

Inhaltsverzeichnis

- Abbildungs- und Tabellenverzeichnis 11
- 1. Einleitung..... 13
 - 1.1 Problemstellung..... 13
 - 1.2 Zielsetzung und Forschungsfragen..... 17
 - 1.3 Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit 20
- 2. Theoretischer Bezugsrahmen 25
 - 2.1 Wissenschaftskommunikation..... 25
 - 2.1.1 Einleitung..... 25
 - 2.1.2 Theoretische Modelle „Wissenschaftskommunikation“ 26
 - 2.1.2.1 Struktur und Vorgehensweise 26
 - 2.1.2.2 Typologie der Wissenschaftskommunikation – inhaltszentriert 28
 - 2.1.2.3 Die Verwissenschaftlichung der Gesellschaft 30
 - 2.1.2.4 Das Wissenschaftspopularisierungsparadigma – normativ-funktional 32
 - 2.1.2.5 Wissenschaft als Risiko..... 33
 - 2.1.2.6 Autonome Wissenschaftskommunikation – systemtheoretisch 34
 - 2.1.2.7 Citizen Science – die mündige Öffentlichkeit 35
 - 2.1.2.8 Zusammenfassung und Fazit 36
 - 2.1.3 Die Fachöffentlichkeit..... 38
 - 2.1.3.1 Struktur und Vorgehensweise..... 38
 - 2.1.3.2 Die Welt der Wissenschaft – „Scientific Community“ 38
 - 2.1.3.3 Die Fach- und (Laien-)Öffentlichkeit..... 40
 - 2.1.3.4 Binnen- und Außenkommunikation 41
 - 2.1.3.5 Binnenkommunikation 41
 - 2.1.3.6 Peer-Review – formale Wissenschaftskommunikation..... 42
 - 2.1.3.7 Informelle Binnenkommunikation 43
 - 2.1.3.8 Wissenschaft und Außenkommunikation 43

2.1.3.9	Wissenschaftler	44
2.1.3.10	Wissenschaftsjournalist – Recherche und Medien- nutzung	46
2.1.3.11	Verhältnis Wissenschaftler und Wissenschafts- journalisten	48
2.1.3.12	Zusammenfassung und Fazit	48
2.2	Kommunikation im Web 2.0	50
2.2.1	Einleitung	50
2.2.2	Struktur und Vorgehensweise	51
2.2.3	Begriffsdefinitionen aus technischer Sicht	52
2.2.3.1	Definition computervermittelte Kommunikation	52
2.2.3.2	Definition „Internet“	52
2.2.3.3	Dienste und Anwendungen	52
2.2.3.4	Formen der computervermittelten Kommunikation	53
2.2.4	Internet 1.0	54
2.2.5	Web 2.0	55
2.2.5.1	Begriffsdefinition „Web 2.0“	55
2.2.5.2	Begriffskritik „Web 2.0“	59
2.2.6	Weblog-Definition	60
2.2.7	Stand der Forschung „Weblog“	62
2.2.7.1	Weblogs als Medienformat	62
2.2.7.2	Weblogs in der Organisationskommunikation	62
2.2.7.3	Weblogs und Wissensmanagement	63
2.2.7.4	Weblogs als Textform und persönliche Online- Journale	63
2.2.7.5	Weblog-Nutzungspraktiken	64
2.2.7.6	Weblogs und Öffentlichkeiten	65
2.2.7.7	Weblogs und Netzwerke	67
2.2.8	Zusammenfassung und Fazit	69
2.3	Wissenschaftsblogs in Deutschland	70
2.3.1	Einleitung	70
2.3.2	Struktur und Vorgehensweise	72
2.3.3	Definition „Wissenschaftsblog“	73
2.3.4	Wissenschaftsblogs – der internationale Markt	76
2.3.5	Das Untersuchungsfeld – Wissenschaftsblogs in Deutsch- land	78
2.3.6	Stand der Forschung zu Wissenschaftsblogs	80
2.3.7	Zusammenfassung und Fazit	82
2.4	Mediennutzung	84
2.4.1	Einleitung	84

- 2.4.2 Struktur und Vorgehensweise 86
 - 2.4.3 Das Uses-and-Gratifications-Modell..... 87
 - 2.4.3.1 Kritikpunkte am Uses-and-Gratifications-Modell 90
 - 2.4.3.2 Aktivitätsbegriff im Uses-and-Gratifications-Modell 91
 - 2.4.4 Der Weblog-Nutzer..... 93
 - 2.4.5 Nutzungspraktiken im Web 2.0..... 94
 - 2.4.6 Mediennutzungsmotive 96
 - 2.4.6.1 Menschliche Bedürfnisse..... 96
 - 2.4.6.2 Mediennutzungsmotive 97
 - 2.4.6.3 Sozialpsychologische Ansätze und Motiverweiterung 99
 - 2.4.6.4 Motiverweiterung im Web 2.0..... 100
 - 2.4.7 Das Lebensstil-Konzept 101
 - 2.4.8 Empirische Studien Mediennutzung 105
 - 2.4.8.1 Mediennutzungsmotive für Wissenschaftsmedienformate 105
 - 2.4.8.2 Mediennutzungsmotive für Weblogs..... 107
 - 2.4.8.3 Motive von Weblog-Autoren..... 108
 - 2.4.8.4 Mediennutzung des Web 2.0 und Verbreitung von Weblogs..... 109
 - 2.4.8.5 Mediennutzertypen des Web 2.0 110
 - 2.4.9 Zusammenfassung und Fazit..... 111
- 2.5 Zusammenfassung und Forschungsfragen..... 112
- 3. Empirie..... 117
 - 3.1 Einleitung 117
 - 3.2 Struktur und Vorgehensweise..... 118
 - 3.3 Das Phasenmodell 119
 - 3.4 Qualitativer Teil 121
 - 3.4.1 Qualitative Verfahren..... 121
 - 3.4.2 Alternativen der qualitativen Methoden..... 121
 - 3.4.3 Einzelinterviews..... 123
 - 3.4.4 Der Gesprächsleitfaden 124
 - 3.4.5 Fragestellungen – Wissenschaftler und Wissenschaftsjournalisten..... 126
 - 3.4.6 Grenzen der Methode..... 127
 - 3.4.7 Grad der Standardisierung und Kontrolle 129
 - 3.4.8 Stichprobenauswahl 130
 - 3.4.9 Form und Anzahl der Interviews..... 133

3.4.10	Durchführung der Interviews und Transkription.....	135
3.4.11	Auswertungsmethode qualitative Inhaltsanalyse	136
3.4.12	Die Kategorien	140
3.4.13	Auswertung Interviews – Wissenschaftler	146
3.4.14	Auswertung Interviews – Wissenschaftsjournalisten	163
3.4.15	Vergleich der zwei Akteursgruppen.....	172
3.4.16	Zusammenfassung und Fazit.....	175
3.5	Herleitung der Hypothesen.....	177
3.6	Quantitativer Teil	181
3.6.1	Quantitative Verfahren	181
3.6.2	Die online-basierte Befragung	182
3.6.3	Qualitätskriterien der Untersuchung	183
3.6.4	Der Fragebogen – inhaltliche Konzeption.....	185
3.6.5	Formale Entwicklung und Aufbau des Fragebogens.....	188
3.6.6	Stichprobe	190
3.6.7	Rekrutierung der Teilnehmer	192
3.6.8	Qualitätssicherung der Daten	194
3.6.9	Ergebnisdarstellung.....	195
3.7	Auswertung der Motive der Nutzung	196
3.7.1	Auswertung der Motiv-Statements.....	196
3.7.1.1	Motive der Kategorie „Unterhaltung“	197
3.7.1.2	Motive der Kategorie „Information“	199
3.7.1.3	Motive der Kategorie „Identität“	202
3.7.1.4	Motive der Kategorie „Aktivität“	205
3.7.1.5	Motive der Kategorie „Beruf“ – Wissenschaftler.....	208
3.7.1.6	Motive der Kategorie „Beruf“ – Wissenschafts- journalisten	209
3.7.1.7	Motive – Laien	213
3.7.2	Motive der offenen Frage.....	213
3.7.2.1	Offene Motive – Wissenschaftler	215
3.7.2.2	Offene Motive – Wissenschaftsjournalisten	218
3.7.2.3	Offene Motive – Laien	220
3.8	Auswertung des Mediennutzungsverhaltens	223
3.8.1	Soziodemografie und Nutzertypen	223
3.8.2	Etablierungsgrad der Nutzung.....	226
3.8.3	Routine der Nutzung	229
3.8.4	Funktionen von Wissenschaftsblogs	231
3.8.5	Nutzung von Web-2.0-Wissenschaftsmedienformaten	235
3.8.6	Nutzung Web-2.0-Anwendungen.....	237
3.8.7	Mediennutzung privat und beruflich	243

3.9 Zusammenfassung und Gesamtfazit „Empirie-Teil“	252
3.9.1 Zusammenfassung und Gesamtfazit „Wissenschaftler“	253
3.9.2 Zusammenfassung und Gesamtfazit „Wissenschafts- journalisten“	264
3.9.1 Zusammenfassung und Gesamtfazit „Laien“	274
4. Bewertung und Ausblick	279
4.1 Ergebnisdiskussion im Kontext der Mediennutzungstheorien	280
4.1.1 Erweiterung des Uses-and-Gratifications-Modells	280
4.1.2 Erweiterung des Lebensstil-Konzepts	284
4.1.3 Zusammenführung Lebensstil-Konzept und Uses-and- Gratifications-Modell	286
4.2 Einordnung in die Wissenschaftskommunikation	289
4.2.1 Implikationen für die Theorie	289
4.2.2 Implikationen für die Praxis	293
4.2.2.1 Wissenschaftler	294
4.2.2.2 Wissenschaftsjournalisten	298
4.2.2.3 Laien	303
4.3 Kritische Würdigung	305
4.4 Weiterführende Forschung	306
4.5 Ausblick	308
Literaturverzeichnis	311