichen Zeitschrift geführt werden wie das [Mittelalterblog](#) finden sich Blogs wie das [Soziologieblog](#) begleitend zu einer Zeitschrift, Blogs von Forschungsprojekten – ob von einzelnen Personen getragen wie [Kaiserin und Reich](#) oder von mehreren wie die SFB-Blogs [Materiale Textkulturen](#) und [Praktiken des Vergleichens](#) –, Gemeinschaftsblogs wie [Spiel, Kultur, Wissenschaft, Tribes](#), [Geschichte Sachsens](#), [Braunschweiger Geschichtsblog](#), [Marginalien](#), und [Ordensgeschichte](#) oder Blogs zur Vernetzung wie das Blog der [AG Digitale Geschichte im VHD](#). Es gibt Einzelblogs von Forschenden wie [Deutsch-Jüdische Geschichte digital](#), [TEXperimenTales](#), [Migration and Belonging](#), [Aktenkunde](#) und das [dk-Blog zum Dreißigjährigen Krieg](#) oder das Blog zur Wirtschaftsgeschichte [Abgehört](#), Blogs eines Lehrstuhls wie [Medienrealität](#), Blogs eine Dissertation begleitend wie [Über Manteuffel und Preußen](#), Tagungs- und Seminarblogs wie [Inklusion](#) und [Digital Humanities Cologne](#), Blogs von Einrichtungen wie das Blog des Instituts für Österreichische Geschichtsforschung [BIÖG](#), Blogs von Archiven wie [Archive 2.0](#) und [Archive in München](#) oder Bibliotheken wie [Aus der Forschungsbibliothek Krekelborn](#) und [Kunst zwischen Deckeln](#) oder Blogs zu Jubiläen wie [Marx is](#)

¹ Jan Schmidt, Social Software. Onlinegestütztes Informations-, Identitäts- und Beziehungsmanagement, in: Neue Soziale Bewegungen 6 (2006), S. 37-46.

² Vgl. Mareike König, Herausforderung für unsere Wissenschaftskultur: Weblogs in den Geisteswissenschaften, in: Wolfgang Schmale (Hg), Digital Humanities. Praktiken der Digitalisierung, der Dissemination und der Selbstreflexivität, Stuttgart 2015, S. 57-74; Klaus Graf, Mareike König, Forschungsnotizbücher im Netz: Weblogs in der deutschsprachigen Geschichtswissenschaft, in: WerkstattGeschichte 61 (2012), S. 76–87, http://werkstattgeschichte.de/wp-content/uploads/2016/12/WG61_076-087_GRAF_NETZ-1.pdf.

[back](#) oder [Deutsches Jugendherbergswerk 100](#) und Blogs zu Quellen wie [Niebecker-Rundbriefe](#) und viele mehr. Der [Gesamtkatalog](#) der Plattform mit gegenwärtig knapp 3000 Wissenschaftsblogs überwiegend in französischer, englischer und deutscher Sprache spiegelt diese große Spannweite und lädt zum weiteren Entdecken ein.

Die Entwicklungen im geisteswissenschaftlichen Bloggen der letzten Jahre haben zu dieser Studie angeregt. Denn obwohl über Wissenschaftsblogs anhand von Beobachtungen, Selbstbeschreibungen, Einzelinterviews, Linkauswertungen oder sprachlichen Analysen viel publiziert wurde, sind geisteswissenschaftliche Blogs bisher nicht oder nur am Rande Gegenstand empirischer Untersuchungen gewesen. Die meisten Umfragen fokussieren auf naturwissenschaftliche Blogs und untersuchen kleine Samples.³ Mit den Ergebnissen der hier vorliegenden Umfrage bei geisteswissenschaftlichen Bloggenden von de.hypotheses zu ihren Motivationen, Praktiken und Erfolgsempfinden wird diese Lücke geschlossen. Die Umfrage war zugleich für geisteswissenschaftliche Bloggenden außerhalb der Plattform geöffnet, um Vergleiche zwischen beiden Samples anstellen zu können.

Das Blogportal für die Geisteswissenschaften de.hypotheses existiert seit März 2012 als Unterportal der europaweit ausgerichteten Blogplattform Hypotheses von OpenEdition, Frankreich. Die deutschsprachige Community wird von der Max Weber Stiftung in Kooperation mit OpenEdition betreut. Bis Ende des Jahres 2018 wurden 552 deutschsprachige Blogs angemeldet, davon sind 226 in den Katalog von OpenEdition aufgenommen (d.h. sie waren zu einem Zeitpunkt aktiv), für 30 Blogs wurde das Löschen beantragt. Viele Blogs sind von vornherein auf eine begrenzte Laufzeit angelegt (etwa veranstaltungsbegleitende Blogs), andere sind zwischenzeitlich eingestellt worden. Von den rund 500 Blogs sind aktuell rund 220 aktiv. Unter Wissenschaftsblogs werden in Anlehnung an die Nutzungsbedingungen der Plattform thematische Blogs von Geisteswissenschaftler*innen verstanden, die aktiv in Forschung oder im forschungsnahen Bereich (inkl. Archive und Bibliotheken) tätig sind.

2. Methode, Untersuchungsdesign, Rücklaufquote

Der hier verwendete Fragebogen wurde mit Blick auf offene Forschungsfragen entwickelt und ist von früheren Umfragen ähnlicher Art inspiriert.⁴ Aufgrund der hohen Anzahl an Fragen (insgesamt 46 in sechs Blöcken) wurde die Fragenreihenfolge so gewählt, dass die zentralen Fragen am Beginn des Fragebogens stehen. Im Einzelnen lauten die **sechs Frageblöcke**: I. Angaben zur Person; II. Gründe/Inhalte für das Bloggen; III. Erfolg des Blogs; IV. Zeitaufwand, Länge der Beiträge, Formales; V. Angaben zum Blog und zum Bloggen allgemein; IV. Angaben zur Person (Teil 2).

Die Online-Umfrage wurde mit der Software **LimeSurvey** erstellt. Aus datenschutzrechtlichen Gründen wurde eine **anonyme Erhebung** durchgeführt, bei der weder IP-Adressen gespeichert noch

³ Siehe z.B. die in der Bibliographie genannten Umfragen von Mewburn & Thomson 2013, basierend auf 50 Blogs, die Umfrage von Mahrt & Puschmann 2014, basierend auf 44 Blogs, sowie diejenige von Page Brown Jarreau 2015, die mit 610 Blogs mit Abstand das größte Sample untersucht.

⁴ Neben den Umfragen bei Wissenschaftsbloggenden war kamen Anregungen aus der Umfrage: Daniela Pscheida et al., Nutzung von Social Media und onlinebasierten Anwendungen in der Wissenschaft. Erste Ergebnisse des Science 2.0-Survey 2013 des Leibniz-Forschungsverbunds "Science 2.0", 2013, <https://d-nb.info/1069096679/34>.

Cookies gesetzt werden. Das ermöglicht technisch zwar das mehrfache Ausfüllen des Fragebogens durch dieselbe Person. Dies wurde jedoch aufgrund des beträchtlichen Umfangs des Fragebogens als unwahrscheinlich eingestuft, was die Anzahl an nicht abgeschlossenen Fragebögen (57 von 204) bestätigt.⁵

Bei den Antwortoptionen wurde für die Einstellungsmessung eine bewährte **fünfstufige Skala** verwendet. Diese rangiert von: „1 = stimme völlig zu“ bis „5 = stimme nicht zu“, wobei in der Umfrage nicht ausgeschrieben wurde, wofür 2, 3 und 4 stehen. Die Antwortskala für die Fragen nach der Häufigkeit (z.B. „Wie oft bloggen Sie?“, „Wie oft kommentieren Sie?“ etc.) wurde auf Basis der Erfahrungen mit der Blogplattform entwickelt, enthält nach jetziger Erkenntnis jedoch einen zu großen Sprung zwischen „monatlich“ und „selten“ (siehe Lessons learned).

Die Umfrage wurde innerhalb der Redaktion und des Community Managements von de.hypotheses einem Testlauf unterzogen und anschließend angepasst. Die **Laufzeit** der Online-Umfrage betrug knapp sechs Wochen (12.11.-21.12.2018). Um die Gesamtheit der geisteswissenschaftlichen Bloggenden von de.hypotheses zu erreichen, erging am 13.11.2018 ein Aufruf zum Ausfüllen der Umfrage über die moderierte Mailingliste der Plattform. Mehrere Personen schickten anschließend über die Liste Kommentare und Bestätigungsmails, an der Umfrage teilgenommen zu haben, was einen Werbeeffect erzeugte. Am 12. Dezember 2018 wurde eine Erinnerungsmail versandt. Um geisteswissenschaftliche Bloggende über die Plattform hinaus zu erreichen, wurde der Aufruf am 12.11.2018 über das Redaktionsblog⁶ von de.hypotheses, am 13.12.2018 über HSozKult⁷, am 13.11.2018 und erneut am 10.12.2018 über die Mailingliste des Verbandes [Digital Humanities im deutschsprachigen Raum \(DHd\)](#) sowie während des gesamten Zeitraums über die sozialen Medien von de.hypotheses beworben.

Die moderierte Mailingliste von de.hypotheses enthielt zum damaligen Zeitpunkt 597 Mailadressen. Personen, die ein Blog eröffnen, werden ihr automatisch hinzugefügt. 98 de.hypotheses-Bloggenden haben den Fragebogen ausgefüllt und abgeschickt. Das entspricht einer **Rücklaufquote von 17 %** in Bezug auf die Mailingliste, ein hervorragendes Ergebnis, das das *community involvement* der de.hypotheses-Bloggenden, aber auch ihr persönliches Interesse am Thema zeigt. Mit 49 Antworten von geisteswissenschaftlichen Bloggenden außerhalb der Plattform ist die Rücklaufquote vermutlich gering, ohne dass jedoch genaue Angaben zur Anzahl deutschsprachiger geisteswissenschaftlicher Blogs insgesamt gemacht werden können. Im Vergleich zu bisherigen Befragungen bei naturwissenschaftlichen Bloggenden ist das Datensample durchaus ansehnlich.⁸ Bleibt die Frage, inwiefern die erreichten 98 Bloggenden von de.hypotheses einen repräsentativen Querschnitt bilden sowie ob und welche Verzerrungen es bei den Antworten gibt. Auch wenn dies offen bleiben muss, zeigen die hier zusammengetragenen Ergebnisse in jedem Fall **Indikatoren an für gegenwärtige Praktiken des geisteswissenschaftlichen Bloggens**. Es erscheint lohnend, diese in einer weiteren Umfrage in einigen Jahren zu überprüfen, ggf. ergänzt durch qualitative Interviews.

⁵ Abgeschlossen ist ein Fragebogen, wenn alle Fragen zumindest angesehen wurden (nicht unbedingt vollständig beantwortet) und am Ende der Umfrage auf „absenden“ geklickt wurde.

⁶ Mareike König, Umfrage: Geisteswissenschaftliches Bloggen bei de.hypotheses.org: Motivationen, Praktiken und Routinen, in: Redaktionsblog, 12.11.2018, <https://redaktionsblog.hypotheses.org/3843>.

⁷ Online Umfrage: Geisteswissenschaftliches Bloggen, in: HSozKult, 13.11.2018, <https://www.hsozkult.de/searching/id/anfragen-4631?title=online-umfrage-geisteswissenschaftliches-bloggen-motivationen-praktiken-routinen&q=de..hypotheses&page=2&sort=&fq=&total=487&recno=22&subType=qry>.

⁸ Siehe Angaben in Anm. 3.

3. Datensample

34 % der befragten Bloggenden von de.hypothes.es geben an, männlich zu sein, 33 % zählen sich dem weiblichen **Geschlecht** zugehörig und mit 34 % macht ein gutes Drittel keine Angaben zu dieser kritisierbar binären Frage (Tabelle I.1).⁹ Eine repräsentative Auswertung im Hinblick auf ein geschlechtsspezifisches Verhalten ist aufgrund dieser gedrittelten Antworten nur sehr eingeschränkt möglich.¹⁰ Einige genderspezifische Beobachtungen werden dennoch im Abschnitt 4.7 angestellt.

Über ein Drittel der Befragten (37 %) befindet sich in der **Altersgruppe** von 36-45 Jahren, knapp unter einem Drittel (31 %) in der Altersgruppe von 25-35 Jahren (Tabelle I.2).¹¹ Dass niemand ein Kreuz bei „jünger als 25“ gemacht hat, liegt an den Regelungen der Plattform, wonach Studierende in der Regel kein Blog eröffnen dürfen. Allerdings liegt im Gesamtsample die Antwort für diese Altersklasse bei nur 1 %, was darauf hinweist, dass auch insgesamt vor allem Forschende aus dem Mittelbau Wissenschaftsblogs führen. Das bestätigen die Antworten auf die Frage nach dem **höchsten wissenschaftlichen Abschluss**: 49 % geben die Promotion an, gefolgt von 12 %, die einen Master- und weiteren 12 %, die einen Magisterabschluss nennen. 10 % geben die Habilitation als höchsten Abschluss an (Tabelle I.3).

44 % der Befragten antwortet auf die Frage, **wo sie aktuell als Wissenschaftler*in tätig sind**, mit Universität oder Hochschule mit Promotionsrecht. 27 % geben an, bei einer außeruniversitären Forschungseinrichtung beschäftigt zu sein. 17 % der Antworten entfallen bei dieser Frage auf „Sonstiges“. In der Freifeldangabe dazu werden ganz überwiegend Archiv und Bibliothek als Arbeitgeber genannt (Tabelle VI.1). 28 % der Befragten antwortet auf die Frage nach der **Funktion**, als Wissenschaftliche*r Mitarbeiter*in tätig zu sein, 12 % als Post-Doc, 10 % als Professor*in. 20 % entfällt bei dieser Frage auf „Sonstiges“, wobei im Freifeld diverse Antworten eingetragen sind: Archiv und Bibliothek werden erneut mehrfach genannt, aber auch Referentin, Lehrbeauftragter, emeritierter Professor etc. (Tabelle VI.2).

Auf die Frage, **wie lange sie im Hochschulbereich insgesamt tätig sind**, entfällt der größte Anteil der Antworten aufaddiert mit 30 % auf über 13 Jahre (14 % auf „13 bis 20 Jahre“, 16 % auf „über 20 Jahre“). 27 % der Bloggenden von de.hypothes.es geben an, zwischen sieben und zwölf Jahren im Hochschulbereich tätig zu sein. 23 % der Befragten kreuzten die Antwortoption „vier bis sechs Jahre“ an, „keine Antwort“ wählten 15 % (Tabelle VI.3).¹² Damit ist die Hälfte der bloggenden Geisteswissenschaftler*innen im Datensample unter zwölf Jahren im Hochschulbereich beschäftigt und vermutlich noch auf dem Weg zu einem dauerhaften Platz im Wissenschaftsbetrieb. Ein knappes Drittel ist länger als 13 Jahre in der Wissenschaft tätig und damit möglicherweise auf einer festen Stelle. Eine Interpretation der Zahlen ist, dass hauptsächlich diejenigen bloggen, die auf der Suche

⁹ Bei LimeSurvey ist diese vorgegebene Antwortvorgabe derzeit die einzige Möglichkeit für den Fragentyp „Geschlecht“.

¹⁰ Die Genderverteilung der Plattform ist ungefähr ausgeglichen (54 % Administratoren, 46 % Administratorinnen, Stand: 19.3.2019), wie die methodisch ebenfalls ungenaue und binäre Auswertung anhand der Vornamen derjenigen, die ein Blog bei de.hypothes.es eröffnet haben, ergibt.

¹¹ Der Abstand der Altersgruppen wurde zu groß gewählt. Eine Einteilung in Fünf-Jahres-Schritten wie in der Umfrage von Pscheida et al., Nutzung von Social Media 2013, bzw. eine Frage nach dem Geburtsjahr wäre sinnvoller gewesen (siehe Lessons learned).

¹² Dies unterscheidet sich signifikant von den Antworten der Umfrage von Pscheida et al., Nutzung von Social Media 2013: Dort sind 42 % der Antwortenden unter einem Jahr und 19 % über 13 Jahre an einer Hochschule beschäftigt.

nach einer festen Stelle sind und die Bloggen dafür als strategischen Baustein sehen, sowie diejenigen, die bereits eine feste Stelle haben und denen das Bloggen im Hinblick darauf nicht schaden kann.

Bei den **Fächergruppen** dominieren die Geschichtswissenschaften: Sie machen mit 50 % genau die Hälfte des Samples bei de.hypothes.es aus (47 % im gesamten Sample). An zweiter Stelle wird mit 11 % „Fächerübergreifend“ angegeben, 10 % entfallen auf „Sonstiges“,¹³ 9 % antworten mit Digital Humanities, 5 % mit Sprachwissenschaften (Tabelle I.4).

4. Ergebnisse der Umfrage

Im vorliegenden Datenreport werden die Umfrageergebnisse für die 98 Antworten der Bloggenden von de.hypothes.es ausgewertet. Für die Umfrageergebnisse der geisteswissenschaftlichen Bloggenden gesamt mit 147 Antworten wird auf die Kurzstatistiken sowie auf die Datenexportdatei verwiesen, die beide ebenfalls bei Zenodo und bei GitHub publiziert sind¹⁴. Angaben zu den arithmetischen Mitteln und zu Standardabweichungen finden sich jeweils in den Tabellen und Übersichten, die von LimeSurvey generiert sind im Abschnitt „5. Umfrageauswertung“. Im Folgenden wird eine Auswahl der Ergebnisse präsentiert.

4.1 Strategien, Ziele, Erfolge

Die Umfrageergebnisse widerlegen das gängige Vorurteil, wonach Wissenschaftsblogs als niedrigschwelliges Medium gern genutzte Publikationsorte sind, in dem jeder und jede ohne Qualitätskontrolle über alles schreibt. Denn einfach drauflos gebloggt wird in den Geisteswissenschaften ganz überwiegend nicht: 72 % der Bloggenden von de.hypothes.es stimmen der folgenden Aussage eher zu oder zu: „**Ich überlege mir sehr genau, was ich inhaltlich blogge**“. 20 % sind bei dieser Aussage unentschieden und 9 % stimmen nicht oder eher nicht zu (Tabelle III.18). Dieses Ergebnis wird durch die Antworten auf eine weitere Frage gestützt, wonach 58 % der befragten Bloggenden von de.hypothes.es mit dem Blog eine „sehr genaue Strategie“ verfolgen. 25 % sind hierbei unentschieden und 17 % stimmen der Anwendung einer sehr genauen Strategie eher nicht oder nicht zu (Tabelle II.5).

Hat man erstmal ein Blog, kommen schnell weitere dazu: 21 % der Befragten geben an, mehrere Blogs bei de.hypothes.es zu führen, was als Zeichen gewertet werden kann, dass zum einen mit den einzelnen Blogs jeweils spezifische Themen und Ziele verfolgt, zum anderen diese Ziele auch erreicht werden und somit Motivation besteht, sich bei weiteren Blogs zu engagieren (Tabelle I.5).

Auch das Vorurteil der mangelnden Qualitätskontrolle bei Wissenschaftsblogs muss in Frage gestellt oder mindestens zur Hälfte über Bord geworfen werden, denn knapp 50 % der geisteswissenschaftlichen Bloggenden verlassen sich nicht allein auf die eigenen (Rechtschreib-)Kenntnisse: Bei 33 % gibt es eine **redaktionelle Kontrolle** vor der Veröffentlichung der Beiträge. Weitere 11 % der Bloggenden bitten einen Kollegen oder eine Kollegin, den Beitrag vorher zu lesen.

¹³ Im offenen Antwortfeld dazu wurden Archiv und Bibliothek am häufigsten genannt.

¹⁴ Kurzstatistiken und Datenexport dieser Umfrage: Zenodo, 10.5281/zenodo.3249965, <https://github.com/Mareike2405/survey-dehypotheses-2018>.

51 % geben an, keine redaktionelle Kontrolle vor der Veröffentlichung durchzuführen (Tabelle IV.17).¹⁵

Dazu passt der Trend, nicht alleine zu bloggen: Weniger als die Hälfte der befragten Geisteswissenschaftler*innen bei de.hypothesen publiziert alleine auf einem Blog (45 %), 34 % der befragten Bloggenden geben an, ein Gemeinschaftsblog zu führen, 21 % öffnen ihr Blog für Gastbeiträge (Tabelle V.6).

Beabsichtigte Funktion: Zweck des Blogs

Auf die Frage, zu welchem Zweck sie hauptsächlich bloggen, antworten 48 % der befragten de.hypothesen-Bloggenden mit „**Wissenschaftskommunikation**“, die damit weit vor „Forschung“ (36 %) rangiert. Auf Bibliothek/Archiv/Museum entfallen 10 % der Antworten. Für die Lehre bloggen lediglich 2 % (Abb. 1 und Tabelle II.1). Es könnte sein, dass die überraschend hohe Antwortzahl bei „Wissenschaftskommunikation“ auf eine sehr breite Interpretation des Begriffs zurückzuführen ist, die ganz allgemein Kommunikation über Wissenschaft meint, und zwar in erster Linie wissenschaftsintern. Das legen zumindest die Antworten auf die Frage nahe, welche Ziele verfolgt werden und für welches Publikum gebloggt wird (siehe unten). Wissenschaftskommunikation ist damit hier nicht allein mit „externer“ Kommunikation von Forschenden mit der breiten Öffentlichkeit oder mit den Medien gleichzusetzen, so wie der Begriff in der Forschung verstanden wird. Dies müsste in der nächsten Umfrage differenziert werden, um eine interpretative Unterscheidung vornehmen zu können.

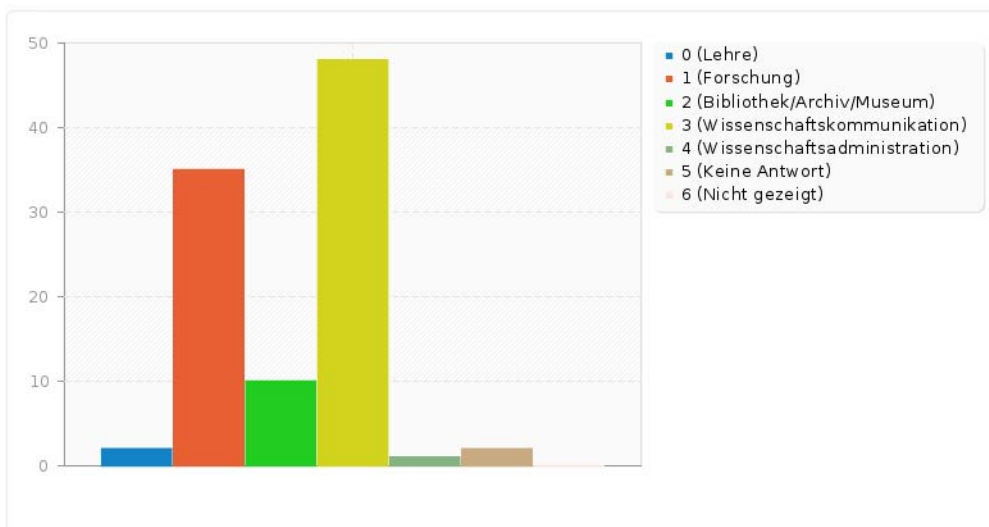


Abb. 1: Zu welchem Zweck bloggen Sie hauptsächlich (bitte nur eine Antwort auswählen)?

Vorrangige Ziele

Entsprechend dem meistgenannten Zweck ist das vorrangige Ziel der Bloggenden von de.hypothesen mit **71 % „Kommunikation und Austausch“**. Mit großem Abstand an zweiter Stelle wird mit 46 % „Vernetzung mit Forschenden“, gefolgt von 42 % „Eigen-Promotion (mich bekannt machen, Thema besetzen)“, 41 % für „Publizieren“ und 39 % für „Dokumentation meiner Forschung“ genannt. „Gedanken ordnen und ausprobieren“ wird von 35 % der befragten de.hypothesen-Bloggenden als

¹⁵ In der nächsten Umfrage könnte man dies spezifizieren und danach fragen, ob Fehler Korrektur gelesen werden oder auch fachlich inhaltlich korrigiert wird.

Ziel angekreuzt. „Schreiben üben“ verfolgen dagegen nur 16 % der Befragten im Sample als Ziel und nimmt damit eine untergeordnete Rolle ein, obwohl es in den Publikationen zum Wissenschaftsbloggen immer wieder als Ziel genannt und auch in dieser Umfrage bei den Erfolgen vergleichsweise positiv bewertet wird. Das könnte daran liegen, dass es kaum Studierende auf der Plattform gibt, die sich vielleicht am ehesten zu diesem Ziel bekennen würden (siehe unten bei Erfolgen). Das Ziel, mit dem Blog die eigene Reputation zu steigern, verfolgen nur 12 % der befragten Bloggenden bei de.hypothes.es. Auf einen Einsatz in der Lehre zielen 11 % der Geisteswissenschaftler*innen im Sample (Tabelle II.2).¹⁶

Welche vorrangigen Ziele verfolgen Sie mit Ihrem Hauptblog? [Mehrfachnennungen möglich]

Ziele	de.hypothes.es gesamt
Kommunikation und Austausch	71,43%
Vernetzung mit Forschenden	45,92%
Eigen-Promotion (mich bekannt machen, ein Thema besetzen)	41,84%
Publizieren	40,82%
Dokumentation meiner Forschung	38,78%
Gedanken ordnen und ausprobieren	34,69%
Schreiben üben	16,33%
Steigerung meiner Reputation	12,24%
Einsatz in der Lehre	11,22%
Sonstiges	10,20%

Tabelle 1: Reihenfolge der vorrangigen Ziele beim Bloggen

Die Antworten im Freifeld zeigen die große Spannweite an Zielen der Bloggenden, etwa: „Über ein Thema schreiben, für das es sonst kaum eine Plattform gibt“, „Wissen zum Thema zentral im Blog sammeln und präsentieren“, „Ermöglichung der Publikation für Dritte“, „Werbung für Langzeitprojekt“, „Transparenz akademischer Arbeit“, „Denkarium“ usw.

... und ihre Erfolge?

Interessant ist der Abgleich dieser Antworten zu den Zielen mit den Antworten zum Erfolg eines Blogs. Positiv mit 51 % fällt die Bilanz aus für die Ziele **„Bloggen hilft mir beim Schreiben und dabei, meine Gedanken zu ordnen“** und „[m]ein Blog ist für mich zugleich eine Dokumentation meiner Forschungstätigkeit“. Mit 49 % stimmt knapp die Hälfte der befragten Bloggenden der Aussage zu oder eher zu, dass sie mit ihrem Blog ein Thema besetzen konnten (Tabellen III.1–III.6). In Sachen Aufbau einer Online-Persönlichkeit ist nur noch rund ein Drittel der Geisteswissenschaftler*innen im Sample (34 %) von der Nützlichkeit der Blogs überzeugt, 24 % sind hier unentschieden (Tabelle III.3).

¹⁶ Vgl. dazu die Umfrage von Mahrt & Puschmann 2014 bei den Wissenschaftsbloggenden von Scilogs (44 Personen), bei denen es ebenfalls eine bunte Mischung an Gründen zu bloggen gab. Dort wählten bei der Frage, warum sie bloggen, 79 % im Sample die Antwortoption „Schreiben macht Spaß“ und 67 % die Antwort, die eigene Disziplin einem Publikum vermitteln zu wollen.

Bloggen hat mir geholfen bei/beim...

	Zustimmung de.hypotheses
Schreiben üben, Gedanken ordnen	51%
Dokumentation meiner Forschungstätigkeit	50,54%
Thema besetzen	49,46%
Aufbau einer Online-Persönlichkeit	34,44%
Reputationsgewinn	29,63%
Aufbau eines akademischen Netzwerks	27,96%

Table 2: Reihenfolge der erreichten Ziele

Die Steigerung der Reputation ist den oben genannten Umfrageergebnissen zufolge nur ein nachgeordnetes Ziel von geisteswissenschaftlichen Bloggenden (ausgewählt von 12 % der Befragten). Der Aussage, „[d]urch Bloggen habe ich an Reputation gewonnen“, stimmen jedoch knapp ein Drittel der Befragten zu oder eher zu (30 %), 25 % zeigen sich in Bezug auf den Reputationsgewinn durch Bloggen unentschieden und 44 % stimmen der Aussage eher nicht oder nicht zu (Tabelle III.4). Ähnliche Zahlen finden sich bei „Schreiben üben“, was ebenfalls als Ziel nicht im Mittelpunkt steht, aber als positiver Nebeneffekt unter den Erfolgen verbucht wird. Nun dürften die Gründe unterschiedlich sein, warum „Schreiben üben“ (hat man nicht nötig) und „Aufbau der Reputation“ (Zweifel an der Wirksamkeit) als Ziele jeweils niedrige Zustimmung aufweisen. Zumindest aber im Hinblick auf die Erfüllung dieser beiden Ziele scheinen Wissenschaftsblogs überzuerfüllen bzw. positive Nebeneffekte aufzuweisen.

Umgekehrt ist es beim Ziel „Vernetzung mit Forschenden“: Von den Geisteswissenschaftler*innen im Sample wurde es als Ziel an zweiter Stelle genannt. Aber erreichen sie dieses Ziel, also hilft Bloggen beim Aufbau eines akademischen Netzwerks? Nein, antworten mit 49 % knapp die Hälfte der Bloggenden (stimme eher nicht zu, stimme nicht zu). Nur 28 % stimmen eher zu oder zu und ein Viertel (25 %) ist unentschieden (Tabelle III.1). Zwar unterscheiden sich die Zahlen unwesentlich von den Zahlen zum Reputationsgewinn, von Interesse ist jedoch die Spannbreite zwischen erstrebtem Ziel und tatsächlichen Erfolg, die auf Ambivalenzen hinweist, die noch zu analysieren sind. Dagegen gilt bei naturwissenschaftlichen Bloggenden das Knüpfen von beruflichen oder persönlichen Verbindungen als Hauptnutzen des Bloggens.¹⁷

Wann sind einzelne Blogbeiträge erfolgreich?

Da das Betreiben von Wissenschaftsblogs zeitintensiv ist, sollte Bloggen Ergebnisse erzielen und Blogbeiträge nach den eigenen Maßstäben „erfolgreich sein“. Doch was heißt das konkret: hohe Reichweite, viele Kommentare, positive Rückmeldungen? Sieben Fragen gab es zu diesem Themenkomplex (davon eine Kontrollfrage). Die höchste Zustimmung der geisteswissenschaftlichen Bloggenden bei de.hypotheses erhält mit 71 % die Aussage, „[e]in Blogbeitrag ist für mich erfolgreich, wenn ich darauf angesprochen werde“. 20 % sind dieser Aussage gegenüber unentschieden und 9 % stimmen eher nicht oder nicht zu (Tabelle III.23). Hier zeigt sich das weiter unten ausgeführte Phänomen, dass Blogs als Kommunikationsinstrument nicht ausschließlich online stattfinden, sondern ebenso Teil der analogen Kommunikation sind. Dabei ist die Qualität der

¹⁷ Page Brown Jarreau, All the Science That is Fit to Blog: An Analysis of Science Blogging Practices (2015), Louisiana State University Doctoral Dissertations, 1051, https://digitalcommons.lsu.edu/gradschool_dissertations/105.

Rückmeldungen drei Viertel der befragten de.hypotheses-Bloggenden wichtiger als die Quantität (Tabelle III.24).

Weitere Erfolgszeichen von Blogbeiträgen sind (in der Reihenfolge ihrer Gewichtung):

- eine große Reichweite (61 %)
- ein Zitat in einer Zeitschrift oder einer klassischen Publikation (56 %)
- häufiges Teilen in den sozialen Medien (54 %)
- hoher Anteil an Kommentaren (32 %)

Dass der Erfolg eines Beitrags weniger am Vorhandensein von Kommentaren gemessen wird, ist gut, denn diese sind rar (siehe unten): Während wie oben erwähnt 32 % der Befragten Kommentare als Zeichen des Erfolgs eines Blogbeitrags ansehen, zeigt sich die 39 % umfassende größte Gruppe diesbezüglich unentschieden, während 29 % eher nicht oder nicht zustimmen (Tabelle III.21).¹⁸

Auf die offene Frage, „[w]ann ist ein Blogbeitrag für Sie erfolgreich?“ haben 34 Bloggende das Freifeld ausgefüllt. Die Antworten lassen sich in vier Kategorien einteilen:

- 1) Blogbeiträge sind erfolgreich, wenn sie Wissenslücken füllen, andere anregen und weitere Diskussionen hervorbringen (zehn Mal genannt);
- 2) Blogbeiträge sind erfolgreich, wenn sie im fachlichen Umfeld registriert und diskutiert werden (sechs Mal genannt);
- 3) Blogbeiträge sind erfolgreich, wenn der/die Bloggende selbst damit zufrieden ist (vier Mal genannt);
- 4) Blogbeiträge sind erfolgreich, wenn sie Gedanken ordnen, der/die Bloggende selbst etwas lernt und in der eigenen Forschung dadurch weiterkommt (drei Mal genannt).

4.2 Rückmeldungen, Kommentare, Zitate

Die Wichtigkeit von Austausch und Kommunikation für die Wissenschaftsbloggenden zeigt sich bei den Antworten zu den Fragen rund um das Thema Rückmeldungen und Kommentare. Die bloggende Geisteswissenschaftlerin mag zwar im stillen Kämmerlein sitzen und schreiben, sie möchte aber durchaus Rückmeldungen zu ihren Blogbeiträgen: Mit 94 % stimmen fast alle Geisteswissenschaftler*innen darin überein, sich über Rückmeldungen zu ihren Blogbeiträgen zu freuen (Tabelle III.8). Das bestätigt die (vermutlich überflüssige) Frage zur Gegenprobe: 84 % im Sample stimmen der Aussage „Rückmeldungen sind mir egal“ eher nicht oder nicht zu (Tabelle III.9). 78 % der befragten Bloggenden von de.hypotheses geben an, sich mehr Rückmeldungen zu wünschen. 15 % sind in dieser Frage unentschieden und 6 % stimmen eher nicht oder nicht zu (Tabelle III.7). Doch kommentieren die Bloggenden selbst in der überwiegenden Mehrheit (60 %) „selten“ (weniger als einmal im Monat) oder „nie“ (29 %, Abb. 3 und Tabelle V.11). Das sind zusammen gerechnet **89 % der Bloggenden, die sich am blogmäßigen Austausch über Kommentare nicht oder quasi nicht beteiligen!**

¹⁸ Dies ist deutlich weniger als in der 2014 bei den überwiegend naturwissenschaftlichen Bloggenden bei Scilogs durchgeführten Umfrage von Mahrt & Puschmann, wonach die Bloggenden die hohe Wichtigkeit von Kommentaren und auch des kritischen Austauschs auf dem Blog unterstrichen. Vgl. Mahrt & Puschmann 2014, S. 6.

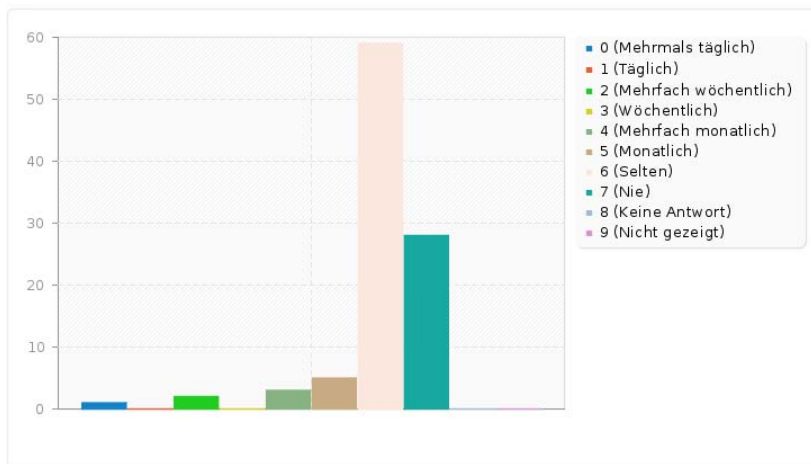


Abb. 3: Wie häufig kommentieren Sie in Blogs?

Letztlich sind die Ergebnisse in Bezug auf die Kommentare uneindeutig: Blogs sind ein erhofftes Mittel zur Kommunikation, so dass Kommentare wichtig sind, weil sie für Austausch stehen und diesen sichtbar belegen können. Kommentare können dann problemlos als weniger wichtig angesehen werden, wenn der Austausch über andere Kanäle funktioniert (Vorträge, mündliches Gespräch, Mail), wie es die Ergebnisse der Umfrage nahelegen. Ein Teil der Diskussionen könnte auch in soziale Medien wie Twitter oder Facebook verlagert sein.¹⁹ Zugleich zeigt sich daran, dass Wissenschaftsblogs einen Platz als weiteres Publikationsformat eingenommen haben, das sich von anderen Formaten im Hinblick auf Diskussion und Wahrnehmung von Beiträgen nicht stark unterscheidet. Wünscht man sich ein tatsächliches Open Peer Review von Beiträgen oder eine Diskussion, dann müssen Kommentare aktiv eingeworben werden. Die geringe Anzahl von Kommentaren kann neben Zeitknappheit auch damit erklärt werden, dass Blogkommentare keine wissenschaftliche Reputation einbringen.²⁰

Wie fallen die Kommentare aus? Knapp zwei Drittel der befragten Bloggenden von de.hypotheses (62 %) bestätigen, dass sie **überwiegend positive Rückmeldungen** auf ihre Blogbeiträge erhalten, 30 % sind unentschieden, 8% stimmen der Aussage eher nicht oder nicht zu (Tabelle III.10). Beschimpfungen scheinen eher die Ausnahme zu sein: Der Aussage, „[i]ch wurde wegen eines Beitrags schon beschimpft“ stimmen 83 % der Bloggenden von de.hypotheses eher nicht oder nicht zu (Tabelle III.12).²¹ Der Aussage, „[m]an hat mir schon mal geraten, mit dem Bloggen aufzuhören“ stimmen mit 85 % ebenfalls eine „große Mehrheit der Bloggenden eher nicht oder nicht zu, 12 % stimmen allerdings zu, was im Sample zehn Personen entspricht (Tabelle III.13).

¹⁹ Aus der Umfrage von Jarreau 2015 geht hervor, dass naturwissenschaftliche Bloggende mit ihren Leserinnen und Lesern sehr viel stärker auf Twitter und Facebook interagieren als über Kommentare.

²⁰ Vgl. Andreas Fahrmeir Bloggen und Open Peer Review in der Geschichtswissenschaft: Chance oder Sackgasse?, in: Peter Haber, Eva Pfanzelter (Hg.), *historyblogosphere. Bloggen in den Geschichtswissenschaften*, München 2013, S. 23–35.

²¹ Vermutlich müsste die Frage bei zukünftigen Umfragen nicht als Skala-Frage, sondern als Ja-Nein-Frage formuliert werden.

Zum Vergleich: Den Umfrageergebnisse bei den Bloggenden von Scilogs aus dem Jahr 2014 zufolge erhalten 77 % der Bloggenden positives Feedback, 34 % erhalten überkritische Kommentare und 29 % der befragten Bloggenden empfinden Kommentare nur als Provokation.²²

Wie häufig werden Blogbeiträge zitiert?

Wenn das Zitieren von Blogbeiträgen in anderen Publikationen ein Kriterium für den Erfolg eines Beitrags ist, so ist interessant, wie häufig Blogbeiträge in den verschiedenen Publikationstypen (Blogs, Tageszeitungen, Online-Journals, gedruckte Fachzeitschriften und Monographien) zitiert wurden. Wie zu erwarten, sind die **Zahlen für Zitate in anderen Blogs am höchsten, die in der Tagespresse am niedrigsten**. Noch nie zitiert wurden Blogs laut diesen Selbstangaben zu 13 % in anderen Blogs, zu 43 % in einem Beitrag eines Sammelbandes, zu 49 % in einer gedruckten Fachzeitschrift, zu 52 % in einer Online-Zeitschrift, zu 57 % in einer Monographie und zu 67 % in der Tagespresse. Bei diesen Fragen hat durchgängig über 40 % der Befragten nicht geantwortet, so dass die Repräsentativität der Ergebnisse hier eingeschränkt ist. Auch macht die Staffelung nach Häufigkeit der Erwähnung die Auswertung schwierig (siehe Lessons learned). Dennoch hat es demnach rund die Hälfte der hier antwortenden Geisteswissenschaftler*innen mit ihren Blogs zumindest zu einem Zitat in einem Aufsatz oder einer Monographie geschafft (wobei es sich dabei auch um Eigenzitate handeln könnte, Tabellen III.28–III.34).

Zum Vergleich die Angaben zur Frage, mehr als 15 mal zitiert worden zu sein (aufsteigend): 11 % (in absoluten Zahlen sechs Personen) geben an, dass ihr Blog häufiger als 15 Mal in einer Tageszeitung zitiert wurde, gegenüber 13 % in einer Monographie und jeweils 14 % in einer gedruckten Zeitschrift, in einer Online Zeitschrift, in einem Beitrag im Sammelband sowie 21 % (entspricht 13 Personen) in anderen Blogs (ibid.).

4.3 Angaben zum Bloggen allgemein

Gut zwei Drittel (68 %) der befragten geisteswissenschaftlichen Bloggenden von de.hypotheses geben an, ein **thematisches Forschungsblog** zu führen. Die zweitgrößte Gruppe mit 24 % antwortet, ein Blog zu einem Forschungsprojekt zu führen, wobei die Unterschiede und die Abgrenzung zum „thematischen Forschungsblog“ fließend sind und möglicherweise zu einer Verzerrung bei den Antworten geführt haben.²³ 12 % der Befragten leiten ein Blog für eine wissenschaftliche Einrichtung, gefolgt von 12 %, die am Blog einer Forschungsgruppe mitarbeiten, und 11 %, die ein Blog begleitend zu einer Veranstaltung haben. Jeweils 9 % der Befragten führen ein Blog begleitend zu einer Dissertation bzw. zu einer Habilitation. Nur 1 % führt ein Seminarblog. Mehrfachnennungen waren hier möglich (Abb. 4 und Tabelle V.5).

²² Mahr & Puschmann 2014, S. 6.

²³ Diese Aufteilung ist dem Antrag auf Eröffnung eines Blogs von de.hypotheses entnommen, wobei „Forschungsprojekt“ Einzelprojekte außerhalb von Dissertation und Habilitation meint. Bei einer erneuten Durchführung der Umfrage sollten die Kategorien zusammengeführt bzw. neu aufgeteilt werden (siehe Lessons learned).

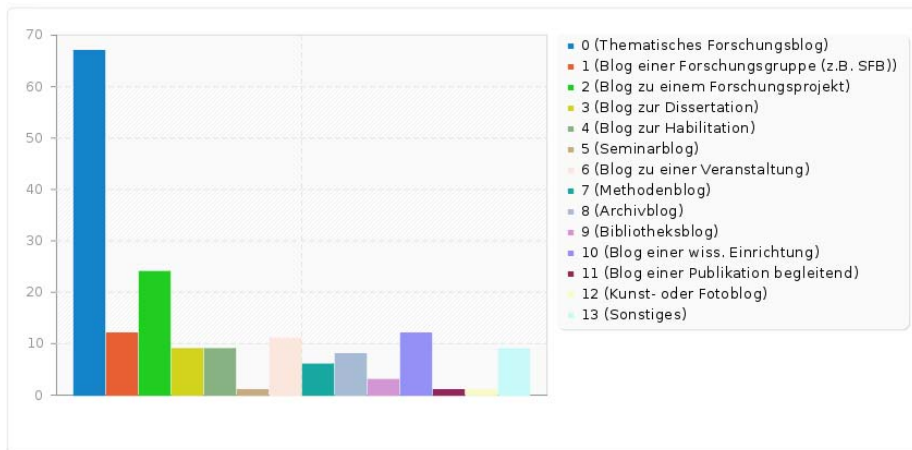


Abb. 4: Wo ordnen Sie Ihr Hauptblog ein (Mehrfachnennungen möglich)?

Bloginhalte

Ganz überwiegend wird inhaltlich über das **eigene Forschungsthema** gebloggt (77 %). An zweiter Stelle stehen mit jeweils 16 % die Antworten „[ü]ber das akademische Leben allgemein“ und „[ü]ber das akademische Arbeiten (Tipps zur Methode)“. 9 % geben „Lehrinhalte meiner Seminare“ an, 5 % „Off-Topic-Beiträge“. Da 23 % der Befragten „Sonstiges“ nennen, sind die Antworten im Freifeld interessant: Am häufigsten werden aktuelle Themen mit Forschungsbezug, Veranstaltungen, Archive, Quellen und Quellenpublikationen genannt, aber auch Publikationen, „Arbeitsalltag“, „diverse Themen“ und „Quer durch den Garten“ (Abb. 5 und Tabelle II.4).

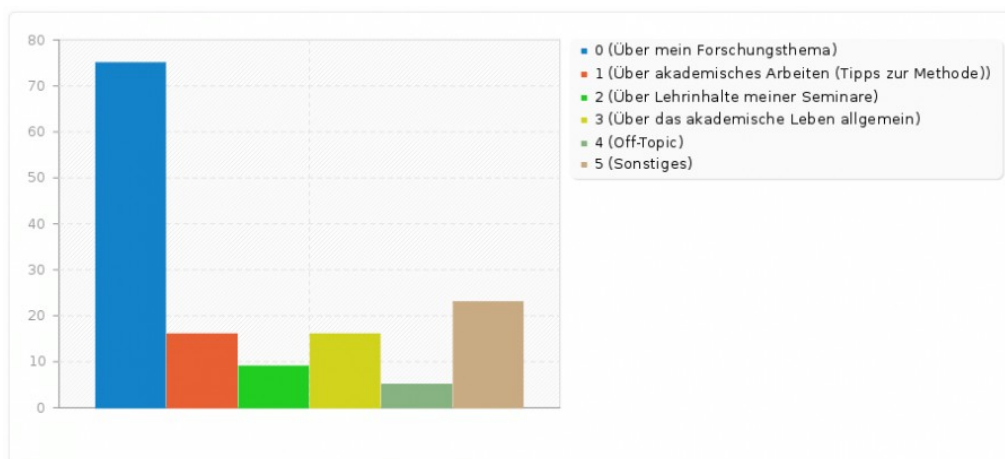


Abb. 5: Worüber bloggen Sie inhaltlich am häufigsten (Mehrfachnennungen möglich)?

Auffallend ist die relativ niedrige Zahl bei der Antwort, über das akademische Leben allgemein zu bloggen, gelten Blogs in der Forschungsliteratur doch überwiegend als Ort, in dem Kritik am akademischen Leben besonders beliebt ist. Bei den Bloggenden von de.hypotheses scheint dies nicht der Fall zu sein, vielleicht auch, weil hier nicht anonym gebloggt wird. Es könnte aber auch ein Unterschied zu naturwissenschaftlichen Blogs sein. Eine weitere Erklärung wäre, dass die Academia-

kritischen Beiträge zwar quantitativ in der Minderheit sind, aber besondere Aufmerksamkeit generieren, so dass der Eindruck entsteht, es gebe viele davon.²⁴

Es wird nicht häufig gebloggt...

Die Zeiten, in denen ein Blog als Online-Journal täglich oder mehrfach wöchentlich befüllt wurde, sind mehrheitlich vorbei (falls es sie im Bereich der Geisteswissenschaften je gab). Die mit 38 % größte Gruppe der befragten Bloggenden von de.hypotheses gibt an, „selten“, also **weniger als einmal im Monat, zu bloggen**, gefolgt von 28 %, die monatlich einen Blogbeitrag veröffentlichen²⁵. Die drittgrößte Gruppe mit 18 % vermerkt, mehrfach monatlich zu bloggen. Ein sehr kleiner Teil im Sample bloggt wöchentlich (7 %) oder sogar mehrfach täglich (2 % = 2 Personen). Auf „täglich“ entfiel hier keine Antwort (Abb. 6 und Tabelle V.8).

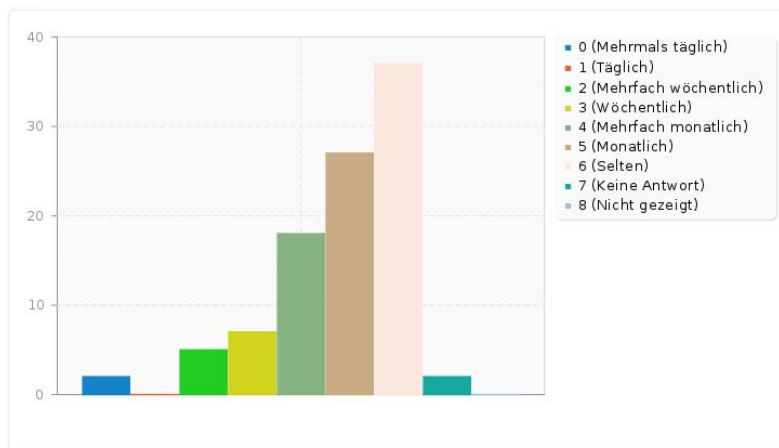


Abb. 6: Wie häufig bloggen Sie selbst?

... doch Blogs werden von Bloggenden häufig gelesen!

Anders sieht es bei der Lektüre von Blogs aus: Von den Befragten geben 24 % an, Blogs mehrfach wöchentlich zu lesen. Mit 19 % an zweiter Stelle steht die Gruppe, die mehrfach monatlich Blogs liest. 15 % entfallen auf eine monatliche Lektüre von Wissenschaftsblogs, 13 % der Befragten lesen Blogbeiträge „selten“ (also weniger als einmal im Monat). 9 % der Befragten lesen täglich Blogs, 8 % mehrfach täglich (Abb. 7 und Tabelle V.10).

²⁴ Vgl. z.B. Cassidy R. Sugimoto et al., Scholarly Use of Social Media and Altmetrics: a Review of the Literature, in: Journal of the Association for Information Science and Technology 68/9 (2017, S. 2037-2062, hier S. 2041.

²⁵ In der Mailingliste der Bloggenden von de.hypotheses war richtigerweise kritisiert worden, dass der Sprung in der Häufigkeitsangabe von „monatlich“ zu „selten“ zu groß sei und man Schwierigkeiten habe einzuschätzen, was „selten“ bedeute (siehe Lessons learned).

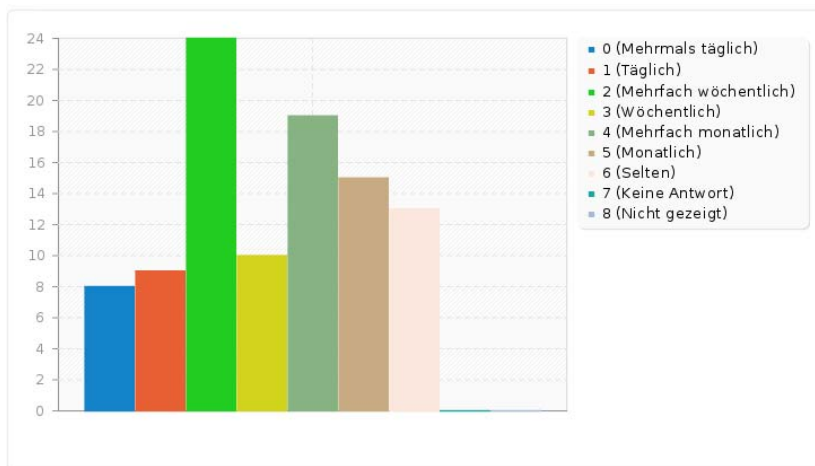


Abb. 7: Wie häufig lesen Sie andere Blogs?

Da viele der befragten Bloggenden bei Gemeinschaftsblogs publizieren (34 %), ist die Statistik bei der Frage, wie häufig Beiträge im Blog publiziert werden, höher: Bei Gemeinschaftsblogs liegt als Publikationsrhythmus monatlich mit 30 % an erster Stelle und mehrfach monatlich knapp dahinter mit 22 % (Tabelle V.9). Der **wöchentliche Zeitaufwand für das Bloggen liegt bei 47 % der Befragten bei unter einer Stunde**. 18 % der Geisteswissenschaftler*innen im Sample geben an, ein bis zwei Stunden pro Woche mit Bloggen zu verbringen, 12 % verwenden zwei bis drei Stunden pro Woche mit dem Schreiben von Blogbeiträgen (Abb. 8 und Tabelle IV.2).

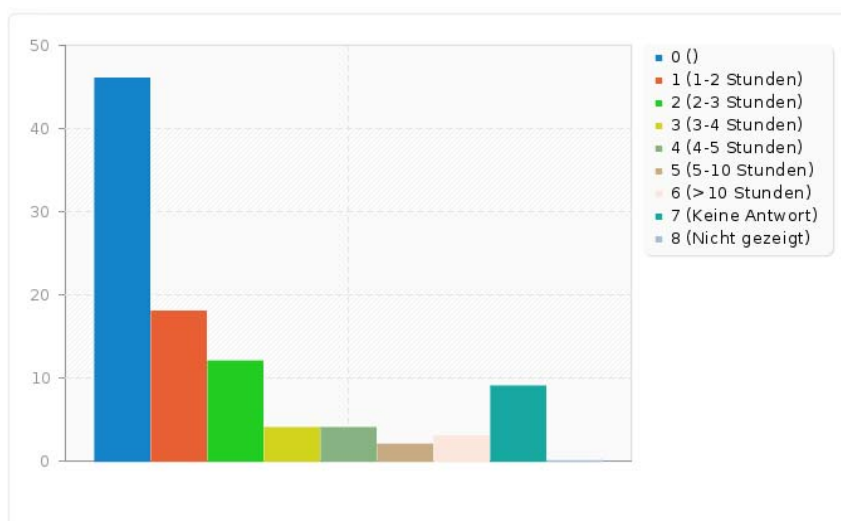


Abb. 8: Wieviel Zeit verbringen Sie in der Woche durchschnittlich mit Bloggen?

Knapp ein Drittel der geisteswissenschaftlichen Bloggenden hat einen eigenen regelmäßigen Publikationsrhythmus in Anlehnung an andere periodische Publikationsformate wie Zeitschriften: Regelmäßig (z.B. jeden Montag oder einmal die Woche) bloggen 32 % der Befragten. 63 % dagegen folgen keinem regelmäßigen Rhythmus (Tabelle IV.3).

Wie lang sind Blogbeiträge?

Bloggende von de.hypotheses neigen zu etwas längeren Blogbeiträgen als der Durchschnitt aller befragten geisteswissenschaftlichen Bloggenden: 44 % geben an, üblicherweise Blogbeiträge von ein bis zwei Seiten zu publizieren (48 % im gesamten Sample). 20 % im Sample schreiben Beiträge mit einer Länge von zwei bis drei Seiten (18 % im gesamten Sample). An dritter Stelle stehen mit 14 % die Gruppe derjenigen, die unter einer Seite bloggen (16 % im gesamten Sample). Drei bis vier Seiten umfassen die Beiträge von 9 % der Befragten (8 % im gesamten Sample) und mehr als vier Seiten schreiben 8 % (7 % im gesamten Sample, Tabelle IV.1).

Blogbeiträge – man spricht darüber!

Ein Fragenkomplex der Umfrage ist dem Thema Bewerbung von Blogbeiträgen gewidmet. Während wenig erstaunlich mit 72 % weit über zwei Drittel der befragten de.hypotheses-Bloggenden angibt, die eigenen **Blogbeiträge über Twitter zu bewerben** und damit bestätigt, dass Bloggende zugleich einen Twitter-Account betreiben (bzw. benötigen), steht überraschenderweise auf Platz zwei der meistgenutzten Werbemethode für Blogs mit glatten 50 % das mündliche Bewerben von Beiträgen (Mehrfachnennungen waren möglich). Auf Platz drei der häufig genutzten Werbeorte landet Facebook mit 45 %, auf Platz vier der Klassiker RSS-Feeds (35 %) und auf Platz fünf mit 30 % der Mailversand. Andere soziale Medien nutzen 20 % der Befragten, 17 % bewerben ihre Beiträge nicht aktiv (Tabelle III.35).

Auch bei der Blogbewerbung gibt es einen Trend zum strategischen Vorgehen: Einen eigenen Account für das Blog in den sozialen Medien nutzen 27 % der de.hypotheses-Bloggenden, 47 % setzen dafür ihren persönlichen Account ein, 10 % geben „Sonstiges“ an, wobei im Freifeld als Antwort häufig ein Institutsaccount genannt wird, über den Beiträge beworben werden (Tabelle III.36).

Diese Ergebnisse werden umgekehrt durch die Antworten auf die Frage bestätigt, wie Bloggende von neuen Wissenschaftsblogs oder Blogbeiträgen erfahren: Mit 82 % gibt die weitaus größte Gruppe an, **über soziale Medien (Blogs und Twitter) von neuen Blogbeiträgen zu erfahren**. An zweiter Stelle werden mit 55 % Kolleginnen und Kollegen als Quelle für neue Blogs und Blogbeiträge genannt, wobei offen bleibt, wie diese davon berichten (mündlich, per Mail oder anders). Über RSS-Feeds erfahren 29 % der de.hypotheses-Bloggenden von neuen Blogs und neuen Beiträgen, über Vorträge 27 % und über Mailinglisten 26 %. Im Freifeld „Sonstiges“ werden mehrfach Katalog und Startseite von de.hypotheses als Informationsquelle genannt, genau wie Zufall, Recherche und der Blogaggregator [Planet History](#) (Abb. 9 und Tabelle III.37).

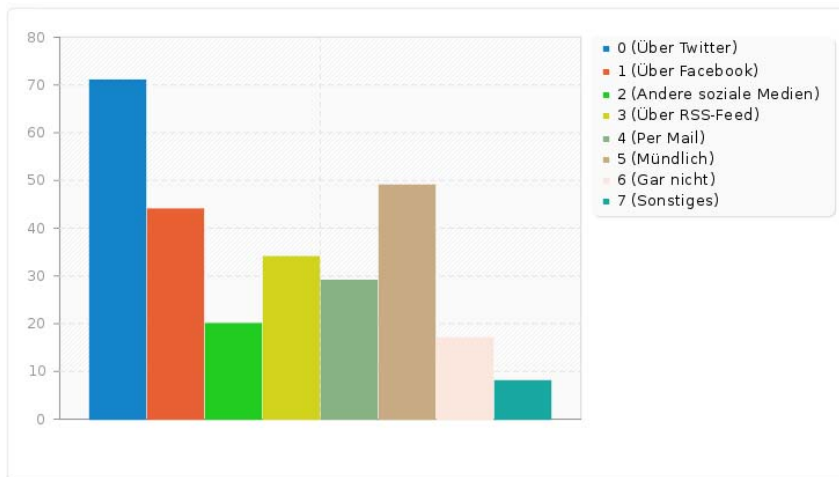


Abb. 9: Wie bewerben und verbreiten Sie Ihre eigenen Blogbeiträge?

Interessant ist bei diesen Angaben ähnlich wie bei den Rückmeldungen zu Blogbeiträgen die Integration von Blogs in einen **wissenschaftlichen Informationsraum, der gleichermaßen digitale wie analoge Publikation und Kommunikation** enthält. Wissenschaftsblogs finden nicht nur rein online statt: Man wird mündlich darauf angesprochen, erfährt davon in Vorträgen und in gedruckten Publikationen.

Für welches Publikum wird gebloggt?

Bei der Frage, für welches Publikum sie bloggen, gibt mit 38 % die größte Gruppe der Geisteswissenschaftler*innen im Sample an, **für ein akademisches Publikum** zu schreiben. Addiert man die 14 % derjenigen dazu, die für Fachkolleginnen und -kollegen bloggen, so sind es mit 52 % insgesamt etwas mehr als die Hälfte der Befragten, die ihre Beiträge für ein engeres oder weiteres akademisches Publikum verfasst. Nur 13 % der Befragten bloggen dezidiert für die breite Öffentlichkeit, 18 % der Befragten geben an, für alle gemeinsam bzw. niemanden speziell zu bloggen, und bei 10 % unterscheiden sich das adressierte Publikum von Beitrag zu Beitrag (Abb. 10 und Tabelle IV.15). Nur 2 % der Befragten bei de.hypothesen antworten, sich darüber keine Gedanken zu machen. Damit sind geisteswissenschaftliche Blogs – anders als naturwissenschaftliche Blogs²⁶ – nicht unbedingt als Brücke zur interessierten Öffentlichkeit gedacht. Dies kann allerdings ein Nebeneffekt sein, sind Blogbeiträge doch frei im Netz zugänglich und werden von Suchmaschinen in den Ergebnislisten hoch gerankt.

²⁶ Die von Jarreau 2015 befragten naturwissenschaftlichen Bloggenden schreiben vor allem, um Wissenschaft einem nicht-spezialisierten Publikum nahe zu bringen, vgl. Jarreau 2015.

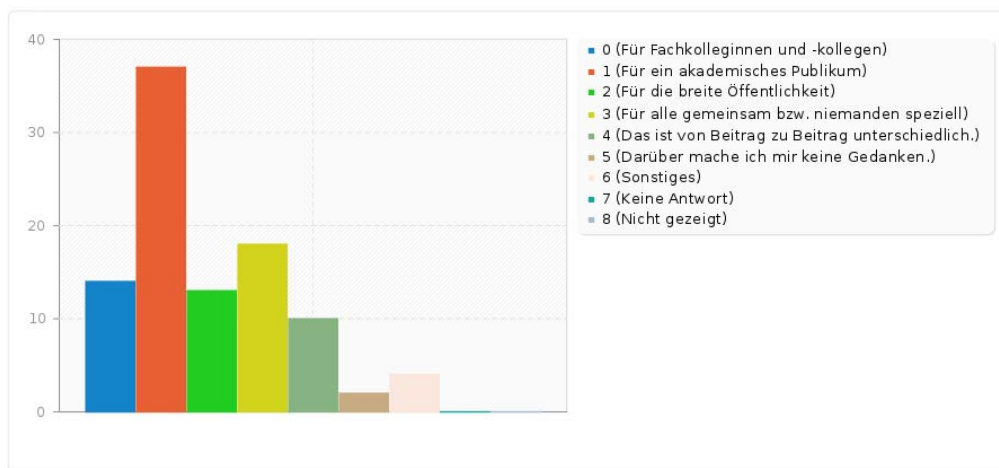


Abb. 10: Für welches Publikum bloggen Sie hauptsächlich?

Auf die Frage, ob sie sich in Schreibweise und Stil auf ihr Publikum einstellen, antworten 72 % der befragten Bloggenden von de.hypotheses mit „Ja“. Nur 13 % der Befragten antworten hier mit „Nein“, 12 % mit „Manchmal“ (Tabelle IV.16). Damit bestätigen diese Ergebnisse die bisherige Forschungsmeinung, wonach Wissenschaftsbloggende sorgfältig über ihr Publikum nachdenken und bei stilistischen und thematischen Entscheidungen ihr imaginiertes Publikum berücksichtigen.²⁷ Zugleich zeigt sich erneut, dass Geisteswissenschaftler*innen nicht einfach drauflos bloggen, sondern sich vorab strategische Gedanken machen.

4.4 Formales: Design, Navigation, Links

Nicht nur die Inhalte eines Wissenschaftsblogs müssen stimmen, sondern auch das Design: Das Aussehen ihres Wissenschaftsblogs ist mit 89 % einer großen Mehrheit der befragten Geisteswissenschaftler*innen eher wichtig oder wichtig. 7 % sind unentschieden, 4 % geben an, dass ihnen das Aussehen eher nicht oder nicht wichtig ist (Tabelle IV.6). Was bedeutet das konkret? Viel Zeit verwenden die Bloggenden mehrheitlich auf das Erstellen von Kategorien (60 %), die dem inhaltlichen Zugriff auf die Blogbeiträge dienen, auf das Setzen von Links (57 %), auf Schlagwörter (55 %) und auf Bilder (52 %). Das Einbinden von Multimedia-Elementen dagegen ist nur noch 27 % der Geisteswissenschaftler*innen viel Zeit wert, die Navigation sogar nur 17 % (wobei die Navigation auch über Kategorien erfolgt, die wiederum eine hohe Prozentzahl aufweisen, Tabelle IV.7–IV.9, IV.11–IV.13). Doch selbst wenn das Aussehen des Wissenschaftsblogs wichtig ist, wird es nicht ständig neu eingerichtet: 72 % der de.hypotheses-Bloggenden stimmen der Aussage eher nicht oder nicht zu, „[i]ch richte mein Blog immer wieder neu ein“ (Tabelle IV.10).

Eine Blogroll, also ein öffentliches Kurzverzeichnis mit Links auf andere favorisierte Blogs, hat lediglich 22 % der befragten de.hypotheses-Bloggenden (Tabelle IV.4). Eine weitere Frage bezog sich auf die Anzahl der Blogs, die in der Blogroll verlinkt sind, sofern vorhanden. Aufgrund der hohen Zahl derjenigen, die keine Antwort anklickten (77 %) und der zu zahlreichen Antwortoptionen sind die

²⁷ Unter den Wissenschaftsbloggenden der Scilogs bloggen 84 % für die Öffentlichkeit allgemein, 82 % für Personen mit Interesse an der Disziplin und 46 % für Wissenschaftskollegen, Mahrt & Puschmann 2014, S. 7. Die Angaben sind nicht vergleichbar, da hier eine Mehrfachauswahl möglich war.

Ergebnisse nicht repräsentativ, daher hier nur so viel: Die Angabe, 20 Blogs oder mehr zu verlinken, machen mit 5 % die größte Gruppe (entspricht fünf Personen), gefolgt von 4 % für zwölf Blogs in der Blogroll (Tabelle IV.5).

Die Zahlen bestätigen eine bereits früher angestellte Beobachtung, dass nur wenige geisteswissenschaftliche Blogs im deutschsprachigen Raum überhaupt eine Blogroll pflegen, was als Zeichen dafür interpretiert werden kann, dass Blogs nicht nur Nabelschau betreiben oder selbstreferentiell sind.²⁸ Als relativ niedrig kann mit 57 % der Anteil der Bloggenden gesehen werden, die „viel Zeit“ für das Setzen von Links aufbringt. Auch wenn offen bleiben muss, was „viel Zeit“ genau bedeutet, so zeigt sich in diesen Antwortergebnissen, dass Forschende nicht vorrangig bloggen, weil sie grundlegende Kennzeichen von Internetpublikationen wie Hypertext, Multimedia-Inhalte oder Blogroll nutzen möchten, sondern weil sie über eigene kürzere Texte am Wissenschaftsdiskurs teilnehmen möchten. Zugleich bleibt festzuhalten, dass immerhin gut die Hälfte der Bloggenden „viel Zeit“ für Abbildungen aufwendet, wobei der Zeitaufwand in Teilen den komplizierten rechtlichen Bestimmungen angerechnet werden könnte.

CC-Lizenzen

Wer ein Blog betreibt, wird sich unweigerlich mit rechtlichen Fragen (DSGVO, Bild- und Persönlichkeitsrechte, Impressum, Lizenzen etc.) und mit Open Access auseinandersetzen. Auf die Frage, welche Lizenz sie für ihr Blog verwenden, antworten 70 % der geisteswissenschaftlichen Bloggenden bei de.hypotheses mit „[e]ine Creative-Commons-Lizenz“. Im gesamten Sample liegt der Anteil bei 63 % und damit deutlich niedriger. Der höhere Anteil bei de.hypotheses dürfte an der Aufklärungstätigkeit von Redaktion und Community Management der Plattform in diesem Bereich liegen. Die zweitgrößte Antwortgruppe entfällt mit 16 % (bzw. 13 % im gesamten Sample) auf „[g]ar keine“. Ein Copyright geben nur 8 % der Bloggenden von de.hypotheses an (7 % im gesamten Sample) und 6 % der Befragten antworten, nicht zu wissen, was eine Lizenz ist und wozu sie dient (9 % im gesamten Sample, Tabelle IV.14).

4.5 Einstellungen zum Bloggen

Angst, Blamage, Selbstzensur?

Ein Faktor, der Vorüberlegungen und Eigenkorrekturen beim Bloggen mitbestimmt, könnte die Angst sein, etwas Falsches zu publizieren oder sich zu blamieren. Die Antworten auf die Umfrage zeigen, dass diese Ängste nicht beherrschend sind und geisteswissenschaftliche Bloggende – zumal die hier im Sample versammelten, die mehrheitlich bereits seit längerem im Wissenschaftsgeschäft sind – Selbstbewusstsein haben: 61 % der befragten Bloggenden bei de.hypotheses lehnen die Aussage eher ab oder ab: „Wenn ich blogge, habe ich Angst, Fehler zu machen oder Falsches zu publizieren“. Nur 21 % stimmen der Frage eher zu oder zu, 19 % sind unentschieden (Tabelle III.16). Die Aussage „[b]eim Bloggen befürchte ich, mich im Kolleg*innenkreis zu blamieren“, lehnen mit 71 % ein noch größerer Prozentsatz der de.hypotheses-Bloggenden eher ab oder ab (zustimmend/eher zustimmend sind 18 %, Tabelle III.17). Der Aussage, „[i]ch zensiere mich oft selbst aus Angst vor negativen

²⁸ Graf, König, Forschungsnotizbücher 2012, S. 78.

Konsequenzen für meine Karriere“, stimmen lediglich 15 % der befragten de.hypothesen-Bloggenden eher zu oder zu (Tabelle III.19).

„Privacy Concerns“ der Bloggenden

Eine der häufig genannten Vorbehalte bei Geisteswissenschaftler*innen gegenüber Bloggen und generell gegenüber Online-Publikationen ist die Angst vor Plagiaten. Hat man sich zu einem Wissenschaftsblog entschieden, scheint dies jedoch kaum eine Rolle zu spielen: Rund drei Viertel der Befragten (77 %) stimmt der Aussage, „[i]ch mache mir Sorgen, dass meine Blogbeiträge plagiiert werden können“, eher nicht oder nicht zu. Nur 14 % der Befragten teilen diese Sorge (stimmt eher zu oder zu), 8 % sind in dieser Frage unentschieden (Tabelle III.14). Ebenso gering sind bei den befragten Bloggenden Befürchtungen im Hinblick auf die Weiterverwendung eigener Texte, die im Internet veröffentlicht wurden: 83 % der Bloggenden bei de.hypothesen geben an, der Aussage eher nicht oder nicht zuzustimmen: „Ich veröffentliche nicht gern im Internet, weil ich nicht weiß, wie die Texte verwendet werden“ (Tabelle III.15). Zum Vergleich: Mit 25 % war der Anteil bei der Umfrage zur Nutzung von Social Media von Pscheida et al. aus dem Jahr 2013 unter Wissenschaftler*innen allgemein sehr viel geringer, was als Indiz für die große Spannweite an Einstellungen in diesem Bereich dienen kann.²⁹ Es könnte ebenso ein Zeichen dafür sein, dass die Bloggenden sehr wohl strategisch entscheiden, was sie in ihrem Blog preisgeben und was nicht, und Materialien und Thesen, die sie noch an anderer Stelle verwerten möchten, nicht zuerst im Blog veröffentlichen.³⁰

4.6 Hauptunterschiede de.hypothesen – andere Bloggende

Insgesamt unterscheiden sich die Ergebnisse der beiden Samples nur graduell. Der höchste Unterschied bei den Antworten liegt bei 7 %. Einige Unterschiede wurden bereits erwähnt – etwa die deutlich höhere Nutzung von Creative-Commons-Lizenzen bei den Bloggenden von de.hypothesen. Hier seien einige weitere Hauptunterschieden bei den Antworten der Bloggenden von de.hypothesen im Vergleich zum gesamten Sample (also de.hypothesen und externe Bloggende gemeinsam) aufgezählt.

Stärkere Ausrichtung auf Forschung und Strategie

Bei den Fragen zu Vorüberlegungen und Strategie zeigt sich, dass die Bloggenden von de.hypothesen zumeist stärker strategisch vorgehen, wenn auch oftmals nur graduell: So verfolgen 58 % der de.hypothesen-Bloggenden eine „sehr genaue Strategie“ gegenüber 56 % aus dem gesamten Sample. „Ich überlege mir sehr genau, was ich inhaltlich blogge“, bestätigen 72 % der Bloggenden von de.hypothesen versus 69 % aus dem gesamten Sample. Eine redaktionelle Kontrolle findet bei 33 % der de.hypothesen-Bloggenden statt gegenüber 29 % im gesamten Sample. Die Unterschiede bei der Beantwortung zwischen Bloggenden außerhalb der Plattform und de.hypothesen-Bloggenden können dadurch erklärt werden, dass bei de.hypothesen ein Antragsformular ausgefüllt werden muss, das Fragen zum geplanten Blogprojekt enthält und das dazu anregen soll, sich vorab über die Redaktionsplanung des Wissenschaftsblogs Gedanken zu machen.

²⁹ Pscheida et al., Nutzung von Social Media 2013, S. 34. Die Frage dort lautete „Ich stelle ungern Informationen ins Internet, weil ich nicht weiß, was Andere mit ihnen machen könnten“. 25,3 % der befragten Wissenschaftler*innen stimmten nicht oder eher nicht zu.

³⁰ König, Herausforderung für unsere Wissenschaftskultur 2015, S. 66.

Die stärkere wissenschaftliche Ausrichtung der Blogs der Plattform de.hypothes.es zeigt sich im Vergleich zum Gesamtsample an mehreren Stellen der Umfrageergebnisse. So führen 68 % der Geisteswissenschaftler*innen bei de.hypothes.es ein thematisches Forschungsblog, gegenüber 61 % im gesamten Sample. Auch bloggen bei der Plattform 77 % über ihr eigenes Forschungsthema gegenüber 71 % im Sample insgesamt. Der Hauptzweck des Blogs wird bei den Befragten von de.hypothes.es in 36 % der Fälle mit Forschung angegeben gegenüber 32 % im gesamten Sample. Dass die Beiträge der Blogs auf der Plattform de.hypothes.es etwas länger ausfallen, ist bereits erwähnt worden. Auch bloggen die Geisteswissenschaftler*innen der Plattform etwas seltener: 38 % publizieren weniger als einmal im Monat auf ihrem Blog gegenüber 35 % im gesamten Sample.

Die stärkere Ausrichtung auf die Forschung zeigt sich auch im adressierten Publikum: Während mit 38 % die größte Gruppe der Bloggenden von de.hypothes.es angibt, für ein akademisches Publikum zu bloggen, sind dies 33 % im gesamten Sample. Die breite Öffentlichkeit adressieren gezielt 13 % der Bloggenden von de.hypothes.es gegenüber 15 % im gesamten Sample.

In Stil und Sprache stellen sich 72 % der Bloggenden von de.hypothes.es auf ihr Publikum ein gegenüber 67 % im gesamten Sample. In Sachen Bewerbungsstrategie fällt der leichte Unterschied umgekehrt aus: 27 % der de.hypothes.es-Bloggenden haben in den sozialen Medien für ihr Wissenschaftsblog einen eigenen Account eingerichtet, eine Zahl, die mit 30 % im gesamten Sample höher ausfällt.

Unterschiede bei den Zielen

Leichte Unterschiede gibt es im Hinblick auf die Ziele, die mit dem Wissenschaftsblog verfolgt werden. Zwar unterscheiden sich die Ergebnisse des Gesamtsamples im Vergleich zu de.hypothes.es nur wenig, doch ergibt sich daraus ein anderes Ranking: Auf Platz 1 steht für die geisteswissenschaftlichen Bloggenden insgesamt ebenso wie bei de.hypothes.es „Kommunikation und Austausch als Ziel, mit 69 % für die Gesamtheit und 71 % für die Bloggenden von de.hypothes.es, auf Platz zwei rangiert jedoch „Publizieren“ (46 % gegenüber 41 % bei de.hypothes.es), gefolgt von „Vernetzung mit Forschenden“ (42 % gegenüber 46 % bei de.hypothes.es) sowie mit 39 % jeweils gleichauf im Gesamtsample für „Eigenpromotion (mich bekannt machen, Thema besetzen)“ und „Dokumentation meiner Forschung“ (bei de.hypothes.es 42 % und 39 %). Die etwas andere Gewichtung bei den Bloggenden von de.hypothes.es spiegelt die Ausrichtung der Plattform als Ort für Blogs aus der Wissenschaft. Zugleich legt das Ergebnis die Interpretation nahe, dass die Bloggenden bei de.hypothes.es ihre Wissenschaftsblogs noch stärker als die Bloggenden des Gesamtsamples nicht als Ersatz für klassische, karriererelevante Publikationen sehen, sondern als neuen oder zusätzlichen Ort für den wissenschaftsinternen Austausch.

Blogs und ihre Erfolge

Bei den Antworten zu den Erfolgen von Wissenschaftsblogs gibt es ebenfalls leichte Unterschiede und damit eine anders gewichtete Reihenfolge. Bloggen hilft beim Aufbau einer Online-Persönlichkeit finden 34 % der de.hypothes.es-Bloggende im Vergleich zu 37 % im gesamten Sample. Bloggen hilft beim Steigern der Reputation meinen 30 % der befragten Bloggenden der Plattform gegenüber 33 % im gesamten Sample.

Kommentare, Rückmeldungen

Rückmeldungen zu den Blogbeiträgen sind aus Sicht der Bloggenden von de.hypothesen weniger neutral und positiv als im gesamten Sample: Überwiegend positive Rückmeldungen erhalten 62 % der Bloggenden von de.hypothesen gegenüber 68 % der geisteswissenschaftlichen Bloggenden im gesamten Sample. Der Aussage, „[d]ie meisten Rückmeldungen sind neutral“ stimmen 58 % der befragten de.hypothesen-Bloggenden wie auch im Sample insgesamt eher nicht oder nicht zu. 29 % sind demgegenüber unentschieden (26 % im gesamten Sample) und 14 % stimmen eher zu oder zu (16 % im gesamten Sample). Um zwei Prozentpunkte höher fällt die Antwort der Bloggenden von de.hypothesen gegenüber dem Gesamtsample aus im Hinblick auf die Zustimmung zur Aussage „[i]ch wurde schon einmal wegen eines Blogposts beschimpft“ (17 % gegenüber 15 %). Mehr Kommentare wünschen sich 78 % der geisteswissenschaftlichen Bloggenden bei de.hypothesen gegenüber 74 % im gesamten Sample.

Bewerbung von Blogs und Blogbeiträgen

Im gesamten Sample sind die Ergebnisse auf die Frage, wie Bloggende von neuen Blogs und Blogbeiträgen erfahren, ebenfalls nur leicht verschieden, mit dem Ergebnis eines anderen Rankings: Platz 1 und 2 mit Sozialen Medien und Kolleginnen und Kollegen bleiben gleich, auf Platz 3 rücken Vorträge vor Mailinglisten und RSS-Feeds als Informationsquelle für neue Blogbeiträge, während bei den Bloggenden von de.hypothesen RSS-Feeds Platz 3, Vorträge Platz 4 und Mailinglisten Platz 5 belegen.

Schlagwörter

Lernen können die Bloggenden von de.hypothesen in Bezug auf den Zeiteinsatz bei Schlagwörtern und Kategorien, die dem inhaltlichen Zugriff auf Beiträge im Blog dienen, das durch eine umgekehrt chronologische Reihenfolge der Blogbeiträge geprägt ist: Während 55 % der Geisteswissenschaftler*innen der Plattform viel Zeit für Schlagwörter aufbringen, sind es 59 % im gesamten Sample, Kategorien widmen 60 % der de.hypothesen-Bloggenden viel Zeit gegenüber 64 % im Sample insgesamt.

4.7 Genderspezifische Beobachtungen

Ein Drittel der Bloggenden von de.hypothesen, die an der Umfrage teilgenommen haben, zählt sich dem weiblichen Geschlecht zugehörig (entspricht 32 Personen in absoluten Zahlen), ein Drittel dem männlichen Geschlecht und ein Drittel hat auf diese Frage nicht geantwortet (Tabelle I.1). Geschlechtsspezifische Beobachtungen sind auf dieser Grundlage von eingeschränkter Repräsentativität, so dass hier nur einige Punkte aufgezählt werden, bei denen die Abweichung besonders ausgeprägt ist und die als Indikatoren für weitere Untersuchungen dienen können.

Insgesamt ist das Sample der geisteswissenschaftlichen Bloggerinnen etwas älter und prozentual häufiger promoviert als das Gesamtsample von de.hypothesen. Der Anteil an Historikerinnen ist geringer als im Gesamtsample (44 % gegenüber 50 %), während der Anteil an Sprachwissenschaftlerinnen etwas höher ausfällt (13 % gegenüber 5 %).

Bloggerinnen sind stärker als das Gesamtsample auf eine sehr genaue Strategie bedacht (63 % gegenüber 58 %). Im Unterschied zum Gesamtsample von de.hypotheses haben die Geisteswissenschaftlerinnen häufiger nur ein Blog (78 % im Vergleich zu 68 %) und führen häufiger Einzelblogs (56 % gegenüber 45 %).

Bei den Zielen, die mit Wissenschaftsblogs erreicht werden sollen, rangieren bei den Bloggerinnen „Kommunikation und Austausch“ etwas niedriger (63 % gegenüber 72 % bei de.hypotheses insgesamt). Höher gewichtet sind dagegen „Eigenpromotion (mich bekannt machen, ein Thema besetzen)“ (50 % gegenüber 42 % bei de.hypotheses insgesamt) und „Dokumentation meiner Forschung“ (44 % gegenüber 39 %) sowie – im Unterschied etwas weniger ausgeprägt – „Publizieren“ (44 % gegenüber 41 %).

Welche vorrangigen Ziele verfolgen Sie mit Ihrem Hauptblog? [Mehrfachnennungen möglich]

Ziele	Frauen de.hypotheses	de.hypotheses gesamt
Kommunikation und Austausch	62.50%	71,43%
Eigen-Promotion (mich bekannt machen, ein Thema besetzen)	50.00%	41,84%
Vernetzung mit Forschenden	46.88%	45,92%
Publizieren	43.75%	40,82%
Dokumentation meiner Forschung	43.75%	38,78%
Gedanken ordnen und ausprobieren	31.25%	34,69%
Schreiben üben	25.00%	16,33%
Einsatz in der Lehre	25.00%	11,22%
Steigerung meiner Reputation	12.50%	12,24%
Sonstiges	12.50%	10,20%

Tabelle 3: Geschlechtsspezifische Unterschiede bei den Zielen

Bloggende Geisteswissenschaftlerinnen schreiben häufiger als das Gesamtsample von de.hypotheses über ihr Forschungsthema (84 % gegenüber 77 %) sowie häufiger über Lehrinhalte ihrer Seminare (13 % gegenüber 9 %). Folglich ist der Anteil der Blogs zur Lehre bei den Geisteswissenschaftlerinnen von de.hypotheses höher als im gesamten Sample (6 % gegenüber 2 %). Dafür bloggen sie etwas weniger über das akademische Leben allgemein (13 % gegenüber 16 %) und über akademisches Arbeiten (Tipps zur Methode) (13 % gegenüber 16 %) und Off-Topic (3 % zu 5 % im Sample von de.hypotheses insgesamt).

Mit ihrem Blog verbundene Erfolge bewerten geisteswissenschaftliche Bloggerinnen anders. Sehr viel kritischer sind sie im Hinblick darauf, ob sie mit dem Blog ein Thema besetzen konnten (nur 38 % Zustimmung gegenüber 49 % bei de.hypotheses gesamt). Auch bei der Aussage, ob Blogs beim Aufbau eines akademischen Netzwerks helfen, sind Bloggerinnen kritischer als das gesamte Sample von de.hypotheses (23 % Zustimmung gegenüber 28 %). Positiver ist dagegen die Bilanz der Blogs aus der Sicht der Frauen im Hinblick darauf, ob sie beim Aufbau einer Online-Persönlichkeit helfen (Zustimmung 38 % gegenüber 34 % bei de.hypotheses insgesamt). In Sachen Reputationsgewinn durch das Bloggen stimmen Frauen zwar etwas häufiger zu (32 % zu 30 %), zugleich ist aber auch der Anteil der Frauen größer, die dem nicht zustimmen (48 % zu 44 %), da sich viele hier bei

„unentschieden“ einordnen. Beim Erfolg „Schreiben üben“ ist die Zustimmung im Vergleich zum gesamten Sample ähnlich (52 % zu 51 %), der Anteil der Ablehnung aber deutlich geringer (16 % zu 26 %), zugunsten eines höheren Anteils der Bloggerinnen im Bereich „unentschieden“ (32 % zu 23 %).

Bloggen hat mir geholfen bei/beim...

	Zustimmung Frauen	Zustimmung de.hypo insgesamt
Schreiben üben, Gedanken ordnen	52%	51%
Dokumentation meiner Forschungstätigkeit	51,72%	50,54%
Thema besetzen	37,93%	49,46%
Aufbau einer Online-Persönlichkeit	37,93%	34,44%
Reputationsgewinn	32%	29,63%
Aufbau eines akademischen Netzwerks	23,33%	27,96%

Tabelle 4: Geschlechtsspezifische Unterschiede bei den erreichten Zielen

Die Sorge vor Plagiaten ist bei den Bloggerinnen deutlich ausgeprägter als im Gesamtsample von de.hypothesen (22 % zu 14 %), wie auch die Angst vor Fehlern (28 % zu 21 %), die Angst, sich zu blamieren (23 % zu 18 %) und die Angst vor negativen Konsequenzen für die Karriere (24 % gegenüber 15 %).

Bei der Bewerbung von Blogbeiträgen fällt auf, dass Geisteswissenschaftlerinnen diese deutlich häufiger als das gesamte Sample von de.hypothesen mündlich (63 % zu 50 %) oder per Mail (41 % zu 30 %) bewerben und damit stärker dazu beitragen, dass die Blogosphäre keine abgekapselte Online-Einheit bildet.

Der Anteil der Geisteswissenschaftlerinnen, die viel Zeit für die Auswahl von Abbildungen verwenden, ist deutlich höher als der Anteil im Gesamtsample (61 % gegenüber 52 %).

Der Anteil an Bloggerinnen, die nie kommentieren, ist höher als im Gesamtsample (34 % zu 29 %), während die Antwort, selten zu kommentieren (also weniger als einmal im Monat) etwas niedriger ausfällt (56 % zu 60 %). Der Aussage, „[i]ch wurde wegen eines Beitrags schon beschimpft“ stimmen mit 12 % weniger Geisteswissenschaftlerinnen zu als Bloggende im Gesamtsample von de.hypothesen (17 %).

5. Umfrageauswertung: Zusammenfassungen und Tabellen

Im Folgenden werden die Fragen und Antwortergebnisse der Umfrage in Tabellen und teilweise in Form von Graphiken publiziert, wie sie die Export-Funktion von LimeSurvey automatisch generiert. Die Reihenfolge orientiert sich an der Reihenfolge der Fragen in der ursprünglichen Umfrage, die in folgende sechs größere Blöcke eingeteilt ist:

- I. Angaben zur Person
- II. Gründe/Inhalte für das Bloggen
- III. Erfolg des Blogs
- IV. Zeitaufwand, Länge der Beiträge, Formales
- V. Angaben zum Blog und zum Bloggen allgemein
- IV. Angaben zur Person (Teil 2)

Ergebnisse Umfrage 456889

Anzahl der Datensätze in dieser Abfrage:	98
Gesamtzahl der Datensätze dieser Umfrage:	147
Anteil in Prozent:	66.67%

I. Angaben zur Person

Sie sind:

Antwort	Anzahl	Prozent
Weiblich (F)	32	32.65%
Männlich (M)	33	33.67%
Keine Antwort	33	33.67%
Nicht gezeigt	0	0.00%

Tabelle 1.1

Bitte nennen Sie uns Ihr Alter.

Antwort	Anzahl	Prozent
< 25	0	0.00%
25 - 35	30	30.61%
36 - 45	37	37.76%
46 - 55	19	19.39%
56 - 65	10	10.20%
> 65	2	2.04%
Keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%

Tabelle 1.2

Was ist Ihr höchster akademischer Abschluss?

Antwort	Anzahl	Prozent
Bachelor (Uni/FH)	1	1.02%
Master (Uni/FH)	11	11.22%
Diplom (Uni/FH)	5	5.10%
Staatsexamen	7	7.14%
Magister	9	9.18%
Promotion	53	54.08%
Habilitation (12	12.24%
Sonstiges	0	0.00%
Keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%

Tabelle 1.3

In welchem Fachgebiet sind Sie aktuell tätig?

Antwort	Anzahl	Prozent
Geschichtswissenschaften	49	50%
Sprachwissenschaften	5	5.10%
Literaturwissenschaften	2	2.04%
Kunstgeschichte	1	1.02%
Theater- und Musikwissenschaften	2	2.04%
Religionswissenschaften	2	2.04%
Archäologie	3	3.06%
Digital Humanities	9	9.18%
Soziologie	1	1.02%
Kommunikations- und Medienwissenschaft	1	1.02%
Politikwissenschaft	1	1.02%
Ethnologie	0	0,00%
Rechtswissenschaft	0	0,00%
Pädagogik	2	2.04%
Psychologie	0	0,00%
Fächerübergreifend	10	10.20%
Sonstiges	10	10.20%
Keine Antwort	0	0,00%
Nicht gezeigt	0	0,00%

ID	Antwort
6	Archivwissenschaften
8	Theologie
37	Bibliothekswesen: Historische Schulbibliotheken
39	Archivwesen
43	Bibliothek
54	Archivwissenschaften
61	Geographie
111	interdisziplinär H/Soc/Pol
138	Archiv
196	Philosophie

Tabelle 1.4

Haben Sie ein Blog bei de.hypotheses?

Antwort	Anzahl	Prozent
Ja, eines.	67	68.37%
Ja, mehrere.	31	31.63%
Nein, ich habe kein eigenes Blog.	0	0.00%
Nein, ich verfasse Gastbeiträge für ein oder mehrere andere Blogs.	0	0.00%
Nein, ich blogge bei einer anderen Blogplattform.	0	0.00%
Nein, ich hoste mein Blog selbst.	0	0.00%
Keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%

Tabelle 1.5

Wenn Sie nicht bei de.hypotheses bloggen, warum nicht?

Antwort	Anzahl	Prozent
Antwort	3	3.06%
Keine Antwort	95	96.94%
Nicht gezeigt	0	0.00%

ID	Antwort
65	Bin auf der frz. Plattform, es geht aber im Blog um Etudes germaniques.
73	Zwei Blogs habe ich nicht bei hypotheses, da mir die eingeschränkte Auswahl der Themes missfällt und, dass keine Anbindung an Matomo oder gAnalytics möglich ist.
168	Betreibe neben hypotheses einen weiteren Blog, bei dem ich mit WORDPRESS mehr Einstellungsfreiheiten habe (Plugins, Themes, Nutzerrollen etc.)

Tabelle 1.6

II. Gründe/Inhalte für das Bloggen

Zu welchem Zweck bloggen Sie hauptsächlich? [Bitte nur eine Antwort auswählen]

Antwort	Anzahl	Prozent
Lehre	2	2.04%
Forschung	35	35.71%
Bibliothek/Archiv/Museum	10	10.20%
Wissenschaftskommunikation	48	48.98%
Wissenschaftsadministration	1	1.02%
Keine Antwort	2	2.04%
Nicht gezeigt	0	0.00%

Tabelle II.1

Welche vorrangigen Ziele verfolgen Sie mit Ihrem Hauptblog?
[Mehrfachnennungen möglich]

Antwort	Anzahl	Prozent
Publizieren	40	40.82%
Kommunikation und Austausch	70	71.43%
Vernetzung mit Forschenden	45	45.92%
Eigen-Promotion (mich bekannt machen, ein Thema besetzen)	41	41.84%
Steigerung meiner Reputation	12	12.24%
Schreiben üben	16	16.33%
Gedanken ordnen und ausprobieren	34	34.69%
Dokumentation meiner Forschung	38	38.78%
Einsatz in der Lehre	11	11.22%
Sonstiges	10	10.20%

ID	Antwort
7	Über ein Thema schreiben, für das es sonst kaum eine Plattform gibt
19	Forschung in die nicht-wissenschaftliche Öffentlichkeit kommunizieren
37	Vernetzung historischer Schulbibliotheken
38	Ermöglichung der Publikation für Dritte
43	Wissen zum Thema zentral im Blog sammeln und präsentieren
53	Wissenschaftskommunikation
58	"Denkarium": Auslagern
112	Wissen verbreiten
196	Transparenz akademischer Arbeit
200	Werbung für Langzeitprojekt/Institut

Tabelle II.2

Wenn Sie mehrere Blogs haben, welche weiteren Zwecke verfolgen Sie?
[Mehrfachnennungen möglich]

Antwort	Anzahl	Prozent
Lehre	10	10.20%
Forschung	23	23.47%
Bibliothek/Archiv/Museum	9	9.18%
Wissenschaftskommunikation	25	25.51%
Wissenschaftsadministration	1	1.02%

Tabelle II.3

Worüber bloggen Sie inhaltlich am häufigsten? [Mehrfachnennungen möglich]

Antwort	Anzahl	Prozent
Über mein Forschungsthema	75	76.53%
Über akademisches Arbeiten (Tipps zur Methode)	16	16.33%
Über Lehrinhalte meiner Seminare	9	9.18%
Über das akademische Leben allgemein	16	16.33%
Off-Topic	5	5.10%
Sonstiges	23	23.47%

ID	Antwort
6	Arbeitsalltag
13	fachwissenschaftliche Veranstaltungen
14	Tagungen, CFP
19	Über mit meinem Forschungsgebiet verwandte, gesellschaftlich relevante oder populärkulturelle Themen
27	Ankündigung von Veranstaltungen
37	Themen und Aktuelles, Darstellungen und Untersuchungen zu historischen Schulbibliotheken und einzelnen Beständen/ Werken
46	Studierende bloggen
52	quer durch den Garten
53	diverse Themen/ Public History
54	Quellenpublikationen
88	Fachinformation Archiv
90	Veranstaltungen
91	aktuelle Themen mit Forschungsbezug, Randthemen, Metadiskussion
93	Archivwesen
95	Publikationen, Call for Papers
103	über ein hoffentlich viele Menschen interessierendes Themangsthema
119	aktuelle Publikationen von Interesse, die auch über mein Forschungsthema hinausgehen
120	Themen von übergreifendem Interesse für meine Fak.
129	Archivbestände, Archivwissenschaftliches
138	Quellen
194	Forschungsthemen der WissenschaftlerInnen an der Einrichtung, an der ich arbeite
201	Über Veranstaltungen eines Forschungsverbundes/ Interviews mit Wissenschaftler*innen
210	Über Themen aus meinem Forschungsfeld, die zwar nicht in meiner Doktorarbeit vorkommen, die es aber verdienen, erwähnt, geforscht und geteilt zu werden.

Tabelle II.4

Ich verfolge eine sehr genaue Strategie mit meinem Blog.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	14	14.58%	58.33%
2	42	43.75%	
3	24	25.00%	25.00%
4	12	12.50%	
5	4	4.17%	16.67%
Keine Antwort	2	2.04%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	2.48		
Standard Abweichung	1.03		
Summe (Antworten)	96	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle II.5

III. Erfolg des Blogs

Durch das Bloggen konnte ich ein akademisches Netzwerk aufbauen.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	11	11.83%	27.96%
2	15	16.13%	
3	23	24.73%	24.73%
4	23	24.73%	
5	21	22.58%	47.31%
Keine Antwort	5	5.10%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	3.3		
Standard Abweichung	1.31		
Summe (Antworten)	93	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle III.1

Mit meinem Blog konnte ich ein Thema besetzen.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	18	19.35%	49.46%
2	28	30.11%	
3	22	23.66%	23.66%
4	15	16.13%	
5	10	10.75%	26.88%
Keine Antwort	5	5.10%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	2.69		
Standard Abweichung	1.26		
Summe (Antworten)	93	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle III.2

Das Bloggen hat mir beim Aufbau einer Online- Persönlichkeit geholfen.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	11	12.22%	34.44%
2	20	22.22%	
3	22	24.44%	24.44%
4	18	20.00%	
5	19	21.11%	41.11%
Keine Antwort	8	8.16%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	3.16		
Standard Abweichung	1.32		
Summe (Antworten)	90	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle III.3

Durch das Bloggen habe ich an Reputation gewonnen.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	5	6.17%	29.63%
2	19	23.46%	
3	21	25.93%	25.93%
4	22	27.16%	
5	14	17.28%	44.44%
Keine Antwort	17	17.35%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	3.26		
Standard Abweichung	1.18		
Summe (Antworten)	81	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Table III.4

Bloggen hilft mir beim Schreiben und dabei, meine Gedanken zu ordnen.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	12	13.79%	50.57%
2	32	36.78%	
3	20	22.99%	22.99%
4	10	11.49%	
5	13	14.94%	26.44%
Keine Antwort	11	11.22%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	2.77		
Standard Abweichung	1.26		
Summe (Antworten)	87	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Table III.5

Mein Blog ist für mich zugleich eine Dokumentation meiner Forschungstätigkeit.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	23	24.73%	50.54%
2	24	25.81%	
3	23	24.73%	24.73%
4	8	8.60%	
5	15	16.13%	24.73%
Keine Antwort	5	5.10%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	2.66		
Standard Abweichung	1.37		
Summe (Antworten)	93	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Table III.6

Ich wünsche mir mehr Rückmeldungen zu meinen Blogbeiträgen.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	36	38.71%	78.49%
2	37	39.78%	
3	14	15.05%	15.05%
4	5	5.38%	
5	1	1.08%	6.45%
Keine Antwort	5	5.10%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	1.9		
Standard Abweichung	0.92		
Summe (Antworten)	93	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Table III.7

Ich freue mich über Rückmeldungen zu meinen Blogbeiträgen.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	53	54.08%	93.88%
2	39	39.80%	
3	3	3.06%	3.06%
4	2	2.04%	
5	1	1.02%	3.06%
Keine Antwort	0	0.00%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	1.56		
Standard Abweichung	0.75		
Summe (Antworten)	98	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Table III.8

Rückmeldungen sind mir egal.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	2	2.27%	6.82%
2	4	4.55%	
3	8	9.09%	9.09%
4	20	22.73%	
5	54	61.36%	84.09%
Keine Antwort	10	10.20%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	4.36		
Standard Abweichung	0.98		
Summe (Antworten)	88	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Table III.9

Ich erhalte überwiegend positive Rückmeldungen auf meine Beiträge.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	11	15.07%	61.64%
2	34	46.58%	
3	22	30.14%	30.14%
4	5	6.85%	
5	1	1.37%	8.22%
Keine Antwort	25	25.51%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	2.33		
Standard Abweichung	0.87		
Summe (Antworten)	73	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle III.10

Die meisten Rückmeldungen sind neutral.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	3	4.55%	13.64%
2	6	9.09%	
3	19	28.79%	28.79%
4	19	28.79%	
5	19	28.79%	57.58%
Keine Antwort	32	32.65%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	3.68		
Standard Abweichung	1.13		
Summe (Antworten)	66	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle III.11

Ich wurde wegen eines Beitrags schon beschimpft.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	9	10.84%	16.87%
2	5	6.02%	
3	0	0.00%	0.00%
4	3	3.61%	
5	66	79.52%	83.13%
Keine Antwort	15	15.31%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	4.35		
Standard Abweichung	1.38		
Summe (Antworten)	83	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle III.12

Man hat mir schon mal geraten, mit dem Bloggen aufzuhören.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	5	5.88%	11.76%
2	5	5.88%	
3	3	3.53%	3.53%
4	5	5.88%	
5	67	78.82%	84.71%
Keine Antwort	13	13.27%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	4.46		
Standard Abweichung	1.18		
Summe (Antworten)	85	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle III.13

Ich mache mir Sorgen, dass meine Blogbeiträge plagiiert werden können.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	4	4.12%	14.43%
2	10	10.31%	
3	8	8.25%	8.25%
4	21	21.65%	
5	54	55.67%	77.32%
Keine Antwort	1	1.02%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	4.14		
Standard Abweichung	1.19		
Summe (Antworten)	97	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle III.14

Ich veröffentliche nicht gern im Internet, weil ich nicht weiß, wie die Texte verwendet werden.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	4	4.17%	7.29%
2	3	3.12%	
3	9	9.38%	9.38%
4	21	21.88%	
5	59	61.46%	83.33%
Keine Antwort	2	2.04%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	4.33		
Standard Abweichung	1.05		
Summe (Antworten)	96	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle III.15

Wenn ich blogge, habe ich Angst, Fehler zu machen oder Falsches zu publizieren.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	5	5.15%	20.62%
2	15	15.46%	
3	18	18.56%	18.56%
4	27	27.84%	
5	32	32.99%	60.82%
Keine Antwort	1	1.02%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	3.68		
Standard Abweichung	1.23		
Summe (Antworten)	97	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle III.16

Beim Bloggen befürchte ich, mich im Kolleg/inn/enkreis zu blamieren.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	7	7.37%	17.89%
2	10	10.53%	
3	11	11.58%	11.58%
4	25	26.32%	
5	42	44.21%	70.53%
Keine Antwort	3	3.06%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	3.89		
Standard Abweichung	1.28		
Summe (Antworten)	95	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle III.17

Ich überlege mir sehr genau, was ich inhaltlich blogge.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	35	36.84%	71.58%
2	33	34.74%	
3	19	20.00%	20.00%
4	6	6.32%	
5	2	2.11%	8.42%
Keine Antwort	3	3.06%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	2.02		
Standard Abweichung	1.01		
Summe (Antworten)	95	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle III.18

Ich zensiere mich oft selbst aus Angst vor negativen Konsequenzen für meine Karriere.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	8	8.79%	15.38%
2	6	6.59%	
3	14	15.38%	15.38%
4	23	25.27%	
5	40	43.96%	69.23%
Keine Antwort	7	7.14%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	3.89		
Standard Abweichung	1.29		
Summe (Antworten)	91	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle III.19

Ein Blogbeitrag ist für mich erfolgreich, wenn er eine große Reichweite hat.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	23	24.47%	60.64%
2	34	36.17%	
3	28	29.79%	29.79%
4	6	6.38%	
5	3	3.19%	9.57%
Keine Antwort	4	4.08%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	2.28		
Standard Abweichung	1.01		
Summe (Antworten)	94	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle III.20

Ein Blogbeitrag ist für mich erfolgreich, wenn er viele Kommentare hat.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	11	11.83%	32.26%
2	19	20.43%	
3	39	41.94%	41.94%
4	15	16.13%	
5	9	9.68%	25.81%
Keine Antwort	5	5.10%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	2.91		
Standard Abweichung	1.11		
Summe (Antworten)	93	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle III.21

Ein Blogbeitrag ist für mich erfolgreich, wenn er häufig in den sozialen Medien geteilt wird (Twitter, Facebook).

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	18	18.95%	52.63%
2	32	33.68%	
3	26	27.37%	27.37%
4	12	12.63%	
5	7	7.37%	20.00%
Keine Antwort	3	3.06%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	2.56		
Standard Abweichung	1.16		
Summe (Antworten)	95	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle III.22

Ein Blogbeitrag ist für mich erfolgreich, wenn ich darauf angesprochen werde.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	27	28.42%	70.53%
2	40	42.11%	
3	19	20.00%	20.00%
4	3	3.16%	
5	6	6.32%	9.47%
Keine Antwort	3	3.06%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	2.17		
Standard Abweichung	1.08		
Summe (Antworten)	95	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle III.23

Die Qualität der Rückmeldung zum Blogbeitrag ist mir wichtiger als die Quantität.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	43	46.24%	75.27%
2	27	29.03%	
3	16	17.20%	17.20%
4	4	4.30%	
5	3	3.23%	7.53%
Keine Antwort	5	5.10%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	1.89		
Standard Abweichung	1.05		
Summe (Antworten)	93	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle III.24

Ein Blogbeitrag ist für mich erfolgreich, wenn er in einer Zeitschrift oder einem klassischen Aufsatz zitiert wird.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	31	32.98%	53.19%
2	19	20.21%	
3	20	21.28%	21.28%
4	11	11.70%	
5	13	13.83%	25.53%
Keine Antwort	4	4.08%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	2.53		
Standard Abweichung	1.41		
Summe (Antworten)	94	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle III.25

Reichweite von und Rückmeldungen zu Blogbeiträgen sind für mich nicht wichtig.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	3	3.30%	13.19%
2	9	9.89%	
3	22	24.18%	24.18%
4	28	30.77%	
5	29	31.87%	62.64%
Keine Antwort	7	7.14%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	3.78		
Standard Abweichung	1.1		
Summe (Antworten)	91	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle III.26

Wann ist ein Blogbeitrag für Sie erfolgreich? [Hier können Sie Ihre eigenen Gründe nennen, wann ein Blogartikel für Sie persönlich erfolgreich ist]

Antwort	Anzahl	Prozent
Antwort	25	25.51%
Keine Antwort	73	74.49%
Nicht gezeigt	0	0.00%

ID	Antwort
6	Ein Blogbeitrag ist für mich besonders erfolgreich, wenn er Früchte trägt und beispielsweise zu weiteren Betrachtungen anderer über dasselbe Thema führt, Wissenslücken der Lesenden füllt oder jemanden zur Recherche im Archiv verleitet.
15	Wenn er weitere Diskussionen auslöst.
23	Auch, wenn ich selbst damit zufrieden bin.
24	wenn ich ein Thema für mich finden/ordnen/verarbeiten/besetzen konnte
26	Da ich vorwiegend zu Dokumentationszwecken blogge, bin ich eigentlich schon damit zufrieden, dass der Beitrag publiziert ist und indexiert wird sowie über die Hypotheses-

Plattform auffindbar ist und zumindest für die nächsten paar Jahre archiviert wird. In einigen Bibliothekskatalogen werden meine Beiträge zudem gelistet, was ich viel wichtiger finde, als Kommentare zu Beiträgen oder sonstige Rückmeldungen via Social Media.

35	-
37	Ich freue mich stets, wenn das Blog im fachlichen Umfeld überhaupt registriert wird und dann eigentlich auch immer, zumindest mündlich - lobend erwähnt wird. Und langsam scheinen sich auch (Fach-) Kollegen aus den einzelnen historischen Schulbibliotheken im Land als Autoren melden. Die Forschung hält sich noch sehr zurück.
41	bei einem Lehrblog: wenn die Studierenden den Blog einsetzen und die METHODE als Bereicherung erfahren
44	"Klarer Gedanke, logische Gliederung, präzise Formulierung". Wenn mich mein Blogbeitrag in meiner eigenen Forschung ein Stückchen weiterbringt.
46	Hinweis: Ich betreue den Blog redaktionelle und administrativ. Autor*innen sind hauptsächlich die Studierenden
47	Ein Blogbeitrag ist für mich erfolgreich, wenn er wissenschaftlich relevante Fragestellungen qualitativ und identisch thematisiert. Prinzipiell ist es der Sinn eines Blog, dass er gelesen und wahrgenommen wird, kann in ggf. auch ein kleiner Kreis sein.
49	Wenn sich andere darauf beziehen ; er zitiert wird (sie es in wissenschaftlichen Publikationen od. woanders; wenn ich positive Rückmeldungen von Personen bekomme, die sich sonst nicht mit dem Thema / mit Wissenschaft befassen
61	Wenn ich selbst das Gefühl habe, einen guten und runden Beitrag verfasst zu haben.
65	Kommunikation. Einbeziehung der jüngeren Forscher.
72	Wenn andere Forscher sich dafür interessieren und sich zum Gedankenaustausch mit mir bereit erklären
73	Wenn ich Kommentare, Meinungen, Ping backs erhalte, unabhängig des Mediums.
96	Wenn er gut geschrieben ist. Wenn er wie eine Zeitschriftenmiszelle gewertet werden kann.
119	Wenn es mir gelingt, einen bisher konfusen Gedankensalat in einen stringenten Text zu verpacken.
138	wenn er genutzt wird, dies ist jedoch nicht nachprüfbar
154	den Erfolg kann ich mangels Rückmeldungen nur schwer einschätzen - aber die Zugriffszahlen sind schon ein Ansporn
179	Wenn der Beitrag einfach viele Diskussionen auslöst
190	Wenn er, gleichsam zu einem Artikel in einer Fachzeitschrift, als Referenz zu einem Thema dient (ist mir persönlich bisher leider noch nicht passiert)
196	...wenn er Menschen von Vorurteilen über philosophische Inhalte und das akademische Arbeiten befreit.
201	Wenn die darin Dargestellten (Interviewpartner*innen), Ausstellungskurator*innen, Veranstalter*innen wiss. Workshops o.ä. mir positive Rückmeldung geben in dem Sinne, dass sie sich oder ihre Arbeit gut getroffen finden
210	Wenn die Leserschaft dadurch neues von mir erfährt und somit reicher sein wird am Wissen.

Tabelle III.27

Wie häufig wurde Ihr Blog zitiert in: anderen Blogs?

1 = 0 mal; 2 = 1-4 mal; 3 = 5-9 mal; 4 = 10-15 mal; 5 = >15 mal

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	8	12.90%	48.39%
2	22	35.48%	
3	13	20.97%	20.97%
4	6	9.68%	
5	13	20.97%	30.65%
Keine Antwort	36	36.73%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	2.9		
Standard Abweichung	1.35		
Summe (Antworten)	62	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle III.28

Wie häufig wurde Ihr Blog zitiert in: der Tagespresse?

1 = 0 mal; 2 = 1-4 mal; 3 = 5-9 mal; 4 = 10-15 mal; 5 = >15 mal

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	38	66.67%	82.46%
2	9	15.79%	
3	4	7.02%	7.02%
4	0	0.00%	
5	6	10.53%	10.53%
Keine Antwort	41	41.84%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	1.72		
Standard Abweichung	1.28		
Summe (Antworten)	57	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle III.29

Wie häufig wurde Ihr Blog zitiert in: einem Aufsatz in einer Fachzeitschrift (gedruckt)

1 = 0 mal; 2 = 1-4 mal; 3 = 5-9 mal; 4 = 10-15 mal; 5 = >15 mal

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	29	49.15%	76.27%
2	16	27.12%	
3	5	8.47%	8.47%
4	1	1.69%	
5	8	13.56%	15.25%
Keine Antwort	39	39.80%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	2.03		
Standard Abweichung	1.38		
Summe (Antworten)	59	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle III.30

Wie häufig wurde Ihr Blog zitiert in: einem Aufsatz in einer Fachzeitschrift
online)

1 = 0 mal; 2 = 1-4 mal; 3 = 5-9 mal; 4 = 10-15 mal; 5 = >15 mal

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	29	51.79%	71.43%
2	11	19.64%	
3	5	8.93%	8.93%
4	3	5.36%	
5	8	14.29%	19.64%
Keine Antwort	42	42.86%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	2.11		
Standard Abweichung	1.46		
Summe (Antworten)	56	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle III.31

Wie häufig wurde Ihr Blog zitiert in: einem Aufsatz in einem Sammelband?

1 = 0 mal; 2 = 1-4 mal; 3 = 5-9 mal; 4 = 10-15 mal; 5 = >15 mal

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	25	43.10%	72.41%
2	17	29.31%	
3	5	8.62%	8.62%
4	3	5.17%	
5	8	13.79%	18.97%
Keine Antwort	40	40.82%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	2.17		
Standard Abweichung	1.4		
Summe (Antworten)	58	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle III.32

Wie häufig wurde Ihr Blog zitiert in: einer Monographie?

1 = 0 mal; 2 = 1-4 mal; 3 = 5-9 mal; 4 = 10-15 mal; 5 = >15 mal

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	32	57.14%	78.57%
2	12	21.43%	
3	3	5.36%	5.36%
4	2	3.57%	
5	7	12.50%	16.07%
Keine Antwort	42	42.86%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	1.93		
Standard Abweichung	1.39		
Summe (Antworten)	56	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle III.33

Wie häufig wurde Ihr Blog zitiert in: [Ist mir nicht bekannt.]

1 = 0 mal; 2 = 1-4 mal; 3 = 5-9 mal; 4 = 10-15 mal; 5 = >15 mal

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	27	69.23%	71.79%
2	1	2.56%	
3	1	2.56%	2.56%
4	0	0.00%	
5	10	25.64%	25.64%
Keine Antwort	59	60.20%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	2.1		
Standard Abweichung	1.76		
Summe (Antworten)	39	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle III.34

Wie bewerben und verbreiten Sie Ihre eigenen Blogbeiträge?

[Mehrfachnennungen möglich]

Antwort	Anzahl	Prozent
Über Twitter	71	72.45%
Über Facebook	44	44.90%
Andere soziale Medien	20	20.41%
Über RSS-Feed	34	34.69%
Per Mail	29	29.59%
Mündlich	49	50.00%
Gar nicht	17	17.35%
Sonstiges	8	8.16%

ID	Antwort
28	Lehre
54	analoge Werbemittel
76	Flyer, Plakat, Website
91	nur gelegentlich
111	LinkedIn
190	indirekt über meine Homepage bzw. andere Websites
198	Homepage
201	Newsletter und Webseite des Forschungsverbundes, zu dem der Blog gehört

Tabelle III.35

Hat Ihr Blog in den sozialen Medien jeweils einen eigenen Account oder bewerben Sie neue Beiträge über Ihren persönlichen Account?

Antwort	Anzahl	Prozent
Eigener Account für das Blog	26	26.53%
Persönlicher Account von mir	46	46.94%
Sonstiges	10	10.20%
Keine Antwort	16	16.33%
Nicht gezeigt	0	0.00%

ID	Antwort
29	Sowohl als auch (abhängig vom Blog)
46	Lehrstuhlaccount
72	keinen eigenen Account
76	keine Werbung für neue Beiträge
91	fb groups
119	ich nutze keine sozialen Medien
163	persönlich + institutionell
168	Account einer angebundenen Institution
194	Account des Arbeitgebers, der den Blog herausgibt
201	Account des Forschungsverbundes

Tabelle III.36

Wie erfahren Sie von neuen Wissenschaftsblogs und neuen Blogbeiträgen? [Mehrfachnennungen möglich]

Antwort	Anzahl	Prozent
Über Kolleginnen und Kollegen	54	55.10%
Über Freunde/Bekannte	20	20.41%
Über Soziale Medien (andere Blogs, Twitter etc.)	80	81.63%
Über RSS-Feeds	28	28.57%
Über Mailinglisten	25	25.51%
Über Vorträge	26	26.53%
Über Publikationen	22	22.45%
Sonstiges	10	10.20%

ID	Antwort
6	Planet History
38	über die Startseiten von hypotheses und de.hypotheses ;-)
46	Feedly
65	über hypotheses
72	Durch Recherchen über das Internet
91	selten beim zufälligen klicken durch hypotheses
138	zufall
145	über den Blokatalog von Hypotheses
154	zufällig
190	Websuche/Recherche im Internet

Tabelle III.37

IV. Zeitaufwand, Länge der Beiträge, Formales

Wie lang sind Ihre Blogbeiträge im Durchschnitt?

Antwort	Anzahl	Prozent
<1 Seite)	14	14.29%
1-2 Seiten	43	43.88%
2-3 Seiten	20	20.41%
3-4 Seiten	9	9.18%
>4 Seiten	8	8.16%
Keine Antwort	4	4.08%
Nicht gezeigt	0	0.00%

Tabelle IV.1

Wie viel Zeit verbringen Sie in der Woche durchschnittlich mit Bloggen?

Antwort	Anzahl	Prozent
<1 Stunde	46	46.94%
1-2 Stunden	18	18.37%
2-3 Stunden	12	12.24%
3-4 Stunden	4	4.08%
4-5 Stunden	4	4.08%
5-10 Stunden	2	2.04%
>10 Stunden	3	3.06%
Keine Antwort	9	9.18%
Nicht gezeigt	0	0.00%

Table IV.2

Bloggen Sie regelmäßig (z.B. jeden Montag, ein Mal die Woche)?

Antwort	Anzahl	Prozent
Ja	31	31.63%
Nein	62	63.27%
Keine Antwort	5	5.10%
Nicht gezeigt	0	0.00%

Table IV.3

Haben Sie eine Blogroll?

Antwort	Anzahl	Prozent
Ja	22	22.45%
Nein	63	64.29%
Keine Antwort	13	13.27%
Nicht gezeigt	0	0.00%

Table IV.4

Falls ja, wie viele Blogs sind darin verlinkt?

Antwort	Anzahl	Prozent
1	0	0.00%
2	1	1.02%
3	1	1.02%
4	2	2.04%
5	2	2.04%
6	2	2.04%
7	1	1.02%
8	1	1.02%
9	0	0.00%
10	2	2.04%
11	0	0.00%
12	4	4.08%
13	0	0.00%
14	0	0.00%
15	0	0.00%

16	2	2.04%
17	0	0.00%
18	0	0.00%
19	0	0.00%
20	5	5.10%
Keine Antwort	75	76.53%
Nicht gezeigt	0	0.00%

Tabelle IV.5

Das Aussehen meines Blogs ist mir wichtig.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	45	45.92%	88.78%
2	42	42.86%	
3	7	7.14%	7.14%
4	3	3.06%	
5	1	1.02%	4.08%
Keine Antwort	0	0.00%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	1.7		
Standard Abweichung	0.81		
Summe (Antworten)	98	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle IV.6

Ich verwende viel Zeit für die Auswahl von Fotos/Bebilderungen.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	21	21.65%	51.55%
2	29	29.90%	
3	27	27.84%	27.84%
4	14	14.43%	
5	6	6.19%	20.62%
Keine Antwort	1	1.02%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	2.54		
Standard Abweichung	1.16		
Summe (Antworten)	97	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle IV.7

Ich verwende viel Zeit für das Setzen von Links.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	21	21.65%	56.70%
2	34	35.05%	
3	25	25.77%	25.77%
4	9	9.28%	
5	8	8.25%	17.53%
Keine Antwort	1	1.02%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	2.47		
Standard Abweichung	1.17		
Summe (Antworten)	97	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Table IV.8

Das Einbinden von Multimedia-Elementen ist mir wichtig.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	4	4.08%	26.53%
2	22	22.45%	
3	31	31.63%	31.63%
4	15	15.31%	
5	26	26.53%	41.84%
Keine Antwort	0	0.00%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	3.38		
Standard Abweichung	1.21		
Summe (Antworten)	98	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Table IV.9

Ich richte mein Blog immer wieder neu ein.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	6	6.19%	12.37%
2	6	6.19%	
3	15	15.46%	15.46%
4	24	24.74%	
5	46	47.42%	72.16%
Keine Antwort	1	1.02%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	4.01		
Standard Abweichung	1.2		
Summe (Antworten)	97	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Table IV.10

Ich verwende viel Zeit für das Erstellen der Navigation.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	6	6.32%	16.84%
2	10	10.53%	
3	20	21.05%	21.05%
4	27	28.42%	
5	32	33.68%	62.11%
Keine Antwort	3	3.06%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	3.73		
Standard Abweichung	1.22		
Summe (Antworten)	95	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle IV.11

Schlagwörter sind für mich wichtig.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	20	20.62%	54.64%
2	33	34.02%	
3	24	24.74%	24.74%
4	10	10.31%	
5	10	10.31%	20.62%
Keine Antwort	1	1.02%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	2.56		
Standard Abweichung	1.22		
Summe (Antworten)	97	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle IV.12

Kategorien sind für mich wichtig.

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu? (1 = stimme voll zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu)

Antwort	Anzahl	Prozent	Summe
1	22	22.45%	60.20%
2	37	37.76%	
3	20	20.41%	20.41%
4	13	13.27%	
5	6	6.12%	19.39%
Keine Antwort	0	0.00%	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%	0.00%
Arithmetisches Mittel	2.43		
Standard Abweichung	1.16		
Summe (Antworten)	98	100.00%	100.00%
Anzahl Fälle		0%	

Tabelle IV.13

Welche Lizenz verwenden Sie für Ihr Blog und Ihre Bloginhalte?

Antwort	Anzahl	Prozent
Eine Creative-Commons-Lizenz.	69	70.41%
Copyright	7	7.14%
Gar keine.	13	13.27%
Ich weiß nicht, was das ist und wozu eine Lizenz dient.	6	6.12%
Sonstiges	1	1.02%
Keine Antwort	2	2.04%
Nicht gezeigt	0	0.00%

ID	Antwort
198	Keine Ahnung, aber ich kenne die Lizenzen

Tabelle IV.14

Für welches Publikum bloggen Sie hauptsächlich?

Antwort	Anzahl
Für Fachkolleginnen und -kollegen	14
Für ein akademisches Publikum	37
Für die breite Öffentlichkeit	13
Für alle gemeinsam bzw. niemanden speziell	18
Das ist von Beitrag zu Beitrag unterschiedlich.	10
Darüber mache ich mir keine Gedanken.	2
Sonstiges	4
Keine Antwort	0
Nicht gezeigt	0

ID	Antwort
23	Für Studierende / Nachwuchs
41	Studierende posten für Studierende
46	Für jugendliche Englischlerner*innen
190	"Für alle gemeinsam bzw. niemanden speziell", jedoch aufgrund der hochspezialisierten Fragestellung, die ich in meinem Blog verfolge, handelt es sich hier um einen sehr kleinen Kreis an Adressaten

Tabelle IV.15

Stellen Sie sich in der Schreibweise und im Stil auf Ihr Publikum ein?

Antwort	Anzahl	Prozent
Ja	71	72.45%
Nein	13	13.27%
Manchmal	12	12.24%
Sonstiges	1	1.02%
Keine Antwort	1	1.02%
Nicht gezeigt	0	0.00%

ID	Antwort
154	ich versuche, allgemein verständlich zu schreiben

Tabelle IV.16

Gibt es bei Ihrem Blog eine redaktionelle Kontrolle vor der Veröffentlichung von Beiträgen?

Antwort	Anzahl	Prozent
Ja	32	32.65%
Nein	50	51.02%
Ich bitte eine/n Kollegen/-in, den Beitrag vorher zu lesen	11	11.22%
Sonstiges	3	3.06%
Keine Antwort	2	2.04%
Nicht gezeigt	0	0.00%

ID	Antwort
37	manchmal lasse ich gegenlesen o. lese gegen
41	ich veröffentliche die Beiträge für die Studierenden u. gebe vorher Feedback dazu
88	Unterschiedlich, GemeinschaftsBlog

Tabelle IV.17

In welcher Sprache bloggen Sie hauptsächlich?

Antwort	Anzahl	Prozent
Auf Deutsch	66	67.35%
Auf Englisch	16	16.33%
Auf Französisch	5	5.10%
Auf Spanisch	0	0.00%
Überwiegend mehrsprachig	10	10.20%
Sonstiges	0	0.00%
Keine Antwort	1	1.02%
Nicht gezeigt	0	0.00%

Tabelle IV.18

V. Angaben zum Blog und zum Bloggen allgemein

Seit wann haben Sie Ihr erstes Blog bzw. seit wann bloggen Sie? Bitte das Jahr angeben.

Berechnung	Ergebnis
Anzahl	96
Summe	191416.201800
Standard Abweichung	203.33
Durchschnitt	1993.92
Minimum	12.201800
1ter Viertelwert (Q1 unteres Quartil)	2013
2ter Viertelwert (Mittleres Quartil)	2015
3ter Viertelwert (Q3 Oberes Quartil)	2016.75
Maximum	2018.000000

Tabelle V.1

Anders gehostetes Blog

Seit wann haben Sie Ihr erstes Blog bzw. seit wann bloggen Sie? Bitte das Jahr angeben.

Berechnung	Ergebnis
Anzahl	32
Summe	62318.201800
Standard Abweichung	349.22
Durchschnitt	1947.44
Minimum	3.201800
1ter Viertelwert (Q1 unteres Quartil)	2007
2ter Viertelwert (Mittleres Quartil)	2009.5
3ter Viertelwert (Q3 Oberes Quartil)	2013
Maximum	2017.000

Tabelle V.2

Haben Sie eine Blogschulung bei de.hypothesen gemacht?

Antwort	Anzahl	Prozent
Ja	18	18.37%
Nein	74	75.51%
Noch nicht, aber ich würde gern.	5	5.10%
Keine Antwort	1	1.02%
Nicht gezeigt	0	0.00%

Tabelle V.3

Wie nutzen Sie Ihr Hauptblog überwiegend? [Mehrfachnennung möglich]

Antwort	Anzahl	Prozent
Lesen oder abonnieren	9	9.18%
Eigene Beiträge verfassen	94	95.92%
Beiträge kommentieren	3	3.06%
Beiträge teilen und verbreiten (Social Media)	20	20.41%

Tabelle V.4

Wo ordnen Sie Ihr Hauptblog ein? [Mehrfachnennung möglich]

Antwort	Anzahl	Prozent
Thematisches Forschungsblog	67	68.37%
Blog einer Forschungsgruppe (z.B. SFB)	12	12.24%
Blog zu einem Forschungsprojekt	24	24.49%
Blog zur Dissertation	9	9.18%
Blog zur Habilitation	9	9.18%
Seminarblog	1	1.02%
Blog zu einer Veranstaltung	11	11.22%
Methodenblog	6	6.12%
Archivblog	8	8.16%
Bibliotheksblog	3	3.06%
Blog einer wiss. Einrichtung	12	12.24%

Blog einer Publikation begleitend	1	1.02%
Kunst- oder Fotoblog	1	1.02%
Sonstiges	9	9.18%

ID	Antwort
38	Blog als Publikations- und Kommunikationsplattform für's ganze Fach (bzw. sogar mehrere Fächer)
52	Quer durch den Garten
54	Quellenblog
58	Berufsbegleitung
76	Thematisches Pop-Blog
91	Gruppenblog einer Fachrichtung
103	Von allem etwas.
184	Wissenschaftsvermittlung
195	Wissenschaftskommunikation

Tabelle V.5

Ist Ihr Hauptblog überwiegend ein:

Antwort	Anzahl	Prozent
Gemeinschaftsblog	33	33.67%
Einzelblog	44	44.90%
Blog mit Gastbeiträgen	21	21.43%
Kommentar	7	7.14%
Keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%

ID	Antwort
37	Es ist schwierig, weitere Autoren im Bereich "Historische Schulbibliotheken" zu gewinnen - sowohl an den Schulen selbst als auch im Wissenschaftsbereich. Ich hätte viel lieber ein Gemeinschaftsblog!
41	von Studierenden für Studierende
46	S. oben: Blog wird als Tool in der Lehre eingesetzt ("Schreiben im Web") - ich selbst habe mehrere Rollen: Redakteur und Administrator, gelegentlich Autor (Informationen über den Blog selbst)
88	Überwiegend stammen die Beiträge aber aus unserer Institution
94	ca. 30 Gastautoren, von denen die meisten nur einmal, einige 10-20 Beiträge veröffentlichen, alle zusammen aber weniger als ich
190	Obgleich ich theoretisch Mitforscher*innen habe, kümmere ich mich alleine um das Blog
201	Der Idee nach soll es ein Gemeinschaftsblog sein. In der Praxis fehlt den Wissenschaftler*innen oft die Zeit. der Blog wird intern aber als gute Möglichkeit einer 'kleinen' Publikation z.B. von Arbeitsberichten gesehen.

Tabelle V.6

Welche Rolle haben Sie bei Ihrem Hauptblog?

Antwort	Anzahl	Prozent
Administrator/in	57	58.16%
Redakteur/in	13	13.27%
Autor/in	17	17.35%
Weiß ich nicht	1	1.02%
Sonstiges	8	8.16%
Keine Antwort	2	2.04%
Nicht gezeigt	0	0.00%

ID	Antwort
39	Alles
43	Alles zusammen da ich den Blog allein betreibe
58	Admin, Redakteur, Autor in einem...
66	Da ich alles allein mache: Alle benannten Rollen.
70	Admin, Redakteur, Autor
86	Alle genannten.
99	Redakteur und Autor
190	alle ;)

Tabella V.7

Wie häufig bloggen Sie selbst?

Antwort	Anzahl	Prozent
Mehrmals täglich	2	2.04%
Täglich	0	0.00%
Mehrfach wöchentlich	5	5.10%
Wöchentlich	7	7.14%
Mehrfach monatlich	18	18.37%
Monatlich	27	27.55%
Selten	37	37.76%
Keine Antwort	2	2.04%
Nicht gezeigt	0	0.00%

Tabella V.8

Wie häufig werden Beiträge auf Ihrem Hauptblog oder auf dem Blog, an dem Sie mitarbeiten, publiziert?

Antwort	Anzahl	Prozent
Mehrmals täglich	3	3.06%
Täglich	1	1.02%
Mehrfach wöchentlich	7	7.14%
Wöchentlich	9	9.18%
Mehrfach monatlich	22	22.45%
Monatlich	29	29.59%
Selten	16	16.33%
Keine Antwort	11	11.22%
Nicht gezeigt	0	0.00%

Tabella V.9

Wie häufig lesen Sie andere Blogs?

Antwort	Anzahl	Prozent
Mehrmals täglich	8	8.16%
Täglich	9	9.18%
Mehrfach wöchentlich	24	24.49%
Wöchentlich	10	10.20%
Mehrfach monatlich	19	19.39%
Monatlich	15	15.31%
Selten	13	13.27%
Keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%

Tabelle V.10

Wie häufig kommentieren Sie in Blogs?

Antwort	Anzahl	Prozent
Mehrmals täglich	1	1.02%
Täglich	0	0.00%
Mehrfach wöchentlich	2	2.04%
Wöchentlich	0	0.00%
Mehrfach monatlich	3	3.06%
Monatlich	5	5.10%
Selten	59	60.20%
Nie	28	28.57%
Keine Antwort	0	0.00%
Nicht gezeigt	0	0.00%

Tabelle V.11

VI. Angaben zur Person (Teil 2)

Wo sind Sie aktuell als Wissenschaftler/in tätig?

Antwort	Anzahl	Prozent
Universität oder andere Hochschule mit Promotionsrecht	46	46.94%
Fachhochschule oder andere Hochschule mit Promotionsrecht	3	3.06%
Kunst- oder Musikhochschule	0	0.00%
Außeruniversitäre Forschungseinrichtung (z.B. Leibniz, Max Weber, Max Planck...)	29	29.59%
Keine	3	3.06%
Sonstiges	15	15.31%
Keine Antwort	2	2.04%
Nicht gezeigt	0	0.00%

ID	Antwort
24	Freiberuflich
26	Bibliothek
37	OStRn im Ruhestand (seit 2016)
38	Forschungsbibliothek
39	Archiv
43	Wiss. Bibliothek
47	Forschungsreferentin Sammlung Residenzgalerie Salzburg;

	Kulturabteilung Land Salzburg
49	Projekt
88	Öffentlicher Dienst Kultur
103	Kultureinrichtung
106	Öffentliche Kultureinrichtung
111	PhD Programm
138	Archiv
145	Archiv
210	Ich promoviere nebenberuflich.

Tabella VI.1

In welcher Funktion sind Sie aktuell an einer Hochschule/Forschungseinrichtung tätig?

Antwort	Anzahl	Prozent
Wiss. Hilfskraft (WHK)	0	0.00%
Doktorand/in	5	5.10%
Doktorand/in und wiss. Mitarbeiter/in	8	8.16%
Wiss. Mitarbeiter/in	24	24.49%
Post-Doc	16	16.33%
Jun.-Professor/in	0	0.00%
Priv.dozent/in	0	0.00%
Professor/in	11	11.22%
Sonstiges	20	20.41%
Keine Antwort	14	14.29%
Nicht gezeigt	0	0,00%

ID	Antwort
26	wiss. Bibliothekar
29	Projektleiter
35	Lehrende
47	Forschungsreferentin
58	Akad. Oberrat
60	Nachwuchsgruppenleitung
65	Maître de conférences HDR
70	Forschungsgruppenleiter
72	Wissenschaftliche Assistentin
73	Archiv
87	Lehrbeauftragter
88	Referentin
93	Lehrbeauftragter
129	Hochschularchiv
184	Lehrbeauftragter
190	Prae-Doc (Lehre + Forschung)
194	Wissenschaftskommunikation
195	Verwaltungsmitarbeiter/in
201	Wissenschaftliche Geschäftsführung (Forschungsverbund)

Tabella VI.2

Wie lange sind Sie bereits im Hochschulbereich beschäftigt (alle bisherigen Arbeitsverträge zusammen gerechnet)?

Antwort	Anzahl	Prozent
<1	1	1.02%
1-3 Jahre	3	3.06%
4-6 Jahre	23	23.47%
7-12 Jahre	26	26.53%
13-20 Jahre	14	14.29%
>20 Jahre	16	16.33%
Keine Antwort	15	15.31%
Nicht gezeigt	0	0.00%

Tabelle VI.3

In welcher Stadt sind Sie tätig (wir möchten gerne eine Karte erstellen, die die Verteilung der Blogs zeigt)?

Antwort	Anzahl	Prozent
Antwort	43	43.88%
Keine Antwort	55	56.12%
Nicht gezeigt	0	0.00%

4 47.37832540670997;8.550686645507767;;;;
6 49.88409005888903;8.659423828125;;;;
8 49.99735172371649;8.255307153320246;;;;
9 51.04827335109384;13.743820190429688;;;;
23 52.0382013696845;8.532394409179688;;;;
26 59.91495015973913;10.757451171875005;;;;
29 46.94610534210494;7.441881542968758;;;;
31 50.94412798194417;6.968238085937514;;;;
33 51.1740349647191;14.431939697265648;;;;
37 53.56485009336436;10.003875732421875;;;;
38 50.97940611234984;11.331278383463314;;;;
39 51.53671694764769;9.925746899414094;;;;
44 51.87825635412714;8.39849853515625;;;;
46 50.73381054752768;7.104000091552734;;;;
50 52.569281043377956;13.488112499999943;;;;
51 50.927024984523804;6.948678973359847;;;;
52 51.19031082847327;6.691630102539079;;;;
54 50.959603215024444;6.789599626138852;;;;
58 49.99383425625511;8.238827661132745;;;;
65 48.862344359994864;2.3508894775391127;;;;
66 52.36088287890878;4.889404763373136;;;;
67 52.02764061423114;8.544754028320312;;;;
72 45.074589560870436;7.678323301048863;;;;
86 52.355213362567284;4.907689568412707;;;;
90 50.7460862331892;7.1220245361328125;;;;
91 52.52902014141533;13.414176196289077;;;;
94 49.90563220026857;10.903778857421912;;;;
99 52.522335995534775;13.416236132812514;;;;
106 51.47656061971893;6.734406298828162;;;;
111 47.5441656600372;19.05517578125;;;;
129 52.26905972413844;8.044975680541938;;;;
132 49.0224549313698;12.121490478515625;;;;
138 50.818001456770325;7.143354052734367;;;;
147 51.47809879706305;11.97271554021836;;;;

154	48.2192432653298;16.36552656250001;;;;
162	49.412679542396546;8.714827251434372;;;;
163	48.15572497100532;11.592321777343727;;;;
164	52.37063891448265;4.907557277036403;;;;
183	46.51075673933815;6.5992431640625;;;;
184	48.2;16.366700000000037;;;;
201	49.40090103177143;8.6432945068359;;;;
203	49.40162752786367;8.656399853515609;;;;
210	50.11404624722254;8.685516357421875;;;;

Tabelle VI.4

Zum Schluss: Was wünschen Sie sich von de.hypotheses?

Antwort	Anzahl	Prozent
Antwort	36	36.73%
Keine Antwort	62	63.27%
Nicht gezeigt	0	0.00%

ID	Antwort
14	alles wie bisher: gute Betreuung, einfache Handhabe
15	Ich bin sehr zufrieden.
18	Mehr Wertschätzung für die Bloggenden. Meine verminderte Blogfrequenz ist direkte Konsequenz des Eindrucks, dass hier Hunderte bloggen, damit sich ein (nicht sehr greifbares) hypotheses-Team als große Macher feiern (lassen) können.
24	Planungssicherheit
26	Ich bin eigentlich höchst zufrieden mit Hypotheses! Ein paar mehr Themes wären schön, aber das ist Kosmetik. Ich finde z.B. sehr gut, wie das Team die GDPR umgesetzt hat :) Weiter so!
29	Noch etwas gezieltere Werbung für die einzelnen Blogs. Eventuell leichter zugreifbare und raffiniertere Kategorien um leichter KollegInnen zu finden.
35	Sichtbarkeit und Anerkennung für Blogfende, weniger Beamtenmentalität i, Community- Manage,ent (bin nicht zuständig, werde weiterleiten, bitte nicht so viel fragen, eir haben keine Kapazitäten) und jedenfalls weniger Sich-selbst-Feiern des de.hypotheses-Teams
37	Dass ich bei hypotheses weitermachen darf! Und: dass die historischen Wissenschaften doch noch die interessante, schützenswerte und so seltsam unbekannt Sammlungsform der historischen Schulbibliothek, der Gymnasialbibliothek entdecken möge! Wo bleiben die professorales, die ihre Diplomanden und Doktoranden mal zu uns schicken? Diese Sammlungen quellen über von Forschungsthemen, die garantiert ohne Gefahren irgendeines Plagiat zu bewältigen sind!
38	ich bin bzw. wir sind fast wunschlos glücklich! Aber ein paar Sachen fallen mir trotzdem ein: <ul style="list-style-type: none"> - Persistente Identifikatoren für Blogbeiträge (idealerweise DOIs) wären extrem wichtig - auch für die Reputation von Wissenschaftsblogs überhaupt und für hypotheses selbst!!! - ein anpassbares Plug-in zum Export von Blog-Beiträgen in PDF/A-Dateien wäre natürlich auch prima... - die Wiederkehr der Blogawards wäre schön - und die Idee mit den Weihnachtskarten damals fand ich auch super (ich meine, ich hätte 2014 oder so eine von Sascha unterschriebene erhalten)
39	Mehr Hinwendung zu genuin digitaler Textproduktion, z. B. Plugin für Markdown. Die Frage oben nach dem Umfang der Blogposts in Seiten scheint auch noch von Word her gedacht zu sein. Außerdem bitte wieder Unterstützung externer Editoren (Wordpress-App auf Mobilgerät, MarsEdit für Macs usw.)
46	Mehr aktuelle Tutorials für die Handhabung
47	Die Möglichkeit des Abonnierens für Follower.
51	Wieder mehr Community-Management und ggfs. öffentliche Auseinandersetzung der Redaktion mit Beiträgen.
52	<ul style="list-style-type: none"> - Zurück zum alten Editor - wenig Gestaltungsexperimente nach dem Motto Never change etc. - Es ist absurd, dass ich täglich meine eigenen Links auf eigene Beiträge (Pingbacks) freigeben muss - mehr Berücksichtigung auf der Startseite - mehr Platz für PDFs
53	Simple Funktion "Benachrichtigung über neue Beiträge dieses Blogs erwünscht? Hier E- Mail-

Adresse eintragen:"	
61	etwas mehr Freiheit bei der Einrichtung der Blogs (Auswahl der Themes etc.)
72	Ich interessiere mich auch für das wissenschaftliche Blogging und forsche auch darüber. Ich würde mich freuen, über die Ergebnisse der vorliegenden Forschung informiert werden zu dürfen. Danke
73	Mehr Themes. Anbindung von Matomo und/oder gAnalytics. Und endlich nicht mehr darauf pochen, dass eine Anbindung an eine wissenschaftliche Institution nicht notwendig ist. Es gibt genug Hochschulabsolventen, die keine Karriere in der Wissenschaft machen wollen oder können. Diese auszunehmen, finde ich sehr schlecht.
76	Alles gut so.
88	Mehr Unterstützung durch Fortbildungen etc.
91	erleichterte VG-Wort-Einbindung bzw. Hilfe dabei
94	nichts, was Sie nicht schon bieten - der Service ist großartig, ohne die Hilfestellung von Hypotheses hätte ich nie zu bloggen begonnen und es wahrscheinlich nicht fortgesetzt. Danke!
96	Wichtig ist langfristige Verfügbarkeit der Einträge, technische Wartung und Unterstützung. Ich bin mit hypotheses.org sehr zufrieden.
100	Vielleicht wäre es möglich, die Diskussionen und wechselseitige Wahrnehmung zu verbessern, wenn man die einzelnen Disziplinen besser sichtbar macht und Blogger_innen so besser zusammenführen kann?
103	Dass das klassische, weniger zeitaufwendige, einfach und besser zu handhabenden WP als Alternative bleibt!
111	Zurzeit noch keine Wünsche. Ich warte den Abschluss meiner Promotion ab. Danach - wenn es die Lebensumstände zulassen - beabsichtige ich, im Zusammenhang mit weiteren Projekten das Blog stärker zu nutzen. Danke für die Umfrage. Sie war der Anlass, noch einmal intensiver über die Möglichkeiten der Wissenschaftskommunikation nachzudenken.
145	Alles Gute für dieses sehr gut organisierte Netz!
155	Größere Freiheit bei der formalen Gestaltung und Individualisierung des Blogs (z.B. Plug-In etc.).
162	Möglichkeiten zur besseren Vernetzung und Verbreitung der Bloginhalte, gerne auch weiterhin Workshops zum Thema bloggen - alles keine Wünsche, ist alles schon erfüllt, macht weiter so! :-)
168	Mehr Freiheiten in Wordpress!
183	Re-enable the remote editing feature of WordPress.
184	Weiter so wie bisher!
190	Super Angebot insgesamt, etwas mehr Einstellungsmöglichkeiten beim Design wären toll bzw. Handle-Links oder DOIs zur langfristigen Zitation der Beiträge (alleine schon des psychologischen Effektes wegen: ich denke, ein Beitrag in einem Blog verfügt über deutlich mehr "Gewicht", wenn eine DOI angegeben wird.
194	Trotz der Auswahl an Themes gefallen mir Hypotheses-Blog optisch nicht besonders. Daher: Besseres Oberflächendesign
201	Eigentlich nichts - Ihr seid toll, wie Ihr seid. Vielen Dank!

Tabelle VI.5

6. Anschreiben

Wortlaut des Textes der Rundmail vom 13.11.2018:

Betreff: [deutsche-blogs] Aufruf zum Mitmachen: Online Umfrage zum geisteswissenschaftlichen Bloggen

Liebe Bloggende von de.hypotheses,

wir wenden uns mit der Bitte an Sie, uns bei einem aktuellen Forschungsprojekt zu unterstützen und an einer Online-Umfrage teilzunehmen.

Die Umfrage verfolgt das Ziel, **Praktiken und Routinen bei geisteswissenschaftlichen Bloggenden insbesondere bei de.hypotheses** zu erfragen. Vor allem interessieren wir uns für die Gründe, aus denen Sie bloggen, für Ihre Einschätzung, wann ein Blog oder Blogbeitrag erfolgreich ist und wie Sie Ihre Beiträge und den Publikationsablauf formal und redaktionell gestalten. Wir erhoffen uns daraus Einblicke zu bekommen, wie sich das geisteswissenschaftliche Kommunikations- und Publikationsverhalten in Blogs in den letzten Jahren gewandelt hat. Für Sie als Beitragende wird ersichtlich, wie sich Ihr Blogverhalten ggf. von dem anderer Geisteswissenschaftlerinnen und Geisteswissenschaftler unterscheidet.

Das Ausfüllen des Online-Fragebogens dauert **ca. 7-10 Minuten**. Die Teilnahme ist freiwillig.

Sie können Sie **bis zum 21.12.2018** an der Befragung teilnehmen.

Hier geht es zur Umfrage: <https://dhip.limequery.com/456889?lang=de>

Geisteswissenschaftliche Bloggende, die nicht bei de.hypotheses, sondern auf einer anderen Plattform/einem anderen Blog publizieren, können ebenfalls an der Umfrage teilnehmen. Dies wird entsprechend abgefragt.

Bitte füllen Sie die Umfrage komplett aus, ein Zwischenspeichern wird aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht ermöglicht.

Weitere Hinweise zum Datenschutz finden Sie auf der Einstiegsseite der Umfrage.

Vielen Dank, dass Sie an der Umfrage teilnehmen und uns damit unterstützen!

Mit freundlichen Grüßen

Mareike König für das Team von de.hypotheses.org

de.hypotheses – Geisteswissenschaftliche Blogs
Max Weber Stiftung – Deutsche Geisteswissenschaftliche Institute im Ausland
Rheinallee 6
53173 Bonn

de.hypotheses.org, <https://www.facebook.com/pages/dehypotheses>
<https://twitter.com/dehypotheses>, www.maxweberstiftung.de

7. Lessons learned

Trotz intensiver Vorbereitung der Umfrage fielen Doppelungen, Lücken, Fehler oder Ungenauigkeiten in den Fragestellungen und Antwortoptionen – ob inhaltlicher oder technischer Art – erst bei der Auswertung und damit im Nachhinein auf. Sie seien hier dokumentiert zum einen für diejenigen, die mit den Zahlen weiterarbeiten möchten und zum anderen für zukünftige Umfragen bzw. das erneute Durchführen dieser Umfrage in einigen Jahren.

Fragestellungen

Zu Ungenauigkeiten in den Antworten dürften bei der Frage „Wo ordnen Sie Ihr Hauptblog ein?“ die nicht näher definierten, sehr ähnlichen Begriffe „Thematisches Forschungsblog“ und „Blog zu einem Forschungsprojekt“ für Einzelbloggende sowie „Blog einer Forschungsgruppe“ für Gemeinschaftsblogs geführt haben. Diese Aufteilung wird bei der Anmeldung neuer Blogs auf der Plattform verwendet, wobei „Forschungsprojekt“ institutionalisierte Projekte von Einzelpersonen meint, aber nicht Dissertation, Habilitation oder Beiträge eines Forschenden zu einem der eigenen Forschungsschwerpunkte. Diese Aufteilung sollte überarbeitet und spezifiziert werden.

Nicht definiert war bei der Frage „Zu welchem Zweck bloggen Sie?“ der Begriff der „Wissenschaftskommunikation“, der von den hier antwortenden Bloggenden vermutlich überwiegend als interne Kommunikation über Wissenschaft verstanden wurde und möglicherweise aus diesem Grund mit 48 % eine hohe Zustimmung bekam. Da in erster Linie für ein Fachpublikum gebloggt wird, meint Wissenschaftskommunikation hier nicht das externe Vermitteln von Wissenschaft in die breite Öffentlichkeit oder in die Medien. Bei der nächsten Befragung sollten die Begriffe näher definiert werden.

Antwortoptionen

Zwar gehören fünfstufige Skalen zu den üblichen Antwortoptionen, doch muss einschränkend gesagt werden, dass die Antwortoptionen nur für Stufe 1 und Stufe 5 in Worten erklärt wurden. Dagegen war nicht vollständig ausgeschrieben, wofür 2 (= stimme eher zu), 3 (= unentschieden) und 4 (= stimme eher nicht zu) stehen. Dies ließ sich für die Befragten nur über die visuelle Darstellung der Antwortoptionen und über die Logik erschließen, was zu Verzerrungen bei den Antworten geführt haben könnte und bei der erneuten Durchführung der Umfrage berücksichtigt werden sollte.

Bei der Fragegruppe, „[w]ie häufig wurde Ihr Blog zitiert in...?“ wurden fünf Antwortoptionen angegeben mit Häufigkeitsspannen, die zwar alle ausgeschrieben waren, sich aber unübersichtlich präsentierten. Zusätzlich wurde am Ende eine überflüssige Antwort „Ist mir nicht bekannt“ mit angegeben (ebenfalls mit fünf Auswahloptionen), obwohl diese Antwort bereits bei den Einzelfragen davor gegeben werden konnte. Die niedrigen Antwortzahlen in diesem Bereich könnten dieser Unübersichtlichkeit geschuldet sein.

Der Abstand der Altersgruppen wurde zu groß gewählt, eine Einteilung in Fünf-Jahres-Schritten wäre wie bei der Umfrage „Nutzung von Social Media und onlinebasierten Anwendungen in der Wissenschaft“³¹ sinnvoller gewesen bzw. alternativ eine Frage nach dem Geburtsjahr.

Technische Bugs

³¹ Pscheida et al, Nutzung von Social Media, 2013, S. 9.

Bei der Frage „[s]eit wann bloggen Sie?“ wurde der Typ der Antwortoption in LimeSurvey falsch ausgewählt: Die Befragten konnten in einem Freifeld das Jahr des Aufsetzens ihres ersten Blogs angeben. LimeSurvey wertet diese Form der Antwort jedoch nicht automatisch aus, sondern addiert in der Ergebnisübersicht die eingetragenen Jahreszahlen auf. Im Export der Ergebnisse als Excel-Tabelle stehen die Jahreszahlen korrekt und können über eine andere Darstellungsform ausgewertet werden.

Bei der Beantwortung der letzten Frage funktionierte die Eingabe der Postleitzahl des Arbeitsortes nicht. Geplant war, anhand der Postleitzahl die Blogs auf einer von Google bereitgestellten Karte zu visualisieren. Eine Auswertung der geographischen Verortung der Bloggenden ist daher nicht möglich.

8. Zitierte Literatur

Jarreau, Page Brown, All the Science That is Fit to Blog: An Analysis of Science Blogging Practices (2015), Louisiana State University Doctoral Dissertations, 1051, https://digitalcommons.lsu.edu/gradschool_dissertations/105.

Jarreau, Page Brown, A Dissertation on Science Blogging, in: From The Lab Bench, 23.4.2015, <http://www.fromthelabbench.com/from-the-lab-bench-science-blog/2015/4/23/a-dissertation-on-science-blogging>.

Fahrmeir, Andreas, Bloggen und Open Peer Review in der Geschichtswissenschaft: Chance oder Sackgasse?, in: Peter Haber, Eva Pfanzerler (Hg.), historyblogosphere. Bloggen in den Geschichtswissenschaften, München 2013, S. 23–35.

Graf, Klaus, König, Mareike, Forschungsnotizbücher im Netz: Weblogs in der deutschsprachigen Geschichtswissenschaft, in: WerkstattGeschichte 61 (2012), S. 76–87, http://werkstattgeschichte.de/wp-content/uploads/2016/12/WG61_076-087_GRAF_NETZ-1.pdf.

König, Mareike, Herausforderung für unsere Wissenschaftskultur: Weblogs in den Geisteswissenschaften, in: Wolfgang Schmale (Hg), Digital Humanities. Praktiken der Digitalisierung, der Dissemination und der Selbstreflexivität, Stuttgart 2015, S. 57-74.

Mahrt, Merja, Puschmann, Cornelius, Science Blogging: An Exploratory Study of Motives, Styles, and Audience Reactions, in: Journal of Science Communication 13/3 (2014), S. 1-17, https://jcom.sissa.it/archive/13/03/JCOM_1303_2014_A05.

Mewburn, Inger, Thomson, Pat, Why Do Academics Blog? An Analysis of Audiences, Purposes and Challenges, in: Studies in Higher Education 38/8 (2013), S. 1105–1119.

Pscheida, Daniela, Albrecht, Steffen, Herbst, Sabrina, Minet, Claudia, Köhler, Thomas, Nutzung von Social Media und onlinebasierten Anwendungen in der Wissenschaft. Erste Ergebnisse des Science 2.0-Survey 2013 des Leibniz-Forschungsverbands “Science 2.0”, 2013, <https://d-nb.info/1069096679/34>.

Sugimoto, Cassidy R., Work, Sam, Larivière, Vincent, Haustein, Stefanie, Scholarly Use of Social Media and Altmetrics: a Review of the Literature, in: Journal of the Association for Information Science and Technology 68/9 (2017), S. 2037–2062.

Diese Publikation zitieren:

Mareike König, Geisteswissenschaftliches Bloggen bei de.hypotheses. Erste Ergebnisse der Umfrage zu Motivationen, Praktiken und Routinen. Datenreport, Paris, 6.6.2019.

Kurzstatistiken und Datenexport: Zenodo, 10.5281/zenodo.3249965 und <https://github.com/Mareike2405/survey-dehypotheses-2018>.