

Wissenschaftskommunikation und Social Media: Grenzaufbruch und Vertrauensmerkmale

Jan Schmirmund, M.A.

Zentrum für Medien und Interaktivität
Justus-Liebig-Universität Gießen
Ludwigstraße 34
35390 Gießen
jan.schmirmund@zmi.uni-giessen.de

Abstract: Der vorliegende Beitrag befasst sich mit dem, durch Social Media induzierten, Aufbruch der Grenzen zwischen interner und externer Wissenschaftskommunikation und beschreibt die Kontextualisierung von Social Media Formaten in die Wissenschaftskommunikation durch Setzen von Vertrauensmerkmalen. Der Beitrag kommt zu dem Schluss, dass durch vermehrten Einsatz von Social Media, bisher klare Grenzen zwischen interner und externer Wissenschaftskommunikation verschwimmen und aufgrund fehlender Formalisierungen von in Social Media veröffentlichten Beiträgen, ein Problem der Kontextualisierung in den Bereich seriöser Wissenschaft auftritt. Es ist zu beobachten, dass diesem Problem durch das Setzen von Vertrauen erzeugenden Merkmalen entgegengewirkt wird.

1 Social Media und aufbrechende Grenzen zwischen interner und externer Wissenschaftskommunikation

Formate wissenschaftlicher Kommunikation¹ lassen sich auf der Inhaltsebene zunächst analytisch in drei Hauptkategorien einordnen: Erstens die Zielgruppe der kommunikativen Beiträge, zweitens der Formalisierungsgrad und drittens die faktische Möglichkeit der Teilnahme an der Kommunikation. Hagenhoff et al. [HSOS07] entwickeln eine Typisierung von Wissenschaftskommunikation zunächst anhand der Zielgruppe, an die sich die Beiträge richten. *Interne* Wissenschaftskommunikation hat

¹ In der Literatur wird Wissenschaftskommunikation sowohl in einem engen Sinne von Kommunikation unter Wissenschaftlern als auch in einem weiteren Sinne inkl. Wissenschaftsjournalismus verstanden (vgl.: Hagenhoff et al. [HSOS07]: 4ff). Im vorliegenden Beitrag soll Wissenschaftskommunikation in einem weiten Sinne als Kommunikation mit wissenschaftlichem Inhalt verstanden werden. Unter diesen Oberbegriff fallen damit sowohl Beiträge in wissenschaftlichen Fachzeitschriften, Beiträge auf wissenschaftlichen Konferenzen aber auch populärwissenschaftliche Inhalte in Magazinen sowie entsprechende Beiträge in Weblogs, außerdem die fachbezogene, informelle Kommunikation zwischen Wissenschaftlern.

hier andere Wissenschaftler als Zielgruppe², während die *externe* Wissenschaftskommunikation auf die Gesellschaft als Rezipientengruppe ausgerichtet ist. Im Unterschied zur internen Wissenschaftskommunikation, bei der stets Mitglieder der Scientific Community als Absender (und adressierte Empfänger) der Botschaften fungieren (Scholarly Communication), ist dies in einer nach außen gerichteten externen Wissenschaftskommunikation (Science Communication) nicht der Fall. Klassischerweise werden wissenschaftliche Inhalte der Gesellschaft durch den Wissenschaftsjournalismus vermittelt. Seit dem Aufkommen von Blogs³ Ende der 1990er Jahre und der Nutzung derselben durch Wissenschaftler wird die journalistische Vermittlerfunktion zunehmend unterlaufen und die Grenze zwischen Science Communication und Scholarly Communication wird immer undeutlicher bzw. verwischt an dieser Stelle gänzlich. Hagenhoff et al. [HSOS07] unterteilen interne Wissenschaftskommunikation weiter in formale und informale (interne) Wissenschaftskommunikation⁴ und führen dann, anhand von ihnen explizierter Unterscheidungskriterien, eine Typisierung von Formaten interner Wissenschaftskommunikation ein. Der vorliegende Beitrag schließt an diese Typisierung von Wissenschaftskommunikation an, indem einige Kriterien von Hagenhoff et al. [HSOS07] übernommen werden, und diese in einem erweiterten Kontext anwendet. Als formal sollen im vorliegenden Beitrag Kommunikationsformen angesehen werden, in denen der Kommunikationsprozess stark institutionalisiert und damit von umfangreichen Formalisierungen im Sinne von Regeln hinsichtlich festgelegter Kommunikationskanäle, formeller Ansprüche an die Ausgestaltung der Beiträge sowie deren Veröffentlichung, bestimmt ist. Dazu haben sich Begutachtungsverfahren (z.B: Peer-Review) als praktikabel erwiesen. Daher soll hier der Grad des Begutachtungsprozesses (im weiteren Sinne) als Kriterium für Formalisierung herhalten. Im Gegensatz zum Kriterium der Zielgruppe ist Formalisierung ein stärker graduell angelegtes Kriterium. Dies hat zur Folge, dass klare Trennlinien anhand dieses Merkmals nur schwer zu ziehen sind. Hinsichtlich des Zugangs zur Kommunikation ist festzuhalten, dass die (primäre) Zielgruppe eines Beitrags mit wissenschaftlichem Inhalt und die tatsächliche Zugänglichkeit (zwar in abnehmendem Maße, aber dennoch) miteinander verbunden sind. So ist ein klassischer Artikel in einer wissenschaftlichen (Peer-Review) Zeitschrift zweifellos an die wissenschaftliche Gemeinschaft als Zielgruppe gerichtet. Auch der Zugang zu solchen Beiträgen (sowohl in Form von Rezeptions- als auch Antwortmöglichkeiten) ist beschränkt. Auch wenn prinzipiell jeder eine wissenschaftliche Zeitschrift bestellen kann, ist schon alleine die Preisgestaltung ein faktisches Hemmnis dafür, dass diese Beiträge von einer breiten Öffentlichkeit rezipiert werden (dies geschieht typischerweise über die Schnittstelle des Wissenschaftsjournalismus, der hier im Bereich externe, formalisierte Wissenschaftskommunikation einzuordnen ist). Ein Artikel in einem Wissenschaftsmagazin dagegen

² Es wird hier bewusst auf eine weitere Differenzierung zwischen der eigenen Disziplin und der gesamten wissenschaftlichen Gemeinschaft als Zielgruppe verzichtet, da dies für die hier vorliegende Fragestellung nur von untergeordneter Bedeutung ist.

³ Der Fokus des vorliegenden Beitrags liegt auf wissenschaftlichen Weblogs. Im Rahmen des Teilprojekts I des Forschungsverbundes Interactive Science wurden bereits weitere Formate untersucht: Vgl. [HKNS09], [KN09], [Koe08].

⁴ In Anlehnung an Walker/Hurt „Scientific and technical literature: an introduction to forms of communication“, Chicago 1990: XII.

richtet sich an eine breite Öffentlichkeit und ist ihr zugänglich (natürlich haben auch Wissenschaftler Zugang zu solchen Artikeln). Klassischerweise haben wir also auf der einen Seite eine externe Wissenschaftskommunikation welche (durch die redaktionellen Strukturen populärwissenschaftlicher Medien) einem recht hohen Grad der Formalisierung (durch Begutachterprozesse der Journalisten) unterliegt und der Zielgruppe eine kommunikative Teilhabe (auch in Form eines Rückkanals z.B. durch Leserbriefe) ermöglicht. Auf der anderen Seite steht die interne Wissenschaftskommunikation, welche neben der Zielgruppe Scientific Community durch Begutachtungsverfahren und Zugangsbeschränkungen (Preisgestaltung wissenschaftlicher Zeitschriften, Konferenzgebühren etc.) die kommunikative Partizipation primär im wissenschaftlichen Subsystem ermöglichen. Durch das Aufkommen neuer Kommunikationsformate wie Weblogs wird diese Grenze zunehmend aufgebrochen. In einem idealtypischen Fall veröffentlicht ein Wissenschaftler in seinem persönlichen Blog eine Rezension zu einem wissenschaftlichen Fachartikel. Vom Kriterium der Zielgruppe ist ein solcher Beitrag weder eindeutig der internen noch der externen Wissenschaftskommunikation zuzuordnen, denn auch wenn er sich primär an andere Wissenschaftler richtet, die sowohl mit dem kritisierten Beitrag fachlich beurteilen, als auch eine wissenschaftliche Kritik daran einordnen und verstehen können, so hat doch auch der interessierte Laie gleichermaßen Zugang und die Möglichkeit der aktiven Teilhabe am Kommunikationsprozess⁵. Auch werden die beiden anderen Kriterien zur Typisierung von interner Wissenschaftskommunikation (hoher Formalisierungsgrad und Zugangsbeschränkungen für die Partizipation) nicht erfüllt. Ein Weblog ist in der Regel öffentlich zugänglich und unterliegt keinem formalisierten Begutachtungsprozess. Weblogs dieser Art scheinen sich also nicht in die oben entwickelte Typisierung einordnen zu lassen. Der Vorteil der hier angeführten Unterscheidungskriterien liegt darin, dass so der zu verdeutlichende Grenzaufbruch sichtbar wird. Es ist keineswegs so, dass die klassischen Formen interner und externer Wissenschaftskommunikation verschwinden würden. Sie befinden sich ohne Zweifel im Wandel (siehe Open Acces und Co.) sind aber auch im Rahmen der hier vorgestellten Systematik weiter einzuordnen. Vielmehr gilt es, die aufgezeigte neue Ausprägung wissenschaftlicher Kommunikation zu untersuchen. Hierzu können die klassischen Funktionen der Wissenschaftskommunikation (Registrierung, Zertifizierung, Wahrnehmung, Archivierung) ebenso herangezogen werden, wie Fragen nach den Auswirkungen dieser neuen Formate hinsichtlich von Kollaboration und einer Demokratisierung von Wissenschaft. Aber auch Aspekte von Reputation, Vertrauen oder Produktionsrelevanz für den Wissenschaftsbetrieb sind hier von Bedeutung.

⁵ Natürlich ist es möglich, auch Blogs komplett organisationsintern und zugangsbeschränkt zu betreiben. Von solchen Spezialfällen soll in diesem Beitrag jedoch abgesehen werden.

2 Einsatz von Vertrauensmerkmalen als Praktik zur Kontextualisierung von Social Media basierter Kommunikation in den Bereich der Wissenschaftskommunikation

Über Social Media kann jeder User beliebige Inhalte zu allen möglichen Themen veröffentlichen. Es bedarf daher einer Kontextualisierung der Beiträge in den Bereich wissenschaftlicher Kommunikation. Die Praxis der Zurschaustellung von Vertrauensmerkmalen ist dabei ein wichtiger Aspekt. Wenn von Vertrauen im Kontext wissenschaftlicher Kommunikation die Rede ist, so stellt diese Rahmung bereits einen spezifischen Blickwinkel dar, in welchem Vertrauen verwendet wird. Im Folgenden soll der Begriff des Vertrauens hinsichtlich der hier zu besprechenden Fragen grob umrissen werden. Vertrauen setzt sich nach Neubauer[Neu97] aus vier grundlegenden Komponenten zusammen⁶: Kompetenz, Wohlwollen, Konsistenz und Offenheit sowie Ehrlichkeit (vgl. [Lau05]: 109) Dernbach[Der05] analysiert Vertrauen im journalistischen Kontext anhand der drei Ebenen: Vertrauen in die Erfüllung der Funktion, Vertrauen in die Organisationen journalistischer Produktion sowie Vertrauen in die journalistischen Programme und Akteure (vgl. [Der05]: 135). Vertrauen ist in Kontext wissenschaftlicher Kommunikation mit dem Begriff der Glaubwürdigkeit verbunden. Auch wenn eine Gleichsetzung von Vertrauen und Glaubwürdigkeit umstritten ist⁷, dürfte im Aspekt der Glaubwürdigkeit von wissenschaftsbezogenen oder wissenschaftlichen Medieninhalten ein zentraler Indikator für Vertrauen zu finden sein. Glaubwürdigkeit kann als Vertrauen in die Seriosität des dargebotenen Inhaltes gedeutet werden und ist insbesondere deswegen von zunehmender Bedeutung, weil das Instrument des Vertrauens in die Selektivität der Medien (also das Vertrauen in eine angemessene Selektion beobachteter Vorgänge) nur bei einer formalisierten Wissenschaftskommunikation zum Tragen kommt⁸. Vertrauen kann als das Ergebnis verschiedener Überprüfungsprozesse verstanden werden, die ein Rezipient vornimmt, um die Glaubwürdigkeit von Texten bzw. Einheiten wie Blogs oder Feeds (z.B.: bei Twitter) zu beurteilen. Der Rezipient geht mit einem bestimmten Erwartungshorizont⁹ an den Kommunikationsbeitrag heran. Dieser beinhaltet implizit auch Kriterien für Vertrauenswürdigkeit. Die Überprüfungsprozesse beziehen sich auf mindestens zwei Faktoren: Erstens, wer macht eine Aussage? Und zweitens, in welchem Kontext wird diese Aussage gemacht. Die erste Frage hat demnach einen starken Bezug zu Aspekten des Identitätsmanagements der Autoren. Hierzu zählen neben expliziter Selbstdarstellung auch Hinweise auf die Positionierung der Autorin innerhalb einer (z.B. der Scientific) Community. Die Frage des Kontextes zielt auf die Einordnung des Beitrags in einen bestimmten gesellschaftlichen Bereich ab. Im vorliegenden Beitrag ist damit die Zuordnung zur Wissenschaftskommunikation gemeint. Wissenschaftliche Weblogs, die von einzelnen Forschern betrieben werden, sind häufig nicht in einen qualitätssichernden

⁶ Laucken hat insgesamt 18 solcher Komponenten aufgeführt (vgl.: [Lau05]: 99)

⁷ vgl. [Der05]: 138ff.

⁸ Bezogen auf das journalistische System vgl. [Der05]: 141ff.

⁹ Der Erwartungshorizont beinhaltet z.B. Erwartungen an die Einhaltung bestimmter Regeln und Vorgehensweisen (Vgl. [HKNS09]:23ff).

institutionellen Rahmen eingebunden¹⁰. Es stellt sich daher direkt die Frage, ob und inwieweit derartige Inhalte der Wissenschaftskommunikation zuzurechnen sind und an welchen Kriterien dies ggf. festgemacht werden kann. Ein nahe liegender Gedanke ist in diesem Zusammenhang, die Wissenschaftlichkeit der Inhalte an zwei groben Kriterien festzumachen: Erstens stellt die Person des Autors und deren Verortung im wissenschaftlichen Teilsystem ein solches Kriterium dar¹¹. Zweitens erlauben die Inhalte der Blogbeiträge Rückschlüsse darauf, inwieweit im konkreten Fall Wissenschaftskommunikation vorliegt. Da externe und institutionelle Kriterien (wie Formalisierung, s.o.) weitestgehend fehlen, muss es andere Anhaltspunkte geben, mit denen Blogs der Wissenschaftskommunikation zuzuordnen sind. Die Einordnung von Kommunikationsbeiträgen in den Bereich der Wissenschaftskommunikation findet klassischerweise über formalisierte Mechanismen der Qualitätssicherung statt. Diese Mechanismen haben den Zweck, Kommunikationsbeiträge dahingehend zu prüfen, ob sie den Regeln der Wissenschaftlichkeit entsprechen. Zu diesen Regeln zählen „Beachtung der methodischen Regeln des Faches, vollständige und nachvollziehbare Beschreibung der verwendeten Methoden, Skeptizismus den eigenen Ergebnissen gegenüber, Veröffentlichung und Diskussion von Gegenmeinungen sowie falsifizierten Hypothesen, Zuordenbarkeit von Urheberrechten, Dokumentationspflicht und schließlich die Offenlegung der Finanzierungsquellen“ ([Kra09]: 104). Diese Kriterien werden allerdings in Blogbeiträgen in der Regel nicht (oder nicht hinreichend) erfüllt. Es lassen sich jedoch weitere Aspekte ausmachen, die einen Beitrag als wissenschaftlich klassifizieren. Diese sind eher impliziter Natur und werden kommunikativ hergestellt. Krämer untersucht in seinem Beitrag „Vertrauen in der Wissenschaft“ [Kra09] eben diese kommunikativen Aspekte. Demnach wird Wissenschaftlichkeit nicht ausschließlich über externe Mechanismen (wie Peer-Review oder redaktionelle Überprüfungen) hergestellt, sondern auch über im Text (oder auch Vortrag) quasi mitlaufende Mechanismen der Vertrauensbildung, welche die Wissenschaftlichkeit (also auch die Einhaltung der Regeln der Wissenschaftlichkeit) unabhängig von übergeordneten, institutionellen Prüfungsverfahren kommunizieren. Zu diesen Mechanismen zählen nach Krämer u.a. ein Hinweis auf eine unabhängige Überprüfung durch Gutachter (beispielsweise durch eine entsprechende Formulierung in der Danksagung), die Verwendung von Fußnoten und bestimmter Gliederungsmerkmale (wie z.B. dem Vorhandensein eines Abstracts) (vgl. [Kra09]: 93) aber auch „Passivkonstruktionen, Deagentivierung, lange verschachtelte Sätze, Attributhäufungen, Substantivierung, hypotaktische Konstruktionen, Terminologisierung, besondere Kompositabbildungen“ (ebd.). Da der Rezipient nicht immer nur anhand des Inhalts erkennen kann, ob der entsprechende Text aus korrekter

¹⁰ Dies gilt teilweise auch für Blogs, die im Rahmen renommierter populärwissenschaftlicher Verlage, wie z.B. www.scienceblogs.com vom Seed Media Verlag, betrieben werden. Die dort bloggenden Wissenschaftler stellen ihre Beiträge unredigiert ins Netz.

¹¹ An dieser Stelle soll es vorerst genügen, die Eingebundenheit der Autoren anhand einer wissenschaftlichen Ausbildung (Hochschulabschluss) und einer forschenden bzw. lehrenden Tätigkeit innerhalb einer dem wissenschaftlichen Teilsystem zuzuordnenden Institution festzumachen. Allerdings sind diese Kriterien an den Grenzen unscharf (so ist beispielsweise ein ehemaliger Forscher mit entsprechender Ausbildung und Erfahrung möglicherweise trotzdem in der Lage, wissenschaftlichen Content zu produzieren, ohne dass er beide der hier genannten Kriterien erfüllt).

wissenschaftlicher Arbeit hervorgegangen ist (insbesondere wenn es sich um Fachfremde oder Laien handelt) ist er auf im Beitrag implizite Hinweise auf Wissenschaftlichkeit angewiesen, welche gemeinsam mit den institutionalisierten Prüfverfahren beim Leser Vertrauen in die wissenschaftliche Seriosität des Kommunikationsbeitrages erzeugen. Der Terminus des Vertrauens findet hier deswegen Anwendung, weil der Rezipient in der Regel nicht wissen kann, ob die Ansprüche an Wissenschaftlichkeit erfüllt sind. Er ist vielmehr gezwungen, anhand von (den hier erwähnten) Anhaltspunkten eine individuelle Meinung hinsichtlich dieser Frage zu bilden und somit zu vertrauen. Nun sind jedoch auch die eben genannten kommunikativen Aspekte der Vertrauenserzeugung in Blogbeiträgen eher selten zu finden. Dies stützt die Sicht, dass Blogbeiträge, nicht nur aufgrund fehlender institutioneller Prüfverfahren sondern auch aufgrund mangelnder kommunikativer Konstruktion von Vertrauen, durch die genannten Techniken leicht als nicht vertrauenswürdige wissenschaftliche Inhalte angesehen werden können. Um dennoch einen Zugang zur Vertrauenskonstruktion zu den, im vorliegenden Beitrag im Bereich der informellen öffentlichen Wissenschaftskommunikation zugeordneten Texten zu finden, soll nun, wie oben angekündigt, der Blick auf die Ebene der an der Kommunikation beteiligten Subjekte gerichtet werden. Im vorliegenden Beitrag wurde Vertrauen bisher im Sinne eines berechtigten Glaubens an die Wissenschaftlichkeit bestimmter Inhalte verwendet. Ob dieser Glaube berechtigt ist, kann aus Rezipientensicht daran festgemacht werden, ob dessen Erwartungen an Wissenschaftlichkeit erfüllt werden. Die aufgeführten Mechanismen dienen dazu, zu kommunizieren, dass diesen Erwartungen entsprochen wird (da die Autorin erwartet, dass der Rezipient ebendiese Hinweise auf Wissenschaftlichkeit seinerseits erwartet). Es gibt jedoch einen weiteren Aspekt der Konstruktion von Vertrauen, welcher sich auf die Person des Autors richtet. So sind an gesellschaftliche Rollenschemata ebenfalls Erwartungen geknüpft. Dies trifft auch auf die Rollendefinition des Wissenschaftlers zu. Alleine an eine Identität als Wissenschaftler sind bereits bestimmte Erwartungen hinsichtlich der Arbeitsweise oder der fachlichen Kompetenz geknüpft. Entscheidend ist, dass Äußerungen (z.B. Blogbeiträge) explizit in der Rolle des Wissenschaftlers getätigt werden und damit auch die Aussagen als kommunikative Beiträge innerhalb eines wissenschaftlichen Kontexts anzusehen sind. Zur Einordnung von Beiträgen in den Bereich der Wissenschaftskommunikation sind also nicht nur die Wissenschaftlichkeit des Beitrages durch externe Mechanismen der Qualitätssicherung oder entsprechende kommunikative Aspekte der Texte (s.o.), in der die Wissenschaftlichkeit selbst kommuniziert wird, entscheidend, sondern auch die Definition einer Aussage als „von einer Person in der Rolle als Wissenschaftler“ getätigt. In Blogs ist genau dieser Faktor von entscheidender Bedeutung um einem Beitrag den Anschein¹² von Wissenschaftlichkeit zu geben und ihn damit augenscheinlich in den Bereich der Wissenschaftskommunikation zu kontextualisieren. Demzufolge ist es von Bedeutung, dass ein bestimmter Blogbeitrag als Aussage eines Wissenschaftlers (in ebendieser Rolle) identifiziert werden kann¹³. Sofern es gelingt, über die Darstellung der eigenen Identität als Wissenschaftler, Vertrauen in die

¹² Denn es geht bei der Erzeugung von Vertrauen nicht darum, bestimmte Erwartungen tatsächlich zu erfüllen, sondern nach außen zu kommunizieren, dass sie erfüllt wurden.

¹³ Vgl. [HKNS09]: 23ff.

eigenen Fähigkeiten sowie die Fach- und Methodenkompetenz zu erzeugen, kann angenommen werden, dass sich dieses Vertrauen auch zu einem gewissen Grad auf die, von einer auf diese Weise dargestellten Persönlichkeit, veröffentlichten Blogbeiträge überträgt. Es reicht dabei jedoch nicht immer aus, sich nur als Wissenschaftler darzustellen. Zur Steigerung der Vertrauenswürdigkeit ist auch der Status des Autors innerhalb der Scientific Community von Bedeutung. Dieser Faktor kann ebenfalls (allerdings im Vergleich zur Peer-Review Kommunikation nur in abgeschwächtem Maße) anhand von blogbasierter Kommunikation abgebildet werden.

Die genannte Erzeugung von personalem Vertrauen vollzieht sich im Kontext von Blogs durch unterschiedliche Merkmale. Im Folgenden sollen vier dieser Merkmale des Identitätsmanagements, welche sich aus der klassischen Struktur von Blogsoftware ergeben, kurz unterschieden werden¹⁴.

Erstens die **grafische Ausgestaltung** des Blogs: Anhand der untersuchten Weblogs lässt sich exemplarisch beobachten, dass Design und Layout wissenschaftlicher Blogs starke Unterschiede aufweisen. In einer, der vorliegenden Arbeit zugrunde liegenden, Befragung unter 95 Wissenschaftlern¹⁵ sind jedoch nur ca. 10% der Befragten der Meinung, dass die Seriosität von Weblogs am Design der Webseite erkennbar ist.

Zweitens die **Informationen über den Autor durch Profiseiten und Rückverknüpfungen zu übergeordneten Institutionen**: In der Regel sind an prominenter Stelle eines wissenschaftlichen Blogs Informationen über den (oder die) Autor(en) zu finden, in denen die fachliche Kompetenz des Autors hinsichtlich der im Blog behandelten Themen kommunikativ transportiert und somit personales Vertrauen erzeugt wird. Derartige Darstellungen können als aktives Identitätsmanagement bezeichnet werden, da sie vom Autor direkt kontrollierbar sind. In der untersuchten Stichprobe waren hier im Detail große Unterschiede festzustellen. Während einige Autoren auf div. extreme eigene Profiseiten (mit teilweise sehr privaten Informationen) verlinken, beschränken sich andere auf Links zum „Heimatinstitut“. Auch unter den Blogs, die zu fremden Profilen verlinken ist deren Auswahl sehr unterschiedlich. Vergleichsweise häufig wird auf Twitter verwiesen. Während bei nahezu allen Blogs eine Verlinkung zu einem übergeordneten Heimatinstitut (oder Firma) zu finden war, werden weitere Social-Network-Profile nur in wenigen Fällen direkt verlinkt. In der Befragung stimmten ca. 65% der Befragten der Aussage zu, dass die Seriosität wissenschaftlicher Blogs an Informationen über den Autor erkennbar ist.

Drittens **Kommentare zu den Artikeln**: Auch wenn Kommentare in Blogartikeln vor-

¹⁴ Grundlage der Beschreibung ist, neben einer längerfristigen teilnehmenden Beobachtung wissenschaftlicher Kommunikation in sozialen Medien, eine im Forschungsprojekt Interactive Science durchgeführte exemplarische Fallstudie von zehn ausgewählten Wissenschaftsblogs.

¹⁵ Bisher (Mai 2010) unveröffentlichte Auswertung einer im Teilprojekt I des Forschungsverbundes Interactive Science durchgeführten Online-Umfrage unter 95 Wissenschaftlern zur Nutzung und Einschätzung von Social Media im Kontext ihrer wissenschaftlichen Arbeit. Umfragezeitraum: März bis April 2010.

dergründig eher der inhaltlichen Auseinandersetzung mit den Beiträgen sowie der Vernetzung des Autors dienen, ist doch durch Kommentare auch der Bereich des Identitätsmanagements berührt. Dabei scheint es relevant, wer kommentiert (hier greifen ebenfalls die genannten Mechanismen des Identitätsmanagements der Kommentatoren) und auch, ob sich aus den Kommentaren Kritik hinsichtlich des wissenschaftlichen Anspruchs der Beiträge ablesen lässt. Diese kommunikativen Merkmale müssen wiederum gesondert analysiert werden und waren nicht Teil der Untersuchung. Bei den in der Stichprobe untersuchten Blogs, wurde die Kommentarfunktion bei allen, außer bei einer Ausnahme genutzt. Die Zusammensetzung der Kommentatoren war dabei breit gefächert, in der Hauptsache kamen die Kommentatoren aus dem akademischen Umfeld. In der Umfrage lag die Zustimmung zur Frage, ob sich wissenschaftliche Seriosität von Blogs anhand der kommentierenden Personen erkennen lässt, noch bei ca. 55%. Allerdings war hier die Gruppe der unsicheren (weiß nicht/neutral) mit ca. 20% wesentlich größer, als bei der Frage bzgl. der Autoren (dort ca. 10%).

Viertens **Verlinkungen**: Durch das Setzen ausgehender Links kann der Blogautor sich selbst, bzw. seinen Blog in einen bestimmten Kontext einordnen. Sofern von ihm verlinkte Seiten selbst als vertrauenswürdig gelten, stellt dies eine kommunikative Maßnahme zur Erzeugung von Vertrauen in die eigene Webseite bzw. die Person des Autors selbst dar. Eingehende Links werden in der Regel von anderen Webseiten gesetzt und sind so kaum vom Autor selbst beeinflussbar. Genau wie durch ausgehende Verlinkungen, wird auch durch eingehende Links das Blog in einen bestimmten Gesamtkontext gestellt. Je nachdem von welchen Seiten (oder Personen) diese Links gesetzt werden und ob die Verlinkung positiv oder negativ assoziiert ist¹⁶ können auch eingehende Links zur Identitäts- und damit zur Vertrauenskonstruktion des Autors beitragen. In der Stichprobe arbeiten alle Blogs mit ausgehenden Links über die sog. Blogroll. Die Zustimmung in der Umfrage zu der Frage, ob (ausgehende) Verlinkung als Merkmal für Seriosität gelten kann, lag noch bei ca. 50% (weiß nicht / neutral: knapp 25%).

Auch wenn der Inhalt der Blogpostings, ebenfalls implizite Elemente von aktivem Identitätsmanagement enthält, wurde hier auf die vom Inhalt losgelösten Elemente fokussiert. Bis auf eine Ausnahme finden sich bei allen untersuchten Blogs Informationen über die Person des Autors, wobei die fachliche Qualifikation stets durch eine Verknüpfung mit einer übergeordneten akademischen Institution (in der Regel dem Arbeitgeber) zu finden ist. Auch bei der Verwendung von Links, steht bei allen Blogs die Verbindung zu professionellen Inhalten im Vordergrund. Unterschiede zeigen sich dagegen bei der Preisgabe privater Informationen sowie dem grafischen Design. Entscheidend für die Konstruktion von Vertrauen bzw. die Kontextualisierung von Beiträgen in den Bereich der Wissenschaft ist die Darstellung von Fachkompetenz, welche durch übergeordnete Institutionen (Arbeitgeber, Universität) bzw. nachweisbare Qualifikationen (Akademische Titel) erreicht wird. Diese Kompetenz lässt sich anhand

¹⁶ So ist z.B. ein Link in einer Blogroll in der Regel mit positiven Einschätzungen des Verlinkenden verbunden, während im Kontext von Beiträgen oder Kommentaren durchaus auch negative Implikationen möglich sind.

weiterer Faktoren (wie den Kommentatoren und den Inhalten der Kommentare) festigen oder erschüttern. Faktoren wie das Design der Seite, oder (vorhandene oder nicht vorhandene) private Informationen zum Autor haben (zumindest, wenn sie sich im Rahmen gesellschaftlicher Norm bewegen) keinen oder nur schwachen Einfluss auf die Glaubwürdigkeit der Inhalte.

Literaturverzeichnis

- [Der05] B. Dernbach. Was schwarz auf weiss gedruckt ist... Vertrauen in Journalismus, Medien und Journalisten. In B. Dernbach and M. Meyer, editors, *Vertrauen und Glaubwürdigkeit. Interdisziplinäre Perspektiven*, pages S. 135 – 154. VS-Verlag, 2005.
- [HKNS09] J. Herwig, A. Kittenberger, M. Nentwich, and J. Schirmund. *Microblogging und die Wissenschaft. Das Beispiel Twitter*. Institut fuer Technikfolgen Abschaetzung (ITA), 2009.
- [HSOS07] S. Hagenhoff, L. Seidenfaden, B. Ortelbach, and M. Schumann. *Neue Formen der Wissenschaftskommunikation. Eine Fallstudienuntersuchung*. Universitaetsverlag Goettingen, 2007.
- [KN09] R. Koenig and N. Nentwich. *Wissenschaft in Wikipedia und anderen Wikimedia-Projekten*. Institut fuer Technikfolgen Abschaetzung (ITA), 2009.
- [Koe08] R. Koenig. *Wissenschaft in Second Life*. Institut fuer Technikfolgen Abschaetzung (ITA), 2008.
- [Kra09] H. Kraemer. *Vertrauen in der Wissenschaft - Zur kommunikativen Konstruktion von Vertrauen in wissenschaftlichen Publikationen*. Shaker Verlag, 2009.
- [Lau05] U. Laucken. Explikationen der umgangssprachlichen Bedeutung des Begriffs Vertrauen und ihre lebenspraktische Verwendung als semantisches Ordnungspotential. In B. Dernbach and M. Meyer, editors, *Vertrauen und Glaubwürdigkeit. Interdisziplinäre Perspektiven*, pages S. 94 – 120. VS-Verlag, 2005.
- [Neu97] W. Neubauer. *Interpersonales Vertrauen als Management-Aufgabe in Organisationen*, pages S. 105 – 120. Westdt. Verl., 1997.