



Bloggen – Pflichtübung oder Passion?

Eine empirische Untersuchung von Knowledge Blogs als Tool des persönlichen Wissensmanagements vor dem Hintergrund der Selbstbestimmungstheorie

Masterarbeit
zur Erlangung des Grades Master of Arts (M.A.)
an der Philosophisch-Sozialwissenschaftlichen Fakultät der
Universität Augsburg

Betreuerin:
Prof. Dr. Gabi Reinmann

Tamara Bianco
Weiße Gasse 10
86150 Augsburg

Tamara.Bianco@gmx.de
Matrikelnummer: 855034

Augsburg, 16. Oktober 2008

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	6
2. Weblogs und Knowledge Blogs	9
2.1 Weblogs und das Web 2.0.....	10
2.2 Der Blogger – empirische Befunde zur seiner Person.....	12
2.3 Knowledge Blogs.....	14
2.4 Wer ist Wissensarbeiter?.....	15
2.5 Wissenschaftler = Wissensarbeiter?.....	18
2.6 Zwischenfazit.....	20
3. Wissensmanagement und seine Komponenten	21
3.1 Wie wir Wissen konstruieren.....	21
3.2 Entwicklung zum persönlichen Wissensmanagement.....	22
3.3 Phänomenbereiche des Wissens.....	23
3.4 Modell des persönlichen Wissensmanagements.....	28
3.4.1 Der Mensch in der Wissensumwelt.....	29
3.4.2 Der Mensch im Umgang mit der Wissensumwelt.....	30
3.4.3 Wozu persönliches Wissensmanagement?.....	33
3.5 Zwischenfazit.....	34
4. Motivationspsychologie und Weblogs – eine Verortung	36
4.1 Bausteine der Theorie.....	36
4.2 Knowledge Blogs und Kompetenz.....	38
4.3 Knowledge Blogs und soziale Eingebundenheit.....	39
4.4 Knowledge Blogs und Autonomie.....	41
4.5 „Ich kann nichts dafür“ – wer oder was das Verhalten steuert.....	42
4.5.1 Intrinsische Motivation.....	43
4.5.2 Integrierte Handlungsregulation.....	44
4.5.3 Identifizierte Regulation.....	44
4.5.4 Introjizierte Regulation.....	44
4.5.5 Externale Regulation.....	45
4.6 Zwischenfazit.....	47
5. Bloggen – Pflichtübung oder Passion?	49
5.1 Untersuchungsproblem/Forschungsgegenstand.....	49
5.2 Forschungsfragen.....	50
5.3 Untersuchungsdesign und Operationalisierung.....	50
5.3.1 Konzeption der Online-Befragung.....	52
5.3.2 Inhaltsanalyse und Experteninterviews.....	58
5.4 Methodische Anmerkungen.....	63
5.4.1 Pretest.....	64
5.4.2 Feldphase.....	65

5.4.3 Datenaufbereitung und Datenanalyse	68
5.4.4 Repräsentativität der Daten.....	68
5.5. Online Befragung.....	69
5.5.1 Soziodemografische Angaben/Sonstige Angaben	69
5.5.2 Wissenschaftliches Schreiben.....	73
5.5.3 Bloggen	74
5.6 Inhaltsanalyse und Experteninterviews.....	92
5.6.1 Inhaltsanalyse der Expertenweblogs.....	92
5.6.2 Experteninterviews	94
5.7 Interpretation der Ergebnisse.....	99
5.7.1 Soziodemografische Angaben/Wissenschaftliches Schreiben	99
5.7.2 Bloggen	104
5.8 Bezug zu den Forschungsfragen	112
5.9 Kritik und Einschränkung	114
6. Ausblick.....	117
7. Literatur.....	120
<i>Abbildungsverzeichnis.....</i>	<i>4</i>
<i>Tabellenverzeichnis.....</i>	<i>5</i>
<i>Abkürzungsverzeichnis.....</i>	<i>5</i>
<i>Anhang.....</i>	<i>131</i>

Abbildungsverzeichnis

<i>Abb. 1:</i> Aufbau der Arbeit (eigene Darstellung)	8
<i>Abb. 2:</i> Komplexität der Wissensarbeit (Hasler Roumois, 2007, S. 181).....	17
<i>Abb. 3:</i> Die 25 dynamischsten Wissenschaftsblogs. (Köhler, 2008).....	26
<i>Abb. 4:</i> Person und ihre Wissensumwelt (Reinmann & Eppler, 2008, S. 38) ...	30
<i>Abb. 5:</i> Vier Umwelt-Aktivitäts-Felder (Reinmann & Eppler, 2008, S. 42)	32
<i>Abb. 6:</i> Bausteine der Selbstbestimmungstheorie (eigene Darstellung).....	37
<i>Abb. 7:</i> Handlungsregulation in der Selbstbestimmungstheorie (eigene Darstellung)	43
<i>Abb. 8:</i> Screenshot der Startseite der Online-Befragung	67
<i>Abb. 9:</i> Alter der Befragten (eigene Darstellung).....	70
<i>Abb. 10:</i> Gruppenverteilung (eigene Darstellung)	71
<i>Abb. 11:</i> Häufigkeitsverteilung zur Aussage „Ich denke, ich bin gut im Bloggen“ (eigene Darstellung)	75
<i>Abb. 12:</i> Häufigkeitsverteilung zur Aussage „Ich denke, im Vergleich mit anderen bin ich gut im Bloggen“ (eigene Darstellung).....	75
<i>Abb. 13:</i> Häufigkeitsverteilung zur Aussage „Ich werde immer besser im Bloggen“ (eigene Darstellung).....	76
<i>Abb. 14:</i> Selbsteinschätzung der Routine im Bloggen mit der Dauer der Autorenschaft (eigene Darstellung)	77
<i>Abb. 15:</i> Häufigkeitsverteilung zum Aussage „Es ist mir wichtig, gute Blogbeiträge zu verfassen“ (eigene Darstellung).....	78
<i>Abb. 16:</i> Häufigkeitsverteilung zur Aussage „Ich investiere nicht sehr viel Zeit in das Führen meines Weblogs“ (eigene Darstellung)	79
<i>Abb. 17:</i> Häufigkeitsverteilung zur Aussage „Ich fühle mich frei in dem, was und wann ich blogge“ (eigene Darstellung)	80
<i>Abb. 18:</i> Häufigkeitsverteilung zur Aussage „Ich fühle mich bei manchen Dingen, die ich blogge unter einem gewissen äußeren Druck“ (eigene Darstellung)	81
<i>Abb. 19:</i> Häufigkeitsverteilung zur Aussage „Ich habe mich selbst dazu entschieden, ein Weblog zu führen“ (eigene Darstellung).....	82
<i>Abb. 20:</i> Häufigkeitsverteilung zur Aussage „Ich wurde von anderen ermutigt ein Weblog zu führen“ (eigene Darstellung).....	83
<i>Abb. 21:</i> Häufigkeitsverteilung der Aussagen „Ich blogge, weil ich muss“ und „Ich blogge, weil ich will“ (eigene Darstellung).....	84
<i>Abb. 22:</i> Häufigkeitsverteilung zur Aussage „Ich denke, das Bloggen bietet dem User generell wertvolle Funktionen“ nach Geschlecht (eigene Darstellung)	85
<i>Abb. 23:</i> Häufigkeitsverteilung zur Aussage „Ich denke, das Bloggen hat für den User generell einen hohen Nutzen“ nach Geschlecht (eigene Darstellung).....	85

Abb. 24: Häufigkeitsverteilung zur Aussage „Ich ermutige meine Leser zum aktiven Kommentieren“ (eigene Darstellung) 88

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Fachgebiet der Probanden 72
Tab. 2: Wissenschaftliche Themen 73
Tab. 3: „Bloggen hilft mir dabei...“ 86
Tab. 4: Anlass des Bloggens 90
Tab. 5: Würden Sie zum Bloggen raten? 91

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
CERN	Europäische Organisation für Kernforschung
d.h.	das heißt
ebd.	ebenda
et al.	et alii (und andere)
etc.	et cetera
i.d.R.	in der Regel
i.O.	im Original
Tab.	Tabelle
T.B.	Tamara Bianco (Autorin dieser Arbeit)
u.a.	unter anderem
u.ä.	und ähnliches
u.U.	unter Umständen
vgl.	vergleiche
vs.	versus
z.B.	zum Beispiel
zit.	zitiert

1. Einleitung

Die Geburtsstunde des World Wide Web wird in der Regel zu dem Zeitpunkt benannt, als Tim Berners-Lee 1989 die Idee hatte, ein System zu schaffen, das eine einfachere Kommunikation und ein effizienteres Arbeiten zwischen verschiedenen Forschungsstellen des CERN ermöglichen würde. „[The WWW] aims to allow information sharing within internationally dispersed groups of users, and the creation and dissemination of information by support groups.“ (Berners-Lee & Cailliau, 1994, S. 1) In seiner Vision des World Wide Web sollte sich die Hyperlinkstruktur zu Nutze gemacht werden, um den Nutzern den Zugang zu Informationen zu erleichtern. „[For a long time] men have dreamed of extending their intellect by making their collective knowledge available to each individual by using machines.“ (Berners-Lee, Cailliau, Groff & Pollermann, 1992, S. 1) Dieser Kerngedanke hat sich seitdem nicht grundlegend verändert: Noch immer haben die Nutzer ein Bedürfnis zum Austausch von Informationen und Wissen, und sie finden im Medium Internet ein passendes Werkzeug für ihre individuelle Suche danach. Ein ganz basaler Wandel hat sich jedoch vollzogen: Die Techniken, die dem individuellen Anwender den Zugang zum Gesuchten ermöglichen, sind heutzutage weitaus einfacher gestrickt, als dies vor 20 Jahren denkbar war. Mit einfachsten Kenntnissen ist es möglich, eine eigene Internetpräsenz zu gestalten oder ein eigenes Weblog zu erstellen. Dabei lassen sich die letztgenannten Weblogs dem Phänomen Web 2.0 zuordnen, das einen Umbruch im Verständnis über das Internet markiert: Waren es früher die Inhalte, die den User „bestimmt“ haben, sind es heute die einzelnen Personen, die den Content und das Netz gestalten.

Will man sich in der heutigen Welt rund um Schule, Studium und Beruf behaupten, so genügt es nicht mehr, Informationen lediglich aus Büchern und Lexika zu sammeln. Wissen und Information sind heute schnelllebig. Was heute noch gilt, kann morgen schon nicht mehr aktuell sein – zumindest in einigen Fachbereichen ist das so. Gerade im Studium kommt man nicht umhin, sich mit den neuen Technologien auseinander zusetzen und diese auch zu verwenden. Durch mein¹ universitäres Umfeld wurde das Interesse für Online-Anwendungen und die Möglichkeiten des Web 2.0 früh geweckt. Da einige Kollegen bereits ein eigenes Weblog führen und die Vorteile und Möglichkeiten, die das Medium bietet, unmittelbar erlebt werden konnten, lag die Entscheidung, selbst ein eigenes Blog zu führen, nah.

Als sich die Möglichkeit bietet, einen Arbeitsbericht mit Gabi Reinmann (Reinmann & Bianco, 2008) zu verfassen, erweitert sich das Interesse von einer persönlichen auch auf eine fachliche Ebene. Zu meiner individuellen Betrachtungsweise zum Nutzen von Weblogs kommt der Wunsch herauszufinden, wel-

¹ In Absprache mit Gabi Reimann, Betreuerin dieser Arbeit, habe ich mich dazu entschieden, in dieser Arbeit mit meinen Formulierungen kenntlich zu machen, wann ich als Autorin in Erscheinung trete und meine persönliche Meinung darstelle.

che Möglichkeiten andere durch den Einsatz von Blogs haben können. Dabei konzentriert sich der Fokus auf einen speziellen Typ von Weblog: Knowledge Blogs. Diese Weblogs von Wissensarbeitern unterscheiden sich grundlegend von solchen, die aus journalistischem oder unternehmerischem Interesse geführt werden – aus diesem Grund ist es auch sinnvoll, die einzelnen Formen von Blogs separat zu betrachten. Der Arbeitsbericht verfolgt genau dieses Ziel: Knowledge Blogs und ihren Nutzen für Wissensarbeiter genauer zu untersuchen. Die Besonderheit ergibt sich aus der Verknüpfung mit der Selbstbestimmungstheorie von Deci und Ryan (u.a. 1985; 2000): Die von den Forschern postulierten Grundbedürfnisse nach Autonomie, Kompetenz und sozialer Eingebundenheit werden im Arbeitsbericht jeweils auf Knowledge Blogs abgebildet. Im Arbeitsbericht wird auf einer theoretischen Basis argumentiert, um einen Grundstein für die Forschung zu liefern. Aufbauend auf diesem theoretischen Gerüst ist es Ziel dieser Arbeit, die Erkenntnisse um empirische Daten zu erweitern. Ganz bewusst wird dabei die Zielgruppe der Wissenschaftler ausgesucht, die als Probanden für die Studie dienen.

Das nachfolgende Kapitel 2 führt den Leser in die Grundlagen zum Verständnis dieser Arbeit ein. Zum einen wird geklärt, was ein Weblog ist und welche technischen Möglichkeiten es dem Nutzer bietet. Zum anderen wird der Begriff des Wissensarbeiters eingeführt, der in dieser Arbeit den Protagonisten darstellt. Dieses Objekt und Subjekt des Forschungsinteresses treffen in den Knowledge Blogs aufeinander – wie, dass wird ebenfalls in diesem fundamentalen Abschnitt erläutert.

Im dritten Kapitel dieser Arbeit wird das erste große theoretische Konzept, auf dem diese Arbeit fußt, behandelt: Das persönliche Wissensmanagement. Die Phänomenbereiche des Wissens, wie sie im „Münchener Modell“ (u.a. Reinmann-Rothmeier, 2001) erarbeitet wurden, werden in Beziehung zum Bloggen gesetzt – es besteht aufgrund der Problemzentrierung dieser Arbeit ein explizites Bestreben, den ständigen Bezug zur konkreten Anwendung im Kontext Bloggen herzustellen. Wie diese primär psychologisch ausgerichtete Entwicklungslinie des Wissensmanagements zu verstehen ist und welche theoretischen Überlegungen für die Forschung mit Knowledge Blogs sinnvoll erscheinen steht dabei im Mittelpunkt. Das Konzept von Reinmann und Eppler (2008) ist ein wichtiger Ankerpunkt dieser Arbeit und nimmt somit einen hohen Stellenwert ein.

Zwar hat nicht jeder Internetanwender auch ein Weblog, aber die Zahl derer, die sich dazu entschließen, sich selbst auf diese Weise im Netz zu präsentieren, ist in den letzten Jahren nachweislich gestiegen (u.a. Sifry, 2007). Kapitel 4 untersucht diese Entwicklung auf der Grundlage der Motivationspsychologie – und zwar ganz speziell der Selbstbestimmungstheorie von Deci und Ryan.

Die eigene empirische Studie dieser Arbeit „*Bloggen – Pflichtübung oder Passion?*“ wird im Kapitel 5 behandelt. Nachdem zunächst das Untersuchungsproblem und der Forschungsgegenstand geklärt werden, werden die Methoden der Arbeit erläutert. Die Entscheidung fällt auf die Anwendung von drei unter-

schiedlichen Herangehensweisen, um den Forschungsgegenstand in möglichst vielen Facetten darzustellen. Zur Beantwortung der Forschungsfragen dienen letztlich die Analyse und die Interpretation der Daten.

Im Ausblick werden die gewonnenen Erkenntnisse nochmals kritisch betrachtet und abschließen zusammengefasst.

Die folgende Abbildung stellt den Aufbau der Arbeit grafisch dar:

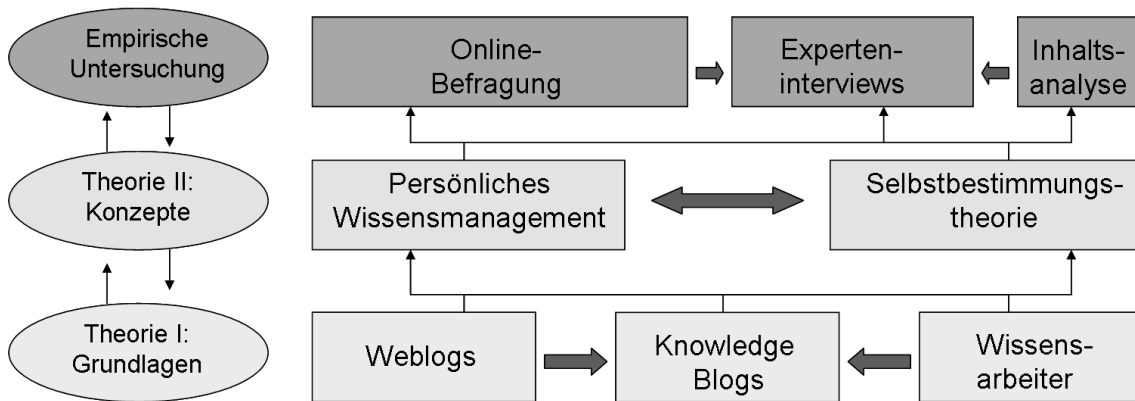


Abb. 1: Aufbau der Arbeit (eigene Darstellung)

Bei Personenbezeichnungen wird im Folgenden i.d.R. die männliche Form verwendet. Dies dient lediglich der Erleichterung der Lesbarkeit der Arbeit, es sind jedoch, sofern nicht explizit anders angegeben, jeweils männliche und weibliche Personen gemeint.

2. Weblogs und Knowledge Blogs

„Weblogs“ oder kurz „Blogs“² sind Internetseiten, die in (mehr oder weniger) regelmäßigen Abständen aktualisiert werden. Die Beiträge werden rückwärts chronologisch dargestellt und können ohne spezifische Programmierkenntnisse erstellt werden. Technisch basieren Weblogs auf einfachen Content Management Systemen, die dem Nutzer im „WYSIWYG“³-Modus begegnen. Blogs zeichnen sich durch ihren hohen Grad der Vernetztheit mit anderen Websites aus und können vom jeweiligen User individuell gestaltet und geführt werden. Das Wort „Weblog“ ist zusammengesetzt aus den Begriffen „Web“, der informellen Bezeichnung für das Internet, und „Logbuch“, was den Tagebuchcharakter eines Blogs zum Ausdruck bringt und auf die Anfänge der Weblogs als Sammlungen von Links hinweist (Röll, 2005, S. 2).

Die „Blogosphäre“, sozusagen die virtuelle Gemeinschaft der bloggenden User, wächst täglich, daher ist es schwierig exakte Zahlen zu nennen. In Deutschland liegt die Nutzung von Weblogs im weltweiten Vergleich deutlich hinter dem Trend. Franzmann (2006) stützt sich auf Zahlen von technorati.com⁴ und schätzt die Zahl der Weblogs in Deutschland auf bis zu 350.000. Seiner Meinung nach ist „[...] Deutschland beim Thema ‚Blogs‘ fast noch ein Entwicklungsland.“ (ebd., S. 10) Mittlerweile gibt es neben den textbasierten Weblogs, um die es in dieser Arbeit hauptsächlich gehen wird, u.a. auch Videoblogs, Audioblogs (besser bekannt als Podcasts) und „Moblogs“⁵, die über mobile Endgeräte geführt werden.

Jeder Blogseintrag wird im Internet dauerhaft mittels „Permalinks“ referenziert, ist deshalb einfach zu finden und zu verlinken. Inzwischen ist es üblich, sich Weblogs des persönlichen Interesses per RSS⁶-Feed auf den eigenen Rechner oder auf mobile Endgeräte wie das Mobiltelefon zu laden. RSS steht für Really Simple Syndication und damit sind „Newsaggregatoren“ (Röll, 2005, S. 8) gemeint, die, ähnlich wie Email-Clients, vom Nutzer abonnierte Weblogs zum Lesen bereitstellen. Somit muss nicht jedes Weblog einzeln aufgesucht werden – der User erhält bei neuen Einträgen eine automatische Benachrichtigung (vgl. Picot & Fischer 2006; Panke 2007). Nach einer Studie von Schmidt und Wilbers (2006), bei der 5.246 Blogger u.a. zu ihren Nutzungsgewohnheiten befragt wurden, gaben etwa zwei Fünftel der Befragten an, einen FeedReader zu verwenden, um über aktuelle Geschehnisse in der Blogosphäre informiert zu sein.

² Im Folgenden werden die Begriffe synonym verwendet.

³ „WYSIWYG“ steht für „what you see is what you get“, das heißt, die Inhalte werden so, wie sie vom Benutzer im Programm eingegeben werden dann auch letztendlich angezeigt. Es werden keine Kenntnisse von Programmiersprachen wie beispielsweise HTML oder CSS benötigt.

⁴ Bei technorati.com handelt es sich um eine auf Weblogs spezialisierte Suchmaschine (vgl. u.a. Kantel, 2007, S. 12).

⁵ Zum Thema „Mobile Weblogs“ lässt sich u.a. Döring (2006) empfehlen.

⁶ Weiterführende Informationen zu RSS liefert u.a. Kantel (o.J.).

2.1 Weblogs und das Web 2.0

Unter den vornehmlich textbasierten Weblogs gibt es unterschiedliche Formen (vgl. Schönberger, 2005, S.282). Neben dem Führen eines Weblogs als Online-Journal lassen sich des Weiteren kollaborative Blogs, also Blogs die von mehreren Personen gleichzeitig gepflegt werden, nennen. In jüngster Zeit machen auch immer mehr Corporate Blogs⁷ von sich reden: Die Publikationen werden im Rahmen einer effizienten Kommunikationsstrategie (vgl. u.a. Kotler, Armstrong, Saunders & Wong, 2003 und Zerfaß & Boelter, 2005) genutzt, um im Internet auf das Unternehmen aufmerksam zu machen und gezielt Informationen zu streuen (vgl. Richter & Koch, 2007, S. 16ff). Diese Unternehmensblogs sind abzugrenzen von Expertenblogs oder „Knowledge Blogs“ (Röll, 2006). Bei letzterem handelt es sich um Wissensarbeiter⁸, die im Sinne des persönlichen Wissensmanagements⁹ bloggen (vgl. u.a. Efimova, 2004; Röll, 2006).

Die ersten Weblogs entstanden Ende der 1990er Jahre und sind als Teil des „Social Webs“ oder des „Web 2.0“¹⁰ zu sehen. Stand am Anfang der Internetbewegung vor allem der Inhalt oder „Content“ im Vordergrund, hat sich das World Wide Web zusehends zu einem „Mitmachnetz“ entwickelt, das durch die Nutzer selbst gestaltet und kontinuierlich verändert wird. Dieser „User-Generated-Content“ findet sich demnach in Anwendungen wie Wikis¹¹ und Weblogs wieder. Unter dem Motto „Wir sind das Netz“ (Panke, 2007, S. 2) tragen Einzelpersonen sowie Communities zur ständigen Weiterentwicklung des Internets bei.

Diese Wichtigkeit der Gemeinschaft zeigt sich auch in einigen Funktionen, die von Weblogs unterstützt werden. Im Folgenden werden diverse Möglichkeiten aufgeführt, mit der Blogosphäre in Kontakt zu treten oder Netzwerke zu pflegen und Austausch von Ideen zu betreiben.

Blogroll

Die Blogroll ist eine Liste des Weblog-Autors mit Links zu Weblogs, die er regelmäßig liest oder zumindest für interessant oder empfehlenswert erachtet. Dadurch wird dem Leser des eigenen Weblogs auch signalisiert, in welchem Netzwerk der Autor sich aufhält. In die Blogroll eines anderen Bloggers aufge-

⁷ Unter <http://www.top100-business-blogs.de/top100/tops> werden die derzeit wichtigsten Corporate Blogs aufgelistet.

⁸ Im Folgenden werden die Begriffe „Wissensarbeiter“ und „Knowledge Worker“ synonym verwendet.

⁹ vgl. Kapitel 3.

¹⁰ Eine ausführlichere Darstellung des Begriffs findet sich u.a. bei Richter & Koch (2007). Der Begriff „Web 2.0“ geht zurück auf Tim O’Reilly, Verleger und Softwareentwickler, der durch einen im Jahr 2005 veröffentlichten Artikel maßgeblich zur heutigen Auffassung vom Internet beitrug (vgl. O’Reilly, 2005).

¹¹ Wikis sind Webseiten, die genau wie Weblogs vom User gestaltet werden. Dabei können bei Wikis alle User jederzeit auf die Inhalte zugreifen, sie verändern und anpassen. Das wohl bekannteste Wiki ist „Wikipedia“ – eine Online-Enzyklopädie, die nur durch die Community gepflegt und aufgebaut wird. Nähere Informationen finden sich u.a. in Przepiorka, 2006, S. 19ff.

nommen zu werden, wird in der Regel als Anerkennung der eigenen Ideen bzw. Gedanken wahrgenommen und oft verlinken sich die Autoren daraufhin gegenseitig. Gerade hier können sich Communities bilden, die über bestimmte Fachthemen sprechen, sich gegenseitig wertschätzen und dies durch die Blogroll kundtun (vgl. Reinmann & Bianco, 2008, S.10).

Kommentare

Jedem Leser von Weblogs ist es möglich, sich als solcher zu offenbaren, indem er einen Kommentar zu Beiträgen hinterlässt. Hierdurch hebt er sich aus der anonymen Masse der Blog-Leser heraus und bezieht Stellung zu dem angesprochenen Thema des Autors. Es gibt Weblog-Software, beispielsweise „WordPress“, bei der der Blogger entscheiden kann, ob Kommentare hinterlassen werden können, aber in der Regel ist diese Möglichkeit gewünscht.¹² Die Kommentar-Funktion fördert den gegenseitigen Austausch und es kann zu regelrechten „Unterhaltungen“ kommen.

Links

Neben der Blogroll kann der Autor des Weblogs auf andere für ihn interessante oder lesenswerte Seiten im Internet hinweisen – im Unterschied zur Blogroll handelt es sich dabei allerdings nicht zwingend um Weblogs. Auch hiermit setzt der Schreibende ein Statement: Er gibt Auskunft über seine Interessen und zieht so auch Personen an, die ähnlich denken wie er. Neben der festen Auflistung von interessanten Links ist es üblich, dass innerhalb der Beiträge zahlreiche Hyperlinks zu finden sind. Verwendete Begriffe können so beispielsweise erläutert werden – durch den Verweis auf Online-Enzyklopädien, beispielsweise der Wikipedia. Häufig wird ein Link auch dann gesetzt, wenn es unter der angegebenen Adresse Quellenhinweise oder interessante Beiträge gibt. Die Wichtigkeit der Hyperlinkstruktur in Weblogs wird von Blood (2002) mit folgendem Vergleich beschrieben: „In the world of weblogs, traffic is currency. [...] Links – to and from other sites – are the coin of the realm “ (ebd., S. xi).

Impressum/About

Grundsätzlich besteht für Weblogs in Deutschland eine Impressumspflicht (vgl. Kremer, 2005). Über die rechtlichen Bestimmungen hinaus kann der Verfasser eines Weblogs mit dem Impressum Hinweise über seine Identität und gegebenenfalls über seine Zugehörigkeit zu einer Organisation geben. Den Besuchern des Blogs können so implizit Ideale und Einstellungen sowie die Zielsetzung des Blogs mitgeteilt werden. Es besteht zudem die Möglichkeit der Kontaktaufnahme mit dem Urheber der Texte.

Des Öfteren sieht man auch so genannte „About“-Seiten, bei denen weitere Informationen über den Blogger gegeben werden können: Wer ist dieser Autor, warum führt er das Weblog oder was will er damit erreichen?

¹² Durch die Zunahme von so genannten SPAM-Kommentaren sind einige Autoren dazu übergegangen, Kommentare zwar zuzulassen, diese aber erst durch eine manuelle Prüfung freizuschalten. Geläufig ist mittlerweile auch eine spezielle Software, die SPAM automatisch abfängt.

Pings und Trackbacks

Damit die Blogosphäre über die neuesten Beiträge informiert wird, gibt es so genannte „Pings“: Bei neuen Einträgen in das Weblog werden Signale an Ping-Server¹³ versendet, die wiederum über Verteiler den neuen Eintrag in das World Wide Web melden (vgl. Schmidt, 2005, S.7).

Ein Trackback ist eine Funktion, die es dem Urheber erlaubt, über Beiträge, die sich auf seinen Post beziehen, benachrichtigt zu werden. Deutlich werden die Trackbacks im zitierten Beitrag über die Kommentarfunktion, wo ein Eintrag für alle Leser sichtbar erscheint (vgl. Franzmann, 2006, S. 62).

Tags

Unter „Tags“ werden Schlagwörter verstanden, mit denen Weblogeinträge versehen werden können. Sie dienen der Kategorisierung und – ganz im Sinne des Social Webs – Beiträge lassen sich dadurch von Menschen mit gleichen Interessen Beiträge über Suchmaschinen oder Tagwolken leichter finden.¹⁴ Tags erleichtern den Austausch zu spezifischen Bereichen und erfüllen den Zweck der Community¹⁵ (vgl. auch Möller, 2006, S. 154ff).

Nicht nur die Inhalte allein sind also entscheidendes Merkmal von Weblogs. Besonders die Weblog-Community und die zahlreichen Möglichkeiten seine Meinungen zu äußern, zu verteilen und auszutauschen, machen das Medium Blog so speziell:

„The weblog [...] [functions as] a new form of social interaction on the web: a massively distributed but completely connected conversation covering every imaginable topic of interest. A byproduct of this ongoing communication is the set of hyperlinks made between weblogs in the exchange of dialogue, a form of social acknowledgement on the part of authors” (Marlow, 2004, S. 1).

2.2 Der Blogger – empirische Befunde zur seiner Person

Bevor im Folgenden das Wissensmanagement und Knowledge Blogs als eine Strategie davon in den Fokus rücken, soll es um die Personen hinter den Weblogs gehen. Nach Efimova (2004) ist dies ein bestechendes Merkmal von Weblogs: Nicht der Content allein, sondern der Mensch, dessen Gedanken und Meinungen in die Online-Welt getragen werden, machen das Medium so besonders. „Weblogs are increasingly becoming *on-line identities* of their authors.”

¹³ zum Beispiel <http://bpinger.com> oder www.just-ping.com.

¹⁴ Das „Tagging“ ist nicht nur für Weblogs relevant: Auch andere Social Software, wie beispielsweise „Flickr“ (www.flickr.com) oder „del.icio.us“ (www.del.icio.us) nutzen diese Verschlagwortung um Sammlungen zu bestimmten Themenbereichen zur Verfügung zu stellen.

¹⁵ Hier wird vorausgesetzt, dass die Tags sinnvoll und unter nachvollziehbaren Kriterien gebraucht werden (vgl. Brøndmo, 2005).

(Efimova, 2004, S. 5, Hervorhebung i.O.) Wer also sind diese Autoren und warum bloggen sie?

Empirische Befunde gibt es im Bereich der Weblogforschung vergleichsweise wenig. Konsequenterweise ist die Datenlage bei der Untergruppe der „Knowledge Blogger“ noch dürftiger. Trotzdem sollen an dieser Stelle einige Hinweise, die uns die bisher durchgeführten Studien gebracht haben zusammengefasst werden, um einen Einblick in die Person des Bloggers zu erhalten.

Wenn man wissen will, wer alles bloggt, interessiert natürlich die Verteilung der Geschlechter. Eine aktuelle Studie von Schmidt (2008) zeigt, dass bei den populärsten Weblogs¹⁶ männliche Autoren dominieren. 78,9 Prozent der Blogger sind demnach männlichen Geschlechts, während 19,2 Prozent der Blogger Frauen sind.¹⁷ Betrachtet man hingegen die Blogosphäre als Ganzes, zeigt sich ein anderes Bild: Die Geschlechterverteilung hält sich hier annähernd die Waage (vgl. Schmidt & Wilbers 2006). Um zumindest ein Gefühl dafür zu bekommen, wie diese Verteilung bei primär auf die Distribution von Wissen ausgelegten Weblogs aussieht, ist es hilfreich, sich die „Wissenschaftsblog-Charts 03|2008“ (vgl. Scheloske, 2008a) anzusehen. Diese Liste erhebt keinen Anspruch auf Repräsentativität hinsichtlich der Geschlechterverteilung – sie soll lediglich einen weiteren Hinweis auf die überwiegend männlichen Blogger bei stark frequentierten Weblogs in der Bundesrepublik Deutschland bieten. Denn auch hier zeigte sich ein vergleichbares Muster: Von den 20 Blogs der oben genannten Hitliste werden nur vier von Frauen geführt – der Rest der Blogger ist männlich¹⁸. In der Wissenschaft gibt es demnach ebenfalls eine Tendenz zur „männlichen Übermacht“. Es ist nicht so, dass Frauen weniger bloggen, sie scheinen sich – generell gesehen – aber für andere Themenbereiche zu interessieren und die Wissenschaft scheint (noch) nicht oben auf der Agenda zu stehen.

Die in Deutschland durchgeführten Studien zeigen außerdem eine hohe formale Bildung der Blogger: Schmidt und Wilbers (2006) führten eine Befragung unter 5.246 Bloggern des deutschen Sprachraums durch. Es zeigte sich, dass der Durchschnitt der Blogger ca. 30 Jahre alt ist und sich oft noch in studentischer oder schulischer Ausbildung befindet. Auch die passende Nachbefragung kam zu nahezu identischen Ergebnissen (vgl. Schmidt, Paetzolt & Wilbers, 2006). Das Durchschnittsalter wird von einer neueren Studie von Zerfaß und Bogosyan (2007, S. 2) mit 32 Jahren annähernd bestätigt. Auch eine von der Universität Zürich durchgeführte Studie unter 327 Teilnehmern bestätigt die hohe formale Bildung bei den Autoren: 73,8 Prozent haben einen Hochschulab-

¹⁶ Grundlage der Studie waren hauptsächlich die „Deutschen Blogcharts“ (www.deutscheblogcharts.de), eine wöchentlich aktualisierte Auflistung der meistverlinkten Blogs in Deutschland.

¹⁷ Die Abweichung zu 100 Prozent ergibt sich aus solchen Bloggern, die keine Angaben zum Geschlecht gemacht haben.

¹⁸ Die 20 Weblogs wurden aufgrund der Nennung im Impressum in die Kategorien männlich/weiblich aufgeteilt. Eine Aufstellung findet sich im Anhang dieser Arbeit.

schluss erworben oder zumindest das Abitur erfolgreich abgeschlossen (vgl. Mögerle, 2008, S. 1). Beim Alter der Befragten zeigt sich ein ähnlicher Durchschnitt (nämlich 32,5 Jahre), was ein Indiz für die Aussagekraft der anderen Studienergebnisse ist (ebd.).

Die Studie „Wie ich blogge?!“ von Schmidt und Wilbers beschäftigt sich vor allem mit der Häufigkeit und den Gründen des Bloggens. Unter den aktiven Bloggern (61,6 Prozent des Samples) geben 39,2 Prozent an, mehrmals wöchentlich neue Beiträge zu posten. Täglich neue Beiträge werden nach eigenen Angaben von 21,7 Prozent der Befragten geliefert. Die Nachbefragung zeigt stabile Ergebnisse hinsichtlich der wöchentlichen Veröffentlichungen – tägliche Beiträge sind jedoch leicht rückläufig, was sich durch die anfängliche Euphorie beim Start eines Weblogs erklären ließe – genaue Erklärungen werden von den Autoren der Studie nicht geliefert.

Interessant ist folgender Sachverhalt: Gefragt nach den Gründen für das Führen eines Blogs, belegt die Studie einen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Motiv „aus beruflichen Gründen“ und dem Motiv „um mein Wissen zugänglich zu machen“. Obschon die Studie sich nicht an Knowledge Blogger im Speziellen richtet, kann hier dennoch eine Auffälligkeit registriert werden, die in der späteren empirischen Untersuchung näher in den Fokus rücken soll: Was zeichnet Knowledge Blogger im Vergleich zu „privaten“ Bloggern aus? In der Nachbefragung bestätigen sich die bisherigen Befunde der Motive, werden jedoch um eine neue Antwort erweitert: Die Selbstdarstellung im Internet scheint demnach 36,4 Prozent der aktiven Blogger als Motiv zum Führen eines Blogs zu dienen (Schmidt, Paetzolt & Wilbers, 2006, S.11). Diese Rolle von Weblogs als Mittel zur „Identitätsdarstellung“ wird auch von Reichmayr (2005) bestätigt. Ihre Studie, deren Zielgruppe Jugendliche waren, konnte eindeutige Hinweise auf das Motiv der Selbstdarstellung im Internet durch das Führen von Weblogs liefern¹⁹. Die Studie der Universität Zürich konnte ebenfalls „Identitätsmotive“ (Mögerle, 2008, S. 2) als Gründe für das Führen eines Weblogs identifizieren. Die Darstellung der eigenen Kompetenzen und die Wahrnehmung dieser durch die Außenwelt sind demnach wichtige Bedürfnisse bei den befragten Bloggern. Diese Frage wird ebenfalls in der späteren Untersuchung von Interesse sein: Ist ein Knowledge Blogger darauf aus, sich und sein Wissen im rechten Licht zu präsentieren?

2.3 Knowledge Blogs

Bei der Diskussion um Knowledge Blogs wird in dieser Arbeit die Definition von Röll (2006, S. 98) zu Grunde gelegt. Er sieht darin „Weblogs, die von Wissensarbeitern im Intranet einer Organisation geführt werden“ (ebd.). Die Beschränkung auf ein internes Organisationsnetz soll hier erweitert werden auf das Internet – die Bloginhalte können demnach öffentlich zugänglich und weltweit jeder-

¹⁹ Lesenswert ist in diesem Zusammenhang eine Studie von Schütz, Marcus, Machilek und Renner (2005), die die Selbstdarstellung im Netz betrachtet.

zeit abrufbar sein. Röll postuliert drei Möglichkeiten zur Nutzung eines Knowledge Blogs: Erstens kann ein Weblog dem Autor als Tagebuch dienen (*Reflexionsmedium*) – Ereignisse des Tages werden hier erfasst und entsprechend reflektiert. Zweitens sieht er das Weblog als Medium zur Sammlung und Speicherung von Informationen und Daten (*Informationsspeicher*). Über die Hyperlink-Struktur des Internets lassen sich relevante Informationen leicht veröffentlichen und austauschen. Drittens sieht Röll einen Knowledge Blog als *Kommunikationsmedium*. Durch die bereits angesprochenen Funktionen wie Kommentare, Trackbacks etc. werden unter Umständen Diskussionen in Gang gebracht, die Wissensaustausch und -transfer sinnvoll unterstützen können. „[...] blogging is learning about oneself and developing connections with others“ (Efimova, 2004, S. 5).

Um besser zu verstehen, wer hinter den so genannten Knowledge Blogs steht, wird im Folgenden ein Überblick über die Autoren solcher Weblogs gegeben: die Wissensarbeiter. Welcher Personenkreis ist damit gemeint und durch welche Besonderheiten zeichnet er sich aus?

2.4 Wer ist Wissensarbeiter?

Verwendet man den Begriff „Wissensarbeiter“²⁰, so liegt auf der Hand, dass es sich hier um Personen handelt, die mit der Ressource Wissen²¹ arbeiten. Doch was heißt das konkret? Ist nicht jeder, der in irgendeiner Form in der Arbeitswelt integriert ist, mit Wissen beschäftigt? Natürlich, dennoch ist von einem spezielleren Personenkreis die Rede, wenn es heute um Wissensarbeitende geht. „Es geht in der Wissensökonomie nicht um irgendein Wissen, sondern in der Regel um wissenschaftliches, insbesondere technisches Wissen und um Erfahrungswissen von Experten“ (Reinmann, 2008, S.49).

Bereits Machlup (1962) hat sich mit dem Phänomen der Wissensgesellschaft beschäftigt und den Grundstein für die Forschung auf diesem Gebiet gelegt. Er definiert Wissensarbeiter als „[t]ransporters, transformers, processors, interpreters, analyzers, and original creators of all sorts [...]“ (ebd., S. 74). In jüngerer Zeit skizziert auch Willke (2001) die Entwicklung weg von der Industriegesellschaft hin zur wissensbasierten Gesellschaft und verweist auf die zunehmende Relevanz von Wissen in Organisationen:

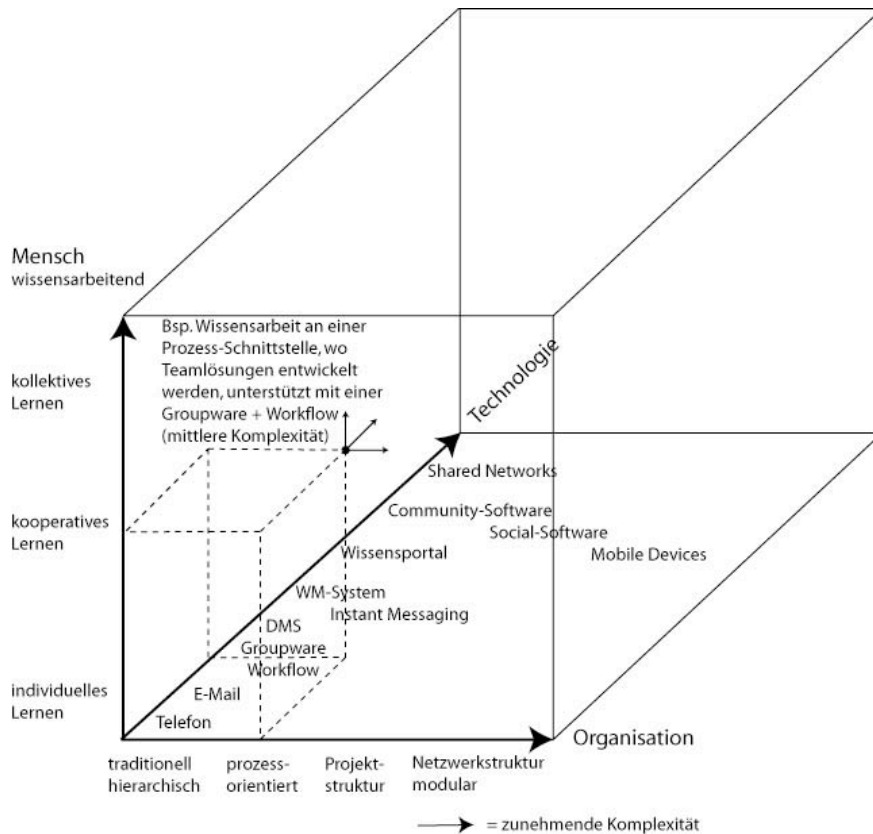
²⁰ Eine detaillierte Arbeit zum Thema Wissensarbeit liefert Hube (2005).

²¹ Wenn in dieser Arbeit von „Wissen“ die Rede ist, so wird darunter der Aufbau kognitiver Strukturen eines Individuums verstanden. Er ergibt sich aus der individuellen Repräsentationsleistung des Menschen in Abhängigkeit von der ihn umgebenden Wirklichkeit. Enge Anknüpfungspunkte gibt es hier zum menschlichen Lernen, das auf ähnlichen Prozessen beruht. Nähere Informationen dazu u.a. in Seiler & Reinmann (2004) und im Abschnitt 3.1.

„In dem Maße, wie in wissensbasierten Organisationen anspruchsvolle intelligente Produkte und Dienstleistungen hergestellt werden, schmilzt die Nützlichkeit einer tayloristisch organisierten industriellen Arbeit auf einen Restbestand einfacher Arbeit zusammen.“ (ebd., S. 3)

Wissensarbeiter kann demnach nur jemand sein, der mit der Ressource Wissen in folgender Weise verfährt: Wissen (1) wird kontinuierlich korrigiert, (2) muss sich ständigen Verbesserungen aussetzen, (3) ist keine abgeschlossene Wahrheit sondern eine Ressource wie Boden, Arbeit oder Kapital und ist (4) immer im direkten Zusammenhang mit Nichtwissen zu betrachten (vgl. Willke, 2001, S. 21). Das Etikett „Wissensarbeiter“ ist also keine Art „Beamtenstatus“, den man einmal erwirbt und dann auf Lebenszeit innehat. Wissensarbeiter sind fortwährend mit Lernen beschäftigt und ihr Wissen ist kein abgeschlossenes Konstrukt sondern ein dynamischer, sich kontinuierlich wandelnder Prozess. „Think of knowledge workers as the horses that pull the plow in sophisticated economies [...]“ (Davenport, 2003). Drucker (1968), einer der Pioniere auf dem Gebiet der Informations- und Wissensökonomie, sieht Innovationsfähigkeit und Kontinuität im Lernen als Voraussetzungen für „Knowledge Work“. Standardisierte Problemlösungen, die auf Kommando verfügbar sind, werden nicht als Wissensarbeit verstanden, vielmehr verlangt die heutige Arbeitswelt nach individuellen Lösungen, die zielgerichtet und fallbezogen zu erstellen sind. Die komplexen Fragestellungen fordern von den Wissensarbeitern „kognitive Verarbeitungsprozesse“ (Hasler Roumois, 2007, S.179), die aus Informationsverarbeitung, Aktivierung von Wissen, Kommunikation des Wissens und folglich Denkergebnissen bestehen (vgl. ebd.). Jeder Wissensarbeiter muss sich also seiner Fähigkeiten und Kenntnisse bewusst sein und sie möglichst effizient zu nutzen wissen. Dieses Kriterium ist letztendlich entscheidend für den Erfolg seiner Tätigkeit. „Wissen ist geprägt von individuellen Erfahrungen, ist kontextspezifisch und an Personen gebunden, ist die Gesamtheit der Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten, die Personen zur Lösung von Problemen einsetzen“ (Kral, o.J., S. 11). War früher die Unterscheidung in Hand- und Kopfarbeiter²² ausreichend, so ist mit dem Wandel zur Dienstleistungsgesellschaft eine immer komplexer werdende Vorstellung von (Wissens-)arbeit notwendig. Abbildung 2 verdeutlicht diese zunehmende Komplexität im dreidimensionalen Raum.

²² Im englischsprachigen Raum ist die Unterscheidung in Blue Collar und White Collar-Worker für die Unterscheidung zwischen Hand- und Kopfarbeiter gebräuchlich. Ein Knowledge Worker wird in diesem Zusammenhang auch als „Gold Collar-Worker“ (Kelley, 1985) bezeichnet.



© Orell Füssli Verlag AG

Abb. 2: Komplexität der Wissensarbeit (Hasler Roumois, 2007, S. 181)

Zunehmende Komplexität auf einer Achse betrifft automatisch die anderen Dimensionen. Zur Verdeutlichung soll folgendes Beispiel dienen: Wird in einer Organisation wie einer Universität, der Austausch von Informationen innerhalb eines Lehrstuhls von E-Mail auf Instant Messaging²³ umgestellt, so wird von den beteiligten Personen eine höhere Kompetenz in Sachen Technologie erwartet und auch die Struktur der Kommunikation verändert sich von asynchron auf synchron. Von der individuellen Handlung bzw. dem Lernen (d.h. eine Person schreibt eine E-Mail an andere) wird eine kooperative Handlung (mehrere Personen kommunizieren zeitgleich miteinander).

Wenn davon ausgegangen wird, dass ein Wissensarbeiter mit der ihm zur Verfügung stehenden Ressource Wissen sorgfältig und reflektiert umgeht, so stellt dies besondere Ansprüche an die betreffende Person. Hasler Roumois (2007, S. 183) sieht hierbei drei Kriterien, die entscheidend sind: (1) Wissensarbeiter sind auf *Handlungsspielraum* angewiesen, der ihnen (2) die nötige *Entscheidungsautonomie* bietet. Zudem muss die Arbeit (3) aus einem *inneren Antrieb* erfolgen. Es scheinen also nicht die Anreize von Außen die treibende Ant-

²³ Instant Messaging Systeme wie ICQ oder Skype unterstützen diese zeitgleiche Form der Kommunikation, bei der über ein Dialogfenster schriftliche Nachrichten ausgetauscht werden können.

riebskraft für einen Wissensarbeiter zu sein. Vielmehr sind es motivationale Aspekte, die der Person innewohnen.²⁴

Einschränkend soll an dieser Stelle erwähnt werden, dass der Wissensarbeiter kein „Übermensch“ ist, der im Sinne eines Universalgenies für jedes Problem eine Lösung bieten kann. Vollmar (2007, S. 27) merkt dazu an, dass auch der Wissensarbeiter Routinearbeiten verrichten muss: „[...] So muss auch der Forscher ein Dokument formatieren, ein Rechtsanwalt ein Formular ausfüllen usw.“ (ebd.). Im Vergleich zu anderen, weniger wissensintensiven Tätigkeiten ist der Wissensarbeiter²⁵ jedoch stärker mit der Generierung neuen Wissens beschäftigt.

2.5 Wissenschaftler = Wissensarbeiter?

Ausgangspunkt der Fragestellungen dieser Arbeit sind Wissensarbeiter. Und zwar Wissensarbeiter in dem Sinne, wie sie Technologien einsetzen, um ihr Wissen zu speichern, abrufbar zu machen und mit anderen zu teilen. Aus diesem Grund soll an dieser Stelle näher auf die Rolle des Wissenschaftlers als Wissensarbeiter eingegangen werden. Dabei gilt zu beachten: „Den“ Wissenschaftler gibt es nicht. Verschiedene Disziplinen, Auffassungen des Wissenschaftsbegriffs, kulturelle Standards und andere Faktoren prägen das individuelle Verständnis des Begriffs. Um einer zumindest annähernd konsensfähigen Definition nahe zu kommen, werde ich versuchen, mich über den Begriff der Wissenschaft dem zu spezifizierenden Akteur des „Wissenschaftlers“ zu nähern.

„[Wissenschaft] soll Probleme lösen, Fortschritt ermöglichen, Kommunikation in der Gesellschaft verbessern, etc. [...] Wissenschaft könnte somit allgemein als Erarbeitung von gesellschaftlich nutzbarem Wissen durch Theoriebildung, Forschung und Anwendung ihrer Erkenntnisse begriffen werden.“ (Dahinden & Hättenschwiler, 2001, S. 491)

Die Nähe zur Wissenschaft liegt auf der Hand: Ein Wissensarbeiter ist mit der Lösung komplexer Probleme betraut. Sein Ziel ist es innovative und fortschrittliche Produkte und Konzepte zu erarbeiten.

Der Prozesscharakter der Ressource Wissen und der Umgang des Wissensarbeiters mit selbigem kommt dem Verständnis von der Arbeit eines Wissenschaftlers ebenfalls nahe: Weil Wissen kein abgeschlossenes Konstrukt ist, wird ständig geforscht, um frühere Ergebnisse zu bestätigen oder gegebenenfalls zu korrigieren oder zu verbessern. Das kennen die meisten Forscher zu Genüge: Wer publiziert, muss sich der Kritik seiner Mitstreiter stellen und sich

²⁴ Hier zeigen sich bereits erste Anknüpfungspunkte für die Selbstbestimmungstheorie von Deci und Ryan, die in Kapitel 4 näher beleuchtet wird.

²⁵ In diesem Abschnitt wurde der Begriff des Wissensarbeiters näher definiert und soll im weiteren Verlauf der Arbeit als grundlegend erachtet werden.

auf einen Diskurs einlassen. Im Optimalfall ergibt sich (mit Hilfe oder Anregungen von anderen) eine positive Weiterentwicklung der Ursprungsidee.

Grundsätzlich steht es jedem frei, sich mit Wissenschaft auseinanderzusetzen – wer allerdings in einer Bildungsinstitution arbeiten will oder Lehre betreiben möchte, der braucht (zumindest in Deutschland) eine Hochschulzugangsberechtigung und ein konsekutives Studium.²⁶ Die Ähnlichkeit zum Wissensarbeiter ist auch hier auffällig, wurde doch bereits festgestellt, dass dieser in besonderer Weise in Kompetenz und Wissen gefordert ist. In der Lehre wird diese Anforderung besonders deutlich: Lehrende sind tagtäglich mit der Aufbereitung von Wissen für eine mehr oder weniger interessierte Zielgruppe beschäftigt. Sie sind Teil aller wichtigen Prozesse um und mit Wissen und geben dieses aktiv an andere weiter.

„Dass Lehrende in [...] Bildungsinstitutionen Wissensarbeitende schlechthin sind, wird beharrlich übersehen, und zwar von Praktikern, Wissenschaftlern und Bildungspolitikern gleichermaßen. Das ist erstaunlich, denn: Kaum eine andere Berufsgruppe lässt sich so eindeutig der Kategorie der Wissensarbeit zuordnen.“ (Reinmann, 2008, S. 50)

Die Kreativität und Leidenschaft für die Sache – diese Ansprüche werden an Wissenschaftler und Wissensarbeiter gleichermaßen gestellt. Weber (1922) äußert sich zur wissenschaftlichen Begeisterung folgendermaßen:

„Und wer also nicht die Fähigkeit besitzt, sich einmal sozusagen Scheuklappen anzuziehen und sich hineinzusteigern in die Vorstellung, dass das Schicksal seiner Seele davon abhängt: ob er diese, gerade diese Konjektur an dieser Stelle dieser Handschrift richtig macht, der bleibe der Wissenschaft nur ja fern. [...] Denn nichts ist für den Menschen als Menschen etwas wert, was er nicht mit Leidenschaft tun kann.“ (ebd.)

Nimmt man die Überlegungen zum Wissenschaftler als Ausgangspunkt, lässt sich dieser ohne Zweifel als Wissensarbeiter identifizieren. Schließlich erfüllt er die Kriterien (a) der Fähigkeit zur Lösung komplexer Problemlösungen, (b) der kontinuierlichen Korrektur und Verbesserung von Wissen, (c) einer besonderen Ausbildung, die ihn in Sachen Kompetenz und Wissen im Vergleich zu anderen Personengruppen auszeichnet und (d) er ist im Idealfall mit Herzblut bei der Sache und setzt seine kreative Kraft für die zu erforschende Sache ein.

²⁶ Nicht jeder kann sich beispielsweise „Professor“ nennen – in der Regel muss ein solcher Titel durch akademische Ausbildung erworben werden. Es gibt allerdings auch Ausnahmen, wie der Professor ehrenhalber. Diese, mit der Bezeichnung „Professor h.c.“ gekennzeichnete Würde, wird (immer häufiger) durch Hochschulen an Personen verliehen, die sich durch besondere Tätigkeiten im wissenschaftlichen oder künstlerischen Bereich auszeichnen. Im Gegensatz zum regulär erworbenen Titel „Professor“ besteht für den Professor h.c. keine Lehrverpflichtung (vgl. Bayerisches Hochschullehrergesetz, Art. 28/Art.29).

2.6 Zwischenfazit

Dieses zweite Kapitel dient der Erklärung der verschiedenen Begrifflichkeiten und Vorüberlegungen, die im Rahmen der Arbeit verwendet und vorausgesetzt werden.

Neben den technischen Grundlagen zu Weblogs und den damit einhergehenden Funktionen und Möglichkeiten für den User, werden die verschiedenen Arten von Weblogs umrissen. Der Schwerpunkt der vorliegenden Arbeit liegt auf den so genannten „Knowledge Blogs“ – Weblogs, die von Wissensarbeitern geführt werden. Zu den Knowledge Bloggern gibt es bislang nur wenig empirische Befunde, weshalb stattdessen diverse Ergebnisse verschiedener Studien zu „normalen“ Bloggern aufgezeigt werden. Dabei zeigt sich, dass in der Wissenschaft bisher vor allem männliche Personen bloggen, während in der gesamten Blogosphäre bei den Autoren eine nahezu gleiche Verteilung der Geschlechter herrscht.

Den Wissensarbeiter zeichnet einen reflexiven, auf Verbesserung ausgerichteten und kontinuierlichen Umgang mit (Nicht-)Wissen aus. Seine Rolle in der Wissensgesellschaft ist nicht zu unterschätzen, weil er durch eine effiziente und innovative Denk- und Arbeitsweise den Schlüssel zur Lösung von komplexen Fragestellungen darstellt. Dass ein Wissenschaftler zu der Kategorie der Wissensarbeiter zählt, wird gezeigt: Der Umgang mit der Ressource Wissen ähnelt dem des Knowledge Workers, denn auch er muss sich den dynamischen Anforderungen der sich ständig wandelnden Umwelt und ihren Problemstellungen anpassen. Zudem gehört der Wissenschaftler einem Personenkreis an, der sich von anderen durch eine höhere Anforderung in persönlicher und fachlicher Qualifikation auszeichnet. Dazu kommt, dass der Wissenschaftler – ähnlich wie der Wissensarbeiter – im Optimalfall durch eine hohe intrinsische Motivation und Leidenschaft für die zu erforschende Sache profiliert.

Wie konstruiert der Mensch Wissen überhaupt? Was macht der Wissensarbeiter in Folge dessen mit der Ressource Wissen und welche Strategien für einen zielgerichteten und effizienten Umgang mit Wissen stehen ihm dabei zur Verfügung? Im nächsten Abschnitt sollen diese Fragen neben einem kurzen Rückblick auf die Entwicklungsgeschichte des Wissensmanagements geklärt werden. Im Speziellen wird das persönliche Wissensmanagement betrachtet werden.

3. Wissensmanagement und seine Komponenten

Dieser Abschnitt soll zunächst klären, wie die Konstruktion von Wissen in dieser Arbeit verstanden wird. Als theoretischer Hintergrund dient dabei die Strukturgenese. In einem zweiten Schritt wird ein Modell zum persönlichen Wissensmanagement dargestellt, um anschließend die Verknüpfung zu Knowledge Blogs herzustellen.

3.1 Wie wir Wissen konstruieren

Grundsätzlich lassen sich in einem strukturgenetischen Wissensverständnis zwei Formen von Wissen unterscheiden: (1) personales (bzw. ideosynkratisches) und (2) öffentliches (bzw. objektiviertes) Wissen. Personales Wissen ist im Individuum aktiv, passiv oder implizit vorhanden und geht aus sich ständig wandelnden Strukturen hervor, die als „kognitive Strukturen“ (Seiler & Reinmann, 2004, S. 19) bezeichnet werden. Mitunter ist es für den Einzelnen schwierig bzw. gar nicht möglich, dieses Wissen zu artikulieren und somit für den anderen greifbar zu machen. Anders beim öffentlichen Wissen: Hier handelt es sich um Wissen, das durch eine Codierung in Zeichen (z.B. Sprache) fassbar wird. Eine Teilung dieses Wissens ist somit grundsätzlich möglich.²⁷

Aus konstruktivistischer Sicht lässt sich der Erwerb von Wissen als ständiger Abgleich bereits gesammelter und neu erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten eines Individuums verstehen: Der Mensch nimmt die Erfahrungen der ihn umgebenden Wirklichkeit auf und baut sie, abhängig von der Passung zu den bereits vorhandenen kognitiven Schemata, in seinen Wissensschatz ein. „[...] Information gilt dabei als Rohstoff, aus dem Wissen generiert wird“ (Reinmann, 2004, S. 15). Dieses dynamische Verständnis des Wissenserwerbs (d.h. das Sammeln von Erfahrungen, die Anwendung auf die Umwelt und die Anpassung an die jeweilige Lebenssituation) geht Hand in Hand mit der Theorie der Strukturgenese. Dabei lassen sich drei Punkte besonders hervorheben (in Anlehnung an Reinmann, 2005): (1) Subjektbezogenheit, (2) kognitive Strukturen und (3) Genese:

(1) *Subjektbezogenheit*: Wissen ist eine individuelle und auf die jeweilige Person rückzügliche Ansammlung von Erfahrungen, Erkenntnissen und Fähigkeiten. Wissen wird durch Konstruktion des Einzelnen geschaffen und kann nur durch den einzelnen Menschen erweitert, verändert und weitergegeben werden.

(2) *Kognitive Strukturen*: Das Erkennen und Verstehen des Individuums und die Übertragung dieser Erkenntnisse auf das eigene Wissen ist grundlegend für den menschlichen Aufbau von Erkenntnisstrukturen. Roth (2003) siedelt hier die

²⁷ Unter der Voraussetzung, dass Sender und Empfänger über denselben Zeichenvorrat verfügen (vgl. u.a. Schulz von Thun, 1981, S. 25).

Unterscheidung von Mensch und Tier an: „Dies betrifft wohl vor allem das Ich-Bewusstsein, das Nachdenken über sich selbst und die Entwicklung einer ‚Theory of Mind‘, d.h. das Einbeziehen dessen, was andere denken und fühlen könnten, in die eigenen Vorstellungen, das handlungsplanende und das sprachliche Bewusstsein“ (ebd. S. 547).

(3) *Genese*: Der Begriff stammt aus dem Griechischen und heißt soviel wie „Geburt“ oder „Entstehung“. In diesem Kontext bezieht sich die Genese auf die bereits beschriebenen kognitiven Strukturen. Unterschieden wird zwischen Assimilation und Akkomodation an externe Gegebenheiten. Dabei steht die Assimilation für die Anpassung des Individuums an gegebene Strukturen, während die Akkomodation den umgekehrten Sachverhalt, d.h. die Anpassung der Außenwelt an das Individuum, kennzeichnet. Nach Piaget (1968) sind beide Formen der Anpassung untrennbar verbunden.

Dem Wissensmanagement wird vor diesem Hintergrund die Aufgabe zuteil, die verschiedenen Formen des Wissens zu integrieren: Zum einen muss die Fähigkeit des Menschen gefördert werden, ideosynkratisches Wissen herauszubilden und zum anderen bedarf es eines effizienten Managements von objektiviertem Wissen, um Informationen für den Einzelnen oder eine Organisation brauchbar zu machen.

„Es ist eine große Herausforderung für die Zukunft, die Schnittstelle zwischen personalem und öffentlichem Wissen sowie dessen Management derart zu gestalten, dass dem genuin humanen Charakter von Wissen Rechnung getragen wird.“ (Seiler & Reinmann, 2004, S. 21, Hervorhebung i.O.)

In dieser Arbeit geht es primär um die Möglichkeiten des Individuums mit seinem Wissen effizient und zielführend umzugehen. Im nächsten Abschnitt wird deshalb, nach einer kurzen Hinführung zum Thema Wissensmanagement, das Modell des persönlichen Wissensmanagements nach Reinmann und Eppler (2008) beschrieben und im Kontext Weblogs verortet.

3.2 Entwicklung zum Persönlichen Wissensmanagement

In den letzten Jahrhunderten und Jahrzehnten hat sich die Arbeit grundlegend verändert: Von der Agrargesellschaft über die Industriegesellschaft wandelt sich unsere Lebensumwelt immer mehr zur Dienstleistungsgesellschaft. „Brainpower is to the Information Age what iron, coke, and oil were to the Industrial Age – the one necessary ingredient on which all else depends“ (Kelley, 1985, S. 7). Die Anforderungen auf dem tertiären Sektor²⁸ machen einen „zielgerichteten

²⁸ Fourastié (1969) hat die „Drei-Sektoren-Hypothese“ aufgestellt, nach der sich die Wirtschaft in die drei Sektoren (1) landwirtschaftliche Produktion, (2) industrielle Verarbeitung und (3) Dienstleistung aufteilt. Andere Ansätze erweitern das Modell um den „quartären Sektor“: Im Fo-

Umgang mit Wissen“ (Reinmann, 2005, S. 10) unabdingbar. Eine allgemeingültige Definition für „Wissensmanagement“ zu finden, ist ein schwieriges Unterfangen. Vielmehr waren es verschiedene Entwicklungslinien²⁹, die jeweils verschiedene Aspekte des Begriffs in den Fokus rücken.

Als Auftakt für die Wissensmanagement-Bewegung sind die so genannten *ingenieurwissenschaftlichen Ansätze* zu sehen, die eher die technischen Aspekte betonen. Im Mittelpunkt steht dabei die Entwicklung von Werkzeugen, die den Umgang mit objektivem Wissen und dessen Speicherung, Weitergabe, Systematisierung und Abrufbarkeit erleichtern sollen. Mittlerweile wird, gerade im Kontext der Organisation, gerne auf die *betriebswirtschaftlichen Modelle* zurückgegriffen, wobei Wissensmanagement oft als Aufgabe der Führungsriege eines Unternehmens definiert wird (vgl. u.a. Herbst, 2000; Probst, Raub & Romhardt, 1997). Eine weitere Perspektive, aus der Wissensmanagement betrachtet werden kann, ist die *Soziologische*. Willke (2001) hat diesen Zweig der Forschung u.a. vorangetrieben und betrachtet das systemische Wissensmanagement als einen Zusammenhang „gesellschaftlicher, organisationaler, technologischer und individueller Faktoren“ (Willke, 2001, S. 6). Die Frage, wie personales Wissen in kollektives Wissen transferiert werden kann, ist hier von großer Bedeutung.

Eher stiefmütterlich wird bisher die *psychologischen Perspektive* des Wissensmanagements behandelt. Diese Forschungsrichtung beschäftigt sich primär mit dem Subjekt, das mit Wissen umgeht: Der Mensch rückt in den Mittelpunkt der Überlegungen. Das persönliche Wissensmanagement greift diese primär psychologische Denkweise auf und stellt das Individuum ins Zentrum (vgl. u.a. Reinmann & Eppler, 2008).

Wie bereits erörtert, geht es in dieser Arbeit um Knowledge Blogs und – untrennbar damit verbunden – um die Autoren, die dahinter stehen. Insofern ist es essenziell den psychologischen Blickwinkel einzunehmen und im Folgenden das Wissensmanagement nicht aus organisationaler, sondern primär individueller Perspektive zu betrachten. Zunächst sollen allerdings wichtige Begriffe, die für das Verständnis des Modells des persönlichen Wissensmanagements hilfreich sind, eingeführt werden.

3.3 Phänomenbereiche des Wissens

Will man eine Analogie zu Hilfe nehmen, um die Arbeit des Wissensarbeiters zu beschreiben, so eignet sich das Bild eines Kindes, das neugierig und mit großem Eifer aus einer Stange Knetmasse ein neues Produkt modelliert. In diesem Abschnitt soll es um den Rohstoff dieser Modellierung und die damit verbundenen Prozesse im Wissensmanagement gehen: Wissen. Dabei wird angestrebt, jeweils eine direkte Verknüpfung zum Thema Knowledge Blogs herzustellen.

kus stehen dabei Tätigkeiten innerhalb des Dienstleistungssektors, die besonders hohe Ansprüche an den Intellekt des Arbeitenden stellen (vgl. z.B. Bell, 1975).

²⁹ Ausführliche Informationen zu den verschiedenen Entwicklungslinien u.a. in Reinmann (2006).

„[...] Wissensmanagement [lässt sich] als Organisation der Externalisierung und Internalisierung von Wissen, als Anleitung des Zusammenspiels von Wissensgenerierung, Wissensrepräsentation, Wissenskommunikation und Wissensnutzung interpretieren.“ (Schnotz & Heiss, 2004, S. 42; Hervorhebung T.B.)

Die vier „Phänomenbereiche“ (Reinmann-Rothmeier, o.J., S. 18), die im Folgenden angesprochen werden, sind wesentlicher Bestandteil des „Münchener Modells“ (ebd.), dessen Zielsetzung die Bündelung von Wissensprozessen und eine anschauliche Darstellung von Wissensbewegungen ist (vgl. u.a. Reinmann-Rothmeier, 2001; Reinmann-Rothmeier & Mandl, 2000).

Wissensgenerierung

Die *Wissensgenerierung*³⁰ wird durch eine offene und lernbereite Grundhaltung der lernenden Person prinzipiell gefördert. Nonaka und Takeuchi (1997) erklären die Wissensgenerierung anhand der „Wissensspirale“. Dem impliziten Wissen kommt dabei eine Sonderstellung zu. Obschon das Modell primär für das organisationale Wissensmanagement entwickelt wurde, bietet es für die Arbeit brauchbare Anker.

Nonaka und Takeuchi beschreiben die vier Transformationen von Wissen wie folgt:

- (1) *Sozialisation*: Wissen wird nicht explizit geäußert, sondern „schweigend weitergegeben“ (Vollmar, 2007, S. 30).
- (2) *Externalisierung*: Implizites Wissen wird hier expliziert. Der Sprache (in Form von Texten, Metaphern, Analogien etc.) kommt hierbei eine tragende Rolle zu.
- (3) *Kombination*: Verschiedene Teile expliziten Wissens werden wie Bausteine zu neuem Wissen kombiniert.
- (4) *Internalisierung*: Explizites Wissen wird vom Individuum internalisiert – also Teil seines impliziten Wissens.

Für den Knowledge Blogger kann das Weblog eine Möglichkeit sein, auf neues Wissen zu stoßen, z.B. wenn er sich mit der Blogosphäre gut vernetzt, die Arbeit von sich bzw. seinen Kollegen aufnimmt, reflektiert und so, im Sinne der strukturgenetischen Betrachtungsweise, neue kognitive Strukturen schafft. Die Formen der Wissensgenerierung, wie sie Nonaka und Takeuchi beschreiben, sind ebenfalls auf das Medium Weblog anwendbar: Wissensarbeiter in der Blogosphäre, die ihr implizites Wissen in Form von Geschichten oder Artikeln weitergeben, externalisieren ihr Wissen und machen es so für eine große Anzahl von Rezipienten zugänglich. Die Kombination – explizites Wissen wird zu (wei-

³⁰ Wie ein Individuum Wissen generiert, wird ausführlicher in Kapitel 3.1 aus einem strukturgenetischen Blickwinkel erläutert.

terem) explizitem Wissen – ist ein Phänomen, das sich tagtäglich in der Blogger-Community beobachten lässt: Eine Person greift ein Thema auf, eine weitere ergänzt nützliche Hinweise oder interessante Links und so kann der Ursprungsgedanke eines Einzelnen mit Hilfe von anderen ergänzt und erweitert werden. In Sachen Internalisierung sind auch die Leser der Blogs angesprochen³¹, denn die gelesenen Beiträge können dem Individuum beispielsweise Anleitungen oder Anregungen für die Erweiterung des eigenen Wissens liefern.³²

Inwieweit explizites Wissen sich von der reinen Information abgrenzen lässt, ist umstritten (vgl. Seiler & Reinmann, 2004, S. 11). Einen stärker auf die bestehenden menschlichen Bedingungen ausgelegten Ansatz liefern Seiler und Reinmann (u.a. ebd.) mit ihrer strukturgegenetischen Betrachtungsweise (siehe Abschnitt 3.1).

Wissensrepräsentation

Die Güte der *Wissensrepräsentation* ist stark von dem Motiv und der Zielgruppe des dargestellten Wissens abhängig. Hier geht es also um die möglichst passgenaue Darstellung von Wissen gegenüber einem Dritten. Dieser Herausforderung müssen sich Wissensarbeiter immer stellen, denn Wissen ist nur dann für andere verwertbar, wenn es nachvollziehbar dargestellt ist.³³ An einem einfachen Beispiel wird dieser Zusammenhang deutlich: Im Chemieunterricht in Schulen lernen die Schüler u.a., wie aus einzelnen Elementen chemische Verbindungen werden können. Oft gleichen die Unterrichtsstunden denen der Mathematik, da addiert, subtrahiert oder multipliziert werden muss, um eine bestimmte chemische Verbindung zu erhalten. Von den Schülern wird dabei ein gewisses Maß an Vorstellungsvermögen gefordert – nicht wenige haben dabei Schwierigkeiten sich vorzustellen, wie die Formel „H₂O“ letztendlich Wasser darstellt. Nicht bahnbrechend innovativ, aber durchaus sinnvoll sind dabei Modelle, die zumindest veranschaulichen, wo wie viele Moleküle von Wasserstoff oder Sauerstoff zusammenfinden. Diese anschauliche Repräsentation eines abstrakten Sachverhalts kann dabei helfen, Wissen zu rezipieren und zu behalten. Die verschiedenen Formen von Bildern, Diagrammen und Texten sind demnach umso sinnvoller, je simpler das zur Verfügung stehende Wissen darin abrufbar und nutzbar ist.

Auch der bloggende Wissensarbeiter hat die Wahl zwischen verschiedenen Formen der Repräsentation seines Wissens. In der Regel wird er dabei in seinen Beiträgen auf Sprache (in Form von Texten) zurückgreifen. Aber auch

³¹ Diese können auch selbst Autoren sein.

³² Kritisch anzumerken ist die Verwendung der Begrifflichkeiten im Modell von Nonaka und Takeuchi: Die teilweise in Anlehnung an die Psychologie verwendeten Bezeichnungen werden nicht präzise genug ausgeführt und können somit zu Missverständnissen führen (vgl. Reinmann, 2006, S. 45).

³³ Beispielsweise hängt die Umsetzung einer Idee oftmals mit der Überzeugungskraft des Wissensarbeiters zusammen. Wenn er seine Lösungsansätze nicht transparent machen kann, wird die Verwirklichung aufgrund von mangelnder Nachvollziehbarkeit gegenüber Dritten eventuell scheitern.

Statistiken, Tagwolken, Bilder oder ähnliches können zur Steigerung der Internalisierung oder Kombination beim Rezipienten beitragen. Natürlich steht die Form der Darstellung in Abhängigkeit mit dem Fachgebiet des Knowledge Bloggers. Im Blog „Viralmythen“³⁴ von Benedikt Köhler wurden beispielsweise anhand einer Tagwolke die 25 dynamischsten Wissenschaftsblogs dargestellt. Je größer der Name innerhalb der Wolke ist, umso größer ist das Wachstum des Blogs in den letzten 30 Tagen³⁵ (siehe Abbildung 3).

Die 25 dynamischsten Wissenschaftsblogs



Abb. 3: Die 25 dynamischsten Wissenschaftsblogs. Screenshot von Köhler (2008) [Stand 25.04.2008]

Wissenskommunikation

Grundlegend für den Erfolg des Wissensmanagements ist die *Wissenskommunikation*. Wenn Wissen in irgendeiner Form kommuniziert wird, wird es auch für andere Personen zugänglich und gegebenenfalls nutzbar sein.

„Eine erfolgreiche Wissenskommunikation hat dann stattgefunden, wenn eine Erkenntnis oder Fertigkeit im Sinne der Handlungsabsicht von einer Person zur anderen vermittelt wurde und der Empfänger diese adäquat rekonstruieren konnte.“ (Schnotz & Heiss, 2004, S. 43)

Wie bereits gezeigt wurde, ist die Konstruktion von Wissen sehr individuell und von mehreren Faktoren (wie der Wissensumwelt³⁶, vorhandenen kognitiven Schemata etc.) abhängig. Die Knowledge Worker besitzen in der Regel spezifisches Fachwissen. Die Herausforderung für den Wissensarbeiter besteht nun

³⁴ URL: <http://blog.metaroll.de/2008/04/24/die-25-dynamischsten-wissenschaftsblogs/> (Datum des Zugriffs: 22.08.2008).

³⁵ Köhler veröffentlicht in unregelmäßigen Abständen eine aktualisierte Darstellung dieser Tagwolke.

³⁶ siehe Kapitel 3.4.1.

darin, dieses Wissen so mitzuteilen, dass es von anderen verstanden werden kann. Ein Blick auf die Experten-Laien-Kommunikationsforschung zeigt, dass es für den Experten sinnvoll ist, den Prozess der Wissenskommunikation in zwei Teilbereiche zu gliedern: Zum einen in die Antizipation, also dem Hineinversetzen in eine fremde Perspektive. Zum anderen in die Adaption, das heißt, die Anpassung der eigenen Form der Kommunikation an die Bedürfnisse des Rezipienten. Ist dieser Prozess erfolgreich, können Barrieren innerhalb der Wissenskommunikation reduziert werden (vgl. Bromme, Jucks & Rambow, 2004, S. 182f).

Die Wissenskommunikation innerhalb von Weblogs ist noch etwas spezieller, da das potenziell zu vermittelnde Wissen in der Regel mit wenig Aufwand öffentlich zugänglich ist. Die Gruppe der Rezipienten kann demnach sehr dispers sein. Schränkt man den Nutzerkreis auf Interessierte der Fachcommunity ein, so kann zumindest von einem „common ground“ (ebd., S. 178), einer gemeinsamen Wissensbasis, ausgegangen werden, auf die aufgebaut werden kann. Die Anatomie von Weblogs ist dergestalt, dass der Autor in der Regel sein Wissen zu einem bestimmten Thema innerhalb eines Beitrags verbalisiert. Durch die Möglichkeit Hyperlinks, Bilder etc. einzubinden, bietet er dem Leser einen Mehrwert: Bei weitergehendem Interesse gibt er Anstoß für die weitere Exploration des Gebietes. Damit bietet sich dem Leser auch die Chance Inhalte, die durch die Initialkommunikation nicht deutlich genug wurden, vertiefend zu betrachten. Das Medium Weblog kann einigen Problemen, die sich normalerweise in der Wissenskommunikation ergeben, entgegenwirken: Die relative Informalität in Weblogs kann dabei helfen, Hemmschwellen bei der Kommunikation von Wissen abzubauen. So ist es durchaus in einigen Fachkreisen üblich, sich innerhalb des Austauschs über Kommentare etc. mit „Du“ anzusprechen – unabhängig von Stellung und Alter der Person. Ein weiteres Manko in regulären Vermittlungsprozessen von Wissen ist die Vergänglichkeit der Information. Wird das Wissen lediglich mündlich ausgetauscht, besteht immer die Gefahr, dass relevante Inhalte verloren gehen oder wieder vergessen werden. Durch die Permalinks in Weblogs ist das Wissen der Knowledge Blogs dauerhaft verfügbar und kann nicht abhanden kommen. Das Gleiche gilt für die Kommentare: Durch ihre Sichtbarkeit für jeden Leser, kann der Kommunikationsverlauf verfolgt werden und bei Bedarf kann an passender Stelle eingehakt werden. Kerres, selbst Blogger, schreibt dazu in einer Selbstreflexion über das Bloggen folgendes:

„Ich bin überrascht, dass ich Gedanken in ‚den Diskurs‘ in einer Weise einbringen kann, der deutlich über die traditionellen Wege einer Fachveröffentlichungen [sic!] hinausgeht. Natürlich bleibt die Relevanz und Eigenart der wiss. Publikation, interessant ist nur, dass der Blog einen eigenen, zusätzlichen Weg der relativ direkten und durchaus wirksamen Kommunikation darstellen kann.“ (Kerres, 2008)

Wissensnutzung

„Worauf es im Rahmen des individuellen Wissensmanagements letztlich ankommt, ist die Anwendung und Umsetzung von Wissen in konkrete Entscheidungen und Handlungen“ (Reinmann-Rothmeier & Mandl, 2000, S. 28). Finales Ziel des Wissensmanagements ist deshalb die *Wissensnutzung*. Der Einzelne ist sich seines Wissens oft selbst nicht bewusst (sog. „implizites Wissen“) und im Rahmen des persönlichen Wissensmanagements gibt es zahlreiche Werkzeuge, die eine effizientere Wissensnutzung fördern³⁷. Auch Weblogs sind ein solches Werkzeug. Der Wissensarbeiter kann das Medium Blog nutzen, um latent vorhandenes Wissen für sich selbst bzw. andere zu verbalisieren und somit deutlich zu machen. Die Beschäftigung mit den Inhalten kann dabei einen positiven Effekt auf die Externalisierung von Wissen haben und somit die Wissensnutzung aktiv steigern. Die Dokumentations- und Organisationsfunktion von Weblogs darf hier ebenfalls nicht unerwähnt bleiben. Es ist nicht unwahrscheinlich, dass das Bewusstsein des Bloggers, mit seinen Aussagen in der Wahrnehmung der Öffentlichkeit präsent zu sein, dazu beiträgt, sich anders mit den präsentierten Inhalten zu beschäftigen. Ähnlich wie bei einer Präsentation in einem Meeting einer Organisation müssen Themen sinnvoll und anschaulich aufbereitet werden um einen bleibende Eindruck zu hinterlassen. „[...] öffentliches Schreiben wie im Blog [steigert] die Erwartungen an nachvollziehbare Argumentation und stimmige Erzählungen“ (Döring, 2005, S. 37, Hervorhebung i.O.).

Die vier Komponenten des Wissensmanagements des vorausgegangenen Abschnitts sind nicht klar voneinander abzugrenzen. So scheint es beispielsweise schwer, eine effiziente Kommunikation von einer sinnvollen Nutzung von Wissen zu trennen. Deshalb sind die genannten Kernbereiche mit fließenden Übergängen zu sehen und zu bewerten.

3.4 Modell des persönlichen Wissensmanagements

(nach Reinmann & Eppler 2008)

Im Vergleich zum *organisationalen* Wissensmanagement, das ein weit verzweigtes Forschungsgebiet mit den unterschiedlichsten Auffassungen ist, ist das *persönliche* Wissensmanagement ein eher vernachlässigtes Thema. Reinmann und Eppler (2008) haben als Anhänger der psychologischen Perspektive des Wissensmanagements schon seit längerem den Mensch in den Mittelpunkt

³⁷ Roehl (2000) setzt für den Gebrauch des Werkzeugbegriffs vier Kriterien voraus: (1) Ein solches Instrument muss „*explizit beschreibbar*“ (ebd., S. 156) sein. Es muss demnach erklärt werden können, wie das Werkzeug aufgebaut ist, welchen Zweck es erfüllt und wann und wie es zum Einsatz kommt. (2) Muss es „*absichtsvoll eingesetzt*“ (ebd.) werden. Was für einen Handwerker gilt, der verschiedene Hammer für verschiedene Aufgaben hat, gilt auch für jedes immaterielle Werkzeug, dass es einen konkreten Anwendungsrahmen gibt. Dann muss ein der Einsatz des Instruments (3) für einen Dritten nachvollziehbar sein. Zu erfüllen ist außerdem (4) die „*Objektbezogenheit*“ (ebd., jeweils Hervorhebung i.O.) der Tools. Das jeweilige Werkzeug muss demnach zu dem zu gestaltenden Objekt passen.

der Überlegungen gestellt und konnten in jüngster Zeit ein theoretisches Modell zum persönlichen Wissensmanagement vorlegen. „Es handelt sich im Kern um ein *psychologisches* Modell, das die Person, ihr Erleben und ihre Interaktion mit der Umwelt ins Zentrum stellt“ (Reinmann & Eppler, 2008, S. 35, Hervorhebung i. O.). Dieser psychologische Charakter bietet somit optimale Anknüpfungspunkte für die Zielsetzung dieser Arbeit.

Grundsätzlich unterscheiden die Autoren zwischen dem *Innen* und *Außen* einer Person. Stellt man sich den Mensch als Mittelpunkt seines Mikrokosmos vor, so kennzeichnet ihn das „Innen“ als Mensch bzw. denkendes Individuum und das „Außen“ die ihn umgebende Umwelt.

3.4.1 Der Mensch in der Wissensumwelt

Menschen werden nicht in den luftleeren Raum geboren. Im Gegenteil – wir sind umgeben von einer Umwelt, die uns entscheidend prägt und formt. Im Kontext dieser Arbeit ist es vor allem die wissenserzeugende oder -fördernde Umwelt, die von besonderem Interesse ist. Reinmann und Eppler bezeichnen diese als „Wissensumwelt“ (ebd.) und differenzieren sie in die *materielle* und die *subjektive* Wissensumwelt.

Die *materielle Wissensumwelt* kennzeichnet Objekte, die dem Menschen grundsätzlich zugänglich sind und abhängig von kultureller und gesellschaftlicher Ausprägung unterschiedliche Formen annehmen können: Bücher, Zeitschriften, Online-Dokumente – diese Aufzählung ließe sich natürlich fortsetzen – sind in unsere täglichen Abläufe integriert und sind nicht nur für Wissensarbeiter wichtige Informationsquellen zum Erhalt und Aufbau von Wissen. Wissensobjekte „sind materialisiert *und* konventionalisiert“ (ebd., S. 37, Hervorhebung i.O.) und zeichnen sich durch die Zugänglichkeit für mehr als ein Individuum und durch eine Verfügbarkeit, die über den Moment hinausgeht, aus.

Innerhalb der Blogosphäre zeigen sich diese Wissensobjekte in den verschiedensten Formen: Artikel, Videos, Podcasts, Verweise auf Studien – ein Knowledge Blogger hat abhängig von der jeweiligen (Fach-)gemeinschaft, in der er sich bewegt, viele Möglichkeiten an Wissensobjekte seines Interesses zu gelangen.

Die *soziale Wissensumwelt* besteht aus Menschen, mit denen das Individuum im Austausch steht. Ein einfaches Beispiel veranschaulicht die Wichtigkeit der sozialen Interaktion für die Generierung von Wissen: Jeder Studierende weiß, dass es ein Unterschied ist, ob eine Klausur mit oder ohne Besuch der dazugehörigen Vorlesung bewältigt werden muss. „Es gilt das gesprochene Wort“. Nicht nur der Lehrende, sondern auch die Konversationen mit Kommilitonen und anderen können entscheidende Hinweise zum Lehrstoff bieten und so den Wissensaufbau erleichtern. Aber ebenfalls im privaten Bereich trägt der Austausch mit Freunden und Kollegen als Wissensträgern dazu bei, über neue Dinge nachzudenken oder bestehende Meinungen zu revidieren bzw. zu konkretisieren.

Wie bereits angedeutet, bietet die Community, in der sich der Knowledge Blogger bewegt, einen bunten Strauß an sozialer Interaktion, die ihm hinsichtlich seiner fachlichen Kompetenzen von Nutzen sein könnten. Gerade durch die Möglichkeiten, die das Web 2.0 bietet, kann der Erwerb von relevantem Wissen erleichtert werden, wenn qualitativ hochwertige Gedanken diskutiert und ausgetauscht werden.

Die beiden Wissensumwelten sind keine klar trennbaren Bereiche, denn oftmals sind es Wissensobjekte, die den Anstoß für den Austausch mit Wissensträgern geben. Gleichwohl kann ein Gespräch mit anderen zur Beschäftigung mit der materiellen Wissensumwelt führen. Abbildung 4 verdeutlicht diesen Zusammenhang nochmals.

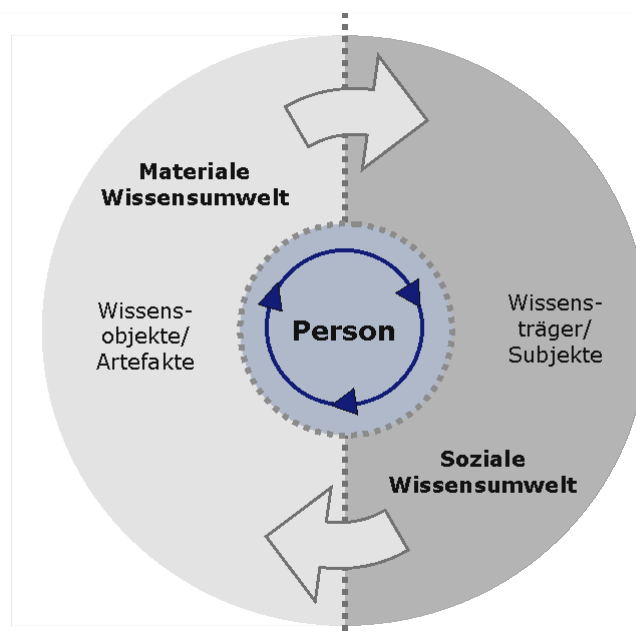


Abb. 4: Person und ihre Wissensumwelt (Reinmann & Eppler, 2008, S. 38)

Nachdem die Umwelt (das „Außen“) erläutert wurde, soll auch das Innen nicht schuldig geblieben werden: Welche Prozesse finden in der Auseinandersetzung mit der Wissensumwelt im Individuum statt?

3.4.2 Der Mensch im Umgang mit der Wissensumwelt

Im Umgang mit der Wissensumwelt kann der Mensch zwei Rollen einnehmen – die des Produzenten oder die des Rezipienten. Gerade für den Wissensarbeiter ist dieser Zusammenhang essenziell: Wie bereits verdeutlicht wurde, steht der Wissensarbeiter im ständigen Austausch mit seiner Umwelt und sein Wissenserwerb ist grundsätzlich niemals abgeschlossen. Um dieser dynamischen Sichtweise von Wissen gerecht zu werden, muss er permanent die Perspektive wechseln:

Der *Mensch als Produzent*: In dieser Rolle stellt das Individuum das von ihm produzierte Wissen anderen Wissensträgern zur Verfügung. Dies kann entweder durch die Konservierung seines Wissens in Wissensobjekten geschehen oder durch den Kontakt mit seiner Wissensumwelt. Angewandt auf den bloggenden Knowledge Worker kann sich der dargestellte Sachverhalt beispielsweise so äußern: Der Autor eines Blogs nimmt sich eines bestimmten, selbst gewählten Themas an und berichtet darüber. Dabei gibt er aktiv sein (Nicht-)Wissen³⁸ preis und stellt sich der Diskussion seiner Meinung³⁹.

Der *Mensch als Rezipient* erfasst die Abläufe, Geschehnisse und Information aus seiner Wissensumwelt und – vorausgesetzt er versteht und akzeptiert sie – nimmt in diversen Formen an dem Wissen der ihn umgebenden Objekte und Subjekte teil.

„Jeder von uns kann nur im Austausch mit anderen Wissensträgern und Wissensobjekten einen Erkenntnisfortschritt machen und sich weiterentwickeln.“ (Reinmann & Eppler, 2008, S. 42)

Konsequenterweise nimmt auch ein Knowledge Blogger die Rolle des Rezipienten ein, wenn er zum Beispiel andere Blogs besucht und die dort zur Verfügung gestellten Texte, Videos oder Audiobeiträge abrufen. Natürlich ist jeder Blogger vornehmlich ein Individuum, das sich außerhalb des Internets bewegt und dort Eindrücke und Informationen sammelt und verarbeitet. Der bloggende Wissensarbeiter schafft sich durch seine Teilnahme in der Community aber die Möglichkeit, leichter mit Menschen in Interaktion zu treten, die ähnliche Arbeitsabläufe bzw. -routinen haben und somit relevanten Input (im Vergleich zu klassischen Medien) ohne große Streuverluste bieten können.

Die beiden Rollen, die ein Mensch im Umgang mit Wissen einnehmen kann, sind, genau wie die Wissensumwelt, nicht klar getrennte Bereiche. Gerade innerhalb von Weblogs sind die Grenzen fließend, da ein Blogger im einen Moment als Produzent für seine eigene Website auftritt, im anderen Moment Beiträge von Kollegen, Freunden oder anderen liest und somit die Rolle des Rezipienten einnimmt.

Einführend in diesen Abschnitt wurde die Wichtigkeit beider Dimensionen für den Umgang mit Wissen betont: Wie bei einem Haus gibt es demnach Fenster und Türen, die den Austausch zwischen den beiden Polen ermöglichen. Wissen und all die damit verknüpften kognitiven und konstruktiven Aktivitäten des Individuums können wie Sauerstoff durch die Durchgänge zirkulieren und einen kontinuierlichen Luft- bzw. Wissensaustausch ermöglichen. Reinmann und Eppler

³⁸ Oft werden in Blogs Fragen der Autoren aufgeworfen, auf die sie selbst gerne eine Antwort hätten. Die Blogosphäre wird damit eingebunden und zur gemeinsamen Findung oder Weiterentwicklung einer Idee aufgefordert.

³⁹ Reinmann & Eppler (2008, S. 39) weisen allerdings darauf hin, dass es sich nur dann um Wissensobjekte handelt, wenn die „Nutzbarkeit über Zeit und Personen hinweg sowie Nachvollziehbarkeit“ (ebd.) gegeben ist.

ler (2008, S. 42) kombinieren die oben genannten vier Bausteine zu den „Vier Umwelt-Aktivitäts-Feldern“, wie nachfolgende Abbildung 5 illustriert:

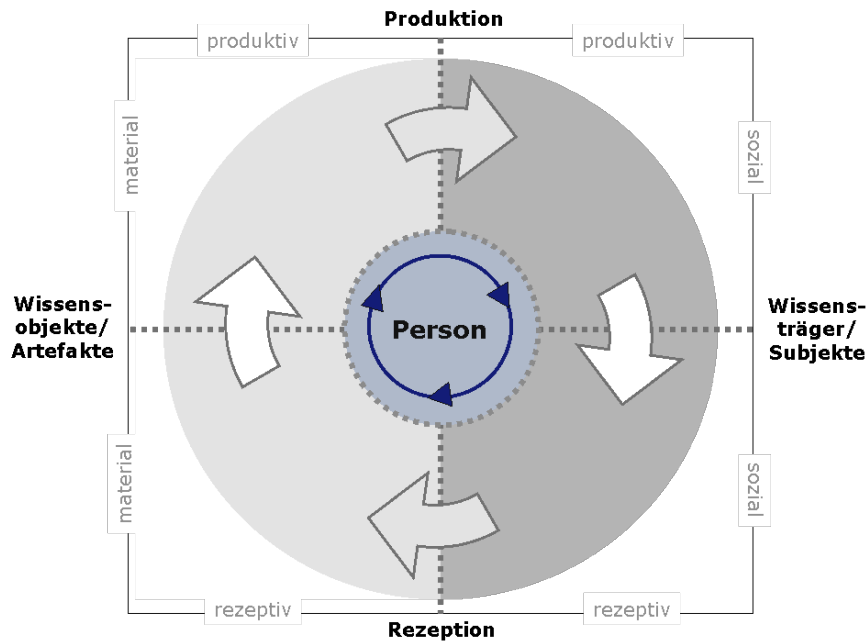


Abb. 5: Vier Umwelt-Aktivitäts-Felder (Reinmann & Eppler, 2008, S. 42)

Anhand der normalen Tätigkeit eines Wissensarbeiters lässt sich diese Grafik erklären: In der Mittagspause trifft man sich mit einem Kollegen und berichtet ihm über das neue Projekt, welches gerade konzipiert wird. In den Umwelt-Aktivitäts-Feldern ist hier der Bereich des „Sozial-Produktiven“ gemeint. Der Mitarbeiter erzählt daraufhin von dem Vorhaben einer Universität, von dem er gehört hat und das Anknüpfungspunkt bieten könnte. Diese Interaktion lässt sich im Feld „sozial-rezeptiv“ verorten: mit anderen Wissen austauschen und Wissen aufnehmen. Der Wissensarbeiter interessiert sich für das Projekt und recherchiert daraufhin im Internet darüber. Die Informationen, die er findet, sind äußerst hilfreich, er fasst sie beispielsweise in einem Mikroartikel⁴⁰ zusammen und veröffentlicht diesen daraufhin in seinem Weblog. Hier verschiebt sich die Aktivität des Wissensarbeiters hin zu einem materiellen Produktionsprozess: Wir sind in den Feldern „material-rezeptiv“ (für das Lesen der Informationen) und „material-produktiv“ (für das Verfassen des Mikroartikels) angekommen.

⁴⁰ Dieses Instrument des Wissensmanagement geht auf Willke (u.a. 2001, S. 107ff) zurück, der damit kurze Artikel meint, die in einer bestimmten Form gestaltet sind: Generiertes Wissen des Autors wird von ihm reflektiert und knapp zusammengefasst, sodass die individuelle Lernerfahrung für andere nachvollziehbar ist. Dieser Artikel wird publiziert und somit anderen Wissenssubjekten zugänglich gemacht. Der Mikroartikel ist damit zur Nutzung durch andere (z.B. durch Zitationen) offen und kann durch den Autor oder durch Leser kritisiert, verändert oder revidiert werden.

Der Mensch ist zur kontinuierlichen Wissensentwicklung auf den Input seiner Umwelt – sei es in Form von Wissensobjekten oder Wissenssubjekten – angewiesen. Trotzdem soll bei dieser Diskussion kein falscher Eindruck erweckt werden: Die Person ist und bleibt einzigartig. Jeder wird seine eigene Strategie im Umgang mit Wissen und den daran geknüpften Aktivitäten finden.

„Insofern sollte persönliches Wissensmanagement nicht als neue Religion der Wissensgesellschaft missverstanden werden, sondern kann als Wiederentdeckung des Menschen, seiner Individualität, Intelligenz, Kreativität und Vielfalt, in einer vom Markt und Organisationen dominierten und häufig normierten Welt verstanden werden.“ (Güldenbergs, o.J.)

Bisher ging es um die Frage, wie und in welchen Kontexten der Mensch mit der Ressource Wissen verfährt. Von dem *Wie* und *Wann* ergibt sich die Frage nach dem *Warum*: Inwiefern kann demnach Wissensmanagement für den Einzelnen fruchtbar und nützlich sein?

3.4.3 Wozu persönliches Wissensmanagement?

Der Wissensarbeiter ist durch seine Tätigkeit mit vielfältigen Problemen konfrontiert, die er alleine oder mit Hilfe anderer zu lösen versucht. Die zunehmende Komplexität der Probleme stellt die Wissensarbeiter auch vor die Herausforderung, einen innovativen und nicht durch Standardmethoden durchführbaren Lösungsweg zu liefern. „Das Ergebnis dieser Form persönlichen Wissensmanagements – die Problemlösung – ist eine *sichtbare* Leistung bzw. *Performanz*.“ (Reinmann & Eppler, 2008, S. 50, Hervorhebung i.O.) Diese Entscheidungen müssen oft ad hoc getroffen werden und können die Person damit unter enormen Druck setzen. Das persönliche Wissensmanagement kann hier nützliche Methoden und Werkzeuge liefern, um die operative Problemlösefähigkeit zu verbessern.

Aber auch über einen längeren Zeithorizont gesehen, ergeben sich durch das individuelle Wissensmanagement Chancen: Für die persönliche Profilbildung ist es entscheidend, sich mit den eigenen Stärken und Schwächen auseinanderzusetzen und Kompetenzen, die für die (berufliche) Zukunft von Nöten sind, zu entwickeln. „Entscheidend für den persönlichen Erfolg ist die Fokussierung [sic!] auf das Anforderungsprofil des Berufsbildes von morgen“ (Plefka, 2000, S.92).

Für die persönliche Weiterentwicklung ist die kontinuierliche Verbesserung von beiden Dimensionen – sowohl strategischen als auch operativen Zielen – unabdingbar. Durch die Nutzung diverser Werkzeuge und Instrumente des persönlichen Wissensmanagements kann diese Entwicklung von Performanz und Kompetenz positiv beeinflusst werden.⁴¹

⁴¹ Die verschiedenen Tools sind u.a. in Reinmann & Eppler (2008, S. 57ff), Reinmann (2008) und Lehner (2008, S. 177-268) ausführlich beschrieben.

Selbstverständlich sind auch persönliche Motive, die keinen expliziten beruflichen Nutzen haben ein möglicher Anknüpfungspunkt für das persönliche Wissensmanagement. Die Bedürfnisse, die ein Mensch hat und inwiefern diese in Verbindung mit dem Wissensmanagement des Individuums stehen, werden ausführlich in Abschnitt 4 behandelt.

3.5 Zwischenfazit

Dieses dritte Kapitel widmet sich dem Kontext Wissensmanagement. Dabei wurde der Begriff einführend als eine Interaktion von Wissensgenerierung, Wissensrepräsentation, Wissenskommunikation und Wissensnutzung nach dem „Münchener Modell“ dargestellt. Wie sich zeigt, sind alle der vier genannten Bausteine in Knowledge Blogs identifizierbar und nützlich. Spezielle Ausprägungen der einzelnen Funktionen von Wissen, beispielsweise die relativ informelle Wissenskommunikation in Weblogs, sind dabei nur ein Beleg für die Tauglichkeit der Begriffe an dieser Stelle.

Nach Reinmann (2005) ist der Wissenserwerb des Menschen durch drei Merkmale bestimmt: Die (1) Subjektbezogenheit – denn Wissen ist immer etwas sehr individuelles und einzigartiges – und die Fähigkeit des Individuums kognitive Strukturen (2) herauszubilden und (3) zu verstehen. Durch die veränderte Arbeitswelt und die gesteigerten Anforderungen an das Individuum ist auch ein Umdenken in Sachen Wissensmanagement von Nöten: Der psychologische Ansatz des Wissensmanagement ist durch den Fokus auf das Subjekt besonders geeignet um hilfreiche und nachvollziehbare Modelle für den Einzelnen zu liefern.

Wie der Mensch mit den Herausforderungen, die von innen und außen auf ihn einwirken, umgehen kann, wird anhand des Modells des persönlichen Wissensmanagements von Reinmann und Eppler (2008) dargestellt:

„Wenn von persönlichem Wissensmanagement die Rede ist, ist beides gemeint: einerseits, das eigene Wissen und das uns umgebende Wissen durch abgestimmte Tätigkeiten in die rechten Bahnen zu lenken und zu organisieren; andererseits, den vielfältigen Anforderungen an unser Handeln und Erkennen offen zu begegnen und mit vorhandenen Hilfsmitteln geschickt umzugehen.“ (Reinmann & Eppler, 2008, S. 13f)

Neben dem Umgang mit Artefakten begibt sich der Mensch in den sozialen Austausch und kann durch das dynamische Miteinander beider Bereiche Wissen generieren und ausbauen. Für den Umgang mit Weblogs kann dies zum einen die (Fach-)Community des einzelnen sein, die seine soziale Wissensumwelt darstellt. Als ein Beispiel für die materielle Wissensumwelt des Bloggers lässt sich u.a. ein Fachartikel oder ein fremder Blogbeitrag nennen. Ein Erkenntnisgewinn auf der Ebene des Individuums ist durch die Einnahme zweier Rollen denkbar, nämlich als Rezipient oder als Produzent von Wissen. Innerhalb

von Weblogs zeigen sich diese verschiedenen Rollen entweder als Leser (Rezipient) oder als Autor (Produzent) der diversen Blogbeiträge.

Der folgende Abschnitt widmet sich dem Thema Knowledge Blogs aus einer motivationspsychologischen Sichtweise. Nach einer kompakten Darstellung der verschiedenen Richtungen der Motivationspsychologie wird der in dieser Arbeit zugrunde liegende Ansatz der Selbstbestimmungstheorie näher beleuchtet.

4. **Motivationspsychologie und Weblogs – eine Verortung**

Die Motivationspsychologie ist ein weitläufiges Gebiet, das über die Jahrzehnte zahlreiche Erklärungsversuche für menschliches Verhalten geliefert hat. Weiner (1994) stellt die „Triebreduktionstheorien“ (ebd., S. 9) an den Anfang der Entwicklung. Freuds Psychoanalyse und Hulls „Triebtheorie“ sind dabei klassische Vertreter dieses Forschungszweiges. Die grundlegende Annahme ist hierbei das Bedürfnis des Menschen, seine Triebe (z.B. Ernährung und Sexualität) zu befriedigen. Das Konzept gilt aus heutiger Sicht überholt: mangelnde empirische Belege bzw. widersprüchliche Ergebnisse in der Forschung lassen stark an den Theorien zweifeln (vgl. u.a. Rheinberg, 2000, S. 38ff).

Die „kognitive Wende“⁴² führte auch in der Motivationspsychologie zu einer Abkehr vom „Black-Box“⁴³-Denken und in der Folge zeigte sich die Forschung offener hinsichtlich einer Ausrichtung mit stärkerem humanistischem Charakter. Die Association for Human Psychology (AHP) definiert ihren Blick auf menschliches Verhalten folgendermaßen:

„Humanistic psychology is a value orientation that holds a hopeful, constructive view of human beings and of their substantial capacity to be self-determining.“ (AHP, 2008, Hervorhebung durch die Verfasserin, T.B)

Bereits hier wird die prinzipielle Fähigkeit des Menschen, selbstbestimmt zu handeln, deutlich. Die Selbstbestimmungstheorie (aus dem Englischen: „Self-Determination-Theory“) von Deci und Ryan (1985; 2000) stellt eben diese Frage nach Selbstbestimmtheit in den Fokus der Untersuchungen⁴⁴. Im Folgenden wird die Theorie zunächst hinsichtlich ihrer Grundkonzeption und danach im Hinblick auf die Anwendung zum Thema Knowledge Blogs untersucht.

4.1 Bausteine der Theorie

Die Selbstbestimmungstheorie besteht im Grunde aus vier kleineren Theorien, die unterschiedliche Aspekte menschlicher Motivation betonen: Die *Cognitive Evaluation Theory* beschäftigt sich mit den Effekten des sozialen Kontexts auf die intrinsische Motivation. Die *Organismic Integration Theory* stellt die Frage nach der Internalisierung, insbesondere in Hinblick auf die extrinsische Motiva-

⁴² Die „Kognitive Wende“ beschreibt die Abwendung vom Behaviorismus, der in der Psychologie prägend für die Forschung zu Beginn des 20. Jahrhunderts war, hin zum Kognitivismus. Dabei werden die Informationsverarbeitungsprozesse des Individuums in den Fokus gerückt (vgl. u.a. Newell & Simon, 1972).

⁴³ Das Stimulus-Response-Modell prägt die Denkweise der Behavioristen. Die Prozesse, die im menschlichen Gehirn während der Informationsverarbeitung auftreten, werden außer Acht gelassen. Das Gehirn ist die „schwarze Kiste“ – von außen ist nicht ersichtlich, was wann und warum abläuft. Der Psychologe versucht demnach seine Deutungen über menschliches Verhalten unter Ausschluss der Kenntnisse über kognitive Vorgänge zu tätigen (vgl. Stangl, o.J.).

⁴⁴ In diesem Zusammenhang lesenswert ist die „Person-Centered Personality Theory“ von Rogers (1959), die von ähnlichen Grundannahmen wie Deci und Ryan ausgeht, nämlich dem Streben des Menschen nach Autonomie und Selbstbestimmtheit.

tion, in den Vordergrund. In der *Causality Orientation Theory* werden Erklärungsversuche für die Tendenz des Menschen nach selbstbestimmten Handlungen und den Einfluss des sozialen Umfelds auf selbige geboten. Die Frage der menschlichen Grundbedürfnisse wird, wie bereits skizziert, in der *Basic Needs Theory* dargestellt.

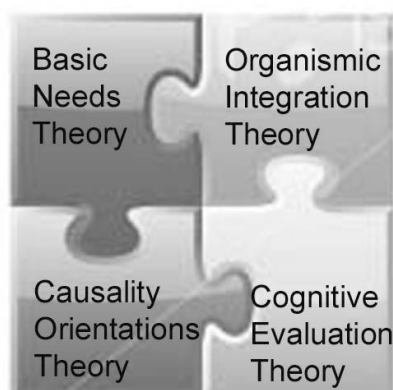


Abb. 6: Bausteine der Selbstbestimmungstheorie (eigene Darstellung)

Grundlegend an der Theorie der beiden Forscher ist die Annahme, dass der Mensch nach der Befriedigung von drei zentralen Grundbedürfnissen strebt: *Kompetenz*⁴⁵, *Autonomie* und *soziale Eingebundenheit*.

„[...] we assert that there are not instances of optimal, healthy development in which a need for autonomy, relatedness, or competence was neglected, whether or not the individuals consciously valued these needs. In short, psychological health requires satisfaction of all three needs; one or two are not enough.“ (Deci & Ryan, 2000, S. 229)

Dem Individuum ist es ein Anliegen, durch sein eigenes Tun eine Leistung zu erbringen, wodurch es sich kompetent erlebt. Dabei will es frei über sein Handeln entscheiden können. Eingebunden in den sozialen Lebensraum strebt der Mensch nach der Akzeptanz und Anerkennung seiner Leistungen durch andere. Pointiert kann man deshalb sagen: Will der Einzelne als Person wachsen und sich (auch in seiner Lebensumwelt) wohl fühlen, so müssen diese drei Grundbedürfnisse zu einem Mindestmaß erfüllt sein.

⁴⁵ Deci und Ryan legen für ihren Kompetenzbegriff die Auffassung Whites (1959) zugrunde, der Kompetenz definiert als „an organism’s capacity to interact effectively with its environment.“ (ebd., S. 297). White stellt in seinem Aufsatz Mängel an der Triebtheorie fest und identifiziert eine im Menschen innewohnende Energiequelle, die nicht durch das Bedürfnis nach Ausgleich eines Defizits zu erklären ist. Zwar spricht White von „Motiv“ und nicht von „Bedürfnis“, wie Deci und Ryan das tun. Letztere sagen trotzdem, dass „his formulation was fully consistent with our definition of a *psychological need*.“ (Deci & Ryan, 2000, S. 231, Hervorhebung i.O.).

Da von intentionalem Verhalten ausgegangen wird, gliedert sich die Selbstbestimmungstheorie in die Reihe der kognitiven Motivationstheorien ein, die ähnlich wie Bandura (1977) – mit der Annahme von Selbstwirksamkeitserwartungen – oder Rotter (1954) von einem Streben nach Erreichung eines Zieles beim Menschen ausgehen. Der entscheidende Unterschied bei der Theorie von Deci und Ryan ist die schrittweise Nuancierung in der Handlungsregulation: Es wird davon ausgegangen, dass diese sich auf einem Kontinuum zwischen Fremd- und Selbstbestimmtheit bewegt.

Was treibt nun einen Wissensarbeiter an, ein Knowledge Blog zu führen? Ich gehe davon aus, dass die von Deci und Ryan postulierten Grundbedürfnisse sich auch auf das Bloggen übertragen lassen. Im folgenden Abschnitt wird versucht diese Annahme hinreichend zu begründen.

4.2 Knowledge Blogs und Kompetenz

„Tu Gutes und rede darüber.“ (Zedtwitz-Arnim, 1978) – Dieser in Public Relations-Kreisen beliebte Ausspruch lässt sich auch an dieser Stelle verwenden: Wer über Wissen verfügt, der will verständlicherweise auch, dass dieses von der Außenwelt wahrgenommen wird. Die eigene Kompetenz wirksam und effektiv nach außen zu kommunizieren – mit dem Medium Weblog ist die Darstellung der eigenen Fähigkeiten gegenüber einer potenziellen Öffentlichkeit relativ einfach. Welches Fachgebiet das eigene Wissen dabei abdeckt, ist erst einmal zweitrangig, denn die Diversität des Publikums ermöglicht eine Spezialisierung des eigenen Wissens und das Gefundenwerden durch die interessierte Zielgruppe. Die Rezipienten erhalten die Möglichkeit, auf die Beiträge des Autors (sichtbar) zu reagieren und ihm z.B. durch Kommentare unmittelbares Feedback zu geben. Der Knowledge Blogger erhält dadurch zeitnahe Rückmeldungen über seine (im Optimalfall positiv wahrgenommene) Kompetenz und fühlt sich in seiner Leistung und seiner Person bestätigt. Diese Selbstwirksamkeitserfahrung dient der eigenen Kompetenzentwicklung. Dass die Leser mit den Meinungen und Anschauungsweisen des Autors konfrontiert und somit gegebenenfalls überzeugt oder zumindest zur Diskussion angeregt werden, unterstützt dieses Kompetenzerlebnis. Wenn der Blogger im umgekehrten Fall kein Feedback bekommt, so könnte seine Motivation zum Führen des Weblogs nachlassen. Schmidt und Wilbers (2006, S.21) stellen in ihrer Studie fest, dass besonders Personen, die weniger als drei Monate ein Weblog geführt hatten, ihre Tätigkeit als Blogger aufgrund von mangelndem Feedback eingestellt haben.

Neben der Möglichkeit des „Going Public“ mit der eigenen Leistung eignet sich das Weblog als Dokumentationsmedium ebenfalls zur Steigerung des Kompetenzerlebnisses: Die Beiträge und/oder Links markieren jeweils Abschnitte im (Berufs-)Alltag des Autors, die für ihn durch die chronologische Anordnung einfach auffindbar und – vorausgesetzt es wurden entsprechende Kategorien angelegt – anhand von Schlagworten sortiert werden können. In der Rückschau kann der Verfasser des Weblogs über seine Tätigkeit der letzten

Zeit reflektieren und sich die von ihm bereits behandelten Inhalte erneut erschließen. Die kompakte Darstellung der thematisierten Bereiche ist im Sinne des persönlichen Wissensmanagement eine Art „Mini-Bilanz“ der persönlichen Leistung. Empirisch lassen sich diese Annahmen durch die Befunde von Schmidt und Mayer (2006) stützen, die belegen, dass Knowledge Blogger⁴⁶ aus dem Motiv des „Wissen-Teilens“ (ebd., S. 6) ein Weblog führen und dabei ihre Identität im Vergleich zu anderen Bloggern eher preisgeben – beispielsweise in den bereits erwähnten „About me“-Seiten (ebd., S. 9). Wird von der Prämisse ausgegangen, dass man sich vorzugsweise dann als Urheber eines Beitrags bekennt, wenn man sich selbst als kompetent oder versiert in diesem Bereich empfindet, so unterstreicht das Ergebnis von Schmidt und Mayer die oben getroffenen Aussagen. Obwohl aufgrund der Zielgruppe nicht völlig passgenau, kann auch die Studie von Reichmayr (2005) als Indiz für das Bedürfnis nach Kompetenzerlebnis gewertet werden: Ihre Studie⁴⁷, die sich mit Jugendlichen als Weblogautoren beschäftigt, zeigt, dass Gründe für das Bloggen unter anderem „sich selbst nach außen zu präsentieren“ (ebd.; S. 7) sind. Die Studie der Universität Zürich kann als Nutzungsmotive ebenfalls „Identitätsmotive“ (Mögerle, 2008, S. 2) nachweisen, die den Wunsch des Individuums zur Darstellung seiner Kompetenzen belegen.

4.3 Knowledge Blogs und soziale Eingebundenheit

Denkt man über die Praktik des Bloggens nach, stellt sich die Frage, warum Autoren von Weblogs nicht lieber zu Papier und Stift greifen und ihre Gedanken auf konventionelle Art und Weise festhalten. Wer argumentiert, handschriftliche Aufzeichnungen seien nicht mehr üblich, dem kann entgegengesetzt werden, dass auch eine Aufzeichnung der Geschehnisse in digitaler, aber nicht öffentlicher Form, prinzipiell möglich ist. Es muss demnach ein grundsätzliches Interesse bestehen, von anderen Personen im Internet wahrgenommen zu werden. Neben den bereits erläuterten Gründen des Kompetenzerlebnisses postulieren Deci und Ryan das Bedürfnis nach sozialer Eingebundenheit des Menschen⁴⁸. Die technische Anlage von Weblog-Software oder Weblog-Providern unterstützt dieses Bedürfnis: So ist es beispielsweise Usus geworden, innerhalb der Blogroll auf Weblogs zu verlinken, mit denen der Autor eine Verbindung hat. Diese Verbindung kann entweder inhaltlich oder personenbezogen sein: inhaltlich insofern, als dass auf Weblogs verwiesen wird, die ähnliche oder anknüpfende thematische Schwerpunkte wie das eigene Weblog aufweisen – personenbezogen dann, wenn die Links auf Freunde, Bekannte oder Kollegen hinweisen, de-

⁴⁶ Die Untersuchung von Schmidt und Mayer (2006) bezieht sich auf die Umfrage von Schmidt und Wilbers (2006), wobei spezielle Auswertungen für die Gruppe der Blogger vorgenommen wurden, die als Motiv für das Führen eines Weblogs „Wissen teilen“ angaben.

⁴⁷ Die Studie basiert auf einer Kombination von Analyse der Weblogs und einer Befragung von 40, größtenteils weiblichen Jugendlichen zwischen 13 und 24 Jahren aus dem deutschsprachigen Raum. Der Untersuchungszeitraum ist Mai 2005.

⁴⁸ Einen empirischen Nachweis für das Bedürfnis nach sozialer Eingebundenheit konnten u.a. Reis, Sheldon, Gable, Roscoe und Ryan (2000) liefern.

ren Blog regelmäßig gelesen wird. Schmidt und Wilbers (2006) konnten in ihrer Studie feststellen, dass 85 Prozent der Befragten solche Autoren in die Blogroll aufnehmen, die sie selbst regelmäßig lesen (ebd., S.17). Einen Hinweis auf die Reziprozität der Blogger gibt folgendes Ergebnis der gleichen Befragung: Rund ein Viertel der aktiven Blogger nehmen Personen, die auf das eigene Weblog verweisen, ebenfalls in ihre Blogroll auf (ebd.). Es liegt die Vermutung nahe, dass sich die Blogger durch den Verweis auf ihre Seite entweder geehrt fühlen oder aus einem Gefühl der Verpflichtung heraus handeln – denkbar ist natürlich auch eine Kombination beider Faktoren. Die Möglichkeit des automatischen Abrufs regelmäßig gelesener Weblogs über ein RSS-Feed ist ein weiteres Indiz für den Wunsch der User über die aktuellen Geschehnisse ihres sozialen Netzwerks auf dem Laufenden zu bleiben. Schmidt und Wilbers (2006, S. 22) konnten bei über 40 Prozent der Blogger eine Nutzung von RSS-Feeds nachweisen. Beinahe die gleiche Anzahl an Probanden war zumindest mit der Möglichkeit des automatischen Abrufs von neuen Weblogeinträgen vertraut. In Anbetracht des Zeitpunkts der Studie kann die Vermutung geäußert werden, dass diese Technologie mittlerweile noch weiter verbreitet ist. Aus nachvollziehbaren Gründen ist die Qualität von virtuellen Kontakten in diesem Kontext nicht mit „realen“ Freunden, Kollegen und Bekannten gleichzusetzen – letztgenannte Beziehungen weisen wohl einen größeren Grad der Verbindlichkeit auf – trotzdem scheint der Wunsch nach sozialer Eingebundenheit auch in der Blogosphäre vorhanden zu sein.

Gerade in der wissenschaftlichen Weblog-Community zeigt sich ein Trend zur virtuellen Vernetztheit. Portale wie das „Wissenschafts-Café“⁴⁹ haben es sich zum Ziel gesetzt, die verschiedenen User, die sich selbst als wissenschaftliche Blogger fühlen, virtuell zusammen zu bringen und ihnen eine gemeinsame Plattform zu bieten. Wer sich als Teil der Community fühlt oder eine Aufnahme anstrebt, der kann durch diese Möglichkeiten Teil des Netzwerkes werden und die Aufmerksamkeit auf sich und seine Gedanken lenken. Einige wissenschaftliche Blogger sind nach eigenen Aussagen mittlerweile auch über die Grenzen des Internets hinaus miteinander bekannt. Auf Tagungen, Workshops und Barcamps⁵⁰ ist es möglich, die Personen, die sich hinter den Weblogs verbergen, näher kennen zu lernen und auch einen fachlichen Diskurs face-to-face zu führen. Dazu schreibt Spannagel in der Vorbereitung auf eine Fachtagung in seinem Weblog:

⁴⁹ URL: <http://www.wissenschafts-cafe.net/> (Datum des Zugriffs: 25.08.08).

⁵⁰ Diese relativ neue Form des Zusammentreffens von Menschen ähnlichen Interesses geht auf Tim O'Reilly zurück, der durch seine „FooCamps“ (Foo= Friend of O'Reilly) den Austausch zu den Weiterentwicklungen des Internets vorantreibt. Diese Idee wurde aufgegriffen und wird nun immer häufiger auch im deutschsprachigen Raum umgesetzt. Barcamps werden relativ kurzfristig und frei geplant. Es gibt nur wenige Vorgaben über den Ablauf, jedoch sollte jeder Teilnehmer in irgendeiner Art und Weise aktiv an der Veranstaltung teilnehmen, d.h. durch die Gestaltung eines Zeitfensters. Es ist auch möglich in einem Blogeintrag über die Ergebnisse zu berichten (vgl. Patzig, 2007).

„Jetzt schon lässt sich sagen, dass ich noch nie so gespannt auf eine Tagung war wie dieses Mal. Und dies liegt hundertprozentig an dem „Knüpfen des sozialen Netzes“, das wir seit Monaten im virtuellen EduCamp-Bereich machen und das zu intensiven inhaltlichen Diskussionen geführt hat.“ (Spannagel, 2008a)

Die über das Bloggen und Netzwerken entstandenen Kontakte werden demnach durchaus außerhalb des „Cyberspaces“ weitergeführt. Empirische Hinweise, die genau diese Verknüpfung von realen und virtuellen Kontakten thematisiert, liefert die Studie von Xie und Sharma (2005): Sie konnten feststellen, dass Studierende, die das Medium Weblogs innerhalb eines Kurses nutzen, besonders den Community-Gedanken als angenehm empfinden. Dass die jüngeren Blogger prinzipiell ein gesteigertes Bedürfnis nach der Eingebundenheit in die soziale Gemeinschaft haben, konnte auch Reichmayr (2005, S.7) zeigen. Die Wichtigkeit des Gefühls der Gemeinschaft bestätigt auch die Universität Zürich mit ihren Daten: Demnach ist ein starker sozialer Austausch wichtig und förderlich für die Integration des Bloggers in die Community (vgl. Mögerle, 2008, S.3).

4.4 Knowledge Blogs und Autonomie

„[...] *autonomy* refers to being the perceived origin or source of one's own behavior.“ (Ryan & Deci, 2002, S. 8, Hervorhebung i.O.) Unter Autonomie wird in der Selbstbestimmungstheorie das Verhalten verstanden, welches das Individuum als Ausdruck seines Selbst empfindet. Ob die Handlungen von externen Quellen beeinflusst oder inspiriert sind, spielt dabei keine Rolle. Deshalb darf man das Autonomieerleben, wie es in der Selbstbestimmungstheorie gesehen wird, nicht mit einer Unabhängigkeit von äußeren Einflüssen gleichsetzen. Autonomie ist die Freiheit⁵¹ des Einzelnen zu entscheiden, was er wann tut. Ein Beispiel soll den Unterschied zwischen der landläufigen Rezeption von Autonomie (nämlich im Sinne der Unabhängigkeit von anderen) und der Verwendung des Konzepts in diesem Kontext erläutern: Viele Blogger entscheiden sich nicht aus einem spontanen Einfall heraus für das Führen eines Weblogs – vielmehr lernen sie über Freunde, Kollegen oder in den Medien über diese Art der Kommunikation und ihr Interesse wird geweckt. Sie sind demnach nicht unabhängig in ihrer Entscheidung zum Führen eines Online-Journals, aber sie entscheiden sich willentlich dafür, weil die Idee im Einklang mit ihren Ansichten steht.

⁵¹ An dieser Stelle soll die aktuelle Diskussion um den „freien Willen“ nicht unterschlagen werden. Vertreter des persönlichen Determinismus – zu nennen sind im deutschsprachigen Raum v.a. Roth und Singer proklamieren die Nichtexistenz des freien Willens und sehen somit der Auffassung von Autonomie, wie sie hier verwendet wird, als Streitbar an (vgl. u.a. Singer, 2003; Singer, 2002; Roth, 2006). Deci und Ryan sprechen aber nie von Autonomie als „Entweder-Oder-Zustand“, der entweder vorhanden ist oder eben nicht. Vielmehr ist Autonomie in verschiedenen Abstufungen denkbar (vgl. Ryan & Deci, 2006).

Der Knowledge Blogger entscheidet in den meisten Fällen frei, was er zum Thema seines Beitrags macht. Dabei greift er vielfach auf Anregungen aus dem bloggenden Umfeld oder seinen Mitarbeitern zurück – mögliche Anreize sind zahlreich vorhanden – in der Regel wird er aber nicht gezwungen werden, über dieses oder jenes Thema zu schreiben. Hier unterscheidet sich der Knowledge Blog immens von Corporate Blogs. Diese, in das Instrumentarium der externen Kommunikation eingebundene Möglichkeit zur Selbstdarstellung des Unternehmens, wird nicht unmittelbar die Meinung des (anonymen) Schreibers wiedergeben, sondern versuchen, die Werte und Ziele des Unternehmens global zu vermitteln. Beim bloggenden Wissensarbeiter ist die Identität meistens einfach zu ermitteln: Über das Impressum oder die Autorenhinweise geben bereits viele Blogger ihre Urheberschaft in persona preis – bei Corporate Blogs wird man des Öfteren auf Administratoren oder allgemeine Verantwortlichkeiten verwiesen.

Wer innerhalb seines Weblogs seine Gedanken für die Nachwelt festhält, beweist demnach seine Autonomie – schließlich findet hier eine wirksame Darstellung des Selbst nach außen statt. Der reflexive Charakter, der Weblogs dabei zukommt, darf nicht unterschätzt werden: Durch die Materialisierung seines Wissens beschäftigt sich der Urheber mit Themen auf verschiedenste Weise. Themen, die den Einzelnen interessieren, so zu explizieren, dass sie auch von einer potenziellen Öffentlichkeit wahrgenommen werden können, verlangt nach einer reflexiven Auseinandersetzung mit den Inhalten. In der Untersuchung von Xie und Sharma (2005) konnte gezeigt werden, dass gerade durch Knowledge Blogs die Fähigkeit zu Reflexion angeregt und somit das Autonomieerlebnis begünstigt wird.

4.5 „Ich kann nichts dafür“ – wer oder was das Verhalten steuert

Ganz grundlegend wird in der Selbstbestimmungstheorie zwischen motiviertem und „amotiviertem“ Verhalten unterschieden (vgl. Deci & Ryan, 1993). Letzteres ist beispielsweise der Fall, wenn man ohne bestimmtes Ziel vor dem Fernseher sitzt und „döst“ – es fehlt hier der Tatbestand der Intentionalität, der charakteristisch für motiviertes Verhalten ist. Intentionale Handlungen werden in der Selbstbestimmungstheorie als ein Kontinuum verstanden, das von fremdbestimmt bis selbstbestimmt reichen kann. Durch „Integration“ oder „Internalisation“ ist es möglich, extrinsisch motivierte Verhaltensweisen in selbstbestimmte Handlungen umzuwandeln. Die Internalisierung kennzeichnet die Überführung von externalen in interne Werte. Eine Stufe weiter geht die Integration, bei der die Werte und Normen nicht nur aufgenommen, sondern Teile des Selbstkonzepts der Person werden. Folgende Abbildung 7 zeigt die möglichen Abstufungen der Handlungsregulation, die in einem nächsten Schritt ausführlicher erläutert werden.

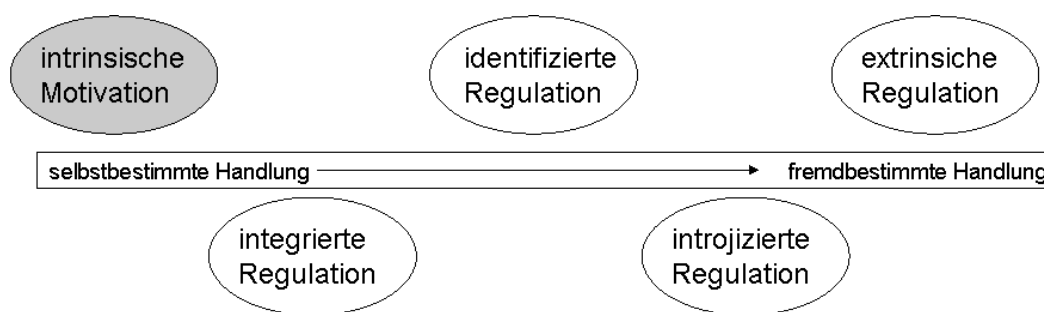


Abb. 7: Handlungsregulation in der Selbstbestimmungstheorie (eigene Darstellung)

4.5.1 Intrinsische Motivation

Die *intrinsische Motivation* nimmt eine Sonderstellung ein, da sie „per definitionem selbstbestimmt“ (ebd., S. 226f) ist. Jemand, der intrinsisch motiviert ist, der handelt aus einem inneren Antrieb heraus. „External incentives are not apparent.“ (Deckers, 2001, S. 283) Die Tätigkeit, der er in diesem Zustand der Motivation nachgeht, verrichtet er aus Freude oder genuinem Interesse an der Sache – nicht, weil jemand von außen ihn dazu angehalten hat (vgl. u.a. Heckhausen, 1989).

„Perhaps no single phenomenon reflects the positive potential of human nature as much as intrinsic motivation, the inherent tendency to seek out novelty and challenges, to extend and exercise one's capacities, to explore, and to learn.“ (Deci & Ryan, 2000, S. 70)

Wer sich in dieser Stufe der Motivation befindet, kann Höchstleistungen erbringen: Studien zeigen, dass nicht nur Leistung, Ausdauer und Kreativität durch intrinsische Motivation gefördert werden. Auch das Selbstbewusstsein und das generelle Befinden des Einzelnen werden durch die erbrachte Leistung positiv beeinflusst (vgl. Ryan & Deci, 2000). Diese Auffassung findet große Übereinstimmungen mit der Flow-Forschung: Csikszentmihalyi (1990) konnte nachweisen, dass ein ausgewogenes Verhältnis von Anforderung und Fähigkeit dem Individuum den gewissen „Kick“ geben kann, sodass es alles um sich herum vergisst und ganz in der ausgeführten Tätigkeit aufgeht – „man ist mit ihr verschmolzen“ (Rheinberg, 1996, S. 105).

Ein Knowledge Blogger, der bloggt, weil er ganz in der Tätigkeit aufgeht: Utopie oder gar nicht so unwahrscheinlich? Tatsache ist, dass das Führen eines Knowledge Blogs aus einem inneren Drang heraus die optimale Form des Bloggens wäre – zumindest hinsichtlich der zu erwartenden Lernerfahrung und Schärfung der Reflexionsfähigkeit des Einzelnen (Deci & Ryan, 2000). An diesem Punkt kommt nämlich wieder die oben beschriebene Autonomie ins Spiel: Wer selbstbestimmt handelt, der fühlt sich autonom und kompetent. Wie ein Kreislauf führt dieses Erlebnis der Autonomie und Kompetenz zu einer Steigerung der intrinsischen Motivation.

4.5.2 Integrierte Handlungsregulation

Die nächste Stufe der Handlungsregulation ist die *integrierte Regulation*. Sie ist der intrinsischen Motivation am ähnlichsten, obschon hier Anteile externer Steuerung zu finden sind.

„Der Unterschied ist, daß intrinsisch motivierte Verhaltensweisen autotelischer Natur sind, während integriertes (extrinsisches) Verhalten eine instrumentelle Funktion besitzt, aber freiwillig ausgeführt wird, weil das individuelle Selbst das Handlungsergebnis subjektiv hoch bewertet.“ (Deci & Ryan, 1993, S. 228)

Für den Knowledge Blogger würde dieses Stadium der Handlungsregulation zutreffen, wenn er beispielsweise durch eine Anregung von Kollegen oder Bekannten auf das Bloggen gestoßen wäre, mittlerweile aber von der Nutzung des Mediums überzeugt ist und die Tätigkeit als Blogger in sein Selbstbild integriert hat. Sein Weblog und das Schreiben dafür gehen konform mit seinen Einstellungen und Werten und werden nun aus einer inneren Überzeugung heraus weitergeführt.

4.5.3 Identifizierte Regulation

Betrachtet man die unter 4.5 stehende Abbildung 7 noch einmal, so ist der nächste Schritt in Richtung einer fremdbestimmten Handlung die *identifizierte Handlungsregulation*. Die Tätigkeit wird hier als wichtig und richtig erachtet und in der Folge vom Selbst als erstrebenswert anerkannt. Die Handlung wird ausgeführt, weil es für den Einzelnen eine persönliche Relevanz hat. Wird der fiktive Knowledge Blogger nochmals zur Veranschaulichung herangezogen, so ließe sich diese Stufe der Regulation folgendermaßen erklären: Wird dem Wissensarbeiter innerhalb seiner Organisation zum Führen eines Weblogs geraten, kann nicht von intrinsischer Motivation gesprochen werden. Trotzdem ist es nicht unwahrscheinlich, dass der Mitarbeiter den Nutzen und die Funktionen des Weblogs in Laufe seiner Autorenschaft als reizvoll und wichtig empfindet und sich damit identifiziert. Es findet hier zwar keine Integration in das Selbst statt, dennoch kann bei dieser Handlung von einer gewissen Form von Autonomie gesprochen werden – allerdings mit stärkeren externalen Einflussfaktoren.

4.5.4 Introjizierte Regulation

Bei der nächsten Form der Motivation, der *introjizierten Regulation*, kann man – bildlich gesprochen – von einer Spaltung der Person sprechen. Die Gründe einer Handlung sind durchaus intern begründet, aber sie wird vom Individuum als kontrollierte Handlung wahrgenommen. Der Ort der Handlungsverursachung

(„Locus of Causality“, deCharms, 1968) wird von innen nach außen verschoben. Es ist dabei nicht gemeint, dass eine äußere Kraft den betroffenen Menschen antreibt, die Handlung so oder anders auszuführen. Der Betroffene handelt aus einem inneren Antrieb, weil er denkt, man müsse sich so verhalten. Im Kontext der Knowledge Blogs lässt sich dieses Phänomen vielleicht treffend als „Mitläufertum“ bezeichnen. Wer sein Weblog nur führt, weil „jeder“ das tut oder weil gedacht wird, sonst verliere man den Anschluss zur (digitalen) Welt, bei dem würde man wohl von einer introjizierten Handlungsregulation sprechen. Xie und Sharma (2005) konnten auch feststellen, dass einige Blogger Bedenken wegen der mangelnden Privatsphäre im Internet bzw. ihren Weblogs haben und aufgrund dieser Sorgen ihre Schreibtätigkeit aufgeben. Hier zeigt sich das Gefühl von Autonomieverlust: Der Blogger fühlt sich nicht mehr Herr der Dinge und der Grad der Fremdbestimmtheit nimmt eindeutig zu. Für einen Außenstehenden ist es nicht ersichtlich, dass das Bloggen in diesem Fall nicht aus persönlichem Interesse durchgeführt wird – zeigen wird sich das aber eventuell in der Aufgabe des Weblogs, sobald sich die Gelegenheit dazu bietet. Nicht selten wird ein Weblog wieder eingestellt oder vernachlässigt, weil der innere Antrieb zum Schreiben fehlt. Im Internet bzw. dem Web 2.0 ist bisweilen ein gewisser sozialer Druck zu spüren, der den einzelnen dazu veranlasst, sozialen Netzwerken beizutreten oder treu zu bleiben. Ein Erfahrungsbericht einer Studentin, die „digitale[n] Selbstmord“ (Lüpke-Narberhaus, 2008) betreibt, zeigt dies anschaulich. Nachdem sie sich auf einen Schlag von allen Online-Netzwerken abmeldet, beschreibt sie folgende Situation:

„Etwas verloren sitze ich mit einer Zeitung auf dem Sofa. Ich fühle mich außen vor. Als würde in der Nachbarwohnung eine Riesenparty steigen und ich bin nicht eingeladen.“ (ebd.)

Es ist nicht auszuschließen, dass sich mehr Personen so fühlen, aber aus einer gefühlten Verpflichtung heraus trotzdem „dabei“ bleiben. Jemand, der nicht wirklich von Sinn und Zweck seines Tuns überzeugt ist, der kann langfristig sogar von Problemen, die von schlechter Performanz bis Angst und Scham reichen, geplagt werden (vgl. Patterson & Josephs, 2007, S. 131f). Für einen Knowledge Blogger also keine optimalen Voraussetzungen zum Starten bzw. Führen eines Weblogs.

4.5.5 Externale Regulation

Am Ende des Kontinuums zwischen Selbst- und Fremdbestimmtheit steht die *externale Regulation*. Handlungen, die nur deshalb ausgeführt werden, weil eine dritte Person es so will oder weil man Angst vor Strafe im Falle der Nichtausführung hat, sind weder der Sache noch der ausführenden Person dienlich. Zwar ist der Aspekt der Intentionalität gegeben, aber von Autonomie kann in diesem Fall nicht mehr gesprochen werden. Der Knowledge Blogger, der einzig und allein deshalb bloggt, weil er dazu gezwungen wird (z.B. durch den Arbeit-

geber), wird damit wenige Erfolge feiern. Selbstverständlich besteht die Chance, dass ihm das Bloggen so viel Spaß und Freude bereitet, dass ein Prozess hin zu einer introjizierten oder gar identifizierten Verhaltensregulation stattfindet – bedenkt man aber die fehlende Autonomie des Betroffenen (und die ist essenziell beim Erreichen von höheren Stufen der Handlungsregulation), so ist dies eher unwahrscheinlich. Das Handeln aufgrund von erwarteter Belohnung oder Angst vor Strafe erinnert stark an Skinner (1954), der mit der operanten Konditionierung genau dieses Phänomen beschrieben hat (vgl. auch Lukesch, 2001, S. 331-371; Mazur, 2006, S. 199-206). Nicht umsonst wird diese Form des Lernens heute nicht mehr in modernen Bildungseinrichtungen praktiziert: Der (Lern-)Erfolg ist nämlich nicht sehr dauerhaft und hoch. Verstärkung ist nicht die „einzige Determinante des Verhaltens“ (Mazur, 2006, S. 215) Ein weiterer interessanter Aspekt, kommt der Rolle des Wissensarbeiters zu: In einer Wissensgesellschaft ist es unabdinglich, dass eine offene Wissenskultur herrscht, das heißt, Wissensteilung und Wissenstransfer sollten als selbstverständlich gelten. Das hehre Ziel „Wissen zu teilen“, wird in Untersuchungen von Weblogs immer wieder als Motiv zum Schreiben angegeben (vgl. u.a. Schmidt & Wilbers, 2006). Es gibt jedoch empirische Nachweise dafür, dass Personen, die extrinsisch motiviert sind, weniger empathisch sind und Freunden bei Problemen seltener helfen, als Personen, die intrinsisch motiviert sind (vgl. Sheldon & Kasser, 1995). Hier liegt die Frage nahe, ob sich das auch auf die Akzeptanz von Wissensteilung etc. auswirkt: Extrinsische Motivation wäre in diesem Fall sogar kontraproduktiv für fruchtbare Prozesse im Wissensmanagement. Nonaka, Toyama und Byosière (2001) sehen genau diese Eigenschaften des Individuums als notwendige Voraussetzungen für die Schaffung und den Austausch von Wissen: „[...] knowledge-producers need to be highly inspired and committed to their goal. They also need to be selfless and altruistic.“ (ebd., S. 510) Hält man sich das Idealbild des Wissensarbeiters nochmals vor Augen, wird schnell klar, dass ein Zwang und/oder eine primär extrinsische Motivation beim Führen eines Weblogs nicht dauerhaft erfolgreich sein kann: Denn der Wissensarbeiter lebt von seiner Fähigkeit des komplexen Problemlösens, seiner Lernfähigkeit, seiner Kreativität und seiner Selbstständigkeit im Denken und Handeln. „Er verfügt damit über einen wesentlich höheren Grad an Autonomie als der Industriearbeiter.“ (Vollmar, 2007, S. 33) Genau diese Autonomie ist es, die im Rahmen der Selbstbestimmungstheorie – gemeinsam mit den anderen menschlichen Grundbedürfnissen nach Kompetenz und sozialer Eingebundenheit – so wichtig ist.

Wenn nun die Annahmen von Deci und Ryan zutreffen und der Mensch nur unter der Voraussetzung, dass alle drei „basic needs“ erfüllt sind, sich als Person wohl fühlen und in seiner Persönlichkeit wachsen kann, dann kann das auch für Knowledge Worker – deren Drang nach Autonomie sogar stärker zu sein scheint – gelten.

4.6 Zwischenfazit

Es konnte gezeigt werden, dass die Selbstbestimmungstheorie von Deci und Ryan sich für die Anwendung auf Knowledge Blogs und deren Akteure, die Wissensarbeiter eignen. Die drei menschlichen Grundbedürfnisse nach Autonomie, Kompetenz und sozialer Eingebundenheit können durch das Bloggen befriedigt oder in der Erfüllung ergänzt werden.

Durch ein Weblog kann die *Kompetenzentwicklung* des Wissensarbeiters positiv beeinflusst werden, denn durch die eigene Darstellung seines Wissens und die Aufnahme durch die Rezipienten wird das Selbst als wirksam empfunden. Die Reflexion über vergangene und aktuelle Geschehnisse dienen der Erstellung einer Wissens- und Lernbilanz und führen dem Blogger anschaulich vor, welche Wissenszuwächse er im Zeitverlauf verbuchen konnte. „Das Aufschreiben von Beobachtetem und Gelerntem und das Festhalten von Gedanken ist ein wichtiger Vorgang, um das Lernen zu intensivieren.“ (Röll, 2006, S. 99)

Jemand, der sich zur Aufnahme eines öffentlichen Weblogs entscheidet tut dies mitunter auch, um mit anderen in Kontakt zu treten. Durch das Bloggen entstehen zahlreiche Möglichkeiten sich *sozial eingebunden* zu fühlen – sei es durch die Wahrnehmung und das Feedback von außen oder durch den Austausch in der Community – der Knowledge Blogger kann sich vernetzen, anderen seine Anschauungen und Gedanken sichtbar machen und diese mit Kollegen und Freunden diskutieren. „Die Kommunikation erfolgt nicht nach dem Muster ‚Einer-zu-einem‘ sondern nach dem Prinzip ‚Viele-zu-vielen‘.“ (Kalz, Specht, Klamma, Chatti & Koper, 2007, S. 185) Gerade der Wissenschaftler kann die Möglichkeiten der Social Software „Weblog“ nutzen, um einen fachlichen Diskurs anzuregen und zu beschleunigen: Die kurzen Kommunikationswege und eine offene Wissenskultur, die das Medium grundsätzlich zur Verfügung stellen, bieten dem Wissenschaftsbetrieb einen Katalysator um Ergebnisse und Wissen öffentlich zugänglich zu machen. „Neu an Software-Werkzeugen wie Weblogs [...] ist die herausgehobene Rolle der Netzbildung [...]“ (Panke, Gaiser & Draheim, 2007, S. 84).

Das dritte, nach Deci und Ryan postulierte Grundbedürfnis des Menschen ist die *Autonomie*. Weblogs können auch in diesem Kontext dem Wissensarbeiter Unterstützung bei der Befriedigung seiner Bedürfnisse dienlich sein. Dabei wird Autonomie nicht als absolute Unabhängigkeit von äußeren Distanzen verstanden – schon vor dem Hintergrund der sozialen Eingebundenheit würde diese Annahme keinen Sinn machen – vielmehr definieren die Urheber der Selbstbestimmungstheorie Autonomie in folgendem Sinne: “[...] within SDT, autonomy refers not to being independent, detached, or selfish but rather to the feeling of volition that can accompany any act, whether dependent or independent, collectivist or individualist.” (Deci & Ryan, 2000, S. 74) Im Weblog kann der Wissensarbeiter in der Regel selbst entscheiden, was er zu den Inhalten seiner Beiträge macht. Ob er sich für eine Sammlung von Links im Sinne der Dokumentation entscheidet oder lieber über seinen Alltag reflektiert, bleibt damit ihm überlassen und zeugt von der wirksamen Darstellung seines Selbst nach außen – in diesem Sinne handelt er autonom. Die Möglichkeiten des in

diesem Fall verwendeten Medium Weblog kann dem Wissensarbeiter dabei helfen, sein Autonomiebedürfnis auszuleben – nicht nur da es die technischen Voraussetzungen mitbringt, sondern vor allem, weil sich der Knowledge Blog den Wünschen und Vorlieben seines Nutzers anpasst: Die Inhalte werden nicht vorgegeben sondern eigenständig ausgewählt.

5. Bloggen – Pflichtübung oder Passion?

Im vorausgegangenen theoretischen Teil der Arbeit wurde das Phänomen des Bloggens von Wissensarbeitern aus mehreren Perspektiven betrachtet. Im Folgenden schließt sich die empirische Untersuchung zum selben Thema an: *Bloggen – Pflichtübung oder Passion? Eine empirische Untersuchung von Knowledge Blogs als Tool des persönlichen Wissensmanagements vor dem Hintergrund der Selbstbestimmungstheorie*. Im Anhang findet sich eine CD-ROM mit einer Zusammenstellung der erhobenen Daten.

5.1 Untersuchungsproblem/Forschungsgegenstand

Wenn man auf der Suche nach einem interessanten und spannenden Thema für eine Abschlussarbeit ist, sind es oft die zufälligen Begebenheiten, die den Weg zu einer konkreten Fragestellung ebnen. Seit Oktober 2007 führe ich selbst ein Weblog und daraus ergibt sich naturgemäß ein spezielles Interesse für die Möglichkeiten der Kommunikation über dieses Medium. Zu Beginn des Jahres 2008 hatte ich die Gelegenheit, gemeinsam mit Gabi Reinmann an einem Arbeitsbericht (Reinmann & Bianco, 2008) zu arbeiten, der eine Form von Weblogs, nämlich Knowledge Blogs, aus dem psychologischen Blickwinkel der Selbstbestimmungstheorie von Deci und Ryan (1985, 2000) betrachtet. Durch dieses Paper, das sich dem Thema Knowledge Blogs aus einer primär *theoretischen* Betrachtungsweise nähert, wurde meine Neugier geweckt, eigene *empirische* Daten zu diesem Kontext zu erheben.

Der Prozess der Ideenfindung zu dieser Arbeit stand unter der grundsätzlichen Frage, wie Weblogs und Wissensarbeit zusammenpassen (können). Um dieser sehr allgemein gehaltenen Fragestellung einen konkreten Anwendungsbezug zu geben, wurde der aktuelle Trend zu Wissenschaftsblogs aufgegriffen: Immer mehr Wissenschaftler nutzen die Möglichkeit, ihre Ideen und Gedanken innerhalb von Weblogs zu veröffentlichen (vgl. Scheloske, 2008b). Da (wie bereits in Kapitel 2.6 erläutert) ein Wissenschaftler sehr gut als Wissensarbeiter identifiziert werden kann, wird die Zielgruppe der Untersuchung entsprechend auf den Personenkreis aus dem Wissenschaftsbetrieb eingeschränkt. Ein Wissensarbeiter, der ein Weblog im Rahmen seiner Tätigkeit führt, ist ein Knowledge Blogger – demnach gilt dies gleichwohl für einen bloggenden Wissenschaftler.

Besonderer Anreiz zur Durchführung der Untersuchung ist außerdem der Wunsch, dem Mangel an empirischen Daten der deutschsprachigen Blogosphäre entgegenzuwirken. Da davon ausgegangen wird, dass sich beispielsweise Ergebnisse aus den USA, wo Weblogs bereits weiter verbreitet sind als in Deutschland, nicht unmittelbar übertragen lassen, ist es deshalb erklärtes Ziel dieser Arbeit, neue Erkenntnisse über Blogger speziell im deutschsprachigen Raum zu erhalten.

Die Untersuchung wird primär aus einer psychologischen Perspektive durchgeführt, die sich in mehreren Teilaspekten der Arbeit wieder findet: ers-

tens im persönlichen Wissensmanagement, das – anders als im organisationalem Wissensmanagement (siehe Abschnitt 3.2) – das Individuum in den Mittelpunkt der Betrachtungen stellt und zweitens in der Selbstbestimmungstheorie (Kapitel 4), deren Kernfragen nach menschlichen Grundbedürfnissen und der Handlungsregulation sich wie ein roter Faden durch die Untersuchung ziehen. Die folgende Erhebung (Abschnitt 5.3 – 5.6) soll zeigen, in welcher Form Wissenschaftler/Knowledge Blogger mit Weblogs umgehen. Dabei steht ihre Motivation zum Starten und Führen von Blogs genauso im Fokus der Untersuchung wie die Frage, ob sich gerade für den Wissensarbeiter das vergleichsweise junge Medium Weblog unter dem Dach des persönlichen Wissensmanagements verorten lässt.

5.2 Forschungsfragen

Die empirische Untersuchung soll zur Klärung folgender Forschungsfragen beitragen:

1. Inwieweit eignet sich das Medium Knowledge Blog als Tool des persönlichen Wissensmanagements?
2. Unterstützt das Führen eines Knowledge Blogs die menschlichen Grundbedürfnisse nach Kompetenz, Autonomie und sozialer Eingebundenheit?
3. Ist das Führen eines Knowledge Blogs intrinsisch reguliert?

Die den Forschungsfragen zugrunde liegenden theoretischen Überlegungen und Konzepte wurden bereits in den Kapiteln 2 bis 4 dieser Arbeit behandelt.

5.3 Untersuchungsdesign und Operationalisierung

Ziel dieser Arbeit ist es nicht, ein repräsentatives Abbild aller Blogger im deutschsprachigen Raum zu liefern. Zu unterschiedlich sind die verschiedenen Motive und Anlässe, die verantwortlich für die Aufnahme und Weiterführung des persönlichen Weblogs jedes Einzelnen sind. Deshalb ist die Herangehensweise an den Forschungsteil dieser Arbeit auch nicht quantitativer, sondern qualitativer Natur. Die Auffassungen von Knowledge Bloggern aus dem Wissenschaftsbetrieb sollen dabei durch mehrere Methoden innerhalb der untersuchten Gruppe untersucht werden. Im Sinne der Triangulation (vgl. u.a. Flick, 2006, S. 80ff), d.h. der sinnvollen Kombination verschiedener Forschungsmethoden zur Erfassung und Erklärung einer bestimmten Problemstellung, werden dafür drei Methoden angewandt:

Am Anfang des Forschungsprozesses steht die *Online-Umfrage*, um ein möglichst breites Spektrum von Meinungen diverser Probanden einzufangen. Da eine Internet-Affinität bei der zu befragenden Zielgruppe der Knowledge Blogger vorausgesetzt werden kann, eignet sich die Durchführung mit einem

Online-Befragungstool. Die Forscherin erreicht die Zielgruppe dabei im natürlichen Umfeld und die Wahrscheinlichkeit zur Mitwirkung wird somit erhöht (vgl. Flick, 2006, S. 86ff). Als zusätzlicher Vorteil kann die Anwenderfreundlichkeit der Online-Variante des Fragebogens gesehen werden, denn der User kann die Befragung direkt vom Computer seiner Wahl aus durchführen und ist innerhalb des gesetzten Befragungszeitraumes unabhängig in Ort und Zeitpunkt der Durchführung. Die Darstellung des digitalen Fragebogens kann beliebig angepasst werden und ist somit in Punkto Layout einem Papierfragebogen in der Regel überlegen (vgl. Kirsch & Müllerschön, 2001, S. 68), was als weitere Besonderheit eingestuft werden kann: Im vorliegenden Fall kann damit beispielsweise ein Logo der Universität und des Instituts für Medien und Bildungstechnologie in der Befragung genutzt werden, um der Befragung den nötigen „offiziellen“ Charakter zu geben. Annehmlichkeiten bietet die digitale Erhebung ebenfalls hinsichtlich der Auswertung, da die verwendete Software beim Beenden der Befragung durch den Forscher eine Datei generiert, welche die erfassten Antworten bereits in Tabellenform darstellt und somit eine erleichterte Auswertung durch gängige Statistikprogramme ermöglicht.

Als zweite Methode wird die *Inhaltsanalyse* von Weblogs gewählt. Die untersuchten Weblogs sind dabei jeweils den Experten zuzuordnen, die im abschließenden Schritt einzeln befragt werden. „Ziel der Inhaltsanalyse ist [...] die Analyse von Material, das auf irgendeine Weise menschliches Verhalten oder soziales Handeln repräsentiert.“ (Lamnek, 1993b, S. 176) Die Analyse soll zum einen den Befunden der Online-Befragung einen Anwendungsbezug liefern, zum anderen eine Vorbereitung auf die Experteninterviews sein, die chronologisch am Ende der Untersuchung stehen. Die einzelnen Kategorien der Analyse haben jeweils einen konkreten Bezug zu den Punkten, die entweder bereits im Theorieteil der Arbeit von Relevanz waren oder im Nachgang der Online-Befragung als sinnvoll erscheinen.

Letztlich werden vier ausgewählte Experten befragt, die selbst Autoren von Knowledge Blogs sind. Obwohl im „klassischen“ *Experteninterview* weniger die Person des Befragten im Fokus steht, sondern seine Rolle als Experte zum Thema (u.a. Flick, 2006, S. 139; Meuser & Nagel, 1991, S. 444), kann dieses Konzept bei der Untersuchung von Weblogs nicht in letzter Konsequenz durchgeführt werden. Wie mehrfach erwähnt, ist die Rolle des Individuums im Kontext von Weblogs eine Entscheidende. In diesem Sinne kann die Rolle des Autors auch in den Interviews weder von Seiten des Befragten noch von Seiten der Interviewerin ausgeklammert werden. Trotzdem ist es natürlich erklärtes Ziel der individuellen Gespräche, die globale Sicht der Befragten auf das Phänomen „Blogging“ abzubilden. Die Interviews werden telefonisch oder via Skype⁵² durchgeführt und jeweils mit einem Tonbandgerät digital aufgezeichnet, um das Interview im Nachhinein (sinngemäß) transkribieren zu können. Die Experten erklären sich damit einverstanden.

⁵² Skype ist ein verbreiteter Anbieter von Instant Messaging und Internet-Telefonie. (<http://www.skype.com/intl/de/welcomeback/>; Datum des Zugriffs: 12.08.08)

5.3.1 Konzeption der Online-Befragung

Die Online-Befragung bildet im Rahmen der empirischen Untersuchung dieser Arbeit das Kernstück: Sie wird an den Anfang der methodischen Abfolge gestellt und dient einerseits der Generierung einer aussagekräftigen Datenbasis aus den Meinungen der Probanden, die zur Zielgruppe gehören. Andererseits ist die Online-Befragung Ausgangspunkt für die weiteren Teile der Untersuchung: Sich ergebende oder bestehende Fragen aus der Online-Befragung sollen durch die folgende Inhaltsanalyse und die daran anknüpfenden Experteninterviews geklärt werden.

Die Online-Befragung besteht aus vier Frageblöcken, die im Folgenden erläutert werden. Zur Durchführung der Befragung wird der „PHP-Surveyor“⁵³ verwendet, der während der Befragung auf einem Server der Universität Augsburg läuft.

(1) Allgemeines

Der erste Fragenblock enthält zwei der drei „Filterfragen“ (Kromrey, 2006, S. 382) und ist somit an den Anfang der Befragung gestellt. Bereits hier sollen Probanden, die nicht Teil der Zielgruppe sind, herausgefiltert werden, um einerseits den bereitwilligen Teilnehmern Zeit und Mühe mit nicht auf sie passenden Fragen zu sparen und andererseits genauere Informationen zu den Personen zu erhalten, die im Fokus des Forschungsinteresses dieser Arbeit stehen.

Dazu werden die Teilnehmer als Erstes gefragt, ob sie überhaupt ein Weblog respektive ein Gruppenweblog führen. Wird diese Frage verneint, so ist die Befragung an dieser Stelle bereits beendet. Darüber hinaus liefert diese Frage wichtige Hinweise über die Nutzung von Weblogs: Wird überwiegend einzeln oder doch in der Gruppe gebloggt? Gibt es Personen, die mehrere Weblogs führen?

Die zweite Frage zielt auf die Gruppenzugehörigkeit der Probanden ab und gehört somit inhaltlich v.a. in den Bereich der soziodemografischen Angaben: Die Teilnehmer sind dabei aufgefordert, sich innerhalb einer Auflistung von Personengruppen, die in jedem Fall wissenschaftlich tätig sind (beispielsweise Studierende oder Professoren), zu verorten. Für Teilnehmer, die sich keiner der genannten Gruppen zuordnen können, ist die Befragung damit, genau wie bei der ersten Filterfrage, zu Ende. Auch bei dieser Frage besteht neben der Funktion als Filter ein inhaltliches Interesse, denn zu erfahren, welche Personengruppen Teil der Erhebung sind, ist entscheidender Ankerpunkt für die Auswertung der Befragung.

⁵³ Der verwendete Server läuft mit der Version 0.98 des PHP Surveyors. Die neueren Versionen der Software laufen unter dem Namen „LimeSurvey“. Nähere Informationen dazu unter: <http://www.limesurvey.org/> (Datum des Zugriffs: 21.08.08) .

(2) *Wissenschaftliches Schreiben*

Im zweiten Fragenblock steht das Thema „wissenschaftliches Schreiben“ im Fokus. Einleitend in diesen Themenkomplex wird die dritte und letzte Filterfrage gestellt: „Schreiben Sie über Themen, die in Zusammenhang mit Ihrer wissenschaftlichen Tätigkeit stehen?“ Wird diese Frage ablehnend beantwortet, so wird der entsprechende Proband mit dem Hinweis, nicht Teil der Zielgruppe der Untersuchung zu sein, aus der Befragung entlassen.

Zustimmungen zu soeben genannter Frage werden mit der anschließenden „Sondierungsfrage“ (Kromrey, 2006, S. 383) konkretisiert: „Wenn Sie über wissenschaftliche Themen schreiben, worüber schreiben Sie?“ Die Teilnehmer der Befragung können hier aus verschiedenen Themenkomplexen (u.a. wissenschaftliche Veranstaltungen, Publikationen, Forschung und Lehre) auswählen, wobei Mehrfachantworten möglich sind. Zusätzlich besteht die Option eine sonstige Angabe zu machen, wenn es noch weitere, nicht aufgelistete Themenfelder gibt, über die gebloggt wird.

Die zugrunde liegende Intention der Fragestellung ist es, genauere Hinweise über die relevanten Themenbereiche für Knowledge Blogger im Umfeld Wissenschaft zu erhalten. Welche Ereignisse oder Fragestellungen motivieren oder inspirieren den Autor einen Weblogeintrag zu verfassen?

(3) *Bloggen*

Der dritte und längste Fragenblock beinhaltet thematisch alle Fragen zu den Gewohnheiten, Ansichten und Einschätzungen der Autoren zum Bloggen.

Hier werden einige Bewertungsfragen eingesetzt: Auf einer Skala, die von 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 7 (trifft voll zu), werden die Probanden gebeten, mehrere Aussagen hinsichtlich ihrer persönlichen Situation zu bewerten. Die jeweiligen Aussagen sind thematisch geordnet, was allerdings für den Probanden nicht ersichtlich ist. Geclustert wird nach der Vorlage von Deci und Ryan⁵⁴. Nachfolgend werden die verschiedenen Bereiche im Einzelnen genannt und beschrieben.

Die erste Frage, die zur Bewertung gestellt wird, bezieht sich inhaltlich auf die *wahrgenommene Kompetenz* der Probanden. Sie ist, wie bereits im Theorieteil der Arbeit deutlich wurde, Kernelement der Selbstbestimmungstheorie und deshalb im Rahmen der Befragung unerlässlich. Die Teilnehmer sollen dafür nach oben beschriebener Skala die folgenden Aussagen bewerten. Die mit (R) gekennzeichnete Frage ist eine Kontrollfrage und soll zeigen, ob der Blogger sich auch bei anders lautender Fragestellung, aber gleichem Inhalt für einen ähnlichen bzw. analogen Punkt auf der Skala entscheidet:

- *Ich denke, ich bin gut im Bloggen.*
- *Ich denke, im Vergleich mit anderen, bin ich gut im Bloggen.*

⁵⁴ Weiterführende Informationen dazu werden im Kapitel 5.4.1 nachgereicht.

- *Ich werde immer besser im Bloggen.*
- *Ich bin zufrieden mit meinen Blogeinträgen.*
- *Ich bin ziemlich routiniert im Bloggen.*
- *Ich bin nicht sehr gut im Führen eines Weblogs. (R)*

Wie ersichtlich ist, wird hier jeweils die persönliche Einschätzung zur eigenen Autorenschaft abgefragt. Für wie kompetent hält sich demnach der Blogger? Fühlt er sich den anderen in der Blogosphäre überlegen?

Anschließend wird den Probanden eine Sammlung von Aussagen aus dem Bereich *Aufwand/Wichtigkeit* des Bloggens vorgelegt. Die Bewertung erfolgt wiederum auf der Skala von eins bis sieben.

- *Ich investiere eine Menge Zeit in das Führen meines Weblogs.*
- *Ich bemühe mich nicht um Qualität beim Bloggen. (R)*
- *Ich bemühe mich sehr um Qualität beim Bloggen.*
- *Es ist wichtig für mich, gute Blogeinträge zu verfassen.*
- *Ich investiere nicht sehr viel Zeit in das Führen meines Weblogs. (R)*

Ziel dieser Bewertung ist es zu erfahren, welchen Stellenwert das Führen des Weblogs im Allgemeinen und auch speziell hinsichtlich der Qualität der einzelnen Beiträge sowie des Weblogs generell einnimmt. Zwei Kontrollfragen erheben abermals die Kontinuität der Aussagen.

Um den Befragten Abwechslung in der Fragestellung zu bieten und die Motivation bis zum Ende des Fragebogens aufrecht zu erhalten, wird an dieser Stelle nicht mit einer weiteren Bewertungsfrage fortgesetzt. Stattdessen wird nach dem wöchentlichen Zeitaufwand für das Führen des Weblogs gefragt. Die Antwortoptionen reichen dabei von „weniger als 1 Stunde“ in sechs Abstufungen bis zu „mehr als 9 Stunden“. Es werden sich dadurch ebenfalls Rückschlüsse auf die Wichtigkeit und den betriebenen Aufwand für das Weblog erhofft – ist Bloggen Pflichtübung oder Passion?

Anschließend folgt erneut eine Bewertungsfrage auf der dem Probanden mittlerweile geläufigen Skala. Dabei steht die *wahrgenommene Wahlfreiheit* der Teilnehmer zur Bewertung.

- *Ich fühle mich frei in dem, was und wann ich blogge.*
- *Es gibt äußere Faktoren, die beeinflussen, was und wann ich blogge.*
- *Ich fühle mich bei manchen Dingen, die ich blogge unter einem gewissen äußeren Druck.*
- *Was und wann ich in mein Weblog schreibe, wird mir vorgegeben.*
- *Ich habe mich selbst dazu entschieden, ein Weblog zu führen.*
- *Ich wurde von anderen ermutigt, ein Weblog zu führen.*

- *Ich führe mein Weblog aufgrund von äußerem Druck.*
- *Ich blogge, weil ich es will.*
- *Ich blogge, weil ich muss. (R)*

Von Interesse ist dabei vor allem, wie der Autor zum Bloggen kam und wie er sich derzeit dabei fühlt. War es eine eigenständige Entscheidung zum Bloggen oder folgte sie einer Beeinflussung oder einem Rat von außen? Wird das Weblog nur aufrechterhalten, weil gewisse Zwänge (denkbar wären beispielsweise solche von Institutionen oder Arbeitgebern) ein Einstellen des Weblogs unmöglich machen oder ist der Befragte Blogger aus Leidenschaft?

Die nächste „Fragenbatterie“ (Kromrey, 2006, S. 382) spricht die Aspekte *Wert und Nützlichkeit* des Bloggens an.

- *Ich denke, das Bloggen bietet dem User generell wertvolle Funktionen.*
- *Ich denke, das Bloggen hat für den User generell einen hohen Nutzen.*
- *Ich finde, dass ich durch das Bloggen Vorteile habe.*
- *Ich finde, jeder sollte ein Weblog führen.*

Hintergrund der Frage ist hier, welche Intention der Wissensarbeiter mit dem Knowledge Blog verfolgt: Werden dem Medium Weblog positive Funktionen oder ein hoher Nutzen zugeschrieben? Oder zeigt sich gerade das Gegenteil, dass Bloggen nur einen geringen Stellenwert für die Befragten einnimmt?

Ergänzend zu der persönlichen Einschätzung zu den eben aufgeführten Aussagen wird anschließend gefragt, in welchen Situationen oder Tätigkeiten der Einzelne das Bloggen als hilfreich empfindet.

Ich denke, das Bloggen hilft mir dabei

- ... meinen Arbeitsalltag zu reflektieren.*
- ... mich mit der Fachcommunity auszutauschen.*
- ... mich im Internet als Person positiv darzustellen.*
- ... nach potenziellen Arbeitgebern zu suchen.*
- ... Stress oder Ärger abzubauen.*
- ... meine Gedanken zu fokussieren.*
- ... mich mit anderen Personen zu vernetzen.*
- ... meine kreative Ader auszuleben.*
- ... interessante Inhalte/Links zu dokumentieren und leichter wieder zu finden.*
- ... Sonstiges: _____*

Die vorhandenen Aussagen sind Indikatoren für den Nutzen des Weblogs als Tool des persönlichen Wissensmanagements. Es lässt sich erkennen, wie das

Medium vorrangig genutzt wird: Als Reflexionsmedium, Kommunikationsmedium oder als Informationsspeicher (vgl. Röll, 2006). Der einzelne Teilnehmer erhält die Möglichkeit mehrere Antwortoptionen zu wählen – sollte ihm dennoch etwas einfallen, was nicht aufgeführt ist, so besteht die Möglichkeit unter „Sonstiges“ Ergänzungen in Textform zu machen.

Die *soziale Eingebundenheit* der Knowledge Blogger – eines der drei Grundbedürfnisse in der Selbstbestimmungstheorie von Deci und Ryan – ist im nächsten Bewertungsblock von Interesse. Wieder wird auf einer Skala von eins bis sieben bewertet, wie der Befragte zu folgenden Aussagen steht:

- *Ich verfolge die Statistik der Besucher meines Weblogs regelmäßig.*
- *Ich freue mich über Kommentare zu meinen Einträgen.*
- *Ich ermutige meine Leser zum aktiven Kommentieren (z.B. durch Fragen oder Provokation).*
- *Mir ist es egal, ob meine Beiträge kommentiert werden.*
- *Ich kommentiere regelmäßig Beiträge der von mir gelesenen Blogs.*
- *Ich versuche, über die Geschehnisse in der Blogosphäre up-to-date zu bleiben.*
- *Ich bekomme auch über andere Kanäle (bspw. E-Mail, Post) Feedback von Lesern.*

Schwerpunkte sind dabei das Interesse des Probanden an der Wahrnehmung seines Weblogs durch die Umwelt. Als Indikatoren werden hierfür Kommentare, Feedback und die Gemeinschaft innerhalb der Blogosphäre gewählt. Hat jemand, der starkes Interesse an der Aufnahme seiner Beiträge durch die Rezipienten zeigt, auch ein großes Bedürfnis nach Akzeptanz innerhalb der Community?

Die sich anschließende Frage ist auf den *Anlass* der einzelnen Blogeinträge ausgerichtet. Welches Ereignis führt dazu, dass ein Knowledge Blogger das Bedürfnis hat, seine Ansichten und Meinungen mit der Umwelt zu teilen? Die denkbaren Anlässe werden in einer Liste zur Verfügung gestellt, die unter anderem Zustimmung oder Kritik zu Publikationen oder Blogeinträgen oder den Aspekt der Reflexion über (Arbeits-)Alltag oder Medienwelt umfasst. Zusätzlich gibt es die Antwortoption „das Weblog aktuell zu halten“. Besteht ein (gefühlter) Druck das eigene Weblog up-to-date zu halten, weil gedacht wird, es wird so erwartet? Für alle Probanden, die darüber hinaus noch weitere Anlässe für das Bloggen haben, gibt es die Möglichkeit ergänzende Anmerkungen zu machen.

Wird davon ausgegangen, dass man etwas dann zur Nachahmung empfiehlt, wenn man von Sinn und Zweck überzeugt ist, wird die Intention der nächsten Fragestellung klar: „Würden Sie Ihren Kollegen, Schülern, Studenten etc. zum Bloggen raten?“ Diese Frage kann entweder mit ja oder nein beantwortet werden, muss allerdings eine kurze Begründung beinhalten. Die zusätzliche Forderung nach einer Darlegung der Gründe soll die Probanden dazu auffordern, ref-

lexiv zu begründen, warum sie jemanden zum oder gegen das Bloggen raten würden. Welche Gründe sprechen dafür oder dagegen?

Spannend ist auch der Ausblick in die Zukunft, weshalb an dieser Stelle nach der geplanten *Weiterführung des Weblogs* gefragt wird. Die Möglichkeiten zu antworten gehen von „Ja, dauerhaft“ über „Ja, aber nicht dauerhaft“ hin zu „Nein“ oder „Weiß noch nicht“. Es wird sich versprochen, ein Gespür für die Dauer des „Hypes“ um Weblogs zu erhalten, denn es ist theoretisch möglich, dass es sich nur um ein flüchtiges und kurzlebige Medium handelt, über das in fünf Jahren nicht mehr gesprochen wird.

(4) Soziodemografische Angaben/Sonstige Angaben

Der letzte Fragenblock beinhaltet die soziodemografischen Angaben und einige Fragen, die nicht konkret einem bestimmten Komplex zuzuordnen sind, aber dennoch von Interesse sind. Dieser Teil des Fragebogens wird bewusst an das Ende der Befragung gesetzt, um bei den Probanden eine größtmögliche Motivation zur Beantwortung der Fragen aufrecht zu erhalten (vgl. Flick, 2006, S. 86). Auch Brosius & Koschel (2003, S. 130f) raten zu einer Positionierung der soziodemografischen Angaben am Ende einer Befragung.

Zu Beginn des vierten Fragenblocks wird gefragt, *wie lange das Weblog bzw. das Gruppenweblog bereits geführt wird*. Um jedem Teilnehmer die Möglichkeit zu geben, sich einzuordnen, reicht die Auswahl der Antworten von „1-3 Monaten“ schrittweise aufsteigend zu einem Zeitraum von „Länger als 3 Jahre“. Unterstellt man, dass eine kontinuierliche Weiterführung des eigenen Weblogs über einen gewissen Zeitraum für eine Tendenz zur intrinsischen Motivation spricht, so erscheint die Fragestellung zielführend. Selbstverständlich ist es auch möglich, dass man sein Weblog schon über Jahre hinweg führt, aber sich dabei ständigem Druck und Zwang ausgesetzt sieht – wobei dies als die weniger wahrscheinliche Option gesehen wird.

Da es Blogger gibt, die mehrmals pro Tag Beiträge schreiben und andere, die sehr viel seltener bloggen, muss es auch zur *Häufigkeit des Verfassens von Blogbeiträgen* eine Frage geben. Diesem Bedarf wird an diesem Punkt der Befragung nachgegangen und die Teilnehmer können ihre Schreibgewohnheiten zwischen „mehrmals täglich“, „täglich“, „mehrmals pro Woche“, „einmal wöchentlich“, „mehrmals pro Monat“, „einmal im Monat“ oder „seltener“ einordnen.

Anschließend folgt die obligatorische Frage nach dem *Geschlecht* der Probanden, um Aussagen über die Verteilung von Frauen und Männern innerhalb der Befragung zu tätigen. Auch für Zusammenhänge zwischen einzelnen Fragestellungen und dem Geschlecht ist es unerlässlich, diese Frage zu stellen. Das *Alter* der Befragten schließt sich dieser Frage an.

Als Vorletztes wird nach dem *akademischen Grad* des Probanden gefragt. Da wir uns im Kontext der Wissenschaft bewegen, ist es natürlich von speziellem Interesse zu erfahren, welche bisherigen Qualifikationen die Knowledge Blog-

ger erworben haben. Um jeder Person die Möglichkeit der Zuordnung zu gewährleisten, werden die akademischen Grade wie folgt zur Auswahl gestellt:

- *Bachelor*
- *Master*
- *Diplom*
- *Magister*
- *Doktor*
- *Professor*
- *Staatsexamen*
- *Nein, ich habe (noch) keinen akademischen Grad*

Eventuell ergeben sich aus dieser Frage Verknüpfungen zu anderen Fragestellungen, wie beispielsweise die wahrgenommene Kompetenz: Fühlt sich jemand, der einen höhere wissenschaftliche Qualifikation besitzt, beispielsweise sicherer und wohler beim Bloggen als ein Studierender, der möglicherweise noch keinen Abschluss erworben hat?

Ergänzend zum akademischen Grad ist die abschließende Frage ausgelegt, in der nach dem *speziellen Fachgebiet* des Probanden gefragt wird. Die Antwort ist in Form einer Ja-/Nein-Option angelegt, wobei sich ein kurzes freies Feld anschließt, in dem der fachliche Schwerpunkt konkretisiert werden soll. Die Teilnehmer werden daraufhin gebeten, die Umfrage abzuschicken und zu beenden.

5.3.2 Inhaltsanalyse und Experteninterviews

Bevor die Interviews geführt werden, findet die Analyse der Weblogs der befragten Experten statt.⁵⁵ Dies hat den Zweck, besser auf die individuellen Antworten der Befragten eingehen zu können und das Gespräch strukturiert und zielführend zu gestalten – so werden Fragen, die sich ohne die Analyse möglicherweise gestellt hätten, von vornherein beantwortet und damit hinfällig. Die beiden hier beschriebenen Methoden stehen in Wechselwirkung miteinander. Beide bringen für die Forschungstätigkeit vertiefte Einsichten, die nur durch die parallele Betrachtung von Inhaltsanalyse und Interview möglich sind.

„[...] der Forscher, der sich mit einem [...] relevanten Sachverhalt befaßt, [darf] sich nicht mit der bloßen Aufzeichnung sinnloser Gebärden und materieller Gegebenheiten begnügen [...], er muß auch wissen, welche Bedeutung diese für die jeweils betroffene Person haben.“ (Lamnek, 1993b, S. 174)

⁵⁵ Zur Auswahl und Ansprache der Experten siehe Abschnitt 5.4.2.

Die anschließend geführten Interviews sind inhaltlich in drei Ebenen untergliedert: (1) Persönliches Wissensmanagement, (2) Selbstbestimmungstheorie und menschliche Grundbedürfnisse und (3) die zugrunde liegende Handlungsregulation beim Bloggen. Dabei werden zwei Perspektiven parallel verfolgt: zum einen die Sicht des Bloggers als Experte in der Blogosphäre, zum anderen seine Meinung als bloggendes Individuum. Ein Experte ist demnach per definitionem nicht auf eine neutrale, unbetreffene Meinung beschränkt, denn in diesem Kontext sind „ExpertInnen [jene], die selbst Teil des Handlungsfeldes sind, das den Forschungsgegenstand ausmacht“ (Meuser & Nagel, 1991, S. 442).

(1) Analyse der Weblogs

In Vorbereitung auf die Interviews werden die Weblogs der entsprechenden Personen nach einem festgelegten Kategorienschema festgelegt. Die Kategorien ergeben sich dabei zum einen aus den theoretischen Fragestellungen, die im ersten Teil dieser Arbeit besprochen werden und zum anderen aus den offenen oder zu vertiefenden Ergebnissen der bereits durchgeführten Online-Befragung.

Aufgelistet wird als erstes die *URL* des Weblogs. Dies dient lediglich der Nachvollziehbarkeit und Vollständigkeit der Analyse.

Daraufhin wird untersucht, wie viele *Beiträge pro Monat* der jeweilige Experte verfasst. Grundlage für die Untersuchung sind die Monate Januar bis Juni des Jahres 2008. Als Ergebnis wird jeweils das arithmetische Mittel dargestellt.

Als Nächstes folgen die *Kategorien* bzw. die *Tags*, in denen die einzelnen Beiträge eingeordnet werden. Dabei interessiert, ob überhaupt eine Kategorisierung zu erkennen ist. Die möglichen Darstellungsweisen, zum Beispiel als Tagwolke, werden entsprechend in der Auswertung vermerkt. Werden Kategorien identifiziert, wird die Anzahl vermerkt. Anhand der letzten 15 Postings findet eine Auszählung der vorhandenen Kategorien statt, die mit Name der Kategorie und Anzahl der Beiträge, die darin klassifiziert werden können, festgehalten werden.

Die *Themen* der Posts werden ebenfalls anhand der letzten 15 Beiträge⁵⁶ analysiert. Grundlegend für die Einordnung in diverse Bereiche sind die Themenschwerpunkte, die bereits in der Online-Befragung abgefragt wurden. Deshalb werden die vorhandenen Beiträge folgendem Themenspektrum zugeordnet: Veranstaltungen, Quellen, eigene Forschung, Forschung anderer, eigene Lehre und Lehre allgemein. Außerdem wird eine Unterkategorie „Sonstiges“ erstellt, in die Beiträge eingetragen werden, die thematisch nicht an anderer Stelle passen würden.

Des Weiteren wird die *Blogroll* untersucht. Gibt es im betreffenden Weblog eine Blogroll? Wenn ja, wie ist sie aufgebaut? Wie viele Einträge umfasst

⁵⁶ Die Blogs wurden per Stand 26.06.2008 analysiert. Lediglich bei der Ermittlung des arithmetischen Mittels der Beiträge wurde im Juli nochmals rückwirkend der komplette Stand für die ersten sechs Monate des Kalenderjahres 2008 zu Grunde gelegt.

sie und sind thematische Schwerpunkte zu erkennen? Außerdem ist von Interesse auf wie vielen der verlinkten Seiten, der Experte ebenfalls in der Blogroll aufgeführt ist.

Als Basis für die Ermittlung der durchschnittlichen *Kommentare* werden abermals die letzten 15 Beiträge verwendet. Außerdem werden jeweils der Minimal- sowie der Maximalwert der Kommentare festgehalten. Neben den reinen statistischen Angaben wird analysiert, wie der Umgang der Experten auf Antworten zu seinen Beiträgen ist: Antwortet er jeweils direkt auf einen Kommentar oder nur sporadisch? Ist ein System in der Beantwortung zu erkennen?

In der Kategorie „*Art der Beiträge*“ wird jeweils untersucht, in welcher Form der Autor sein Wissen darstellt. Dabei gibt es verschiedenen Möglichkeiten: nur Text, Text plus Bild, Text plus Multimedia⁵⁷, nur Bild oder nur Multimedia. Da prinzipiell die Möglichkeit der Einbettung verschiedener Informationen oder Medien in Blogs besteht, soll hier zumindest näherungsweise herausgefunden werden, wie der Gebrauch in der Praxis der Experten aussieht.

Die *Länge der Beiträge* wird in Wörtern gemessen. Der Durchschnittswert wird aus dem arithmetischen Mittel der letzten 15 Beiträge berechnet und auf eine Stelle nach dem Komma angegeben. Minimum und Maximum der Wörter werden ebenfalls dargestellt. Falls dies zutreffend ist, wird angegeben, wenn der entsprechende Autor größere Passagen zitiert.

Anschließend wird das *Alter des Weblogs* – soweit möglich – angegeben. Diese Informationen lassen sich teilweise durch das allererste Posting in der Archiv-Sektion finden, teilweise werden sie auch im Impressum genannt. Falls keine genaue Angabe ersichtlich ist, wird der entsprechende Blogger im persönlichen Gespräch danach gefragt.

Als letztes wird ein genauerer Blick auf die zur Verfügung gestellten *Autoreninformationen* geworfen. Solche Angaben lassen sich entweder im Impressum oder der „About me“-Seite finden. Dabei wird analysiert, inwieweit persönliche Rückschlüsse auf die Person möglich sind, ob ein Foto bereitgestellt wird und ob es zusätzliche Informationen zum Leben des Autors gibt. Natürlich wird hier auch versucht, einen thematischen Schwerpunkt zu identifizieren. Gibt der Knowledge Blogger eventuell sogar an, was sein Themenspektrum umfasst?

(2) *Konzeption des Interviewleitfadens*

Die Erstellung des Interviewleitfadens orientiert sich an den drei Forschungsfragen dieser Arbeit (siehe Abschnitt 5.2) und ist deshalb thematisch in drei Schwerpunkte aufgegliedert: das persönliche Wissensmanagement, die Selbstbestimmungstheorie und die Frage nach der Befriedigung menschlicher Grundbedürfnisse und zugrunde liegende Handlungsregulation beim Bloggen. Der Befragte wird über diese Aufteilung nicht explizit in Kenntnis gesetzt.

„Die Bedeutungsstrukturierung der sozialen Wirklichkeit bleibt dem Befragten allein überlassen. [...] [Es] wird lediglich der interessierende Problem-

⁵⁷ Darunter können beispielsweise Videos oder ähnliches verstanden werden.

bereich eingegrenzt und ein erzählgenerierender Stimulus angeboten“ (Lamnek, 1993b, S. 75).

Im Folgenden werden die jeweiligen Fragen kurz beschrieben und erläutert.

Einführend in das Gespräch wird der Interviewpartner gebeten, kurz zu erläutern, seit wann er sein Weblog führt und welche Ziele er dabei primär verfolgt. Diese Einstiegsfrage soll dem Interviewten den Einstieg in das Interview erleichtern und hilft auch dem Forscher ein Gespür für den jeweiligen Gesprächspartner zu erhalten.

(a) Persönliches Wissensmanagement

Im ersten Fragenabschnitt wird dem Experten eine kurze Definition des persönlichen Wissensmanagements vorgelesen, um eine gemeinsame Verständnisebene zu schaffen. Vor dem Hintergrund dieser Begriffserklärung wird gefragt, warum sich ein Weblog aus der Sicht des Befragten als Tool des Persönlichen Wissensmanagement eignet.

Die zweite Frage knüpft an die erste an, denn neben der Sicht des Experten auf die *Nutzung als Tool des persönlichen Wissensmanagements* in der Blogosphäre interessiert auch, ob der Befragte auch für sich selbst einen Mehrwert in Sachen des Persönlichen Wissensmanagements feststellen kann und es in dieser Form nutzt. Aufgrund der Analyse der Weblogs wird auf die Frage des „Ob“ eine zustimmende Antwort erwartet, trotzdem sollen die Experten die Gelegenheit bekommen, ihre Beweggründe und Nutzungsmotive im Detail zu erläutern.

Inwieweit die *Nutzung* in dem oben beschriebenen Sinne *in der Blogosphäre* verbreitet ist, wird in der nächsten Frage thematisiert. Glauben die Experten, dass nur einige wenige Blogger Weblogs als Werkzeug für ihr individuelles Management von Wissen verwenden oder gehen sie von einer starken Nutzerzahl aus?

Im Anschluss wird gefragt, welche *konkreten Funktionen* des Blogs die tägliche Wissensarbeit der Experten erleichtern können. Dabei sollen Stärken und Schwächen von Weblogs eruiert und mögliche Lösungs- oder Verbesserungsvorschläge der Befragten herausgefunden werden. Aufgrund der Analyse wird vermutet, dass Funktionen wie Kategorienbildung, Einbindung von Multimedia etc. vielfach genutzt werden. Darüber hinaus lassen sich jedoch eventuell weitere Funktionen bestimmen, die in der oberflächigen Betrachtung der Inhaltsanalyse nicht erfasst werden.

Ein weiterer Punkt sind die *Voraussetzungen*, die gegeben sein müssen, damit sich ein Knowledge Blog als Tool der persönlichen Wissensmanagements eignet. Die Ansicht der Befragten in diesem Aspekt wird deshalb als nächstes erfragt. Es wird davon ausgegangen, dass sich sowohl Voraussetzungen auf der Ebene der Person als auch auf technischer Ebene herauskristallisieren.

(b) Selbstbestimmungstheorie und menschliche Grundbedürfnisse

Innerhalb dieses Bereichs lassen sich die Fragen nach den menschlichen Grundbedürfnissen nach Deci und Ryan (u.a. 1985; 2000) in Kompetenz, Autonomie und soziale Eingebundenheit gliedern.

Die ersten drei Fragen betreffen den Aspekt der Kompetenz. Als erstes wird ein konkreter Bezug zur Online-Befragung hergestellt. Ausgehend von deren Ergebnissen wird gefragt, warum die Experten glauben, dass *überwiegend wissenschaftliche Mitarbeiter* an der Befragung partizipiert haben. Es wird vermutet, dass vor allem rangniedrigere Positionen im Wissenschaftsbetrieb das Medium Weblog als sinnvolles Instrument zur Darstellung ihrer eigenen Fähigkeiten nutzen – diese These wird den Experten im Interview zur Bewertung gegeben.

Auch die nächste Frage schließt sich an die Online-Befragung an, wird doch nach den vermuteten *Gründen* dafür gefragt, dass in dem Survey überwiegend *Erziehungs- und Medienwissenschaftler teilgenommen* haben. Abermals wird eine These zur Diskussion gestellt: „Was sagen Sie zu der These, dass diese Fächer per se eine bessere Möglichkeit zur Darstellung ihrer Kompetenz haben?“ Es wird hier davon ausgegangen, dass gerade Fächer wie Wirtschaftswissenschaften oder Naturwissenschaften zum einen andere Kommunikationswege bevorzugen und zum anderen Weblogs in dieser Fachcommunity nur eine (eher) sekundäre Rolle spielen.

Das Thema „Autonomie“ wird in den folgenden zwei Fragen angesprochen. Zum einen durch die offene Frage, *was man durch das Führen eines Weblogs lernt*. Die Online-Befragung hat hierzu schon einige Hinweise geliefert. Im Rahmen dieses Interviews wird sich versprochen, dass diese mögliche Aneignung von Kompetenzen auch von den Experten bestätigt wird. Der Vollständigkeit halber soll erwähnt werden, dass es prinzipiell denkbar ist, dass sich die Befragten von dem Medium Weblog als potenzielles Medium zum Erwerb von Kompetenzen distanzieren.

Die Umfrage zeigt, dass die Möglichkeit, das *Weblog als Reflexionsmedium* einzusetzen, stark geschätzt wird. Warum denken die Experten, dass dies so ist? Mit welchen konkreten Faktoren hängt dies zusammen? Die Perspektive wird hierbei nunmehr um die reine Feststellung, dass sich ein Weblog zum Nachdenken und Weiterdenken eignet, erweitert auf die Gründe der Eignung.

Als letztes menschliches Grundbedürfnis wird die soziale Eingebundenheit in den Fragen eingebettet. „Blogger sind mitteilsame Menschen, die im Web Ansprechpartner suchen und in der Regel auch finden, sofern sie regelmäßig lesenswerte Inhalte veröffentlichen.“ (Döring, 2005, S. 38)

Die nächste Frage steht im Kontext „*Kommentare*“. Die Experten werden gebeten, sich zu äußern, wie es sein kann, dass Blogger sich im Allgemeinen über Kommentare freuen aber selbst weitaus weniger kommentieren. Es wird angenommen, dass es eine höhere Hemmschwelle beim Kommentieren geben könnte, da man sich einer großen potenziellen Öffentlichkeit stellt. Zudem ist

denkbar, dass man keine Veranlassung darin sieht, bei anderen Personen zu kommentieren.

Bei der nächsten Frage lautet der thematische Schwerpunkt ebenfalls „Kommentieren“. Die bereits bei der vorherigen Frage geäußerte Vermutung der größeren Hemmschwelle wird nun offen gegenüber den Experten verbalisiert und es wird der folgende Sachverhalt zur Diskussion gestellt: „*Was halten sie von der These, dass die gefühlte Öffentlichkeit im Internet größer ist als die Tatsächliche?*“ Ausgangspunkt dieser Fragestellung ist der Hinweis darauf, dass Blogger Feedback auch über andere Kanäle als über die Kommentarfunktion erhalten (beispielsweise über E-Mail).

Anschließend werden die Gesprächspartner mit der Frage, welchen *Einfluss* die große *potenzielle Öffentlichkeit* auf das Bloggen hat, konfrontiert. Verhält sich der Blogger anders, weil er weiß, dass er „beobachtet“ wird oder handelt er unbeeinflusst von äußeren Faktoren?

Als nächstes wird auf die *Blogroll* eingegangen. Dabei interessiert vor allem, wie aussagekräftig und aktuell die eigene Blogroll des Experten ist. Ist die Blogroll ein Teil eines Blog, den man „eben hat“ oder wird diese Linkliste von den Experten bewusst zusammengestellt und gepflegt?

(c) *Bereich Handlungsregulation*

Die beiden letzten Fragen sind im Bereich der „Handlungsregulation“ anzusiedeln. „Because extrinsically motivated behaviors are not inherently interesting, people are unlikely to do them if the behaviors are not instrumental for a desired outcome“ (Ryan & Deci, 2002, S.19).

„Was ist Ihre primäre *Motivation beim Bloggen?* Was denken Sie, ist die Motivation bei den anderen Knowledge Bloggern?“ Diese zweiteilige Frage enthält beide Perspektiven: die des Gesprächspartners als Person und seine Meinung als Experte. Warum bloggt ein Mensch? Welche Motivation liegt dieser Handlung des Bloggens zugrunde? Was ist verantwortlich dafür, dass ein Weblog, selbst nach Jahren noch kontinuierlich weitergeführt wird?

Zum Abschluss des Gesprächs soll noch ein Blick in die Zukunft geworfen werden: Die Experten werden um eine Einschätzung über das weitere Bestehen des Mediums Weblog gebeten. Ist es als *kurzfristiges Phänomen* zu klassifizieren oder wird es sich länger halten? Welche Gründe veranlassen die Gesprächspartner zu ihrer Aussage?

5.4 Methodische Anmerkungen

Im Folgenden wird dargestellt, wie Pretest und Feldphase der Online-Befragung verlaufen. Der Fragebogen wird im Vorfeld zur tatsächlichen Befragung durch

ausgewählte Personen hinsichtlich seiner Funktionalität und Brauchbarkeit getestet.⁵⁸

5.4.1 Pretest

Die bereits online aufgesetzte Befragung wird probeweise aktiviert und der entsprechende Link an fünf Pretester versendet. Zu den Testern gehören vier Personen aus dem universitären Umfeld und eine Person, die in der freien Wirtschaft tätig ist. Die genannten Personen werden gebeten, den Fragebogen konzentriert auszufüllen und aus ihrer Sicht unstimmmige Punkte an mich zu kommunizieren.

Positiv herauszustellen ist dabei die technische Plattform, auf der die Umfrage läuft. Keiner der Tester hatte Schwierigkeiten, die Umfrage auszuführen und zum Ende zu führen. Bereits beim Pretest lässt sich demnach eine stabile und zuverlässige Durchführung der Online-Befragung vermuten.

Das Feedback, das von den Testern eintrifft, ist daher weniger auf einer technischen als auf einer inhaltlichen Ebene anzusiedeln. Auffallend sind dabei die Fragen, die auf einer Skala von eins bis sieben bewertet werden sollen. Einige der Tester zeigen sich irritiert durch die Fragestellung und es folgen Nachfragen dazu. Die Bewertungsskala sowie die Art der Fragestellung lehnt sich dabei stark an eine Fragebogenkonzeption von Deci und Ryan⁵⁹ an und verfolgt das Ziel, genauere Hinweise auf die Art der Motivation, wie sie im Rahmen der Selbstbestimmungstheorie beschrieben wird, zu erhalten. Da die Einwände der Tester aber durchaus berechtigt sind, wird infolge dessen ein Informationstext vor den entsprechenden Frageblock gestellt, der den Probanden dazu auffordert, sich nicht an der Art der Fragestellung zu stören, da sie bewusst so gewählt wurde:

„Stören Sie sich im Folgenden nicht an ähnlich klingenden Fragen, sondern versuchen Sie, jede Frage konzentriert und trotzdem rasch zu beantworten. Die Art der Fragen dient dazu, genauere Hinweise über ihre Motive beim Bloggen zu erhalten.“

Ebenfalls kritisiert wird die gefühlte Ähnlichkeit der Fragen, wenn beispielsweise innerhalb eines Blocks nach „Nutzen“ und „Funktionen“ von Knowledge Blogs gefragt wird. Nach Rücksprache mit der Betreuerin der Arbeit wird die gewählte Differenzierung beibehalten – zum einen erscheint eine Abgrenzung der einzelnen Fragestellungen bei konzentriertem Ausfüllen des Fragebogens durchaus

⁵⁸ Für die Experteninterviews und die Inhaltsanalyse findet kein expliziter Pretest statt. Die Fragen und das Kategorienschema werden aber nach der Erstellung nochmals kritisch von der Betreuerin der Arbeit gegengelesen und durch wenige Anmerkungen verbessert.

⁵⁹ Als Grundlage wird das „Intrinsic Motivation Inventory (IMI)“ verwendet und auf die Fragestellung dieser Arbeit angepasst. Die Auswertung folgt nicht dem vorgegebenen Schema, da es sich hier als wenig praktikabel herausstellt. Abzurufen ist der Fragebogen unter folgender URL: <http://www.psych.rochester.edu/SDT/measures/intrins.html> (Datum des Zugriffs: 25.08.2008).

gegeben, zum anderen folgt die Dramaturgie der Befragung dem „Best Practice“ von Deci und Ryan. Um Ergebnisse zu erhalten, die gut zuordenbare Rückschlüsse auf die für diese Arbeit so wichtige Selbstbestimmungstheorie zu bekommen, erscheint der gewählte Weg als gangbar.

Die Frage, wobei ihnen das Bloggen nach Ansicht der Probanden hilft, wird in einem Punkt umformuliert: Die mögliche Antwortoption „[...] nach potenziellen Arbeitgebern zu suchen“ wird in „[...] potenzielle Arbeitgeber auf mich *aufmerksam* zu machen“ geändert.

Eine weitere Anmerkung bewirkt eine Änderung in den Bezeichnungen der akademischen Grade: Wurden ursprünglich Abkürzungen wie „B.A.“ oder „Dr.“ verwendet, wird auf Rat eines Testers die ausgeschriebene Bezeichnung gewählt. Außerdem wird es somit auch einem größeren Personenkreis ermöglicht, sich einzuordnen, ist doch beispielsweise die Bezeichnung „Bachelor“ allgemeiner als „B.A.“, da damit mathematisch-naturwissenschaftliche Studiengänge, die zum Abschluss „Bachelor of Science“ führen auch berücksichtigt werden.

Im Einführungstext zur Befragung wird die veranschlagte Zeit heraufgesetzt, zeigt sich bei den Vorabtests, dass die ursprüngliche Angabe von fünf Minuten etwas zu kurz ist.

Des Weiteren zeigen sich kleinere formale Fehler, die entsprechend korrigiert werden aber hier nicht im Einzelnen erwähnt werden sollen. Die Umfrage startet nach den erwähnten Anpassungen am 29. April 2008 in die Feldphase.

5.4.2 Feldphase

(1) *Online-Befragung*

Nachdem die Umfrage nach erfolgreichem Test neu aktiviert wird, werden verschiedene Wege beschritten um passende Teilnehmer für das Survey zu finden. Obwohl es eine Filterfunktion in der Umfrage gibt, ist es das Ziel, von Anfang an gezielt Leute zu akquirieren, die sich als Probanden eignen würden.

- 1) Hauptsächlich wird das Internet nach Autoren, die wissenschaftliche Weblogs führen, durchsucht, um diese dann gezielt per E-Mail anzuschreiben. Dabei erweist sich ein vollständiges Impressum als sehr hilfreich bei der Kontaktaufnahme. Die potenziellen Probanden werden im Anschreiben auf die Umfrage und den entsprechenden Link aufmerksam gemacht und zusätzlich gebeten, Bekannte und Kollegen, die sich ihrer Ansicht nach für die Befragung eignen würden, auf das Survey aufmerksam zu machen.
- 2) Des Weiteren werden persönliche Kontakte genutzt, um geeignete Teilnehmer zu finden. Dazu wird ebenfalls in Form einer E-Mail auf das Vorhaben aufmerksam gemacht und um Verbreitung des Links zur Umfrage gebeten.

- 3) Mein privates Weblog⁶⁰ wird als zusätzlicher Kanal zum Auffinden von Probanden genutzt. Da darin bereits über den gesamten Prozess der Masterarbeit auf das Vorhaben sowie den Entstehungsprozess gebloggt wurde, soll das Weblog solchen Personen einen Ankerpunkt bieten, die eventuell ein spezielleres Interesse am Forschungsvorhaben zeigen.
- 4) Einige Mitarbeiter und Doktoranden des Instituts für Medien und Bildungstechnologie (imb) weisen ebenfalls in ihren Weblogs auf die Befragung⁶¹ hin. Zusätzlich wird auf der Website des imb auf die laufende Online-Befragung hingewiesen.⁶²

Der Aufruf zur Teilnahme wird insgesamt sehr positiv aufgenommen, zeigen sich doch in den ersten Tagen nach dem Start der Umfrage innerhalb der Blogosphäre einige Verweise auf die Umfrage. Die diversen Autoren von Wissenschaftsblogs scheinen das Thema bereitwillig aufzunehmen und so wird der Link zur Befragung im Schneeballsystem verbreitet.

⁶⁰ <http://taragramm.wordpress.com/2008/04/29/startschuss-zur-online-umfrage/> (Datum des Zugriffs: 12.08.08).

⁶¹ u.a.: <http://medienpaedagogik.phil.uni-augsburg.de/denkarium/?p=217;>
[http://www.mandyschiefner.ch/blog/archives/1199;](http://www.mandyschiefner.ch/blog/archives/1199) [http://medienpaedagogik.phil.uni-augsburg.de/randnotizen/?p=291;](http://medienpaedagogik.phil.uni-augsburg.de/randnotizen/?p=291) <http://sandrainsky.wordpress.com/2008/04/29/ich-blogge-also-bin-ich/> (Datum des Zugriffs jeweils: 12.08.08).

⁶² URL: <http://www.imb-uni-augsburg.de/medienpaedagogik/news/alexander-florian/2008/apr/tuesday/einladung-zur-online-umfrage-knowledge-blogs> (Datum des Zugriffs: 20.08.08).

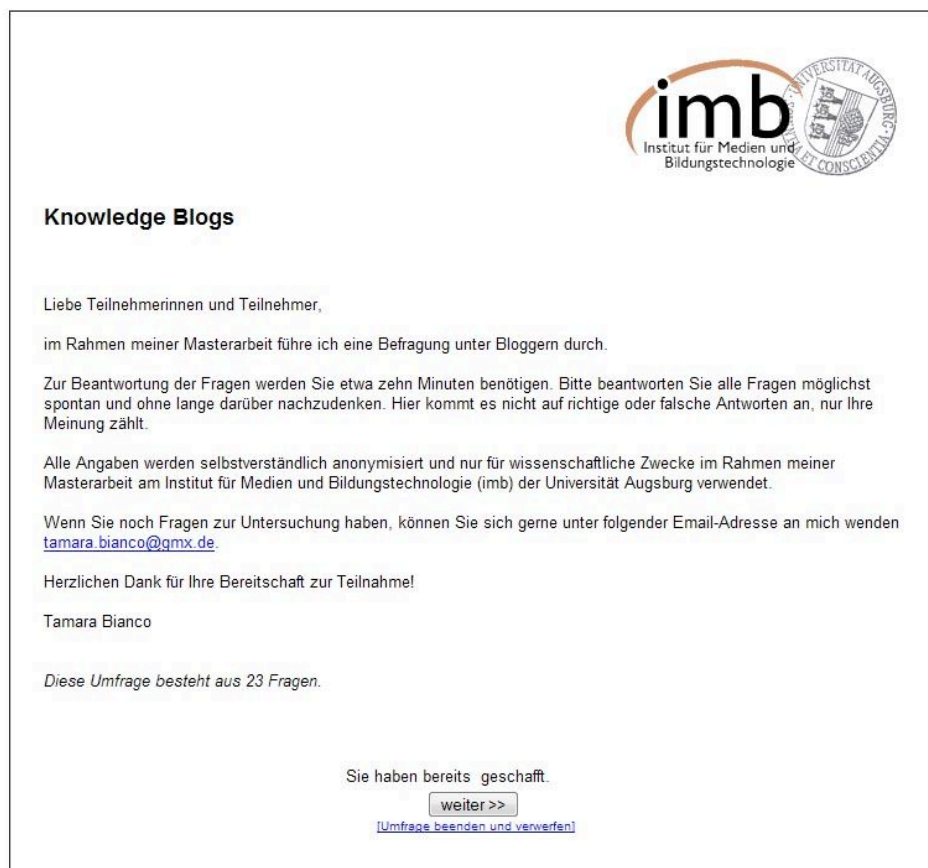


Abb. 8: Screenshot der Startseite der Online-Befragung

Im Rahmen der zur Verfügung stehenden Mittel zur Gewinnung von Probanden zeigt sich ein erfreulicher Rücklauf⁶³. Am 19. Mai 2008 wird die Befragung offiziell beendet – bis zu diesem Zeitpunkt haben insgesamt 88 Personen teilgenommen.

(2) Experteninterviews

Bereits frühzeitig wird mit der Akquise der in Frage kommenden Experten begonnen. Aus dem Pool der potenziellen Interviewpartner werden solche angesprochen, die während der Recherche innerhalb der Blogosphäre durch Kommentierungen oder eigene Beiträge auffallen und von denen bekannt ist, dass sie bereits länger bloggen und somit auf einen breiten Erfahrungsschatz diesbezüglich zurückgreifen können. Es werden fünf Experten aus dem deutschsprachigen Raum jeweils schriftlich angefragt, ob eine prinzipielle Bereitschaft zur Teilnahme an Interviews im Rahmen dieser Masterarbeit bestehen. Von den angeschriebenen Personen melden sich alle bis auf eine zeitnah zurück und signalisieren großes Interesse an der Teilnahme. Den Experten wird ein Interviewzeitraum von Ende Juni bis Anfang Juli zugesichert. Wie verspro-

⁶³ Eine Rücklaufquote lässt sich aufgrund der Verbreitung durch das Schneeballsystem nicht berechnen.

chen, wird mit den Experten jeweils ein konkreter Termin vereinbart an dem die Einzelgespräche stattfinden sollen. Die Gespräche dauern ca. 30 bis 60 Minuten und werden jeweils, unter Kenntnis der Teilnehmer, aufgezeichnet. Die Interviews finden ausschließlich telefonisch bzw. per Skype statt. Im Anschluss werden die Interviews transkribiert, wobei eine überwiegend wörtliche Niederschrift erfolgt. Jedoch werden für den Forschungsprozess nicht benötigte Teile oder längere Pausen von Seiten der Gesprächspartner durch Auslassungszeichen (...) gekennzeichnet. „[Sinnvoll] erscheint, nur so viel und so genau zu transkribieren, wie [es] die Fragestellung erfordert.“ (Flick, 2006, S. 253) Anmerkungen, die den Gesprächsablauf sinnvoll verdeutlichen, beispielsweise Pausen zum Überlegen, werden innerhalb dieser Klammern angeführt. Zudem findet eine grammatikalische Anpassung bzw. eine Transkription in die Schriftsprache statt.

5.4.3 Datenaufbereitung und Datenanalyse

Die gesammelten Daten der Online-Befragung werden mit Hilfe von SPSS – einem Statistikprogramm für Sozialwissenschaftler – ausgewertet. Diese Herangehensweise erweist sich als hilfreich bei der Auswertung, da Clusterungen der verschiedenen Ausprägungen der Variablen und Berechnungen generell erleichtert werden. Zudem bietet das Programm als entscheidenden Vorteil, dass damit einfach und schnell ansprechende Grafiken erstellt werden können, die die Visualisierung der Ergebnisse vereinfacht.

5.4.4 Repräsentativität der Daten

Die Auswahl der Probanden dieser Umfrage erfolgt nicht zufällig, sondern es wird gezielt nach bestimmten Eigenschaften wie die ausgeführte Tätigkeit oder der wissenschaftliche Bezug bei potenziellen Kandidaten gesucht, um ein bestimmtes Forschungsinteresse zu befriedigen. Dieses „Theoretical Sampling“ (Lamnek, 1993a, S. 150) fällt in den Bereich der qualitativen Sozialforschung. Eine Repräsentativität der Daten ist bei dieser Vorgehensweise nicht gegeben, wobei dies auch nicht erklärtes Ziel der Forschungsergebnisse ist.

„Repräsentativität erscheint [...] nicht so bedeutsam, richtet sich doch [...] das Interesse weniger auf die zahlenmäßige Verteilung bestimmter Merkmale als auf die Erkenntnis wesentlicher und typischer Zusammenhänge, die sich an einigen wenigen Fällen aufzeigen lassen [...]“ (ebd., S. 189, Hervorhebung i.O.).

Die Verbreitungsmöglichkeiten, die sich durch diese Form des „Schneeballprinzips“ (Brosius & Koschel, 2003, S. 90) ergeben, sind nicht zu unterschätzen: Wie sich zeigt, wird der Aufruf zur Befragung rasch unter der angepeilten Zielgruppe verbreitet. Somit ist durchaus von einer zielführenden Vorgehensweise

zu sprechen, wird doch genau dieser Personenkreis erfolgreich angesprochen, der die für die Untersuchung nötigen Daten liefern kann. Die Datenerhebung hat demnach weniger die Generalisierung durch eine Vielzahl zufälliger Fälle, denn eine durch „typische Fälle“ (Lamnek, 1993a, S. 193) im Blick.

5.5. Online Befragung

An dieser Stelle folgt die Datenanalyse der Online Befragung, die – genau wie die Befragung selbst – in drei große Blöcke gegliedert ist und separat betrachtet wird.

5.5.1 Soziodemografische Angaben/Sonstige Angaben

Die Analyse der soziodemografischen und sonstigen Angaben wird an den Anfang der Datenanalyse gestellt, da so im Laufe der weiteren Betrachtung interessante Bezüge deutlicher und für den Leser nachvollziehbar dargestellt werden können.

Nach Bereinigung der Daten⁶⁴ lässt sich eine Teilnehmerzahl von 74 Personen feststellen. Davon sind 21 weiblichen und 53 männlichen *Geschlechts*. Diese annähernde zwei Drittel Verteilung zu Gunsten der Männer lässt entweder schließen, dass es weniger weibliche Wissensarbeiter per se gibt oder dass es weniger *bloggende* weibliche Wissensarbeiter gibt. Wie bereits im Theorieteil erläutert, scheint die im Web 2.0 vertretene Wissenschaft jedoch überwiegend männlich dominiert zu sein. Insofern bestätigen die Befunde der durchgeführten Befragung diese Tendenz.

Das *Alter* der Befragten⁶⁵ liegt im Durchschnitt bei 34,86 Jahren. Der Median liegt bei 32 und der Modus, der häufigste Wert, bei 27 Jahren (insgesamt acht von 73 Teilnehmern). Die Standardabweichung beträgt 10,88 und die Spannweite 46 Jahre. Diese Konstellation ergibt sich aus der großen Bandbreite der Teilnehmer. Der Jüngste beziffert sein Alter mit 23 und der älteste Proband mit 69 Jahren. Die Altersverteilung lässt sich anhand des folgenden Histogramms veranschaulichen:

⁶⁴ Die Bereinigung ergibt sich aus Datensätzen, die zwar durch den PHP-Surveyor ausgewiesen werden, jedoch aufgrund von Unbrauchbarkeit aus dem Datenpool entfernt werden. Hauptsächlich wurden Datensätze von jenen Probanden entfernt, die wegen nicht passender Antworten auf die Filterfragen am Anfang aus der Befragung entlassen wurden. Zudem wurde ein 17-jähriger Teilnehmer manuell entfernt: Per definitionem erscheint es unwahrscheinlich, dass ein Minderjähriger, der mutmaßlich per Zufall auf die Befragung gestoßen ist, den Status des „Wissensarbeiters“ erreicht hat.

⁶⁵ Alle Angaben zum Alter beziehen sich auf N=73: Ein Teilnehmer hat bei der Altersangabe die Zahl „999“ eingetragen. Da dieses Alter unmöglich erreichbar ist und es die Daten nur unnötig verzerren würde, wurde die Angabe für die Auswertung unbeachtet gelassen.

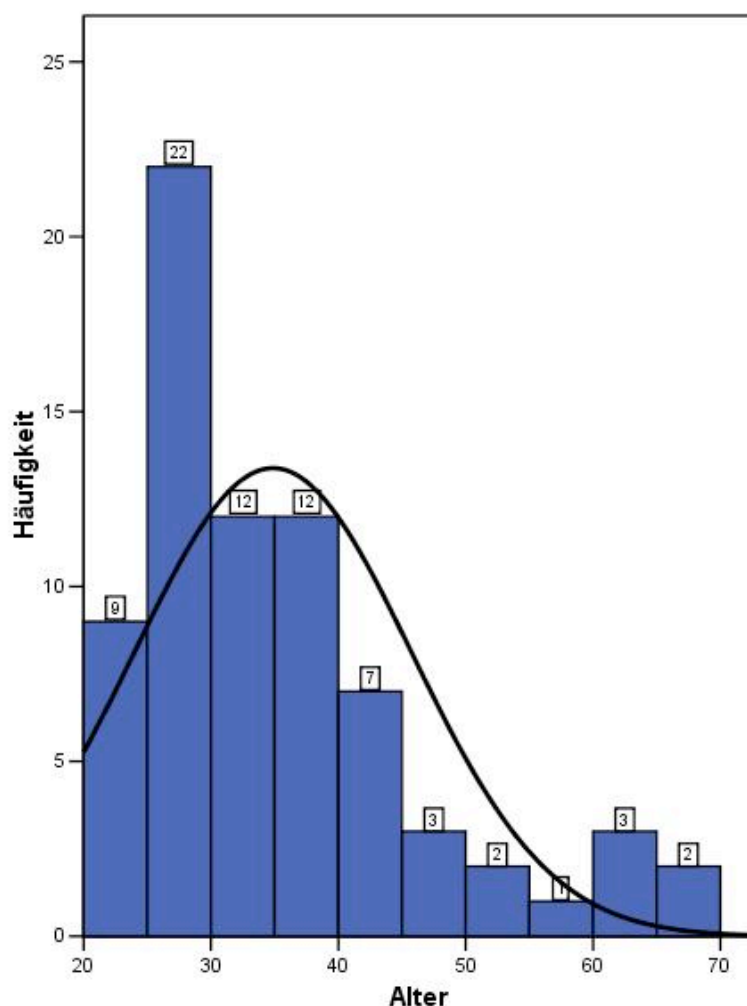


Abb. 9: Alter der Befragten (eigene Darstellung)

Insgesamt interessant ist, dass es durchaus ältere Wissenschaftler gibt, die ein Weblog führen. Hier folgt die Umfrage dem aktuellen Trend, denn es gibt immer mehr ältere Personen, die sich für das Internet interessieren. Die ARD/ZDFOnline-/Offlinestudie weist seit 1997 Nutzungszahlen der verschiedenen Altersgruppen aus. Dabei zeigt sich, dass beispielsweise bei den 50- bis 59-Jährigen seit dem Beginn der Aufzeichnungen die Internetnutzung von drei auf nun 64,1 Prozent (Jahr 2008) gestiegen ist (vgl. van Eimeren & Frees, 2008, S. 332). Insofern geht diese Aussage konform mit den Ergebnissen dieser Umfrage, wo es auch ältere Personen gibt, die sich im Online-Medium wohlfühlen und aktiv partizipieren.

Weiterhin wird nach dem möglichen *akademischen Grad* der Teilnehmer gefragt. Die Umstellung der Studienabschlüsse im Rahmen des Bologna-Prozesses spiegelt sich in der Umfrage gut wieder, da bereits sieben Personen angeben, einen Bachelor- und neun Personen einen Masterabschluss zu haben. Die Probanden, die diesen Abschluss angeben, sind auch deutlich jünger: Vor allem die Gruppe bis 30 Jahre gibt an, Bachelor oder Master zu sein. Herausstechend ist die Anzahl des akademischen Grades „Diplom“: Zwanzig Teilnehmer geben an, diesen Abschluss erworben zu haben. Den Titel „Magister“ tragen nach eigenen Angaben elf der Probanden. Eine über den regulären uni-

versitären Abschluss liegende Qualifizierung haben insgesamt zehn Personen erworben: Sieben Personen tragen demnach einen Dokortitel und drei Teilnehmer geben an, sich habilitiert zu haben und sich „Professor“ nennen zu dürfen. Dass diese Befragten ein höheres Alter vorweisen, ist verständlich, dauert doch der Weg zur Promotion bzw. zur Habilitation deutlich länger als ein „einfacher“ Studienabschluss. Ein Staatsexamen, wie es beispielsweise beim Lehramt oder medizinischen Studiengängen die Regel ist, wird von sieben Personen als höchster akademischer Grad angegeben. Ein relativ hoher Teil der Befragten (13,5 Prozent) trägt (noch) keinen akademischen Titel. Ein Blick auf die Gruppenzugehörigkeit der betroffenen Personen bestätigt, was bereits vermutet wurde: Acht der Probanden geben an, noch zu studieren – sie befinden sich demnach erst auf dem Weg zum akademischen Abschluss. Einer der beiden weiteren Personen gibt an, wissenschaftlich tätig zu sein, während der andere Proband sich als DozentIn/LehrerIn einer Bildungseinrichtung beschreibt.

Anknüpfend bietet sich der genauere Blick auf die *Gruppenzugehörigkeit* an, die bereits als Filterfrage innerhalb der Befragung fungiert. Nachfolgendes Diagramm visualisiert die Verteilung der Gruppen:

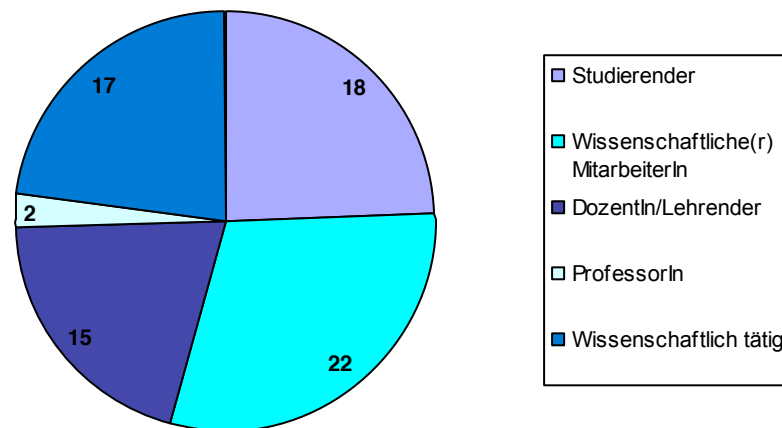


Abb. 10: Gruppenverteilung; N=74 (eigene Darstellung)

Demnach nehmen überwiegend wissenschaftliche Mitarbeiter an der Befragung teil (22 Personen). An zweiter Stelle folgen die Studierenden, die mit 18 Personen in der Befragung repräsentiert sind. Lehrende an den diversen Bildungseinrichtungen stellen 15 Teilnehmer der Befragung. Wissenschaftlich tätig, aber dabei nicht primär in einer Bildungsinstitution tätig, sind 17 Personen. In die Gruppe der Professoren ordnen sich lediglich zwei Personen ein. Zu bemerken ist an dieser Stelle, dass bei der Frage nach dem akademischen Grad drei Personen angeben, den Titel „Professor“ zu tragen. Diese Diskrepanz ergibt sich aus der Tatsache, dass der Befragte in der Gruppenzugehörigkeit angibt, wissenschaftlich tätig zu sein. Die Gründe dafür können nicht genau zurückverfolgt

werden, es lässt sich allerdings vermuten, dass entweder der Betroffene keinen eigenen Lehrstuhl oder eine Professur inne hat und sich somit trotz Habilitation nicht als Professor einordnen wollte, oder dass das Selbstbild desjenigen sich nicht primär als Professor, sondern als Wissenschaftler definiert. Denkbar ist außerdem, dass der Teilnehmer nicht mehr oder noch nicht als Professor tätig ist, aber dennoch den entsprechenden akademischen Grad erworben hat.

Die Mehrzahl der Teilnehmer (66 Personen/89,2 Prozent) gibt an, ein spezifisches *Fachgebiet*⁶⁶ zu haben. Die offenen Antworten wurden manuell ausgewertet⁶⁷ und, wie in folgender Aufstellung ersichtlich ist, geclustert:

Tabelle 1: Fachgebiet der Probanden; Mehrfachantworten möglich; eigene Darstellung

Fachgebiet; N=66	Anzahl
Erziehungswissenschaften, Bildung	28
Medien, Kommunikation	22
Sonstiges	21
Web 2.0	11
Informatik	9
Sprachwissenschaften	9
Naturwissenschaften	8
Geschichte, Kultur	8
Wirtschaft	2

Da die meisten Probanden mehrere Fachgebiete angeben, werden multiple Angaben entsprechend berücksichtigt. Es kristallisieren sich dabei zwei Kontexte heraus, die innerhalb der Gruppe der Befragten am häufigsten genannt werden: sowohl Medien und Kommunikation (22 Nennungen) als auch Erziehungswissenschaften und Bildung (28 Nennungen). Dies kann als Indiz für die Relevanz und den potenziellen Nutzen von Internetanwendungen wie Weblogs in diesen Bereichen gewertet werden, scheint doch bei diesen Personen aufgrund des fachlichen Schwerpunktes die Motivation zur Teilnahme an einer Online-Befragung zu bestehen. Das Thema Web 2.0 (zu dem z.B. Nennungen, wie „Social Software“ gezählt werden) ist ebenso stark vertreten, was im Hinblick auf den Rahmen der durchgeführten Befragung einleuchtet. Zu annähernd gleichen Teilen sind Informatik und Sprachwissenschaften (neun Teilnehmer) und Naturwissenschaften und Geschichte und Kultur (jeweils acht Probanden) beteiligt. Das Fachgebiet Wirtschaft ist mit zwei Nennungen stark unterrepräsentiert. Sonstige, nicht in eines der vorher aufgeführten Fachgebiete passende Nennungen wurden 21-mal gezählt. Beispielhaft kann hier „Musik“ oder „Theologie“ genannt werden.

Weiterhin wird nach dem zeitlichen *Bestehen des Weblogs* gefragt. Ein Viertel der Probanden führt ihr Weblog bereits ein bis zwei Jahre (19 Perso-

⁶⁶ „Fachgebiet“ bezieht sich in diesem Fall nicht zwingend auf ein akademisches Spezialgebiet, sondern der vom jeweiligen Probanden angegebene Themenbereich des speziellen Interesses bzw. ein Gebiet, wo nach Eigeneinschätzung ein höheres oder hohes Wissen vorliegt.

⁶⁷ Die zugrunde liegenden offenen Antworten wurden in einem Codierbogen systematisch aufbereitet. Dieser ist im Anhang dieser Arbeit zu finden.

nen). Noch länger als Autor zu fungieren, nämlich zwei bis drei Jahre, geben 14 Personen an. Dreizehn Teilnehmer führen das Weblog bereits länger als drei Jahre. Unter einem Jahr Erfahrung mit dem Führen eines Weblogs haben insgesamt 28 Personen. Diese Gruppe teilt sich wie folgt auf: Ein bis drei Monate wird das Weblog von sechs Personen, vier bis sechs Monate von zwölf und sieben bis zwölf Monate von zehn Teilnehmern geführt. Es fällt auf, dass vor allem Teilnehmer bis 30 Jahre ihr Weblog erst bis zu einem Jahr führen (insgesamt 18 Personen) – bei den 30 bis 40-Jährigen wird vor allem eine Nutzungsdauer von ein bis zwei Jahren angegeben (16 Teilnehmer).

Zusätzlich wird die Frequenz der Aktualisierung im Fragebogen thematisiert. „Mehrere Male pro Woche“ aktualisiert die Majorität der Befragten demnach ihr Weblog (31 Personen). Mindestens einmal wöchentlich gibt es Aktualisierungen im Weblog von 21 Nutzern. Mehrere Male im Monat erscheinen bei 15 Teilnehmern neue Beiträge in ihrem Knowledge Blog. An den Polen der Antwortskala zeigen sich geringere Nennungen: Vier Probanden bloggen einmal im Monat und lediglich drei Personen aktualisieren ihr Weblog täglich.

5.5.2 Wissenschaftliches Schreiben

Alle Probanden, von denen Datensätze generiert werden, geben an, über wissenschaftliche Themen zu schreiben – ansonsten wären sie durch die Filterfrage frühzeitig aus der Befragung ausgeschieden.

Die *Themen*, über die in diesem wissenschaftlichen Kontext geschrieben wird, werden als Mehrfachantwort abgefragt, woraus sich die folgende Aufstellung ergibt:

Tabelle 2: Wissenschaftliche Themen; Mehrfachantworten möglich; eigene Darstellung

Themen; N=74	Anzahl
(journalistische) Artikel, Bücher, Portale, andere wissenschaftliche Quellen	59
Tagungen, Workshops, andere wissenschaftliche Veranstaltungen	47
Eigene Forschungstätigkeit	43
Forschungstätigkeit anderer Personen	38
Eigene Lehre	27
Lehre	17
Sonstiges	16

Wissenschaftliche Quellen wie Artikel oder Bücher zeigen sich demnach als oft gewähltes Thema für Blogbeiträge. Aber auch Tagungen und andere wissenschaftliche Veranstaltungen sind bei vielen Teilnehmern thematisch im Blog vertreten. Die eigene Forschungstätigkeit sowie geringfügig weniger auch die fremde Forschungstätigkeit werden ebenfalls oft genannt. Lehre – dabei insbesondere die Lehre im Allgemeinen – wird weniger in den Blogbeiträgen behandelt. Dazu muss beachtet werden, dass die Probanden, die den Status „Studierender“ haben, wohl weniger auf den Bereich der (eigenen) Lehre eingehen.

Die offenen Antworten⁶⁸, die von insgesamt 16 Personen gegeben werden, zeigen, dass zu den zur Auswahl gestellten Themen ferner über private Dinge und diverse Themen, die teilweise im wissenschaftlichen Kontext stehen, berichtet wird.

5.5.3 Bloggen

Die ersten sechs Fragen, die es zu beantworten gilt, handeln thematisch von der *wahrgenommenen Kompetenz* der Probanden.⁶⁹ Wie schätzen die Knowledge Blogger ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten hinsichtlich des Bloggens ein? Sieht man sich die Antworten auf die gestellten Fragen en bloc an, so zeigt sich zwar durchaus eine Tendenz zur Zustimmung, allerdings ergeben sich doch einige Unterschiede, warum in der Folge ein genauerer Blick auf die Items geworfen wird:

Auf einer ungeraden Antwortskala besteht immer die Gefahr, dass sich Probanden, die sich unsicher sind, für die Mitte der Skala entscheiden, um nichts „falsch zu machen“. Dieses Phänomen scheint in dieser Befragung – allen Befürchtungen und Kritikern zum Trotz – weniger zuzutreffen. Sieht man sich an, wie die Teilnehmer der Befragung sich hinsichtlich ihrer Kompetenz im Bloggen einschätzen, so beantworten die meisten Personen diese Frage mit einer „5“ (24 Personen) – einer mittelstarken bis starken Zustimmung. Die jeweiligen Enden der Skala sind schwach besetzt: Drei Personen denken nicht, dass sie gut im Bloggen sind und lediglich zwei Personen stimmen der Aussage „Ich denke, ich bin gut im Bloggen“ vollkommen zu. Der restliche Teil der Probanden gruppiert sich zu annähernd gleichen Teilen auf die restlichen Kategorien (3= elf Personen; 4= zwölf Personen; 6= 13 Personen). Abbildung 11 fasst die Ergebnisse nochmals grafisch zusammen:

⁶⁸ Eine ausführliche Aufstellung findet sich im Anhang.

⁶⁹ Innerhalb dieses Fragenkomplexes wird immer wieder Bezug zu „zustimmenden“ oder „ablehnenden“ Kategorien genommen. Dabei beziehen sich die Aussagen auf die Skala von 1 bis 7, die dem Fragebogen zugrunde liegt. Die Skalenbereiche 1 bis 3 sind deshalb generell eher einer ablehnenden Haltung gegenüber der entsprechenden Aussage zuzuordnen, während die Bereiche 5 bis 7 eher als Zustimmung zur Aussage gelten. Die Mitte (= Skalenpunkt 4) wird separat ausgewiesen.

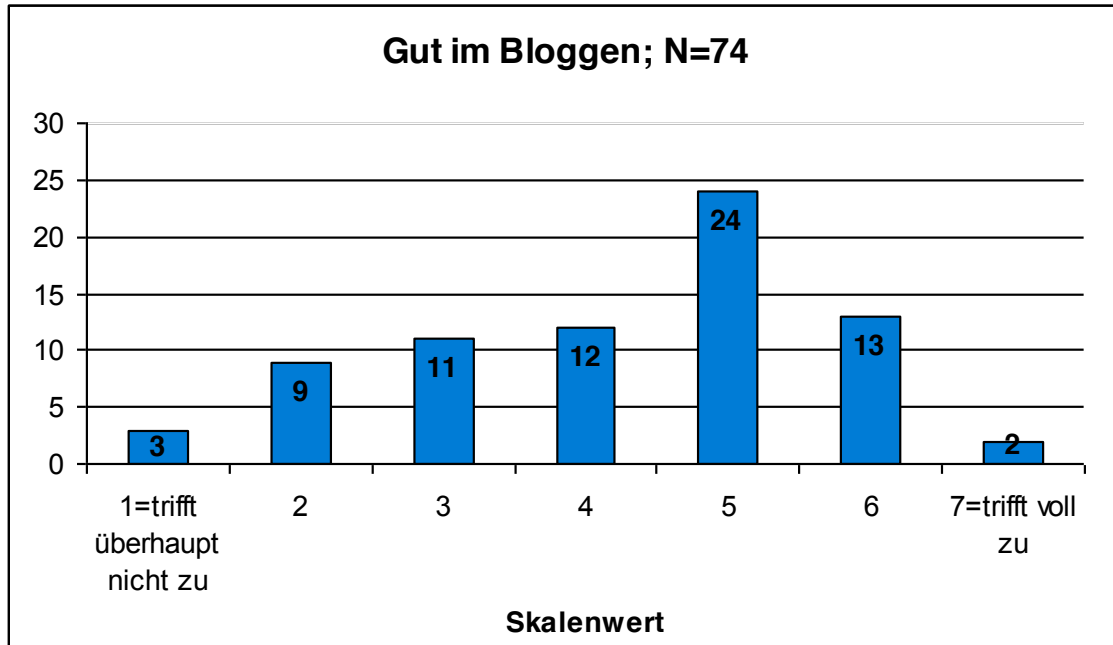


Abb. 11: Häufigkeitsverteilung zur Aussage „Ich denke, ich bin gut im Bloggen“ (eigene Darstellung)

Wird die eigene Kompetenz im Bloggen im Vergleich zu anderen bewertet, so ergibt sich ein ähnliches Bild (Details siehe Abbildung 12). Etwas stärker ausgeprägt ist bei dieser Frage allerdings der mittlere Wert der Skala, was vor allem zu Lasten der Positionen der sehr starken Zustimmung (auf der Skala die „6“) geht – hier ordnen sich diesmal nur acht der Teilnehmer ein.

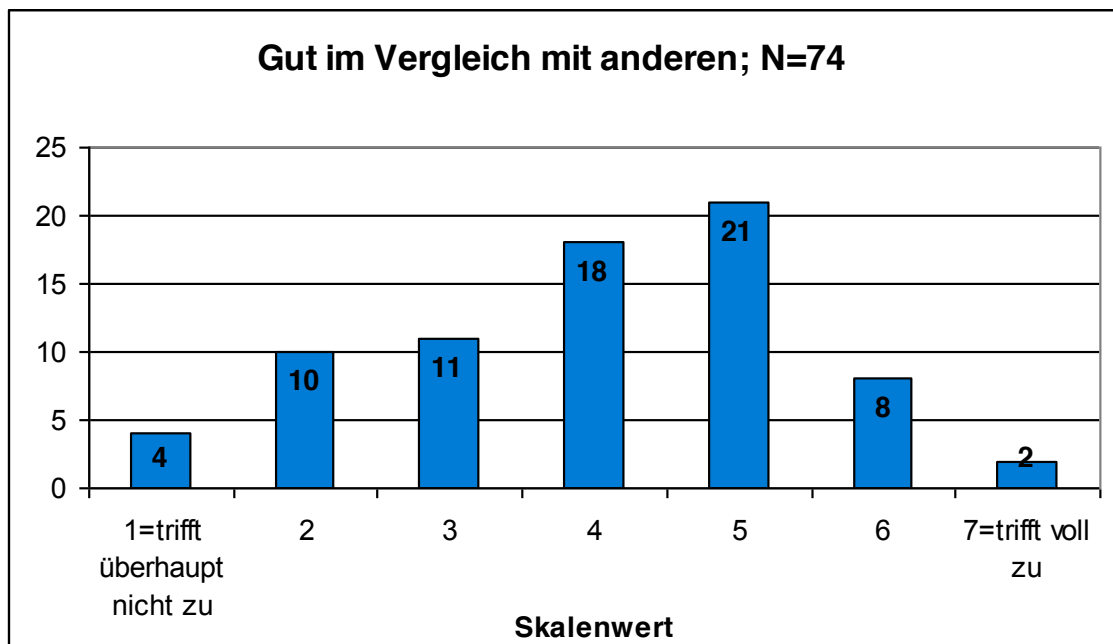


Abb. 12: Häufigkeitsverteilung zur Aussage „Ich denke, im Vergleich mit anderen bin ich gut im Bloggen“ (eigene Darstellung)

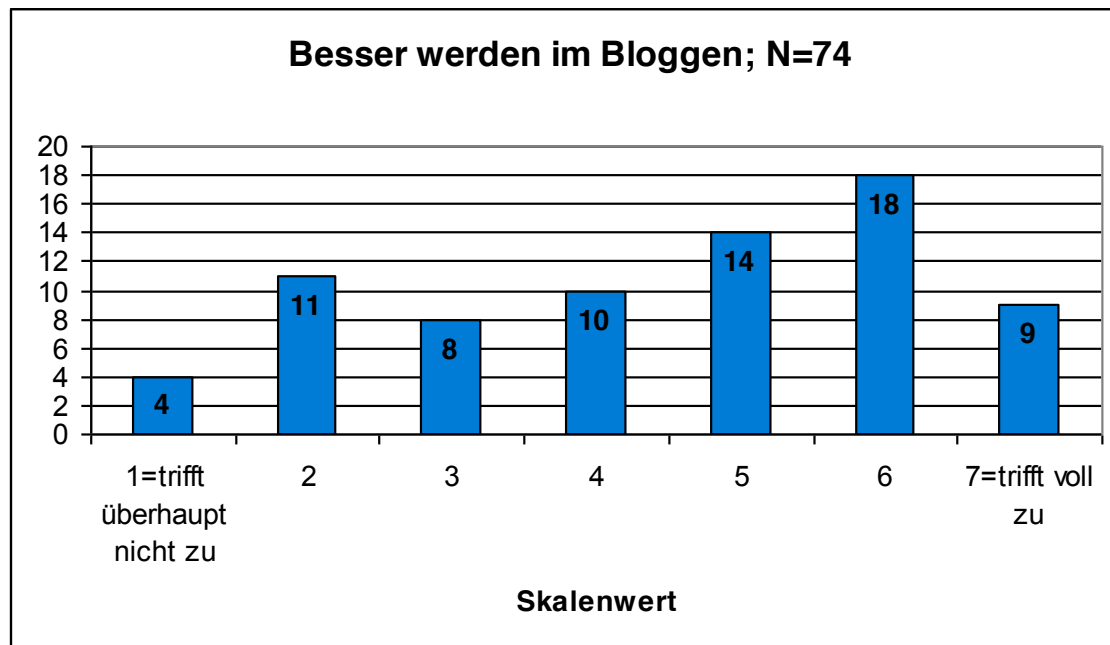


Abb. 13: Häufigkeitsverteilung zur Aussage „Ich werde immer besser im Bloggen“ (eigene Darstellung)

Die *eigene Autorenschaft im Zeitverlauf* – auf diesen Aspekt zielt die nächste Frage ab: Schreiben sich die Blogger eine zunehmende Kompetenz im Verfassen von Beiträgen für das Weblog zu? Zwar zeigt sich weiterhin eine Tendenz zu Antworten im oberen Bereich der Skala, wobei hier durchaus auch Ablehnung auf die Aussage „Ich werde immer besser im Bloggen“ zu Tage tritt. Der relativ starke Ausschlag auf der Position „2“ ist jedenfalls auffällig: Elf Personen stimmen der Aussage nicht zu. Auch am anderen Ende der Skala lässt sich eine Veränderung bemerken, antworten doch neun Personen mit vollkommener Zustimmung auf die wahrgenommene kontinuierliche Verbesserung ihrer Blogging-Kompetenz (Abbildung 13).

In Punkto *Zufriedenheit* – ein weiterer Gradmesser für die wahrgenommene Kompetenz – herrscht eine Tendenz zur Zustimmung vor. Insgesamt äußern sich 44 Teilnehmer zustimmend (Kategorie 5 bis 7 auf der Skala). Vollkommene Zufriedenheit gibt es bloß bei zwei Probanden. Kritischer mit ihrer eigenen Leistung als Autor sind alles in allem 18 Personen, wobei drei komplett unzufrieden sind.

Auch *Routine*, ein weiterer Aspekt von Kompetenz, wird abgefragt. Sieht sich der Wissensarbeiter als routiniert im Führen des Weblogs an? Bei diesem Punkt zeigt sich eine Tendenz zum Mittelwert, geben doch 18 Teilnehmer an, dass diese Aussage teilweise zutrifft. Die Mehrzahl der Probanden ordnen sich im oberen Bereich der Skala ein, wobei abermals nur drei Personen vollkommene Zustimmung zu der zur Bewertung gestellten Aussage äußern. Die 18 Probanden, die sagen, diese Aussage träfe überhaupt nicht (insgesamt fünf Personen) oder nicht zu (13 Personen), fallen auf: Es stellt sich die Frage, ob es sich nach Ansicht dieser Personen um mangelnde Routine aufgrund von einer bisher kurzen „Weblog-Karriere“ handelt oder ob das Medium an sich nicht für den Aufbau von routinierter Arbeitsweise geeignet ist. Bei der gemeinsamen Betrachtung von der Dauer der Autorenschaft und der wahrgenommenen Rou-

tine wird folgendes ersichtlich: Blogger, die bereits länger als ein Jahr bloggen, weisen eine leichte Tendenz zu einer höheren wahrgenommenen Routine auf. Dieser Zusammenhang ist aufgrund der geringen Fallzahlen nicht signifikant, erscheint jedoch aufgrund der Tatsache, dass Routine stark mit zeitlichen Aspekten verknüpft ist, nachvollziehbar (siehe Abbildung 14).

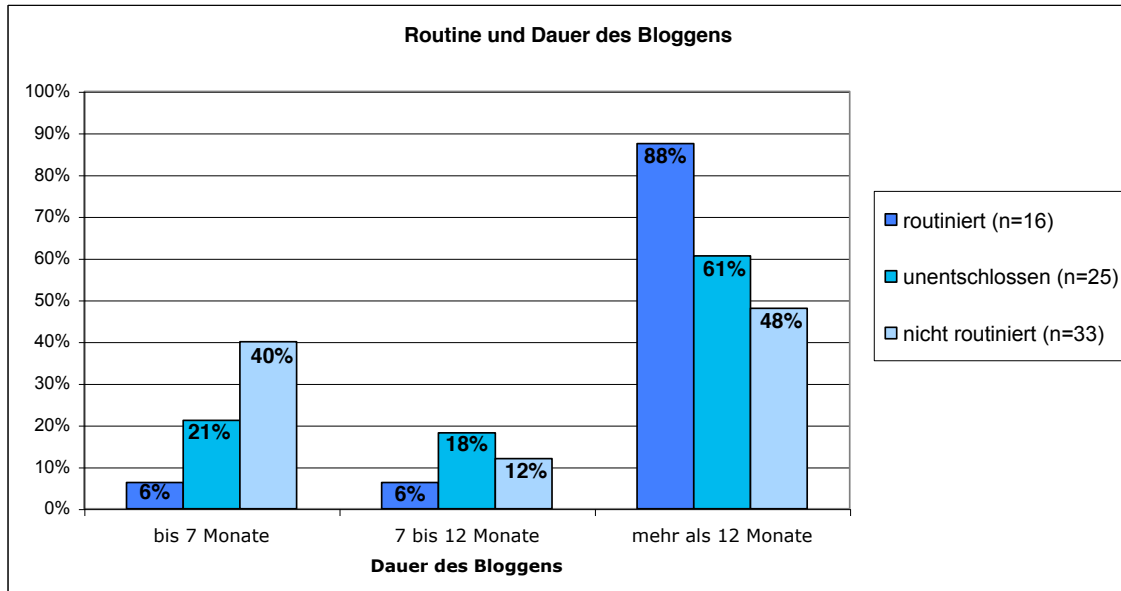


Abb. 14: Häufigkeitsverteilung der Selbsteinschätzung der Routine im Bloggen mit der Dauer der Autorenschaft; N=74 (eigene Darstellung)

„Ich bin nicht sehr gut im Führen eines Weblogs“. Diese Aussage stellt die Negation zu der ersten Frage diesen Themenkomplexes der Kompetenz dar. Antworten die Probanden auf diese Frage passend (d.h. umgekehrt) zu der Aussage „Ich denke, ich bin gut im Bloggen“? Die Verteilung kann selbstverständlich nicht vollkommen gespiegelt werden, da auf einer Skala von eins bis sieben die Einordnung von jedem anders wahrgenommen werden kann. Es zeigt sich allerdings durchaus eine Umkehrung zu den Ergebnissen der konträren Frage, was als Bestätigung zu deren Auswertung gewertet werden kann.

Etwas provokativ stellt der Titel dieser Arbeit infrage, ob das Führen eines Weblogs intrinsisch motiviert ist oder aus reinem Pflichtbewusstsein erledigt wird. Der nächste Block an Fragen beschäftigt sich daher mit dem *Aufwand* bzw. der gefühlten *Wichtigkeit* mit der ein Blogger seiner Tätigkeit gegenüber steht. Dingen, die einen Menschen erfüllen, wird er wohl mehr Wichtigkeit und Aufmerksamkeit zu Teil werden lassen, als Dingen, die ihm widerstreben. Zuerst wird darum der Faktor Zeit abgefragt: Investieren die Wissensarbeiter viel Zeit in das Führen ihres Weblogs? Der *zeitliche Aufwand* beim Bloggen ist als eher gering einzuschätzen. Zwar gibt es durchaus sechs Personen, die dieser Aussage völlig (eine Person) oder annähernd völlig (fünf Probanden) zustimmen können, die Mehrheit der Befragten liegt aber im Bereich zwischen eins und fünf der Skala. So sagen drei Personen, dass diese Aussage überhaupt nicht zutrifft und insgesamt 51 Teilnehmer, dass sie (eher) wenig Zeit in das Bloggen investieren. Fraglich ist, ob hier ein Zusammenhang zwischen der

wahrgenommenen Kompetenz und dem Aufwand besteht. Es wäre demnach denkbar, dass die Probanden ihre Kompetenz derart hoch einschätzen, dass sie denken, nur wenig Zeit investieren zu müssen. Denkbar ist auch, dass Inhalte ohnehin reflektiert werden und das Schreiben als das „kleinere Übel“ empfunden wird. Ebenfalls möglich ist es, dass das Medium Weblog so selbsterklärend und einfach in der Bedienung ist, dass nur ein geringer zeitlicher Aufwand – trotz Bemühungen um Qualität – von Nöten ist.

Diesen letzten Aspekt greift die nächste Fragestellung auf, wenn das Statement zur *Nichtbemühung um Qualität* zu bewerten ist. Hier ist das Bild recht eindeutig: Auf die Mehrzahl der Befragten trifft diese Aussage (überhaupt) nicht zu (insgesamt 45) – der Rest der Probanden verteilt sich zu annähernd gleichen Teilen auf die restlichen Skalenpunkte. Vergleicht man den Punkt der Nichtbemühung um Qualität mit der Dauer der Autorenschaft, so fällt auf, dass vor allem Personen, die bereits länger bloggen, weniger um Qualität bemüht sind.

Die Antworten auf die anschließende Frage, die genau den Gegensatz abbildet, bestätigen die Ergebnisse: *Sind die Blogger um Qualität bemüht?* Die gemachten Bewertungen sprechen jedenfalls dafür, antworten doch 29 von 74 Personen (damit die Mehrheit) auf der Kategorie „6“. Auch der überwiegende Rest sieht sich mit 13 Nennungen eher am Ende der Skala (Antworten zu Punkt „5“) oder ganz am Ende der Skala mit völliger Zustimmung (16 von 74 Probanden). Geringe Resonanz erhalten die für Ablehnung stehenden Skalenpunkte von eins bis vier.

Hinsichtlich der *Wichtigkeit* zeigt sich des Weiteren eine Tendenz zur Zustimmung: Die Wichtigkeit des Weblog und des Verfassens von guten Blogbeiträgen ist demnach für insgesamt 56 Personen ein zustimmungswürdiger Aspekt – im Vergleich zu 18 Probanden, die sich auf der Skala zwischen den Werten eins bis vier wieder finden. Sieben Personen sind hier unentschieden. Die genauen Fallzahlen sind in Abbildung 15 dargestellt.

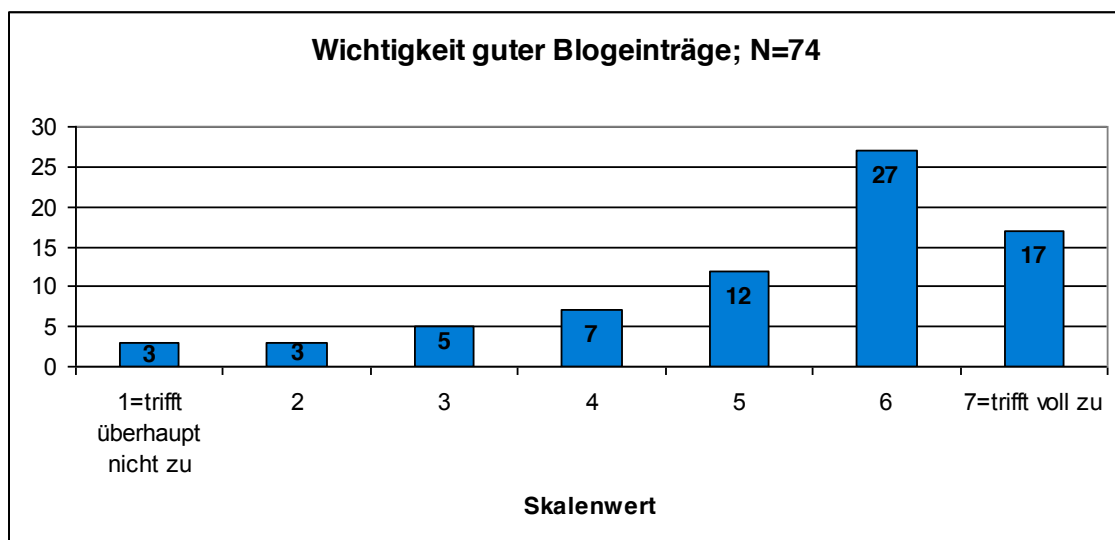


Abb. 15: Häufigkeitsverteilung zur Aussage „Es ist mir wichtig, gute Blogbeiträge zu verfassen“ (eigene Darstellung)

Zur Frage nach dem *zeitlichen Aspekt* wird ebenfalls eine Bestätigungsfrage mit negativem Wortlaut gestellt. Genau Rückschlüsse lässt das Ergebnis auf diese Bewertungsfrage allerdings nicht zu: Eigentlich wäre zu erwarten gewesen, dass sich eine Umkehrung der Ergebnisse abzeichnet. Allerdings ist dies schwerlich abzulesen, da, wie in Abbildung 16 ersichtlich ist, die Verteilung sich ohnehin in der Mitte der Skala bewegt. Dies trifft auch bei der Gegenfrage zu. Eine gewisse Umverteilung findet zweifelsohne statt, jedoch sei die Aussagefähigkeit dieser Kontrollfrage dahingestellt. Eine mögliche Ursache für dieses Phänomen ist, dass die zeitliche Investition stark von dem jeweiligen Blogbeitrag abhängt und die User hier unschlüssig sind, wo sie sich einzuordnen haben.

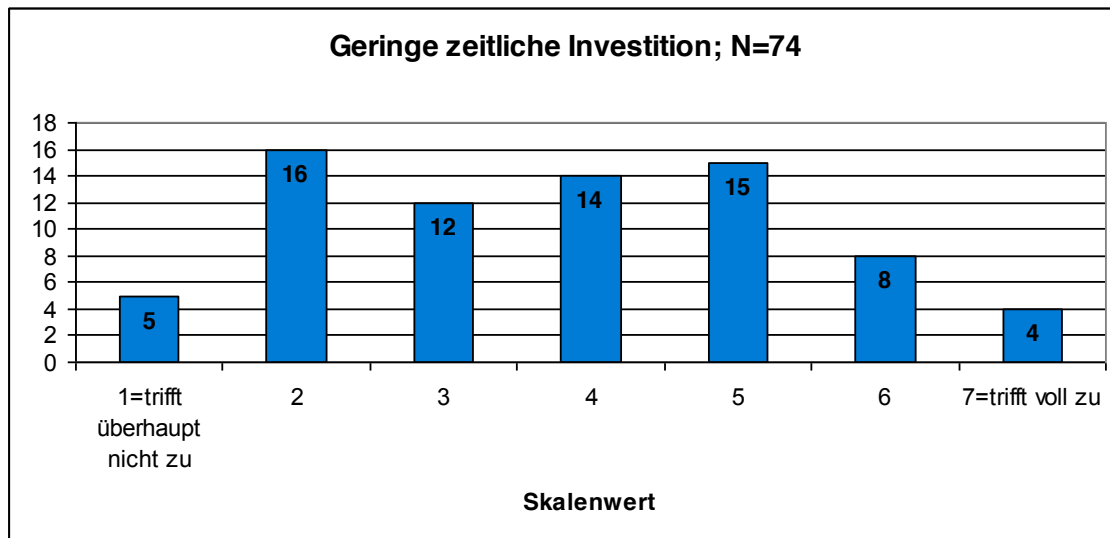


Abb. 16: Häufigkeitsverteilung zur Aussage „Ich investiere nicht sehr viel Zeit in das Führen meines Weblogs“ (eigene Darstellung)

Da die bisherigen Fragen zum zeitlichen Aufwand in Form einer Bewertung einer feststehenden Aussage formuliert sind, wird nun eine Frage, die „härtere“ Kriterien angibt, angeschlossen. Dazu werden die Probanden nach dem *wöchentlichen Aufwand*, den sie der Pflege des Weblogs widmen, gefragt. Dabei zeigt sich, dass die meisten Wissensarbeiter, nämlich 27 der Befragten, pro Woche ca. ein bis zwei Stunden investieren, um ihr Weblog zu pflegen. Etwas mehr Zeit widmen 19 Personen ihrem Weblog – mit drei bis vier Stunden wöchentlich. Zehn Probanden sagen, dass sie fünf bis sechs Stunden mit dem Verfassen von Beiträgen, der Statistik u.ä. beschäftigt sind. Jeweils fünf Teilnehmer investieren sogar sieben bis neun bzw. mehr als neun Stunden in der Woche in ihr eigenes Weblog. Acht Personen haben einen geringeren zeitlichen Aufwand mit ihrem Blog: Sie geben an, weniger als eine Stunde in der Woche mit der Pflege beschäftigt zu sein.

Der nächste Bewertungsblock, der wieder anhand der Skala zwischen eins und sieben abgefragt wird, steht unter dem Motto „*Wahrgenommene Wahlfreiheit*“. Die Intention dahinter ist das Bedürfnis nach Autonomie bei den Probanden abzufragen, da dies eines der Grundbedürfnisse in der Selbstbestimmungstheorie

von Deci und Ryan darstellt und somit im Rahmen dieser Arbeit von besonderem Interesse ist.

Den Anfang macht die Frage, *ob sich die Blogger frei fühlen* in dem, was und wann sie schreiben. Betrachtet man die Ergebnisse, scheint dies überwiegend der Fall zu sein, ordnen sich doch die Mehrzahl der Probanden im oberen Bereich der Skala, d.h. zwischen fünf bis sieben ein (siehe Abbildung 17). Dennoch soll nicht unerwähnt bleiben, dass es – wenn auch deutlich weniger – ebenso Teilnehmer gibt, die der Aussage „Ich fühle mich frei in dem, was und wann ich blogge“ nicht zustimmen können.

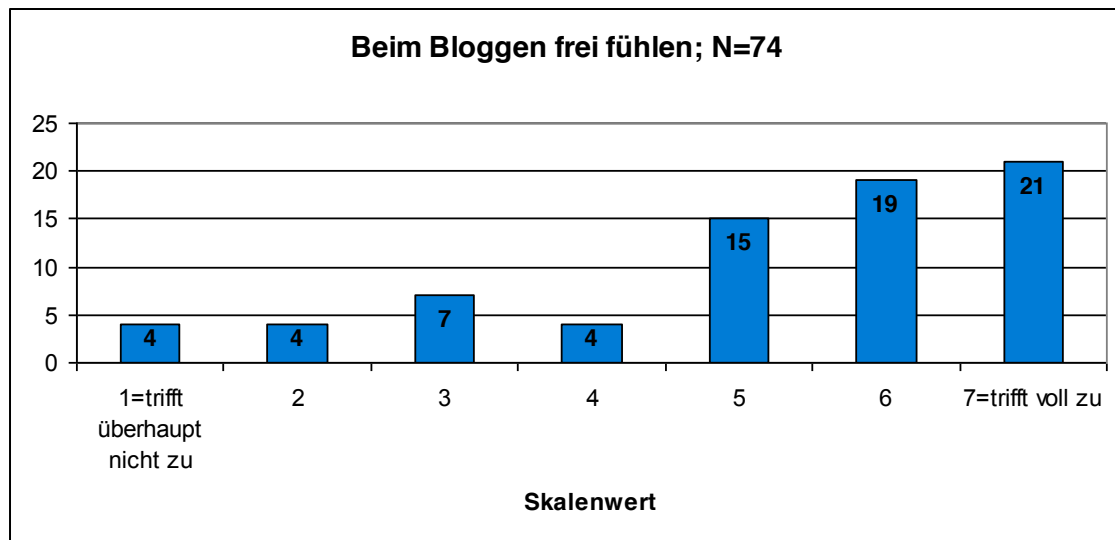


Abb. 17: Häufigkeitsverteilung zur Aussage „Ich fühle mich frei in dem, was und wann ich blogge“ (eigene Darstellung)

Interessant sind auch die Antworten auf die nächste Frage, denn hier werden mögliche *äußere Faktoren als Einflussfaktor* auf die Blogbeiträge zur Bewertung gestellt. Dabei zeigt sich, dass insgesamt 48 Blogger zugeben, durch außen beeinflusst zu werden – es aber auch einen nicht unerheblichen Teil der Befragten gibt, die sich unabhängig von äußeren Einflüssen sehen (Skalenbereich 1-3, N=20). Mittig, demnach teilweise zustimmend zu äußeren Faktoren als Beeinflussung, ordnen sich sechs Personen ein.

Es muss differenziert werden zwischen der Aussage, ob es äußere Faktoren gibt, die das Individuum zum Schreiben bzw. Bloggen veranlassen, oder ob diese externen Einflüsse auch einen gefühlten Druck bei der betroffenen Person veranlassen. Um diesen Unterschied besser zu erfassen, wird daher in der nächsten Frage nach eben diesem *äußeren Druck* gefragt. Die Antworten wiesen darauf hin, dass die Probanden der Umfrage unterschiedliche Erfahrungen mit Druck beim Bloggen haben. Zwar sagen 41 Personen, dass sie der zu bewertenden Aussage nicht zustimmen können. Dem gegenüber stehen jedoch 23 Personen, die durchaus äußeren Druck beim Bloggen spüren. Zehn restliche Probanden sind unentschieden und fühlen sich teilweise unter einem äußeren Druck beim Führen des Weblogs (Abbildung 18).

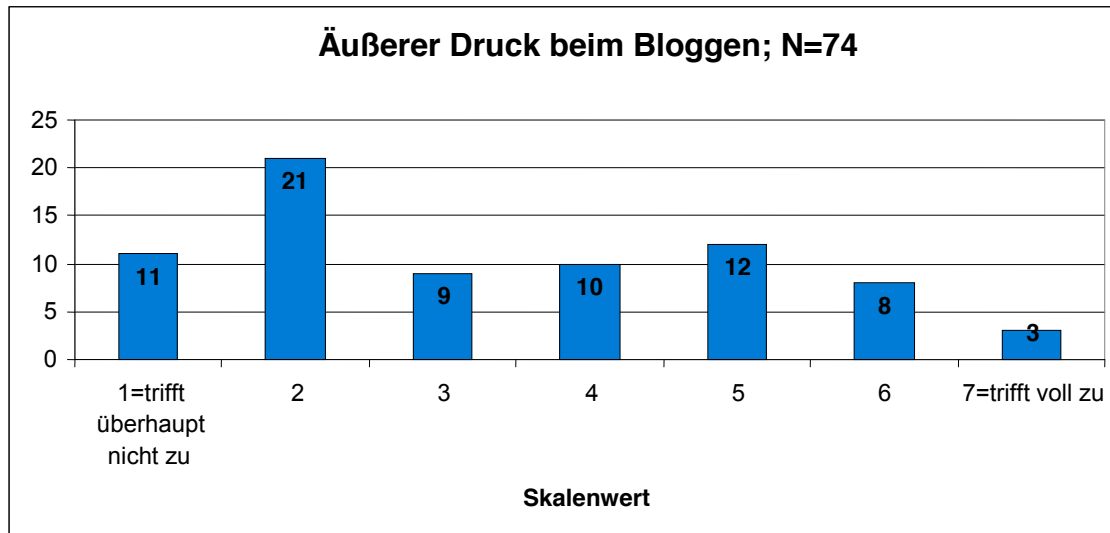


Abb. 18: Häufigkeitsverteilung zur Aussage „Ich fühle mich bei manchen Dingen, die ich blogge unter einem gewissen äußeren Druck“ (eigene Darstellung)

An dieser Stelle bietet es sich an, zu überprüfen, ob jene Personen, die sich einerseits eher unfrei in ihrem Bloggen sehen und andererseits einen gewissen Druck von außen verspüren, auch in anderen Merkmalen Übereinstimmungen finden. Bei der Analyse der Daten konnte festgestellt werden, dass die betroffenen Probanden sich bei der Frage nach der zeitlichen Investition für das Führen des Weblogs deutlich weniger bereit zeigen, Zeit aufzuwenden. Von den 15 Personen, die bei der Aussage „ich fühle mich frei in dem, was und wann ich blogge“ die Antwortmöglichkeiten 1 bis 3 (= keine Zustimmung) wählen, geben auch insgesamt 13 Probanden an, dass sie der Aussage „ich investiere eine Menge Zeit in das Führen meines Weblogs“ (eher) nicht zustimmen. Interessanterweise würden aber trotz der Tendenz zur „Unfreiheit“ 14 Personen anderen dazu raten, ein Weblog zu führen. Dazu kommt, dass alle dieser 15 Probanden angeben, dass sie ihr Weblog dauerhaft weiterführen wollen. Es kann eine Tendenz zu weniger Engagement bei den Bloggern festgestellt werden, die nach eigenen Angaben einem äußeren Druck ausgesetzt sind. Es ist ihnen weniger wichtig, gute Blogbeiträge zu verfassen: Sieben von acht Personen, die sich diesem Druck ausgesetzt sehen, beurteilen die Frage nach der Wichtigkeit mit wenig bis keiner Zustimmung. Identisch fallen die Ergebnisse für die Bemühung um Qualität aus. Auch die Routine scheint den Betroffenen zu fehlen – wieder geben sieben aus acht auf dieses Statement („ich bin ziemlich routiniert im Bloggen“) Ablehnung kund. Es scheint also durchaus Hinweise darauf zu geben, dass Personen, die sich unfrei und unter Druck gesetzt fühlen, weniger positive Erfahrungen beim Bloggen machen als andere.

Sehr eindeutig fallen die Antworten zur nächsten Frage aus: 63 der 74 Teilnehmer stimmen der Aussage, dass sie eine *Vorgabe über das was und wann des Schreibens* erhalten, nicht zu. In der Mitte der Skala positionieren sich vier Personen. Sieben Personen stimmen dieser Aussage zu: Davon fünf Personen mit einer völligen Übereinstimmung.

Wenn über Autonomie beim Bloggen gesprochen wird, so ist es natürlich spannend zu erfahren, wie es zur „Initialzündung“ kam, das heißt, ob man sich

selbst zum Führen des Online-Journals entschieden hat oder ob andere Personen einen Einfluss darauf genommen haben. Die beiden nächsten Fragen greifen genau diesen Sachverhalt auf. Abbildung 19 zeigt eine große Zustimmung zu der Frage, ob man sich *selbst entschieden hätte, ein Weblog zu führen*. 64 der 74 befragten Personen können dieser Aussage – zum größten Teil sogar vollkommen – zustimmen. Auffallend ist hier die fehlende Mitte: Die Probanden scheinen sich sehr sicher zu sein, wo sie sich auf der Skala einzuordnen haben. Neben den erwähnten Zustimmungen erklären sieben Personen deutliche Ablehnung zur Aussage, in dem sie sich am äußeren Ende der Skala, das heißt auf dem Wert „1“ einordnen.

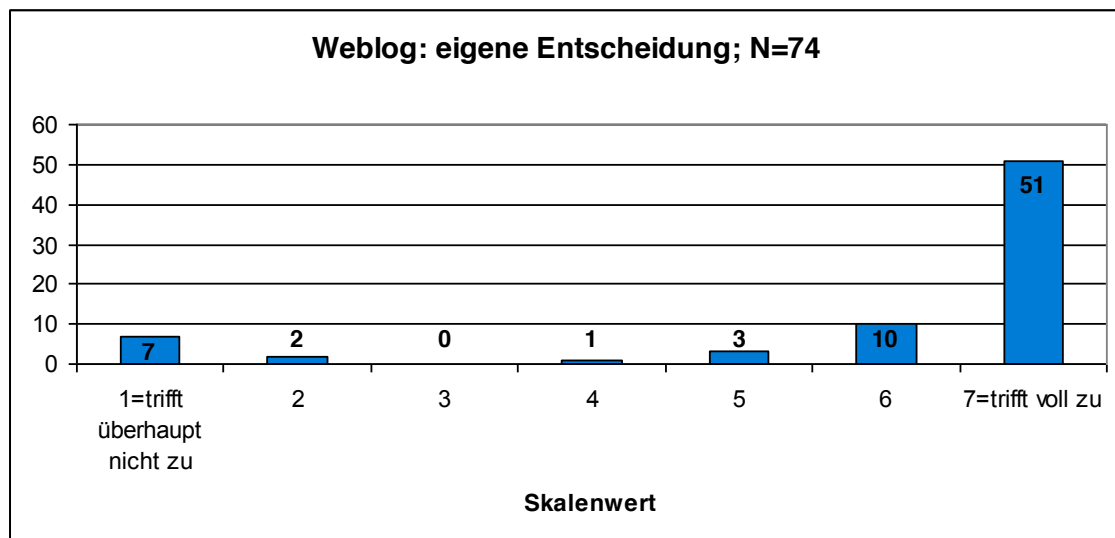


Abb. 19: Häufigkeitsverteilung zur Aussage „Ich habe mich selbst dazu entschieden, ein Weblog zu führen“ (eigene Darstellung)

Das *Führen eines Weblogs* – eine Entscheidung, die allein im „stillen Kämmerlein“ gefällt wird oder auch *durch Ermutigungen* von anderen bekräftigt wird? Antworten auf diese nächste Frage zeigen, dass bei über der Hälfte der Befragten (43 Probanden) die Ermutigung (eher) ausblieb. Dem gegenüber stehen 27 Teilnehmer, die durchaus andere Personen als ermutigende Quellen für die Aufnahme einer Weblog-Autorenschaft sehen. Nicht konkret zuordnen können sich vier Teilnehmer und weichen auf die Antwort „stimme teilweise zu“ aus. Die Ergebnisse sprechen zumindest tendenziell dafür, dass ein Weblog nicht primär aufgrund der Ermutigung durch andere begonnen wird. Eine Aufstellung der Häufigkeiten in grafischer Form findet sich in Abbildung 20.

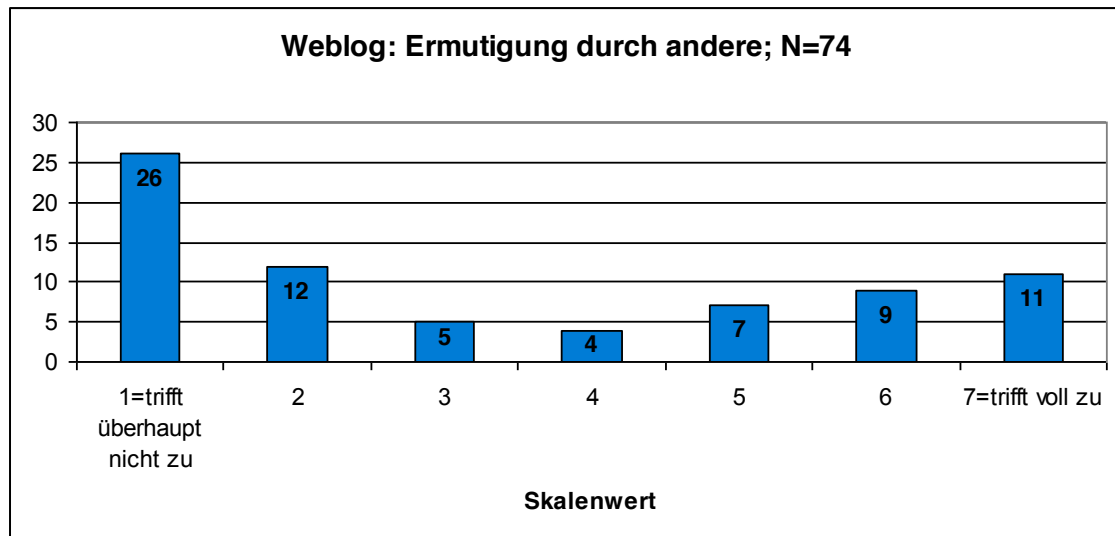


Abb. 20: Häufigkeitsverteilung zur Aussage „Ich wurde von anderen ermutigt, ein Weblog zu führen“ (eigene Darstellung)

Der Wortlaut der Fragestellung ist entscheidend für die Antworten, die man erhält (vgl. Kromrey, 2006, S. 369ff). Um ein möglichst genaues Bild über die Gruppe der Befragten zu erhalten, wird deshalb die Meta-Fragestellung der Autonomie durch mehrere Aspekte zur Bewertung gestellt. So kommt einem die nächste Fragestellung zwar bekannt vor, bringt aber den Mehrwert der potentiellen Bestätigung bereits gestellter Fragen: „*Ich führe mein Weblog aufgrund von äußerem Druck.*“ Es zeigt sich bei den Probanden auf diese Frage eine breite Ablehnung, insgesamt ordnen sich 65 Personen dem unteren Teil der Skala zu – davon alleine 53 Teilnehmer bei der Option „trifft überhaupt nicht zu“. Auffällig ist gleichwohl die Position „7“, die das äußere Ende der Skala markiert: Sechs Probanden bekennen unmissverständlich, dass sie ihr Weblog nur aufgrund von äußerem Druck führen. Diese Beobachtung ist dabei annähernd übereinstimmend mit der bereits gestellten Frage, ob man sich selbst für das Führen eines Weblogs entschieden hat. Ein Blick in die Daten bestätigt den Verdacht: Die Personen, die sagen, sie müssen ihr Weblog aufgrund von äußerem Druck führen, sind genau diejenigen, die sich auch nicht selbst dazu entschieden haben ein Weblog zu führen.

Bloggen die Probanden weil sie es so wollen oder weil sie es müssen? Der Aspekt der Autonomie ist hier unverkennbar. Alles in allem sagen 67 der Befragten, dass sie Bloggen, weil sie wollen – 47 davon mit völliger Zustimmung zum Wortlaut. Die fünf Personen, die augenscheinlich nicht bloggen, weil sie es wollen, sind dann auch genau diejenigen, die bei der nächsten Frage angeben, zu bloggen, weil sie müssen. Insofern wird deren Meinung noch zusätzlich unterstrichen. Dazu bestätigen sich generell die Aussagen in der Frage nach dem „Muss“ des Bloggens. Die Abbildung 21 zeigt anschaulich, wie sich die Ergebnisse nahezu umkehren.

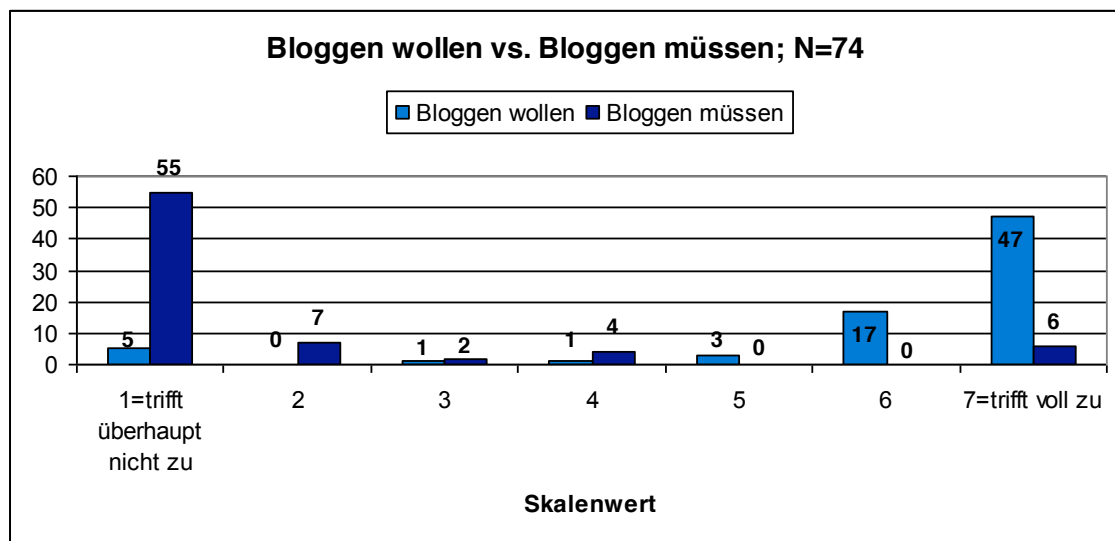


Abb. 21: Häufigkeitsverteilung der Aussagen „Ich blogge, weil ich muss“ und „Ich blogge, weil ich will“ (eigene Darstellung)

Ob sich das Medium Weblog als Tool des persönlichen Wissensmanagements eignet, soll im nächsten Fragenblock zumindest in Ansätzen herausgefunden werden. Ausgehend von der Prämisse, dass eine hohe Zuschreibung von Nutzen und Funktionen ein Indiz für eine generelle Eignung zur Erleichterung der Wissensarbeit ist, werden vier Aussagen zur Bewertung ausgesetzt:

Dabei ergeben sich bei den Fragen zu *wertvollen Funktionen* und *hohem Nutzen* ähnliche Ergebnisse. Wertvolle Funktion schreiben demnach insgesamt 57 Personen dem Bloggen zu. Der hohe Nutzen wird von 56 Personen bestätigt. Teilweise stimmen diesen Aussagen jeweils sieben (wertvolle Funktionen) und neun (hoher Nutzen) zu. Weniger Zustimmung erhalten diese Aussagen von zehn (Funktionen) und neun (Nutzen) Probanden. Interessanterweise bewerten die weiblichen Probanden den Nutzen und die Funktionen von Weblogs insgesamt höher. Keine der befragten Frauen macht bei diesen beiden Aussagen Gebrauch von den Skalenwerten eins bis drei (siehe Abbildung 22 und 23).

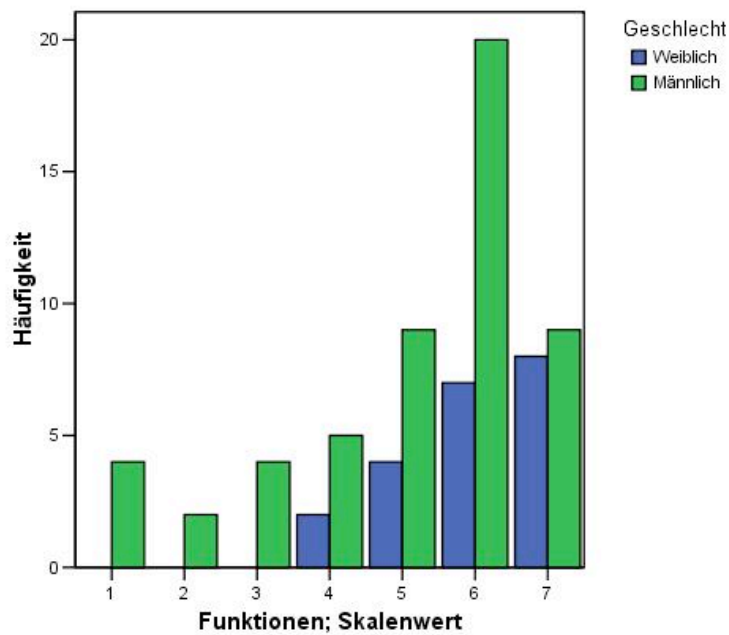


Abb. 22: Häufigkeitsverteilung zur Aussage „Ich denke, das Bloggen bietet dem User generell wertvolle Funktionen“ nach Geschlecht; N=74 (eigene Darstellung)

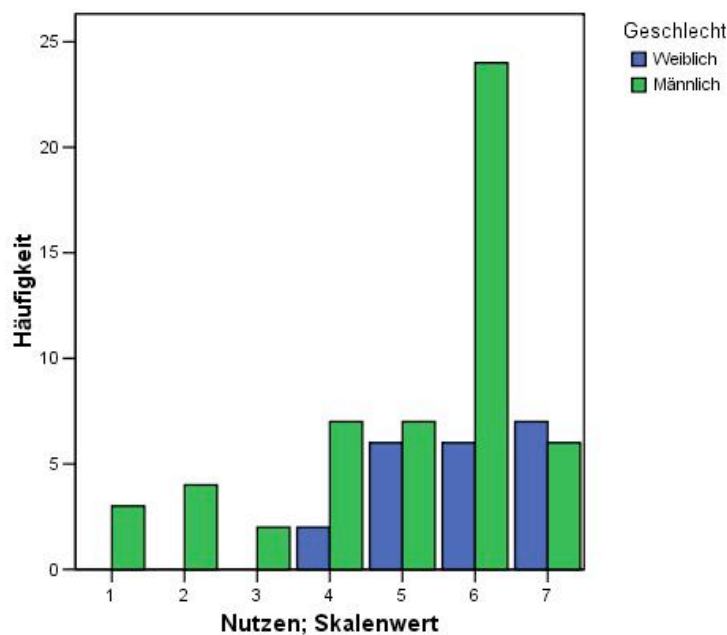


Abb. 23: Häufigkeitsverteilung zur Aussage „Ich denke, das Bloggen hat für den User generell einen hohen Nutzen“ nach Geschlecht; N=74 (eigene Darstellung)

Vorteile im Bloggen scheinen zu bestehen – stimmen doch 53 Teilnehmer dieser Aussage zu. Dem gegenüber stehen zwölf Befragte, die dieser Aussage nicht oder gar nicht zustimmen können. Teilweise Vorteile ergeben sich für neun Personen aus dem Führen eines Weblogs.

Ins Auge stechen die Ergebnisse zur nächsten Aussage: „*Ich finde jeder sollte ein Weblog führen.*“ 54 Personen können diesem Satz nicht zustimmen, davon 30 „überhaupt nicht“. Die halb zustimmende/halb ablehnende Position wird hier bei relativ vielen, nämlich zwölf Personen eingenommen. Zustimmungen sind schwach vertreten: Nur acht Probanden weichen auf den oberen Bereich der Skala aus. Bei gleichzeitiger Betrachtung der Antworten zu der später folgenden Frage, ob man anderen zum Führen eines Weblogs raten würde, zeigen sich erstaunlicher Ergebnisse, denn 86,5 Prozent der Befragten, das heißt 64 Leute beantworten diese Frage zustimmend. Es wäre möglich, dass diese auf den ersten Blick unstimmigen Aussagen, auf einen Reflexionsprozess bei den Bloggern hinweisen, die unterscheiden zwischen dem persönlichem Nutzen und der Tauglichkeit für alle.

Um den Wert greifbarer zu machen, werden in der Folge nach *konkreten Situationen gefragt, in denen das Bloggen hilfreich* ist. Die Probanden können sich bei den geschlossenen Fragen mehrfach einordnen und zusätzlich offene Antworten geben. Die folgende Tabelle 3 zeigt die Verteilung der gegebenen Auskünfte.

Tabelle 3: „Bloggen hilft mir dabei...“; Mehrfachantworten möglich; N=74

Ich denke, das Bloggen hilft mir dabei...	Anzahl	Prozent
interessante Inhalte/Links zu dokumentieren und leichter wieder zu finden.	63	15,8
meinen Arbeitsalltag zu reflektieren	59	14,8
mich mit anderen Personen zu vernetzen.	58	14,5
meine Gedanken zu fokussieren.	52	13,0
mich mit der Fachcommunity auszutauschen.	49	12,3
mich im Internet als Person positiv darzustellen.	42	10,5
meine kreative Ader auszuleben.	36	9,0
potenzielle Arbeitgeber auf mich aufmerksam zu machen.	32	8,0
Stress oder Ärger abzubauen.	8	2,0

Reflexion, Austausch, Vernetzung, Dokumentation von Inhalten und Fokussierung der Gedanken sind dabei die Punkte, die am Häufigsten genannt werden – von jeweils über 50 Personen. Eher unwichtig scheint der Abbau von Stress und Ärger im Weblog zu sein – lediglich zwei Prozent der Befragten (N=8) kreuzen diese Antwort an. Die eigene Kreativität auszuleben ist für einige ein nennenswerter Nutzen von Weblogs – im Vergleich mit den anderen gegebenen Antworten fällt diese Position allerdings nicht so sehr ins Gewicht. Ein ähnliches Bild zeichnet sich bei der positiven Darstellung der eigenen Person im Internet (N=42; 10,5 Prozent) und der Möglichkeit, potenzielle Arbeitgeber auf sich selbst aufmerksam zu machen (N=32; acht Prozent), ab. Fünf Personen geben offene Antworten zu dieser Frage. Dabei berichtet eine Person, dass das Bloggen ihr dabei hilft, Arbeitsprozesse transparenter zu machen. Die Dokumentation eben dieser Prozesse nennt ein anderer Befragter. Als Mittel, um den eigenen Schreibstil zu verbessern, sieht ein Proband das Medium Weblog, während eine andere Person die Möglichkeit, schnelle Ergänzungen zur Webseite zu machen, positiv betont. Die letzte Anmerkung zielt auf die integrierende

Funktion des Weblogs ab: Der Befragte bemerkt die Chance, Inhalte zeit- und ortsunabhängig allen an Bildungsprozessen Beteiligten zur Verfügung zu stellen und sie so aktiv in die Ausbildung einzubinden.

Ähnlichkeiten bietet der nächste Fragenblock, der sich mit dem Thema der *sozialen Eingebundenheit* befasst. Als letzte der postulierten Grundbedürfnisse nach Deci und Ryan, darf im Fragebogen ein entsprechender Teil nicht fehlen. Nach der gewohnten Skala von eins bis sieben werden in diesem letzten Bewertungsteil der Online-Befragung Themen rund um die Punkte Vernetzung und Bedürfnis nach Bestätigung des sozialen Umfelds abgefragt.

Wird ein Zusammenhang zwischen dem Wunsch nach sozialer Eingebundenheit und dem Interesse an der Rezeption des eigenen Weblogs unterstellt, so lohnt sich ein Blick auf die Auswertung der Frage zur *Statistik* im Weblog. Die Besucherzahlen werden dem Autor hier meist grafisch aufgezeigt und er kann so einfach nachvollziehen, wie viele Personen seinen Blog angeklickt haben. Nach der Regelmäßigkeit des Abrufs dieser Statistik gefragt, zeigt sich eine Tendenz zu einem „Alles-oder-nichts“-Phänomen: Zwar stimmen 21 Personen dieser Aussage vollkommen zu, trotzdem gibt es auch zwölf Probanden, die mit dieser Aussage überhaupt nicht konform gehen. Auf den weiteren Nuancen der Skala zeigt sich eine relativ gleichmäßige Verteilung. Insgesamt betrachtet, gibt es mehr Personen, die angeben, ihre Statistik regelmäßig zu verfolgen (40 Probanden) als umgekehrt (24 Personen). Der Mittelwert ist mit neun Personen vertreten.⁷⁰

Der Wunsch nach sozialer Eingebundenheit geht einher mit dem Bedürfnis nach Feedback aus der sozialen Umwelt. Will der Blogger wissen, was andere Menschen von seinen Ausführungen im Weblog halten? Interessiert ihn, wie seine Weltanschauungen, Meinungen oder Gedanken wahrgenommen werden? Passend dazu hat Spannagel (Spannagel, 2008b) in seinem Weblog folgendes Statement hinterlassen:

[...] [Ich] möchte [...] deutlich machen, dass ich jede Idee, jeden Beitrag, jede Kritik, jeden Verbesserungsvorschlag zu meiner wissenschaftlichen Tätigkeit wertschätze. Dabei ist völlig unerheblich, von wem die Anregungen kommen. Egal ob Wissenschaftler, Student, Schüler, Lehrer, irgendwer, ganz egal: Jeder Beitrag zählt. Jeder. (ebd., Hervorhebung i.O.)

Wie sieht es bei den Teilnehmern der Online-Befragung aus? Ein Blick auf die Ergebnisse zeigt recht deutlich, dass auch die Beteiligten des hier durchgeführten Surveys Kommentare zu ihren Beiträgen zu schätzen wissen. Die Majorität der Teilnehmer sieht sich auf dem oberen Bereich der Skala – sie stimmen der Aussage demnach zu (insgesamt 62 Personen). Die zwölf weiteren Personen verteilen sich wie folgt: Fünf Personen können sich mit dieser Aussage überhaupt nicht identifizieren, jeweils zwei weitere stimmen ebenso wenig zu –

⁷⁰ Einschränkung soll erwähnt sein, dass nicht jede Weblog-Software die Verfolgung der Statistik automatisch unterstützt: Manchmal ist die Einrichtung eines Plug-ins erforderlich.

wenn auch mit leichter Abschwächung. Die Mitte des zur Verfügung stehenden Skalenbereichs ist relativ schwach vertreten – mit drei Nennungen.

Ob es nun „Fishing for Compliments“ oder doch ernsthaftes Interesse an konstruktivem Feedback der Leser ist, kann in der Online-Umfrage nicht abschließend geklärt werden. Wer allerdings *aktiv andere User zur Kommentierung ermutigt*, der scheint ein Bedürfnis zu haben, von anderen wahrgenommen zu werden. Um zu zeigen, wie so eine Ermutigung aussehen könnte, wird folgendes Beispiel herangezogen: Hahn (2008) verbalisiert in seinem Weblog⁷¹ seine Gedanken zum Konstruktivismus. Dabei lautet die letzten Sätze des Beitrages: „Dies ist zumindest meine Meinung. Über erhellende Kommentare freue ich mich sehr!“ (ebd.) Wie viele der Befragten diese Form der Rückmeldung einfordern zeigt Abbildung 24: Es sticht sofort der ausgeprägte Hang zum Mittelwert auf, stimmen doch 17 Probanden dieser Aussage teilweise zu. Zwar hält sich die Verteilung von Zustimmung mit 29 Probanden und Ablehnung mit 28 Probanden annähernd die Waage – sieht man sich jedoch die Pole der Skala an, so spricht die Ausprägung gegen eine aktive Ermutigung der Leser zum Kommentieren.

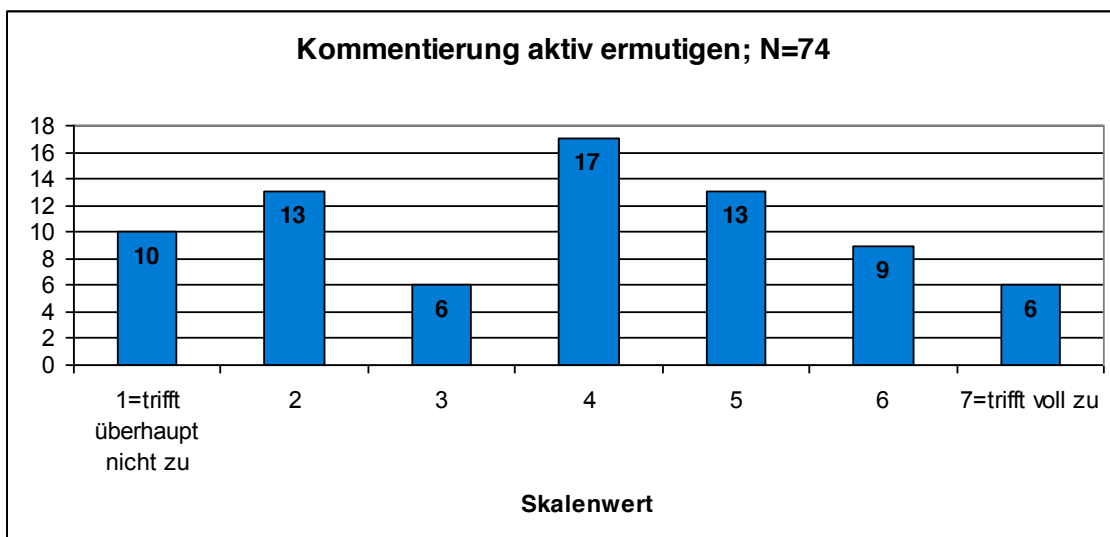


Abb. 24: Häufigkeitsverteilung zur Aussage „Ich ermutige meine Leser zum aktiven Kommentieren“ (eigene Darstellung)

Dass es den Autoren nicht *egal ist, ob die Beiträge kommentiert werden*, dafür spricht die Auswertung der nächsten Frage: Über die Hälfte der Befragten (N=45) stimmen nicht zu, wenn sie angeben sollen, ob ihnen die Kommentierung gleichgültig ist. Teilweise stimmen der zu bewertenden Aussage zwölf Probanden zu – hier wäre denkbar, dass es auf den individuellen Beitrag ankommt: Einige sind demnach mit höherem Involvement verbunden und eine Kommentierung ist insofern von größerer Bedeutung für den Autor. Im Ganzen stimmen 17 Teilnehmer der Aussage zu – wobei nur eine Person angibt, sich vollständig mit dem Statement identifizieren zu können.

⁷¹ URL: <http://silberschweif.wordpress.com/2008/06/23/konstruktivismus-ein-offenes-resumee/> (Datum des Zugriffs: 12.08.08).

Bei der Analyse zur nächsten Frage wird die Perspektive auf den ausführenden Akteur verändert. Der Knowledge Blogger kann nicht nur als Autor sondern auch als Kommentator in der Blogosphäre in Erscheinung treten. Die nächste Frage zielt auf eben diese Situation ab. *Wie verhält sich der Wissensarbeiter selbst beim Kommentieren?* Eine eindeutige Aussage kann in diesem Fall nicht getroffen werden, zu groß ist die Verteilung auf die verschiedenen Skalenpunkte. Auch ein Blick auf einen möglichen Zusammenhang zwischen der Dauer der Autorenschaft (im Hinblick auf mögliche Ängste bei Bloggern, die ihr Weblog erst kurze Zeit führen) bringt keine eindeutigeren Ergebnisse. Sieben Probanden können der Aussage „Ich kommentiere regelmäßige Beiträge der von mir gelesenen Blogs“ absolut nicht zustimmen. Fünfzehn weitere Teilnehmer lehnen das Statement, mit kleinen Abstrichen ebenfalls ab. Ebenfalls als ablehnend, wenn auch mit weniger Nachdruck, äußern sich elf der Probanden. Die Mitte der Skala ist mit 14 Personen recht prägnant besetzt. Insgesamt 27 Personen stehen der Aussage zustimmend gegenüber, davon vier Personen mit völliger Übereinstimmung, elf mit etwas weniger und zwölf mit noch weniger Intensität.

Definiert man die Blogosphäre als Ganzes als soziale Gemeinschaft, kann sie als relevante soziale Umwelt für den Blogger gesehen werden. Mit der nächsten Frage wird deshalb der Fokus auf diese (mögliche) Community gelenkt. Es ist von Interesse, inwieweit der Wissensarbeiter über die aktuellen *Geschehnisse der Blogosphäre* informiert ist bzw. sein will. Die Auswertung der gesammelten Daten spricht jedenfalls dafür: Im Ganzen sprechen sich 49 Personen zustimmend bei dieser Frage aus – dem gegenüber stehen 17 Probanden, denen weniger an den Geschehnissen der Blogosphäre interessiert sind. Bei acht Teilnehmern fällt das Urteil gemischt aus – sie weichen auf den mittleren Wert der Skala aus.

Prinzipiell ist es denkbar, dass Leser nicht nur durch Kommentare in Erscheinung treten, sondern *andere – persönlichere – Wege für das Feedback* nutzen. Es stimmen 38 Personen zu, auch über andere Kanäle Feedback zu erhalten, während 27 Personen – mit unterschiedlichen Ausprägungen – ablehnend reagieren. Dass Rückmeldungen teilweise über alternative Wege zu ihnen kommen sagen neun Teilnehmer der Befragung.

Es wurde zwar bereits nach den möglichen Themen gefragt, die in den Beiträgen behandelt werden, was jedoch ein konkreter Anlass sein kann, um zu Bloggen, ist noch offen. Diesem Defizit versucht die nächste Frage nachzukommen, wie Tabelle 4 zeigt:

Tabelle 4: Anlass des Bloggens; Mehrfachantworten möglich; N=74

Anlass für das Bloggen: Das Bedürfnis...	Anzahl	Prozent
meine Leser auf eine interessante Quelle aufmerksam zu machen.	68	17,7
meine eigenen Gedanken mitzuteilen.	66	17,1
ein aktuelles Medienereignis zu kommentieren.	46	11,9
meine Zustimmung zu einer (Online-)Publikation zu äußern.	45	11,7
Geschehnisse des Arbeitsalltages festzuhalten.	39	10,1
meine Ablehnung/Kritik zu einer Online-Publikation zu äußern.	36	9,4
meine Zustimmung zu einem anderen Blogeintrag zu äußern.	33	8,6
das Weblog aktuell zu halten.	28	7,3
meine Ablehnung/Kritik zu einem anderen Blogeintrag zu äußern.	24	6,2

In den angebotenen Optionen scheinen sich die Probanden wieder zu finden – zumindest zeigt sich eine gute Durchmischung bei den gegebenen Antworten. Als wichtigster Anlass stellt sich der Hinweis für die Leser auf eine interessante Quelle heraus. Annähernd alle Befragten sehen dies als Anlass für das Verfassen von Blogeinträgen. Das Bedürfnis, seine eigenen Gedanken im Internet mitzuteilen, ist ebenfalls stark: 66 Probanden bloggen aus diesem Grund. Mit etwas Abstand (N=46) kommen aktuelle Medienereignisse als Anlass in Frage, gefolgt von dem Bedürfnis Zustimmung zu einer Publikation zu äußern (N=45). Auch die Geschehnisse des Arbeitsalltags ist für 39 der befragten Wissensarbeiter ein Anlass ihr Weblog zu aktualisieren. Ablehnung oder Kritik an einer (Online-)Publikation veranlasst 36 Probanden zum Bloggen. Andere Blogeinträge wohlwollend (N=33) oder kritisch (N=24) zu betrachten, wird im Vergleich etwas weniger als Anlass für das Verfassen eines neuen Eintrags in das Weblog gesehen. Die Aktualität des Weblogs ist immerhin für 28 Personen ein Anlass zum Bloggen. Weiterhin bestätigt wird die passende Auswahl der Antwortmöglichkeiten durch den geringen Rücklauf an offenen Antworten bei dieser Frage. Lediglich fünf der Befragten entscheiden sich für eine Ergänzung der zur Verfügung stehenden Liste. Dabei bemerkt ein Proband, dass ein weiterer Anlass zum Bloggen für ihn das Einkreisen anstehender Fragestellungen ist. „Unterrichtsmaterialien vorzustellen“ veranlasst einen weiteren Teilnehmer der Befragung zu einem neuen Blogeintrag. Das Zusammenfassen oder Bündeln von Informationen sieht ein anderer als guten Anlass zum Bloggen. „Wichtige Gedanken aus fremden Blogeinträgen durch eigene Gedanken ergänzen“ – diese Intention veranlasst den nächsten Knowledge Worker zu einem neuen Post. Um branchenübergreifende Zusammenarbeit zu fördern, wird ein weiterer Proband aktiv und bloggt einen neuen Beitrag.

Die Frage, ob man *anderen zum Führen eines Weblogs raten* würde, wird bereits an vorheriger Stelle kurz angerissen, soll aber nochmals im Detail betrachtet werden. Die Mehrheit der Teilnehmer würde es empfehlen, ein Weblog zu führen (N=64). Bei dieser Frage wurde neben der Auswahl zwischen „ja“ oder „nein“ auch eine kurze Begründung gefordert: Warum ist Bloggen empfehlenswert bzw. warum nicht? Die offenen Antworten überraschen mit ihrer ausgeprägten Quantität. Nahezu jeder Proband gibt eine mehr oder weniger ausführliche Erklärung für seine Wahl. Die Antworten wurden inhaltlich analysiert

und für die „ja“-Antworten⁷² konnten neun Kategorien gebildet werden, wie Tabelle 5 zeigt.

Tabelle 5: Würden Sie Ihren Kollegen, Schülern, Studenten etc. zum Bloggen raten?

Kategorie; N=68	Anzahl
Reflexion	18
Vernetzung, Austausch	18
Dokumentation/Sammlung von Informationen/Wissen	10
Lernen	9
Strukturierung von Wissen/Gedanken	8
Spaß, Bereicherung	8
Gedanken anschaulich darstellen, Schreiben üben/erlernen	6
Vorteile des Mediums per se, v.a. Web 2.0, Unabhängigkeit von Raum und Zeit	6
Selbstmarketing	5

Große Wichtigkeit nimmt der Faktor der Reflexion ein. Schon Röll weist auf die Eignung eines Weblogs als Reflexionsmedium hin (2006, S. 98). Die Probanden der durchgeführten Umfrage greifen dieses Schlagwort der „Reflexion“ immer wieder auf. Insgesamt wird es 18-mal – in der einen oder anderen Form – genannt. Gleichermäßen wichtig ist der Aspekt der Vernetzung: Ebenfalls 18 Teilnehmer treffen in ihren offenen Antworten Aussagen, die im Sinne der Vernetzung oder des Austausches codiert werden können. Als Begründung, warum anderen zum Bloggen geraten wird, zeigt sich auch die Möglichkeit der Dokumentation und Sammlung von Informationen und Wissen (N=10). Ein Proband sagt beispielsweise: „Weil ich so viele Dinge schneller wiederfinde, die ich sonst in den Weiten des WWW verloren hätte.“ Für neun Probanden ist die Chance über Weblogs zu lernen entscheidend: „Durch Bloggen könne Lernende mehr effizient und innovativ lernen [...].“ Strukturierung von eigenem Wissen oder den eigenen Gedanken wird achtmal als Grund für den Rat an andere, ein Weblog zu führen, angegeben. Der Faktor Spaß wird ebenfalls von acht Personen genannt. Je sechsmal kann die Möglichkeit, das Schreiben zu erlernen bzw. die Betonung der Vorteile des Mediums Weblog als Ganzes, gezählt werden. Bei letzterem wird mehrfach die Unabhängigkeit von Zeit und Ort positiv wahrgenommen. Das Thema Selbstmarketing ist für fünf Wissensarbeiter nennenswert, einer sagt z.B., dass ein Weblog „es eine Art Aushängeschild“ ist.

Wird auf die Frage, ob man jemand anderen zum Bloggen raten würde, ablehnend geantwortet, wird dies mit absoluter Mehrheit dadurch begründet, dass dies eine individuelle Entscheidung sei, die nicht von jemand anderem abgenommen werden könne. Von insgesamt neun Begründungen für die Antwort „Nein“, werden acht so oder ähnlich formuliert. Lediglich ein Proband sieht die Kosten-Nutzen-Relation nicht gegeben und würde deswegen vom Führen eines Weblogs abraten.

Im Fragenkomplex rund um das Thema Bloggen fordert die letzte Frage die Probanden auf, einen Blick in die Zukunft zu wagen: *Bestehen Planungen, das Weblog auch in der nächsten Zeit weiterzuführen?* Der meisten User sind sich

⁷² Eine detaillierte Aufstellung aller Antworten findet sich im Anhang.

sicher, dass sie ihr Weblog dauerhaft weiterführen werden (59 Personen). Sieben Personen bejahen diese Frage, planen aber keine dauerhafte Weiterführung der Autorenschaft.⁷³ Unschlüssig sind sich bislang acht der Probanden. Auffällig ist, dass keiner der Teilnehmer der eigenen Tätigkeit als Blogger eine klare Absage erteilt. Die Antwortoption „Nein“ wird nicht von einem einzigen Teilnehmer ausgewählt.

5.6 Inhaltsanalyse und Experteninterviews

An dieser Stelle werden die gesammelten Daten der Inhaltsanalyse und der Experteninterviews⁷⁴ vorgestellt. Den Anfang machte eine knappe Darstellung der zentralen Ergebnisse der Inhaltsanalyse, die lediglich ergänzende Hinweise zum Hintergrund der Expertenmeinungen geben soll und auch eine inhaltliche Vorbereitung auf die Interviews ist. Im nächsten Schritt werden die Ergebnisse der Gespräche ausgewertet um an geeigneter Stelle mit den Aussagen der Analyse verknüpft zu werden. Eine detaillierte Aufstellung der Inhaltsanalyse findet sich (genau wie die Transkripte der Interviews) im Anhang der Arbeit.

5.6.1 Inhaltsanalyse der Expertenweblogs

*Joachim Wedekind*⁷⁵, wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Wissensmedien in Tübingen, beschäftigt sich nach eigenen Angaben mit der „Nutzung des Computers bzw. der digitalen Medien bei der Vermittlung von Wissen und als Werkzeug beim Problemlösen sowie bei der Aufbereitung von Informationen“ (Wedekind, 2008). In seinem „Konzeptblog“, das er seit August 2006 führt, schreibt er monatlich ca. sechs Beiträge (5,83) und ordnet diese jeweils in eine von sieben Kategorien ein. Er schreibt bevorzugt über (wissenschaftliche) Quellen, denn neun von 15 Beiträgen sind darin einzuordnen. Über die Forschung handeln fünf Beiträge (eigene Forschung N=1; Forschung allgemein N=4), Veranstaltungen waren Thema zweier Postings. Nicht direkt einzuordnen sind zwei sonstige Beiträge. Seine Blogroll hat acht Einträge. Zum Zeitpunkt der Analyse ist er bei einem der verlinkten Personen seiner Blogroll selbst ebenfalls in dessen Blogroll ausgewiesen. Pro Beitrag erhält Wedekind im Schnitt 0,47 Kommentare, wobei das Minimum bei null und das Maximum bei 5 Kommentaren liegen. Die individuellen Beiträge im Konzeptblog sind eher textlastig – von 15 untersuchten Postings sind sechs nur in Textform und neun in der Kombination Text plus Bild vorzufinden. Im Schnitt schreibt er ca. 180,3 Wörter pro Beitrag (Minimum: 72; Maximum: 294). Wedekind gibt auf einer „Zur Person“-Seite ausführliche Autoreninformationen; eine Vita ist vorhanden.

⁷³ Der Verdacht, dass es sich dabei um Probanden handeln könnte, die bei den entsprechenden Fragen geantwortet haben, sich einem äußeren Druck ausgesetzt zu fühlen, bzw. zu Bloggen weil sie müssen, bestätigt sich bei einer weitergehenden Analyse der Daten nicht.

⁷⁴ Die Experten sind allesamt mit einer namentlichen Nennung in der Arbeit einverstanden.

⁷⁵ URL: <http://konzeptblog.joachim-wedekind.de/> (Datum des Zugriffs: 12.08.08).

*Mandy Schiefner*⁷⁶ arbeitet an der Universität Zürich als stellvertretende Leiterin der Arbeitsstelle für Hochschuldidaktik und promoviert derzeit zum Thema „Kritisches Denken in der Lehrerbildung“. Sie hat im Analysezeitraum durchschnittlich 10,5 Beiträge pro Monat in ihr Weblog „education & media“ geschrieben, die innerhalb der elf bestehenden Kategorien verortet werden. Überwiegend berichtet sie über Quellen (neun Beiträge) – der Rest ist anderen Themen gewidmet. Die Blogroll zählt 19 Einträge, wovon zehn auf sie zurückverweisen. Im Schnitt erhalten ihre Beiträge 2,8 Kommentare, wobei die individuelle Anzahl stark variiert (Minimum: 0; Maximum: 29). Im Gegensatz zu Joachim Wedekind wird hier auch mit Multimedia in den einzelnen Beiträgen gearbeitet (zwei Posts), wobei auch hier die Nur-Text-Variante dominiert (neun Beiträge), gefolgt von Text mit Bild (drei Posts) und einem Beitrag nur mit Bild. Schiefners Beiträge sind länger als die von Wedekind: 265,9 Wörter zählt ein Beitrag im Durchschnitt – die Anzahl liegt dabei zwischen mindestens drei und maximal 979 Wörtern. Das Weblog in der bestehenden Form wird seit Juli 2007 geführt und es finden sich darin Hinweise über die Autorin, z.B. in der „About“-Seite. Zudem wird auf das XING⁷⁷-Profil verwiesen, wodurch ebenfalls Rückschlüsse auf die (berufliche) Person Mandy Schiefner gezogen werden können.

Das „e-Learning Blog“ des Österreichers *Martin Ebner*⁷⁸ zeichnet sich durch die höchste Anzahl der Beiträge aus. Im Schnitt werden 32,83 Postings im Monat veröffentlicht, ungefähr einer pro Tag. Ebner hat 15 Kategorien, in die er die Beiträge sortiert. Thematisch wird im Zeitraum eines Monats sechsmal über Veranstaltungen berichtet, fünfmal über diverse Quellen, fünfmal über die eigene Forschung und viermal über die Forschung anderer. Sechs Beiträge werden als „Sonstige“ klassifiziert. Seine Blogroll listet sieben Weblogs auf. Bei drei von ihnen ist er wiederum selbst verlinkt. Bei den Kommentaren zeigt sich wenig Resonanz auf seine Beiträge: Mit 0,4 Kommentaren pro Beitrag, wobei die Spanne von null bis vier Kommentaren geht, liegt er in diesem Bereich zurück. Bei der Art der Beiträge zeigt sich folgendes Bild: Fünf Postings sind ausschließlich mit Text, sechs Beiträge haben zusätzlich ein Bild angezeigt und vier der 15 Postings weisen die Kombination Text und Multimedia⁷⁹ vor.

In der „Über“-Seite seines „E-Learning-Blogs“ beschreibt *Tim Schlotfeldt*⁸⁰ seine Tätigkeit als Berater in Bildungsfragen und als Spezialist für E-Learning (vgl. Schlotfeldt, 2008). Der monatliche Beitragsdurchschnitt beträgt 13,67. Er ordnet seine Beiträge in 15 Kategorien ein. Die einzelnen Beiträge handeln überwiegend über „Quellen“ (zwölf Beiträge), aber auch Veranstaltungen (zwei Beiträge) und die Forschung anderer (vier Postings). Die eigene Forschung schließt sich hier naturgemäß aus, da Schlotfeldt nicht in der Forschung beschäftigt ist.

⁷⁶ URL: <http://www.mandyschiefner.ch/blog/> (Datum des Zugriffs: 12.08.08).

⁷⁷ Bei XING handelt es sich um ein soziales Netzwerk mit dem Themenschwerpunkt „Business“. URL: <http://www.xing.com/> (Datum des Zugriffs: 23.08.08).

⁷⁸ URL: <http://elearningblog.tugraz.at/> (Datum des Zugriffs: 23.08.08).

⁷⁹ Bei Ebner handelt es sich hierbei überwiegend um Vortragsfolien oder ähnlichem.

⁸⁰ URL: <http://www.tschlotfeldt.de/elearning-blog> (Datum des Zugriffs: 21.08.08).

Zwei Beiträge werden als „Sonstiges“ erfasst. Sehr textlastig zeigen sich die einzelnen Beiträge: Insgesamt 13 davon weisen keine ergänzenden Elemente auf. Lediglich zwei Beiträge sind zusätzlich mit Multimedia ausgestattet. Die Blogroll ist mit 67 Einträgen sehr ausführlich und inhaltlich strukturiert in drei Kategorien: E-Learning deutsch, E-Learning englisch und Netzwelt. Sein eigenes Weblog wird achtmal innerhalb der verlinkten Weblogs in der Blogroll aufgeführt. Die Kommentare sind mit durchschnittlich 1,07 (Minimum: 0; Maximum: 6) eher am unteren Ende der untersuchten Weblogs anzusiedeln. Schlotfeldt schreibt durchschnittlich 128,5 Wörter pro Beitrag. Es zeigt sich eine Spannweite von 52 bis 394 Wörtern. Tim Schlotfeldt bloggt seit Juni 2004 und seine Seite ist, was die Informationen über ihn als Person betrifft, sehr ausführlich gestaltet. Neben eine Vita, gibt es auch ein Foto und eine Presse-Seite sowie die bereits erwähnte „Über“-Seite.

5.6.2 Experteninterviews

Bei der Einstiegsfrage nach dem ursprünglichen Start des Bloggens und die dabei *verfolgten Ziele* zeigt sich ein großer gemeinsamer Nenner: das persönliche Wissensmanagement. Alle Experten geben dieses Ziel entweder als Start- oder (vorläufigen) Endpunkt ihrer Karriere als Blogger an. So sagt beispielsweise Mandy Schiefner: „[...] ich habe recht viele Internetquellen, [...] und ich würde die gerne irgendwo abgelegt haben.“ (Interview Schiefner, S. 1) Wie bereits angedeutet, kann dies zwar die Ursprungsidee des Bloggens gewesen sein – muss aber nicht. Joachim Wedekind sagt zum Wandel seiner Idee, das Weblog als Tool des persönlichen Wissensmanagement zu nutzen: „Ich habe [...] es eher benutzt, um kleine Meinungsschnipsel zu bestimmten Themen im Blog abzulegen.“ (Interview Wedekind, S. 1) Auch die anderen Experten bestätigen den Wunsch, ihre Fundstücke aus dem Internet zentral ablegen zu wollen – „weil ich viele Dinge einfach nicht mehr gefunden habe“ (Interview Ebner, S.1).

Warum sich ein Weblog als Tool des persönlichen Wissensmanagements eignet, wird in der nächsten Frage zur Debatte gestellt. Dabei wird vor allem der vielfältige Einsatzbereich als Wissensspeicher betont. Schiefner (Interview, S. 2) spricht beispielsweise die Möglichkeit, auch multimediale Inhalte abzulegen, an. Von Wedekind wird das „Festhalten eigener Ideen und Informationen [...] in zeitlicher Reihenfolge“ (Interview Wedekind, S. 2) geschätzt. Auch die Möglichkeit über diese Dokumentation von Wissen mit anderen Personen einen Austausch zu starten, wird positiv hervorgehoben. Zusammengefasst sind die wichtigsten Aspekte aus dieser Frage, die Möglichkeit der Dokumentation und Sammlung von Information und Wissen, die Einbindung von relevanten Inhalten aus dem Internet mit dessen vielfachen Möglichkeiten und der angestoßene Austausch mit anderen Usern.

Bei der Frage nach der Einschätzung zur *Nutzung des Weblogs als Tool des persönlichen Wissensmanagements in der Blogosphäre*, sind die Antworten

eher zurückhaltend. Die Experten glauben zwar daran, dass „richtige Blogger“⁸¹ (Interview Ebner, S. 2), sehr stark individuelles Wissensmanagement mit ihrem Blog betreiben. Schiefner denkt, dass gerade „Heavy User“ von Blogs eher auf die soziale Interaktion bedacht sind und weniger im Sinne des Wissensmanagements bloggen. Wedekind geht mit dieser Meinung konform, wenn er sagt, dass er nur wenige kennt, die „so systematisch [...] Infos in das Blog [einstellen], sodass ich den Verdacht hätte, das benutzt der oder diejenige wirklich zum Wissensmanagement.“ (Interview Wedekind, S. 2f) Generell nutzen die Experten das Medium Weblog demnach zumindest teilweise als Werkzeug für ihr eigenes Wissensmanagement – der Blogosphäre im Allgemeinen schreiben sie diese Nutzung allerdings weniger bzw. nur unter bestimmten Bedingungen zu. Auffallend ist, dass das persönliche Wissensmanagement für die Experten vor allem mit Strukturiertheit in Verbindung zu stehen scheint.

Gefragt zu den *konkreten Funktionen*, die die Wissensarbeit erleichtern, wird v.a. die Suchfunktion genannt. Die abgelegten Inhalte können über diese Funktion relativ einfach wieder aufgefunden werden. Die Verschlagwortung von Inhalten ist dem Auffinden von archivierten Inhalten ebenfalls dienlich. Das gilt interessanterweise nicht nur für den Leser sondern auch für den Autor. Übereinstimmend bringen die Experten die Möglichkeit, sich weitergehend mit einem Thema auseinanderzusetzen ins Gespräch. „Blogging ist für mich, wenn ich mich hinsetze und dann auch drei Zeilen dazu schreibe.“ (Interview Ebner, S. 3) Schiefner schätzt es, dass sie „über mehrere Posts einen Gedankengang auch weiterführen und weiterdenken“ (Interview Schiefner, S. 3) kann. Diese Ansicht wird von Schlotfeldt bestätigt: „Das ist für mich also ein Vehikel, um irgendwo tiefer hineinzukommen“ (Interview Schlotfeldt, S. 3).

Welche *Voraussetzungen* müssen gegeben sein, dass sich ein Weblog als Tool des persönlichen Wissensmanagements eignet? Inhaltlich lassen sich die Antworten auf einer technischen und einer personenbezogenen Ebene einordnen. Technische Voraussetzungen sind mit der Einfachheit des Mediums bereits vorhanden, wie alle Experten bestätigen. Lediglich zwei Experten monieren die mangelhafte Suchfunktion, die bisher zu wenig ausgereift sei. Auf der Ebene der Person merkt Schlotfeldt an, dass eine „Bereitschaft da sein [muss], auch die eigenen Fehler oder Unzulänglichkeiten einzugestehen und zu veröffentlichen“ (Interview Schlotfeldt, S. 3). Schiefner äußert hinsichtlich der Person Bedenken, dass der Druck, neue Beiträge zu veröffentlichen, immens groß werden kann: „[w]eil man natürlich der Blogosphäre möglichst hochwertige, aktuelle, schöne, kommentierfreudige Blogpostings liefern möchte.“ (Interview Schiefner, S. 3).

Wie bereits ersichtlich wurde (Abschnitt 5.5.1), *haben an der Online-Umfrage vor allem wissenschaftliche Mitarbeiter teilgenommen*. Gefragt nach den vermu-

⁸¹ laut Ebner solche, die ein wissenschaftliches Blog betreiben und damit Inhalte aus der Wissenschaft transportieren wollen.

teten Gründen dafür, sagen die einen, dass sie die Generationenfrage dafür verantwortlich machen. Professoren werden von den Experten eher in die Gruppe der „Älteren“ gesetzt. Somit wird das Problem „[w]issen Professoren wirklich, dass es Blogs gibt?“ (Interview Schiefner, S. 4) auf die mangelnde Konfrontation von Personen, die bereits länger im Wissenschaftsbetrieb sind und höhere Stellungen innehaben, mit den neuen Medien geschoben. Hierbei wird vor allem angesprochen, dass die Mentalität des Publizierens eine sehr Spezielle ist und es wird die Vermutung geäußert, dass gerade ältere Wissenschaftler Angst vor der Präsentation des Nichtwissens haben, daher lieber Artikel veröffentlichen, die auf Herz und Nieren geprüft wurden. Die Zeitfrage wird ebenfalls diskutiert, denn es wird der Verdacht geäußert, dass gerade Professoren weniger Zeit im Allgemeinen und somit auch speziell für das Bloggen haben.

Nahtlos anknüpfend ist die nächste Frage, die die *Möglichkeit von Weblogs als Darstellungsmittel gerade für rangniedrigere Wissenschaftler* aufgreift. Grundsätzlich scheinen die Experten dieser These durchaus zuzustimmen – wobei sie die negative Konnotation, die der Begriff der Selbstdarstellung mit sich bringt, ablehnen. „Ich würde es in diesem Sinne wirklich positiv meinen. Es gibt jungen Wissenschaftlern wirklich die Möglichkeit aus dem Schatten ihres Professors herauszutreten.“ (Interview Schiefner, S. 5) Dass die positive Wahrnehmung durch ein Weblog gesteigert werden kann, wird mehrfach bestätigt. Zudem betont Ebner die Notwendigkeit, sich als Wissenschaftler auszutauschen – „dazu ist mir fast jedes Mittel recht“. (S. 4) Wedekind meint sogar, dass sich dieser Trend zur Darstellung seiner Kompetenzen mittelfristig noch verstärken wird.

Warum sich überwiegend Erziehungs- und Medienwissenschaftler an der Umfrage beteiligen, erklärt sich für die Experten recht unterschiedlich. Zum einen wird vermutet, dass andere Fachbereiche weniger in Kontakt mit dem Medium Weblog kommen und somit gar nicht um dessen Funktionalitäten und Nutzen wissen können. „Die Hemmschwelle ist wesentlich größer.“ (Interview Ebner, S. 4) Zum anderen werden andere Kommunikationswege und ein anderer „Habitus“ (Interview Schiefner, S. 6) als ursächlich dafür gesehen. Schlotfeldt meint, dass es „vielleicht [...] bei den Wirtschaftswissenschaften [...] andere Formen um seine Karriere voranzubringen [gibt].“ (S. 6)

Was man durch das Führen eines Weblogs lernt, ist die nächste Frage, die im Gespräch mit den Experten gestellt wird. Interessant ist die Antwort von Schiefner, die sagt, dass sie gelernt habe „Kritik auszuhalten“ (Interview Schiefner, S. 6) und ihre eigene Meinung darzustellen. Schlotfeldt greift den Aspekt der Vernetzung heraus, der durch das Dasein in der Blogosphäre forciert wird. Dabei stellt er auch den Aspekt der Selbstdarstellung als zu erlernende Kompetenz dar. Für Wedekind ist ein Weblog ein adäquates Mittel, um die Fokussierung seiner Gedanken zu erlernen und für andere verständlich darzustellen.

Warum eignet sich das Medium Weblog als Mittel zur Reflexion? Diese Frage wird vor u.a. mit der tiefgehenden Auseinandersetzung mit Themenbereichen beantwortet. Man gehe „ganz stark mit dem Thema um“ (Interview Schlotfeldt, S. 6). Das Nachdenken über Erlebnisse und das Finden der geeigneten Darstellungsweise innerhalb des Blogs wird ebenfalls geschätzt. Ein Experte fühlt sich weniger berufen, sich hier zu äußern, da er Weblogs nicht als Reflexionsmedium sieht. Das Kommentieren wiederum ist es, das nach Ansicht von Wedekind die Reflexion fördert, weil dadurch Diskurse entstehen. Ergänzend kann Döring hinzugezogen werden, die die Funktion des Weblogs als Reflexionsmedium darin begründet sieht, dass die eigenen Gedanken strukturierter aufbereitet und ausformuliert werden können – „ohne Unterbrechungen des Gegenübers.“ (Döring, 2005, S. 37)

Die Online-Umfrage konnte zeigen, dass die teilnehmenden Blogger sich in der Regel über Kommentare zu ihren Beiträgen freuen. Dieser Befund steht einem weiteren, nämlich *dass weitaus weniger selbst kommentiert wird*, gegenüber. Was sagen die Experten dazu? Vielfach wird das Zeitproblem genannt – man bräuchte zeitliche Ressourcen, um einen adäquaten Kommentar zu posten und diese ständen vielfach nicht zur Verfügung. Zudem wird die Vermutung geäußert, Blogger würden – aus Gründen der Konkurrenz – anderen nicht zu viel Wertschätzung entgegenbringen wollen. Sind Zeit- und Konkurrenzdruck Gründe für das Nichtkommentieren?

Welche Hemmschwellen gibt es beim Kommentieren und könnte es damit zusammenhängen, dass die „gefühlte“ Öffentlichkeit bei Bloggern und Lesern größer ist als die Tatsächliche? Ebner findet diesen Gedankengang wenig nachvollziehbar und sieht die „Kommentierungsfaulheit“ eher in der mangelnden Zeit begründet. Wedekind hingegen kann sich durchaus vorstellen, dass mangelnde Kommentierung mit oben genanntem Sachverhalt zusammenhängt. Schlotfeldt begründet die Ablehnung dieser These seinerseits mit dem Hinweis, dass es prinzipiell auch möglich sei, anonym zu kommentieren – daher wäre eine Angst vor der Bloßstellung der eigenen Person unbegründet. „Die Öffentlichkeit ist ab dem ersten Kommentar ein Thema [...]“, sagt Schiefner (S. 8) und meint damit vor allem den Autor. „Gefühlt ist [die Öffentlichkeit] auf jeden Fall größer, [...] weil [den Professoren] ist es ziemlich egal, was ich blogge – nur mir eben nicht.“ (ebd.) Eine eindeutige Meinung gibt es zu dieser These zwar nicht, aber beide Argumentationsweisen sind auf ihre Weise plausibel.

Vielleicht kann die nächste Frage mehr Erkenntnis in dieser Richtung bringen, denn jetzt wird speziell nach dem *Einfluss der potenziellen Öffentlichkeit auf das Bloggen* gefragt. Hier sind sich alle Experten einig: Ja, die Wahrnehmung von Außen habe einen entscheidenden Einfluss. „Ich weiß, dass ich in der Öffentlichkeit stehe und verhalte mich dementsprechend.“ (Interview Ebner, S. 6) Schlotfeldt vergleicht das mit der Art, wie man sich kleidet – „das ist ja auch ein Statement“ (Interview Schlotfeldt, S. 8) Es wird so formuliert, dass es für andere

nachvollziehbar und brauchbar ist – die Rezeption durch andere scheint demnach durchaus ein wichtiger Faktor beim Führen eines Weblogs zu sein.

Wie aussagekräftig oder wie aktuell die Blogroll der Experten ist, wird an dieser Stelle im Gespräch diskutiert. Wie auch die Analyse der Blogs gezeigt hat, sind – bis auf die Blogroll von Schlotfeldt – alle Blogrolls unter 20 Positionen. Es scheint schon so zu sein, dass die Experten die Blogroll recht bewusst aufstellen. Die Knappheit seiner Blogroll – „ich glaube ich habe zehn drin“ (Interview Wedekind, S. 9) – begründet Wedekind abermals mit dem Zeitproblem. Jeden interessanten Blog zu lesen wäre „einfach nicht drin“ (ebd.) Per definitionem ist die Blogroll eine Ansammlung von häufig gelesenen oder den Autor interessierenden Weblogs – insofern ist die Begründung, wenige aufzulisten, wenn nur wenige gelesen werden (können), nachvollziehbar. Die mit 67 Einträgen längste Blogroll unter den Experten führt Schlotfeldt und sagt dazu im Gespräch, dass alle im thematischen Zusammenhang mit seiner Tätigkeit im Bereich E-Learning stehen. Ebner führt keine klassische Blogroll, sondern speist Feeds von seinen meistgelesenen Blogs in sein eigenes Weblog ein – dies ist zwar eine technisch andere Darstellungsform, im Grunde unterstreicht das allerdings die Aussage, dass vor allem auf Blogs des persönlichen oder fachlichen Interesses verwiesen wird.

Was ist es nun, dass den Autor zum Bloggen bewegt? Die Faktoren Spaß und der Wissensaustausch sowie die Wissensteilung rücken bei den Gesprächen in den Vordergrund. Ebenso wird das Feedback der Rezipienten als motivierender Faktor zum (Weiter-)Bloggen genannt. Es gibt auch ein Bewusstsein für die strategische Nutzung mancher, ihren Blog zu Selbstmarketingzwecken zu verwenden – „[d]as ist ja ganz normal.“ (Interview Schlotfeldt, S. 9) Interessant ist auch seine Aussage, dass er durch das „Online-Sein“ (ebd.) die Chance erhält, nicht mehr als Rezipient, sondern als Sender aufzutreten – „ das hat mich unheimlich viel weitergebracht“ (ebd.). Die Gründe sind vielfältig, aber es gibt in vielen Bereichen, wie dem Spaß und dem Austausch, Übereinstimmungen.

Die abschließende Frage, beschäftigt sich mit der Zukunft von Weblogs. *Inwieweit würden die Experten sagen, sind Weblogs nur ein kurzfristiges Phänomen? Oder denken sie, dass Weblogs auch langfristig in der Landschaft der neuen Medien verankert sein werden? Die Meinungen gehen hier in unterschiedliche Richtungen. Ebner denkt, dass Micro-Blogging – also das Posten von nur sehr kurzen und präzisen Beiträgen – an Bedeutung gewinnen wird, weil das „normale“ Blogging zunehmend an seine Grenzen stößt⁸². Auch Schiefner glaubt, dass der Hype um Blogs sich etwas relativieren wird, aber eher in dem Sinne, dass das Weblog in der Diversität der Medienlandschaft seinen Stamplatz erhält. Veröffentlichungen auf diesem Wege werden dann keine Besonderheit*

⁸² Als besonders erfolgreich im Micro-Blogging erweist sich derzeit „Twitter“: Dieser Micro-Blogging-Dienst, bei dem die Nutzer kurze Textnachrichten, so genannte „Tweets“, die in etwa der Länge einer SMS entsprechen, an interessierte User versenden. Der Dienst ist unter folgender URL downloadbar: <http://twitter.com/> (Datum des Zugriffs. 15.08.08).

mehr sein. Für Wedekind geht die Entwicklung in eine Aufteilung in verschiedene Fachcommunities, die dann allesamt zu ihren Themen bloggen. Obwohl er denkt, dass immer wieder Personen aufhören werden, ihr Blog zu führen, sagt er: „Ein Stamm wird schon dabei bleiben und wird sich auch erweitern mittelfristig.“ (S. 11) Für Schlotfeldt ist ein Blick auf die Beständigkeit von bisherigen Medien ein Indiz, dass sich auch das Medium Weblog dauerhaft halten kann. Trotzdem gibt er zu bedenken, dass Blogging durch seinen hohen Zeitaufwand nicht für jedermann ideal ist und er ebenfalls eine Tendenz in Richtung Micro-Blogging sieht. Dass es Blogs weiterhin geben wird, scheint unbestritten. Die konkrete Ausprägung und die Autorenschaft sind bei den Experten noch nicht abschließend zu bestimmen.

5.7 Interpretation der Ergebnisse

Nach der Datenaufbereitung und -analyse wird im Folgenden die Interpretation der vorliegenden Ergebnisse vorgenommen. Dabei werden die verwendeten Instrumente an dieser Stelle zusammen geführt. Vor dem Hintergrund der theoretischen Fundierung, die in den Kapiteln 2 bis 4 vorgenommen wurde, eignet sich diese Herangehensweise, um ein möglichst facettenreiches Bild über die Knowledge Blogger, die in dieser Arbeit befragt wurden, zu erhalten. Am Ende der Ausführungen werden die drei bereits vorgestellten Forschungsfragen im Hinblick auf die vorliegenden Ergebnisse nochmals aufgegriffen, um so den Bezug zur Selbstbestimmungstheorie von Deci und Ryan und dem persönlichen Wissensmanagement zu ermöglichen.

5.7.1 Soziodemografische Angaben/Wissenschaftliches Schreiben

(1) Soziodemografische Angaben/Sonstige Angaben

Wie bereits kurz angerissen, lässt sich in der Befragung eine Zwei-Drittel-Mehrheit der männlichen Teilnehmer feststellen. Es wird angenommen, dass diese Verteilung sich in der Dominanz von Männern in der Wissenschaft manifestiert. Wenn weniger Frauen auf den entsprechenden Positionen im Wissenschaftsbetrieb zu finden sind, dann wäre die logische Konsequenz, dass sich diese *Geschlechterverteilung* zumindest tendenziell in der Szene der bloggenden wissenschaftlichen Wissensarbeiter widerspiegelt. Schmidt (2008) hat dazu eine empirische Untersuchung durchgeführt, die diese Annahmen bekräftigt: Zwar ist in der deutschsprachigen Blogosphäre die Aufteilung zwischen Männern und Frauen ausgeglichener – betrachtet man aber die „populären Blogs“⁸³ (ebd. S. 79) so sind weibliche Autorinnen deutlich seltener vorhanden (78,6 Prozent Männer versus 19,8 Prozent Frauen). Zurückführen lässt sich dieser Unterschied auf die verschiedenen Nutzungsmotive von Frauen und Männern. So dominieren bei Männern Gründe der Wissensteilung und das Bloggen aus

⁸³ Die Ergebnisse beziehen sich auf eine Analyse der Deutschen Blogcharts.

beruflichen Gründen (ebd. S. 80) – Motive, die für den Wissensarbeiter von absoluter Relevanz sind. Die Ergebnisse der im Rahmen dieser Arbeit durchgeführten Umfrage scheinen demnach nachvollziehbar.

Beim *Alter* der Befragten bestätigt sich, was auch an späterer Stelle nochmals zum Tragen kommt: Das am Häufigsten genannte Alter ist 27 Jahre – betrachtet man die „Durchschnittskarriere“ einer akademischen Laufbahn, würde man hier vielleicht den Übergang vom Studierenden zum wissenschaftlichen Mitarbeiter ansetzen: Diese beiden Personenkreise sind es auch, die überwiegend an der Umfrage teilgenommen haben. Es stellt sich die Frage, ob gerade an diesem „Wendepunkt“ im Lebenslauf der Nutzen der Reflexion am Größten ist und deshalb vermehrt in Weblogs genutzt wird. Des Weiteren erstaunt die große Spannweite beim Alter: Es finden sich Probanden von 23 bis 69 Jahren als Teilnehmer. Obwohl natürlich statistisch unterlegen, zeigt sich doch, dass die Gruppe der Älteren durchaus an Blogs interessiert zu sein scheint und diesen Wissenshunger als aktiver Teilnehmer der Blogosphäre stillt. In diesem Zusammenhang bemerkenswert sind die Aussagen der Experten, die dem älteren Teil des Wissenschaftsbetriebes weniger genuines Interesse an dem Geschehen in Weblogs zuschreiben: „[...] genauso wenig, wie ich Professoren oder Professorinnen kenne, die bloggen – [von] rühmlichen Ausnahmen [abgesehen] – denke ich auch, dass die das nicht so intensiv lesen.“ (Interview Wedekind, S. 4). Da die Experten täglich diverse Weblogs lesen und man sich in der Fachcommunity durchaus kennt, kann man diese Aussage nicht unbeachtet lassen. Dies kann bedeuten, dass die Ergebnisse der Umfrage das tatsächliche Bild verzerrt darstellen⁸⁴ – es ist aber auch denkbar, dass die Wahrnehmung der Experten an dieser Stelle abweichend ist. Für die Ergebnisse der Umfrage lässt sich jedoch bekräftigen, dass nicht nur die jüngere Generation eine Affinität für Online-Anwendungen zeigt⁸⁵.

Zu den *akademischen Graden* der Teilnehmer kann gesagt werden, dass sich die sukzessive Umstellung der Studienabschlüsse im Rahmen des Bologna-Prozesses auch in der Befragung widerspiegelt. Die jüngeren Befragten geben als Abschluss öfter „Master“ oder „Bachelor“ an, während die etwas älteren Probanden noch den Titel „Magister“ oder „Diplom“ ihr Eigen nennen. An dieser Stelle hätte es sich als hilfreich erwiesen, den angestrebten Titel zu erfragen – so hätte sich die Zahl derer, die angeben (noch) keinen akademischen Grad zu haben, wahrscheinlich verringert. Es ist möglich, dass sich die Umfrage unter Studenten der Medien und Kommunikation⁸⁶ durch Mund-zu-Mund-Propaganda verbreitet und deshalb die Zahl der Bachelor-/Masterabsolventen relativ hoch ist. Wie zu erwarten, sind es überwiegend die älteren Teilnehmer, die auch einen höheren akademischen Grad, wie den Doktor- oder den Professortitel, tra-

⁸⁴ Ein Phänomen, das aufgrund des Auswahlverfahrens für die Probanden prinzipiell denkbar ist (siehe Abschnitt 5.4.2).

⁸⁵ Empfehlenswert ist in diesem Zusammenhang das Arbeitspapier von Schulmeister (2008), der eine ausführliche Zusammenstellung von relevanter Literatur zu der so genannten „Netzgeneration“ oder „Digital Natives“ liefert.

⁸⁶ Der Studiengang an der Universität Augsburg in dessen Rahmen auch diese Abschlussarbeit verfasst wird und der als Bachelor- bzw. Masterstudiengang angeboten wird.

gen. Dies unterstreicht, die bereits bei der Interpretation des Alters geäußerte Vermutung, dass das Thema Weblog sich für ältere Wissenschaftler nicht per se ausschließt und es scheint so, als ob die älteren Probanden dieser Umfrage sogar eine ausgeprägte Medienaffinität besitzen.

Die *Gruppenzugehörigkeit* der Probanden schließt sich hier an. Da sich gezeigt hat, dass überwiegend wissenschaftliche Mitarbeiter an der Umfrage teilnehmen, wird diese Frage in die Gespräche mit den Experten aufgenommen. Es wird die These aufgestellt, dass sich gerade dieser Personenkreis einen strategischen Vorteil aus der Präsentation ihrer Kompetenzbereiche in Weblogs erhofft. Diese Vermutung wird von den Experten überwiegend als plausibel eingestuft. Neben den geäußerten Generationsfragen von Seiten der Interviewten wird die Möglichkeit der Selbstdarstellung – wobei dieser Begriff an dieser Stelle ohne eine abwertende Zuschreibung zu verstehen ist – als sehr wahrscheinlich angesehen: „Gerade Nachwuchswissenschaftler erhalten dadurch die Möglichkeit eigene Gedanken preiszugeben – ohne den Schutz des Professors; aber auch direktes Feedback zu bekommen.“ (Interview Schiefner, S. 5) Vor diesem Hintergrund scheint das Medium Weblog große Chancen gerade für die jüngeren Wissenschaftler zu bieten, die ihre Profilbildung in der Fachcommunity noch vor sich haben.

Zur Frage der Fachgebiete kommt es bei den Ergebnissen ebenso zu recht klaren Verteilungen zu Gunsten der Bereiche Medien und Kommunikation sowie der Erziehungswissenschaften und dem Kontext Bildung. Dazu wird in den Interviews wiederum eine Frage geschaffen, die diese Verhältnisse näher begründen soll. Die Experten sind über dieses Ergebnis mehrheitlich nicht überrascht, denn für sie liegt es „in der Natur der Sache“ (Interview Ebner, S. 4), dass Personen, die sich mit Medien in der ein oder anderen Form beschäftigen einen größeren und einfacheren Zugang zu Weblogs haben. Bei den anderen Disziplinen sei demnach die „Hemmschwelle [...] wesentlich größer“ (ebd.). Die Ergebnisse lassen sich dahingehend deuten, dass die aufgeführten Fachgebiete weniger ausgeprägte Barrieren im Umgang mit neuen Medien haben und sie deshalb auch offener und schneller neuen Entwicklungen folgen. Im Umkehrschluss würde dies genauso heißen, dass andere Disziplinen andere Medien oder – allgemeiner gesprochen – Darstellungsweisen ihrer Ergebnisse bevorzugen. Zwei Wege sind von daher denkbar: Zum einen, dass die anderen Bereiche erst mit zeitlicher Verzögerung den potenziellen Nutzen von Weblogs erkennen und für sich nutzen – zum anderen, dass Disziplinen mit schwächerer Beteiligung bereits probate Wege zur Veröffentlichung und Teilung ihres Wissens gefunden haben und keinen Bedarf an Änderung ihrer Vorgehensweise haben. Nicht unerwähnt soll bleiben, dass es durch die Verbreitungsweise der Online-Befragung sein kann, dass viele Probanden aus dem Studiengang Medien und Kommunikation teilnehmen, was den ausgeprägten Hand zu Antworten, die die Schlagworte „Medien“ und „Kommunikation“ enthalten, erklären würde. Dass wenige Vertreter der Wirtschaftswissenschaften zu finden sind, könnte darin begründet sein, dass diese eventuell eher für Corporate Blogs schreiben – da die Nähe zum Unternehmen und Organisationen der Wirtschaft hier stärker gegeben ist. Der Nutzen von Weblogs für den Einzelnen ist eher in-

direkt und nicht in Zahlen messbar, insofern ist es wahrscheinlich, dass gerade Geistes- und Sozialwissenschaftler, die nicht primär auf die Erzielung eines ökonomischen Ertrags geschult sind, Interesse daran zeigen. Ein ebenso wichtiger Aspekt, der hier zum Tragen kommen kann, ist der des wissenschaftlichen Bezugs: Wissenschaftler haben in der Regel einen größeren Freiraum um sich „auszuprobieren“, da sie weniger organisationalen Zwängen unterliegen. Ihnen steht es somit frei, über ihre Tätigkeit zu bloggen, ohne – im Vergleich zum Corporate Blog – bestimmte Bezugsgruppen in ihre Ausführungen zu integrieren.

Dass das Phänomen „Blogging“ noch relativ jung ist, zeigt sich in den Ergebnissen zum *zeitlichen Bestehen des Weblogs*. Die meisten Personen bloggen weniger als ein Jahr, davon die Mehrzahl vier bis sechs Monate. Eigenschaften wie Routine stellen sich natürlich erst nach einem gewissen Zeitraum ein, weshalb vermutet wird, dass sich das Verhältnis zur eignen Autorenschaft und, wenn man will, auch zum eigenen Weblog im zeitlichen Verlauf ändern kann. Des Weiteren ist die Erkenntnis bemerkenswert, dass die 30- bis 40-Jährigen Probanden, den Löwenanteil derer stellen, die bereits ein bis zwei Jahre bloggen. Wieder stellt sich hier die Frage, ab wann die Grenze des „alten“ Wissenschaftlers zu ziehen ist: Denn ein 40-Jähriger ist de facto nicht mit dem Medium Internet aufgewachsen und muss sich diese Kompetenzen über die Ausbildung erarbeitet haben. Dass diese Altersgruppe bloggt – und das nicht erst seit gestern – spricht demnach für das Medium Weblog. Denkbar ist, dass die Einfachheit des Tools oder die zahlreichen Möglichkeiten, die es dem Nutzer bietet, ausschlaggebend sind. Die Ergebnisse lassen jedoch darauf schließen, dass das Führen eines Blogs nicht ausschließlich für die Jüngeren attraktiv ist.

Was sich darüber hinaus zeigt, ist eine gewisse Form von „Commitment“⁸⁷ bei den befragten Bloggern, schreiben sie doch relativ regelmäßig neue Beiträge für ihr Weblog. Dass die meisten Probanden mehrmals pro Woche einen neuen Beitrag verfassen ist ein Indiz für die Ernsthaftigkeit, mit der die Blogger der Sache gegenüberstehen. Als Knowledge Blogger sollte es sich im Blog per definitionem überwiegend um Themen, die in der Rolle als Wissensarbeiter von Bedeutung sind, drehen. Eine *regelmäßige Aktualisierung* kann als Beleg für den (gefühlten) hohen Nutzen bei den Probanden gelten – anderenfalls müsste von einer zögerlicheren Aktualisierungsrate ausgegangen werden. Ein Blick auf die Expertenblogs bringt ähnliche Ergebnisse, denn nur einer der Interviewten bloggt mit 5,83 Beiträgen pro Monat etwas weniger.

(2) *Wissenschaftliches Schreiben*

Besonders beliebt bei Bloggern aus der Wissenschaft ist das Schreiben über wissenschaftliche Quellen, wie beispielsweise Netzfundstücke oder Artikel. Hier lassen sich zwei Richtungen vermuten: Zum einen kann das Schreiben über Ar-

⁸⁷ Unter Commitment oder Selbstverpflichtung versteht man den auslösenden Vorgang, bei dem ein Individuum sich entscheidet, ein angestrebtes Ziel zu verfolgen. Auch wird die Bindung an bestimmte Personen, Organisationen oder Zustände damit bezeichnet (vgl. Klinger, 1996).

tikel oder ähnlichen Quellen, die vom Autor selbst verfasst wurden, wieder einen Rückschluss auf die Möglichkeit der Selbstdarstellung bieten. Zum anderen ist der Gedanke des Austauschs und der Vernetzung dann plausibel, wenn der Blogger über Artikel anderer Personen schreibt. Gleiches gilt auch für Tagungen und andere wissenschaftliche Veranstaltungen – ein weiteres sehr beliebtes Beitragsthema. Ein Wissenschaftler, der eine Veranstaltung besucht hat und dann über die neuen Erkenntnisse, die er im Austausch mit Kollegen gewonnen hat, berichtet, dem kann eine gewisse Wertschätzung für das Vernetzen und den Wissensaustausch unterstellt werden. Gleichzeitig erhält er durch seinen Blogbeitrag die Möglichkeit, seine individuelle Leistung auf der Veranstaltung zu verbalisieren und sich selbst (bzw. sein wissenschaftliches Arbeiten) darzustellen. Dass man eher über sich selbst als über andere berichtet, lässt sich auch anhand der Antworten zur Lehre und zur Forschung gefolgert werden: Grundsätzlich geben die Probanden an, mehr über ihre eigene Tätigkeit als Dozent oder Forscher zu schreiben als über das Tätigkeitsspektrum anderer Personen.

Aus der Interpretation dieses erstens Teils der Ergebnisse lässt sich Folgendes zusammenfassen:

1. Wissenschaftliche Weblogs werden überwiegend von Männern geführt.
2. Obwohl die meisten der Probanden der Umfrage jüngeren Alters sind, lässt sich dennoch auch bei der älteren Generation von Wissenschaftlern Interesse – und zwar in aktiver Partizipation – am Medium Weblog feststellen.
3. Dieses Ergebnis, dass Weblogs nicht nur ein Medium für die Gruppe der 20- bis 40-Jährigen ist, lässt sich auch anhand der akademischen Grade der Probanden bestätigen. Bei dieser Frage wird auch die Umstellung der Studienabschlüsse auf Bachelor und Master im Zuge des Bologna-Prozesses bei den jüngeren Teilnehmern deutlich.
4. Besonders Wissenschaftliche Mitarbeiter nehmen rege an der Befragung teil – auch für die Experten ein Hinweis darauf, dass sich Blogging gut zur Darstellung der eigenen Kompetenzen nutzen lässt. Professoren hingegen sind eher zurückhaltend, was die Teilnahme an der Befragung angeht.
5. Die Disziplinen, aus die die jeweiligen Probanden stammen, weisen einen hohen Medienbezug auf. Es lässt sich folgern, dass Personen aus Fachgebieten, die eine größere Nähe zu Internetanwendungen haben, auch dem Phänomen Weblog im stärkeren Maße ausgesetzt sind.
6. Die 30- bis 40-Jährigen Teilnehmer bloggen schon am längsten ihre Gedanken und Meinungen. Insgesamt ist das Führen eines Weblogs noch keine allgemein etablierte Sache – die meisten Probanden bloggen erst seit weniger als einem Jahr.
7. Es scheint eine Art der Selbstverpflichtung zu geben, die den Blogger zur stetigen Aktualisierung seines Weblogs antreibt.
8. Insgesamt sind zwei Hauptmotive für das wissenschaftliche Schreiben ersichtlich: Das Selbstmarketing des Individuums und die Vernetzung des Einzelnen mit Kollegen und Bekannten aus der Wissenschaft.

Will man einen typischen Blogger für die hier durchgeführte Umfrage beschreiben, so könnte dieser in etwa so aussehen: männlich, 27 Jahre alt, Wissenschaftlicher Mitarbeiter, der seit ca. einem Jahr bloggt und dessen Fachgebiet etwas mit Medien oder Bildung im weitesten Sinne zu tun hat. Natürlich gibt es auch andere Teilnehmer – deshalb ist diese Beschreibung nicht allgemeingültig, dennoch hilft sie, sich ein plastischeres Bild von der Person des Knowledge Bloggers, um die es hier geht, zu machen.

5.7.2 Bloggen

Der erste, hier zu interpretierende Fragenblock handelt von der *wahrgenommene Kompetenz* der Probanden im Bereich des Bloggens.

Die Frage, ob die jeweilige Person denkt, sie wäre *gut im Bloggen* kann nicht eindeutig mit ja oder nein beantwortet werden. Die Mehrheit ordnet sich zwar im oberen Bereich der Skala ein, dem gegenüber steht jedoch eine nicht zu vernachlässigende Anzahl von Probanden, die sich selbst als weniger oder nicht gut im Bloggen bezeichnen würden. Diese Angaben werden auch durch die entsprechende Kontrollfrage bestätigt.

Der *Vergleich mit anderen Personen* bringt eine ähnliche Verteilung – wobei hier eine stärkere Einordnung in den Mittelbereich der Skala stattfindet. Es scheint, dass genau wie die Blogger individuell sind, auch die Selbstwahrnehmung des individuellen Bloggers verschieden ist. Es lässt sich jedenfalls nicht erschließen, dass jeder der ein Weblog führt, es deshalb tut, weil er sich für besonders gut oder besser als andere hält. Eventuell spielt bei diesen beiden Fragen auch „*sozial erwünschten* Antworten“ (Kromrey, 2006, S.360, Hervorhebung i.O.) eine Rolle. Beispielsweise könnte es möglich sein, dass die Probanden ihr „Licht unter den Scheffel“ stellen wollen oder sich in Bescheidenheit üben.

Ein Indiz für die Möglichkeit der Verzerrung bei den vorausgegangenen zwei Fragen findet sich bei den nächsten Antworten. Werden die Probanden danach gefragt, ob sie denken, *besser im Bloggen zu werden*, dann antworten mehr Personen mit völliger bis starker Zustimmung. Ähnliches zeigt sich bei der *Zufriedenheit* mit den Blogbeiträgen, denn hier antworten die Meisten zustimmend. Diese Fragen sind weniger „verfänglich“, denn in etwas „besser zu werden“ oder „zufrieden zu sein“, sind weniger sensible Einschätzungen, als „gut“ oder „besser als andere“ zu sein.

Routine geht Hand in Hand mit der zeitlichen Dauer des Bloggens. Es zeigen sich Hinweise darauf, dass Autoren, die bereits länger bloggen, sich selbst als routinierter einschätzen. Insgesamt kann zu diesem Punkt festgestellt werden, dass die Mehrheit sich als routiniert im Bloggen betrachtet. Zu mutmaßen wäre, dass diese Zahlen sich bei einer Nachbefragung zugunsten der Zustimmung erhöhen würden: Das zeitliche Bestehen des Weblogs würde im Idealfall dann höher angegeben werden und es wären somit vermutlich mehr Einzelbeiträge verfasst worden.

Zur wahrgenommenen Kompetenz lässt sich sagen, dass durchgehend mehr Zustimmung als Ablehnung auf die Fragen gezeigt wurde. Insofern kann geschlossen werden, dass die Probanden sich überwiegend als kompetent erleben – dies jedoch unter Berücksichtigung einiger Aspekte, wie der Dauer des Bloggens.

Wie viel Aufwand betreibt der einzelne Blogger für sein Weblog und wie wichtig ist ihm seine Tätigkeit als Weblogautor? Mit diesen Aspekten beschäftigt sich der nächste Fragenkomplex.

Bei der *zeitlichen Investition* zeigt sich, dass die Knowledge Blogger von sich behaupten, einen eher geringen Aufwand zu betreiben. Bei den Experteninterviews wird interessanterweise des Öfteren betont, dass die zeitlichen Aspekte beim Bloggen sehr entscheidend sind. Die Gesprächspartner stellen den Aufwand als erhöht dar und es entsteht der Eindruck, dass sich bewusst beim Bloggen und Lesen von Blogs beschränkt wird, damit auch andere Dinge erledigt werden können: „Ich weiß nicht, wann die Leute das machen [...]. Das ist bei mir einfach nicht drin.“ (Interview Wedekind, S. 9) Demnach könnte es möglich sein, dass die relativ zurückhaltende Angabe zur zeitlichen Investition daher rührt, dass man schlichtweg nicht mehr Zeit investieren *kann*. Bei „Vielbloggern“ nimmt die Tätigkeit des Bloggens dann meist einen hohen (teils freizeitmäßigen) Stellenwert ein. Ein weiterer Aspekt, der hier zum Tragen kommen könnte, ist die Einfachheit des Werkzeugs. Es entstehen wenige Verluste durch komplizierte Programmierungen oder ähnlichen, weil ein Weblog in der Regel relativ benutzerfreundlich ist. Ist das Weblog einmal aufgesetzt, ist es durchaus möglich lediglich neue Beiträge zu posten – der Aufwand hält sich damit im überschaubaren Rahmen. Um etwas voraus zu greifen, wird an dieser Stelle die Frage nach dem zeitlichen Aufwand in Stunden eingeschoben. Dabei investieren nur acht Personen weniger als eine Stunde für die Pflege ihres Weblogs. Demgegenüber stehen 66 Probanden, die mehr oder sogar erheblich mehr (N=20>5h/Woche) Zeit aufwenden. Fünf Stunden wirken im ersten Moment vielleicht eher gering, allerdings ist das mehr als ein halber (8-stündiger) Arbeitstag – vergleicht man diese Stundenanzahl zudem mit anderen Tätigkeiten, die eine Person im Wissenschaftsbetrieb haben kann, erscheint diese Zahl gar nicht mehr so klein⁸⁸.

In der Wahrnehmung der Probanden scheint es nur eine geringe Verbindung zwischen zeitlichem Aufwand und Qualität zu geben: Sehr eindeutig zeigen die Ergebnisse, dass die Blogger um qualitativ hochwertige Blogbeiträge bemüht sind. Diese *Einschätzung zur Qualität*, wobei diese natürlich sehr subjektiv ist, wird durch die entsprechende Kontrollfrage bestätigt. Es ist den Bloggern gleichzeitig *wichtig*, hochwertige Blogbeiträge zu verfassen, was als ein Anhaltspunkt für eine intrinsische Motivation gedeutet werden kann. Die Inter-

⁸⁸ Für die Lehre an einer Universität muss ein Wissenschaftler je nach Position zum Beispiel neun Semesterwochenstunden (Professur) oder fünf bzw. sieben Stunden (Juniorprofessur) aufwenden. Ein wissenschaftlicher Mitarbeiter hat mit ca. 10 Veranstaltungsstunden einen höheren Aufwand für die Lehre (vgl. Verordnung über die Lehrverpflichtung, Verfügbar unter: http://by.juris.de/by/gesamt/LehrUFV_BY_2007.htm, Datum des Zugriffs: 12.08.08).

viewpartner bestätigen diese Ergebnisse: „[...] ich möchte ja nicht unbedingt etwas Falsches hineinschreiben [...]. [...] Da gehe ich doch ganz stark mit dem Thema um [...].“ (Interview Schlotfeldt, S. 6) Auffallend ist an dieser Stelle der Anspruch des Wissensarbeiters „richtige“ Antworten oder Beiträge zu liefern. Gerade beim Wissenschaftler scheint dieses Bedürfnis nach hoher Qualität der eigenen Aussagen ausgeprägt zu sein. Dass die „Blogneulinge“ in der Befragung nicht angeben, *nicht* um Qualität bemüht zu sein, könnte ein Indiz dafür sein, dass Blogger, die bereits vertraut mit dem Medium sind, sich sicherer und kompetenter fühlen und deshalb weniger auf das Wie des Bloggens achten.

Die Wichtigkeit der eigenen Tätigkeit als Blogger scheint unbestritten – die Ergebnisse der Umfrage und auch der Experteninterviews weisen jedenfalls in die gleiche Richtung. Der zeitliche Aufwand lässt einen Interpretationsspielraum zu: Geht man nach den harten Fakten, d.h. der Anzahl der Wochenstunden, die für den Blog aufgewendet werden, dann kann dieser Aufwand durchaus als hoch eingestuft werden. Die Selbsteinschätzung der Probanden lässt darauf schließen, dass dieser Aufwand aber nicht als hohe Belastung oder Bürde angesehen wird und eine hohe intrinsische Motivation zum Führen des Weblogs vorliegen muss.

Als nächstes werden die Fragen zur *wahrgenommenen Wahlfreiheit*, die im direkten Bezug zum Autonomiebedürfnis nach Deci und Ryan steht, interpretiert.

Gefragt danach, ob sie sich in dem, *was und wann sie bloggen frei* fühlen, antworten die Befragten mehrheitlich mit Zustimmung. Dies zeigt, dass zumindest die hier befragten Knowledge Blogger ihr Autonomiebedürfnis zu einem Großteil befriedigen können. Dies steht jedoch nicht im Widerspruch zur Selbstbestimmungstheorie – ganz im Gegenteil – denn Autonomie bedeutet in diesem Fall nicht, dass der Mensch als Einzelkämpfer ausschließlich seine Meinung vertritt, ohne Rücksicht auf Verluste. Eine konstruktive Anregung durch andere Personen geht demnach durchaus konform mit dem menschlichen Grundbedürfnis nach Autonomie.

Ob man sich bei manchen Dingen, die man bloggt, einem gewissen Druck von außen ausgesetzt fühlt, wird in der nächsten Frage thematisiert. Eine nicht unerhebliche Anzahl von 23 Personen sieht durchaus diesen äußeren Druck gegeben. Von Expertenseite lässt sich dieser Eindruck bestätigen: „[...] gerade dieser Druck, der eventuell auch aufgebaut wird. Weil man natürlich der Blogosphäre möglichst hochwertige, aktuelle, schöne, kommentierfreudige Blogpostings liefern möchte.“ (Interview Schiefner, S. 3)

Was und wann die Knowledge Blogger in ihr Weblog schreiben, wird ihnen kaum vorgegeben: Die absolute Mehrheit kann über ihre Blogpostings frei entscheiden – ebenfalls ein eindeutiges Zeichen für die Autonomie des Einzelnen.

Die Entscheidung *wie es zum Bloggen kam* ist von zwei Standpunkten aus zu betrachten: Einerseits geben die Probanden an, sich vornehmlich selbst zum Führen ihres Weblogs entschieden zu haben, andererseits gibt es durchaus einige, die trotzdem von anderen dazu ermutigt wurden. Diese Ergebnisse schließen sich gegenseitig wiederum nicht per se aus, denn eine Anregung

durch außen muss trotzdem von einer eigenen Entscheidung zum Vollzug oder Beginn der Tätigkeit komplettiert werden.

Nur sehr wenige Probanden führen ihr Weblog aufgrund von *äußerem Druck*. Diejenigen, die Druck als Grund für ihr Bloggen nennen, sind identisch mit denen, die sich nicht selbst dazu entschieden haben, ein Weblog zu führen. Abermals wird deutlich, dass Autonomie einen entscheidenden Einfluss auf den Blogger ausübt: Wer sich nicht frei zur Tätigkeit des Bloggens entscheidet, der fühlt sich mit großer Wahrscheinlichkeit auch einem äußeren Druck beim Schreiben ausgesetzt.

Die letzte Frage zur Autonomie bringt ein ebenso eindeutiges Ergebnis: Die meisten Probanden bloggen, *weil sie es wollen und nicht weil sie müssen*. Der Tatbestand des autonomen Handelns ist demnach voll erfüllt. Die wenigen Blogger, die sich gezwungen fühlen zu bloggen, antworten konsequenterweise auch, dass sie eigentlich nicht bloggen wollen.

Generell äußern die hier befragten Personen einen hohen Grad an Autonomie – sie erleben sich überwiegend frei in dem was und wann sie bloggen, haben wenig Druck von außen und entscheiden sich selbst dazu ein Weblog zu führen.

Die Eignung eines Knowledge Blog als *Tool des persönlichen Wissensmanagements* wird als nächstes erhoben.

Dem Medium Weblog wird ein hoher Nutzen und wertvolle Funktionen bescheinigt – zumindest von der überwiegenden Anzahl der Probanden. Vorteile können zudem ein Gros der Probanden beim Bloggen für sich feststellen. Insgesamt sind das alles Hinweise, die zeigen, dass die Tätigkeit als Blogger nicht als Zeitverschwendung oder nachteilig betrachtet wird – alles in allem sind die befragten Wissensarbeiter überwiegend zufrieden mit den Funktionen und dem Nutzen, die ihnen das Werkzeug bietet – eine Eignung als Tool des persönlichen Wissensmanagement scheint demnach grundsätzlich gegeben zu sein. Zieht man die Antworten der Experten zum gleichen Themenblock hinzu, dann intensiviert sich dieser Eindruck: „Im Prinzip ist es die Einfachheit überhaupt Informationen festzuhalten und einzustellen. Das ist derart einfach [...].“ (Interview Wedekind, S. 3) Ebner, der sein Knowledge Blog stark für das persönliche Wissensmanagement nutzt, sagt: „[...] [I]ch [habe] alle meine Vorträge online, meine Papers sind online – es gibt nicht, was ich nicht online hätte.“ (S. 2) Als konkrete Funktion, die beliebt ist, zeigt sich die Suchfunktion – wobei sich zwei Experten sogar eine noch verbesserte Möglichkeit zum Suchen wünschen würden. Bei den Experten ist eine starke Betonung auf das Weblog als Dokumentationshilfe ihrer Gedanken oder interessanter Fundstücke im Netz erkennbar.

Die Befragten denken aber nicht, dass ein *Weblog ein Muss für jeden* ist. Die entsprechende Frage wird mehrheitlich ablehnend bewertet. Bereits bei der Analyse wurde diese Frage mit der später Folgenden, ob man anderen zum Führen eines Weblogs raten würde, betrachtet. Vor dem Hintergrund, dass es sich bei der Zielgruppe um Personen mit höherer Bildung handelt, denen ein gewisses Maß an Reflexionsfähigkeit zugesprochen werden kann, wird hier

vermutet, dass sich diese Abweichung durch eine Trennung von eigenem Nutzen und Tauglichkeit für alle ergibt. Wenn eine Person denkt, dass das Medium Weblog nützlich ist und Vorteile bringt, wird sie vielleicht anderen dazu raten, ein Weblog zu führen – was durch die entsprechende Frage bestätigt wird. Trotzdem denkt diese Person vielleicht, obwohl sie selbst einen hohen Wert im Bloggen erkennt, dies nicht für jedermann geeignet sein muss. Insofern widersprechen sich die Ergebnisse nicht, sie betonen vielmehr, dass sich die Gruppe der Befragten über den Sachverhalt Gedanken macht und in reflektierter Weise auf die gestellten Fragen antwortet.

In welchen Situationen ein Knowledge Blog konkret hilfreich ist, bildet die nächste Frage im Interview ab. Bereits angesprochen wurde die Vermutung, dass sich ein Blog im höchsten Maße zur *Reflexion* eignet. Die Befragten bestätigen diese Vermutung, denn insgesamt 59 Personen geben an, dass sich Bloggen zum reflektieren des Arbeitsalltags eignet. Sensibilisiert durch die Auffälligkeit in der Befragung wird den Experten eine entsprechende Frage nach den Gründen für die Eignung zur Reflexion gestellt. Schiefner sagt dazu: „Weil du Sachen, die du im Kopf hast, niederschreiben musst. Und zwar so [...] dass sie andere auch verstehen. [...] Ich hab das bei Konferenzen gemerkt [...]. Dann muss man überlegen, was wichtig war, man muss klassifizieren [...], hierarchisieren und so das Ganze wirklich noch mal durchgehen, bevor so ein Blögeintrag steht.“ (S. 7) *Vernetzung* ist ein weiteres großes Schlagwort, das innerhalb dieser Frage oft gewählt wird. Insgesamt 58 Probanden entscheiden sich dafür. Für die Experten ist diese Wahl nachvollziehbar: „[...] das Spannende daran ist, dass man sich austauscht mit vielen anderen weltweit.“ (Interview Schlotfeldt, S. 1) Hier grenzt sich das Medium Weblog von klassischen Medien, die ein disperses Publikum haben, ab. Die Fachcommunity ist überschaubar, so dass der Kontakt zu Leuten mit ähnlichen Interessen erleichtert wird. Der Spitzenreiter mit 63 Antworten ist die Möglichkeit der *Dokumentation* von interessanten Inhalten oder Links. Dass auch die Experten Weblogs diese große Wertschätzung Dokumentationsmedium entgegenbringen, wurde bereits an vorheriger Stelle herausgestellt. Genauer betrachtet soll hier ebenso die Antwort, dass das Bloggen bei der positiven Präsentation der Person im Internet hilfreich sein kann. Analog wurde in den Interviews mit den Experten eine Frage formuliert, die diesen Sachverhalt aufgreift: „Was sagen Sie zu der These, dass gerade Wissenschaftler in „rangniedrigeren“ Positionen Knowledge Blogs als Medium zum Selbstmarketing bzw. zur positiven Darstellung ihrer Tätigkeit nach Außen schätzen?“ Diese These wird von den Experten bestätigt: „[...] was man als Wissenschaftler braucht, ist die Diskussion mit anderen. [...] Und hier stellen sich Weblogs als wahnsinnig gut dar, weil so viele Leute auf einen aufmerksam werden.“ (Interview Ebner, S. 4) Stress oder Ärger abbauen – diese Möglichkeit wählen nur acht der Probanden in der Online-Befragung. Die genauen Gründe dafür bleiben zwar im Verborgenen, plausibel scheint jedoch der Gedanke, dass sich der Knowledge Blogger der potenziellen Öffentlichkeit bewusst ist und deshalb nicht über Dinge schreiben wird, die ihm unter Umständen falsch ausgelegt werden könnten. Werden die Experten nach dieser Öffentlichkeit gefragt,

wird diese Vermutung überwiegend bestätigt: „Ich weiß, dass ich in der Öffentlichkeit stehe und verhalte mich dementsprechend.“ (Interview Ebner, S. 6)

Dass das Bloggen zahlreiche Funktionen bietet, die dem Knowledge Blogger bei der Bewältigung seiner täglichen Arbeit hilfreich sein können, scheint unbestritten. Experten und Probanden der Online-Umfrage sind sich einig, dass die Reflexion von Geschehnisse, die Vernetzung und der Austausch mit der Community, die Dokumentation relevanter Inhalte und die Möglichkeit des Selbstmarketing – um nur die häufigsten Antworten zu nennen – für die Nutzung eines Weblogs sprechen.

Nachfolgend wird die Fragenbatterie zur sozialen Eingebundenheit dargestellt:

Bei der ersten Frage dieses Blocks nach der *regelmäßigen Beobachtung der eigenen Log-Files*⁸⁹ wird ein Zusammenhang zwischen häufiger Überprüfung und dem Wunsch nach sozialer Anerkennung vermutet. Die Ergebnisse lassen hier allerdings keine stichhaltige Aussage zu, da die verschiedenen Stufen der Skala keinen eindeutigen Ausschlag zeigen. Wohl gibt es eine Tendenz zur Zustimmung – weshalb diese These durchaus als zutreffend gewertet werden kann.

Klarer sind die Antworten zur nächsten Frage, denn die absolute Mehrheit der Personen freut sich über *Kommentare zu ihren Beiträgen*. Dieses Ergebnis spricht eindeutig für einen Wunsch nach der Anerkennung der eigenen Leistung von Seiten der Außenwelt. Einschränkend muss erwähnt werden, dass ein Kommentar prinzipiell erst einmal wertfrei ist: Es kann Lob oder Kritik gemeint sein. Unterstellt man dem Wissensarbeiter, dass er bedingt durch seine berufliche Stellung offen für Impulse (seien sie auch kritischer Natur) sein sollte, dann ergibt sich daraus keine Schwierigkeit mit der Begrifflichkeit.

Einen Schritt weiter geht die Frage, ob die Leser des Weblogs auch zur *aktiven Kommentierung ermutigt werden*. Von dieser Möglichkeit macht der geringere Teil der Probanden Gebrauch. Gleichwohl gibt es Personen, die eine Aufforderung an die Leser aussprechen. Es scheint wie so oft eine individuelle Frage zu sein: Der eine fühlt sich vielleicht unwohl bei dem Gedanken, nach Aufmerksamkeit oder Feedback zu fragen, der andere stört sich nicht daran und fragt offen, wenn er das Gefühl hat, Input von anderen würde ihm hier weiterbringen. Die nachstehende Bewertungsfrage ist thematisch ähnlich: „Mir ist es egal, ob meine Beiträge kommentiert werden.“ Dieser Aussage stimmt die Mehrheit der Befragten nicht zu.

Gemeinsam betrachtet, lässt sich aus den drei vorhergegangenen Fragen schließen, dass die Freude über Kommentare groß ist – ob allerdings aktiv Feedback eingefordert wird, ist wohl von der Persönlichkeit des Wissensarbeiters abhängig. Außerdem lässt sich nicht genau sagen, inwieweit die Probanden Kommentare begrüßen, die auch kritische Anmerkungen beinhalten.

Die nächste Frage versetzt den Probanden in der Rolle als Leser von Weblogs und damit zum potenziellen „Kommentierer“. Ob selbst regelmäßig Kommentare gemacht werden, ist sehr unterschiedlich, daher kann nicht abschließend beantwortet werden in welchem Verhältnis zur sozialen Eingebun-

⁸⁹ Die Statistiken über Besucher etc. des Weblogs.

denheit dieser Punkt zu sehen ist. Um nähere Einblicke in diesen nur unzureichend beantworteten Aspekt zu erhalten, bietet sich eine Nachfrage im Experteninterview an. Einmal zeigt sich die Wichtigkeit in Sachen Relevanz für den Einzelnen: „Immer schreibe ich auch nicht noch was dazu. [...] Ich kommentiere dann, wenn ich gegenteiliger Meinung bin.“ (Interview Ebner, S. 5) Außerdem ist das Kommentieren „Arbeit“ (Interview Schiefner, S. 7). Die Möglichkeit, dass man anderen nicht zu viel Wertschätzung entgegenbringen möchte, wird von Schlotfeldt in die Diskussion eingebracht (vgl. Interview Schlotfeldt, S. 7). Ein Zeitproblem hält Wedekind für den Grund für eine mangelnde Kommentierung (vgl. Interview Wedekind, S. 8). Demnach scheint der einzelne Blogger Nutzen und Aufwand für sich persönlich abzuwägen. Es entsteht der Eindruck, dass man sich eher mit dem Schreiben eines eigenen Blogbeitrags beschäftigt, als die gleiche Zeit in das Kommentieren anderer Autorenbeiträge zu investieren, was sich auch an einer Aussage von Expertenseite manifestiert: „Bei manchen [potenziellen Kommentaren] mache ich dann eher ein eigenes Posting daraus und nehme das auf.“ (Interview Schiefner, S. 7)

In der Blogosphäre als Ganzes wollen die meisten der befragten Blogger auf dem Laufenden sein. In dieser sozialen Gemeinschaft über die neuesten Entwicklungen informiert zu sein, ist den Wissensarbeitern wichtig. Aus den Expertenaussagen ist ersichtlich, dass das Agieren in der Blogosphäre in den Arbeitsalltag integriert ist: „[...] der Zeitablauf hat sich durch das Netz irgendwie strukturiert. Also morgens werden eben E-Mails, Feeds und all diese Sachen gelesen, dann eher sporadisch am Tag noch mal. Aber morgens – das gehört dazu.“ (Interview Wedekind, S. 10) Es ist demnach auch die schnelle Informationsmöglichkeit über Weblogs die gerne angenommen wird. Die überschaubare Fachcommunity scheint so etwas wie ein Zugehörigkeitsgefühl auszulösen und die Mitglieder wollen, ähnlich wie bei einer Familie oder einem Freundeskreis, über die neuesten Entwicklungen auf dem Laufenden gehalten werden.

Feedback über andere Kanäle zu erhalten, ist bei den hier Befragten nicht unüblich – die Mehrzahl gibt an, durchaus Rückmeldung über E-Mail oder sonstige Kanäle zu erhalten. Eine Nachfrage zu diesem Ergebnis im Interview wirkt bestätigend (vgl. u.a. Interview Wedekind, S. 8). Im persönlichen Gespräch wird der Fokus auch darauf gelenkt, ob eine Möglichkeit besteht, dass die gefühlte Öffentlichkeit im Internet von den Rezipienten und Autoren größer wahrgenommen wird, als sie eigentlich ist. Die Experten sind dabei geteilter Meinung, zwei könnten sich das durchaus vorstellen, für die beiden anderen erscheint dieser Zusammenhang wenig plausibel. Dass es Feedback über andere Wege geben kann, ist unbestritten. Inwieweit der Einzelne diese Möglichkeit nutzt, ist unterschiedlich.

Gefragt nach dem Anlass für das Bloggen zeigen sich mehrere Positionen als relevant für den Wissensarbeiter: Besonders der Hinweis auf interessante Quellen bzw. Literatur ist den Befragten ein starkes Bedürfnis. Dies geht Hand in Hand mit der bereits getroffenen Feststellung, dass Knowledge Blogger den Austausch und die Vernetzung als wichtig und sinnvoll erachten. Die Wissens- teilung durch das eigene Weblog anzuregen, erscheint da nur als logische Kon-

sequenz. Die eigenen Gedanken mitzuteilen ist vor dem Hintergrund der Chance zur Reflexion in Weblogs eine ebenso nachvollziehbare Antwort – insgesamt 66 Personen ordnen ihr eigenes Verhalten hier ein. Dass Medienereignisse als Anlass für Blogeinträge gewählt werden, ist nicht erstaunlich, denn mit der Arbeit im Internet ist man ständig Eindrücken aus diversen Medien ausgesetzt. Diese Eindrücke in seinem eigenen Weblog zu thematisieren, ist einleuchtend. Geschehnisse aus dem Arbeitsalltag festzuhalten, geben immer noch ca. die Hälfte der Probanden an. Im Kontext der Wissensarbeit ist auch dieser Anlass zweckdienlich und wenig überraschend. Dass nur relativ wenige (N=28) sagen, dass sie bloggen, um ihr Weblog aktuell zu halten, zeugt von der Ernsthaftigkeit, mit der die Knowledge Blogs geführt werden. Die Befragten haben mutmaßlich ein großes Interesse daran, wirklich relevante Inhalte zu posten, die ihnen, aber auch anderen, einen Mehrwert bringen. Das Bloggen „um des Bloggens willen“ scheint im Kontext Wissensarbeit nicht sehr verbreitet zu sein.

Die Knowledge Blogger dieser Online-Befragung sind sich fast einig, dass sie das Bloggen weiterempfehlen würden. Hier ist eine eindeutige Wertzuweisung herauszulesen – kaum jemand würde einem anderen zu etwas raten, das man selbst für falsch oder wenig gewinnbringend erachtet. Die Gründe für die ausgesprochene Empfehlung erinnern an vorherigen Antworten: Reflexion, Vernetzung, Austausch und die Dokumentation von Inhalten. Mehrfach wurden innerhalb dieses Fragenblocks diese Gründe positiv hervorgehoben. Es kann somit angenommen werden, dass Weblogs für genau diese Funktionen oder Eigenschaften geschätzt und letztlich auch genutzt werden. Ergänzend dazu können nochmals die Expertenmeinungen hinzugezogen werden. Im Gespräch wird nach der primären Motivation für das Bloggen gefragt und dabei wird ebenfalls mit den Faktoren der Vernetzung, des Austauschs aber auch des Späßes argumentiert. „Ich denke, es ist einfach ein Grundbedürfnis, sich auszutauschen, sich mitzuteilen.“ (Interview Schlotfeldt, S. 9f) „Es macht immer noch Spaß.“ (Interview Wedekind, S. 10)

Dieser zweite Teil der Interpretation soll abschließend nochmals kompakt dargestellt werden:

1. Die Probanden fühlen sich überwiegend kompetent in ihrer Tätigkeit als Knowledge Blogger. Faktoren wie die Zeit wirken sich dabei begünstigend aus.
2. Den teilnehmenden Personen ist Qualität beim Bloggen wichtig. Ihren eigenen zeitlichen Aufwand empfinden sie nicht als große Belastung.
3. Druck von außen scheint für die meisten Befragten keine große Rolle beim Bloggen zu spielen. Sie entscheiden sich willentlich bzw. selbstständig zum Start eines Weblogs und sind in dessen Gestaltung weitestgehend frei. Insgesamt lassen die Meinungen auf einen hohen Grad an Autonomie schließen.
4. Als Tool der persönlichen Wissensmanagement scheint ein Weblog durchaus geeignet zu sein – die Beurteilung der Probanden hinsichtlich Nutzen, Funktionalitäten und Vorteilen insgesamt liefert konkrete Hinweise darauf. Grundvoraussetzung scheint dazu allerdings eine systematische Nutzung des Wissensarbeiters zu sein.
5. Es kristallisieren sich konkrete Anlässe heraus, die von den Bloggern stark geschätzt werden: Reflexion, Vernetzung, Dokumentation und – etwas abgeschwächt – Selbstmarketing des Individuums.
6. Bloggende Wissensarbeiter dieser Untersuchung freuen sich über Kommentare – sind aber selbst weniger kommentierfreudig. Begründet wird dies durch Zeitmangel und einem geringen wahrgenommenen Nutzen für den Einzelnen. Feedback vom Leser einzufordern ist für die Autoren nicht ausgeschlossen, ist aber auch nicht zwingend nötig.
7. Bloggen macht Spaß und kann – nicht nur deshalb – von den befragten Wissensarbeitern weiterempfohlen werden. Die Probanden zeigen eine reflektierte Meinung zu dem Bloggen: Dass diese Tätigkeit nicht für jeden geeignet sein muss, wird übereinstimmend anerkannt – der prinzipielle Nutzen allerdings hoch angerechnet.

5.8 Bezug zu den Forschungsfragen

An dieser Stelle sollen die unter 5.2 aufgeworfenen Forschungsfragen nochmals aufgegriffen und vor dem Hintergrund der erarbeiteten Ergebnisse abschließend kompakt beantwortet werden.

1. Inwieweit eignet sich das Medium Knowledge Blog als Tool des persönlichen Wissensmanagements?

Grundsätzlich lässt sich dem Medium Weblog durchaus eine Eignung als Tool des persönlichen Wissensmanagements zusprechen. Allerdings scheint sich das Verständnis von persönlichem Wissensmanagement bei den Befragten vor allem auf den Einsatz zur Dokumentation zu beziehen. Besonders die Experten betonen den Nutzen von Weblogs zur Strukturierung ihrer Gedanken und der Ereignisse des Arbeitsalltags. Nur bei wenigen scheint das primäre Interesse beim Bloggen die konsequente Anwendung als Tool des persönlichen Wis-

sensmanagement darzustellen. Der positive Effekt, sein Wissen in strukturierter und im Nachhinein einfach auffindbarer abzulegen, wird gerne angenommen, wird aber eher als „Kirsche auf dem Eisbecher“ verstanden. Die von Röll (2006) postulierten Möglichkeiten zur Nutzung von Knowledge Blogs bestätigen sich in dieser Umfrage: Demnach zeigen die Probanden ein ausgeprägtes Bedürfnis zu Reflexion innerhalb ihres Weblogs. Außerdem nutzen sie ihr Knowledge Blog zur Speicherung von relevanten Informationen. Die Möglichkeit des Austauschs und der Diskussion ist geschätzt, somit kann auch die Kommunikationsfunktion als bestätigt angesehen werden.

In Bezug auf das unter 3.4 vorgestellte Modell des persönlichen Wissensmanagements lassen sich zahlreiche Anknüpfungspunkte finden: Die Probanden betonen, dass sie im Umgang mit der Wissensumwelt – in diesem Kontext auch als Blogosphäre eingrenzbar – zahlreichen Input von Wissensobjekten in Form von interessanten Beiträgen bzw. Netzfundstücken erhalten. Auch Wissensträger – wie beispielsweise andere Blogger – nehmen einen entscheidenden Stellenwert in der Wissensumwelt des Individuums ein. Durch den Austausch von Gedanken und der Vernetzung mit Interessierten der Fachcommunity, wird der Erwerb von Wissen mit Knowledge Blogs vereinfacht und regelrecht angestoßen. Der einzelne Blogger ist Rezipient und Produzent in der Blogosphäre. Die Ergebnisse der Umfrage bestätigen, dass ein Blogger sich dieser Rollen bewusst ist und sich besonders in aktiver Weise als Autor betätigt. Die dabei entstehenden Ideen (auch in Verbindung mit anderen Bloggern) ermöglichen einen Wissenszuwachs und eine kontinuierliche Weiterentwicklung des Einzelnen.

2. Unterstützt das Führen eines Knowledge Blogs die menschlichen Grundbedürfnisse nach Kompetenz, Autonomie und sozialer Eingebundenheit?

Im Allgemeinen lassen sich in den Ergebnissen der Befragungen Hinweise finden, dass die menschlichen Grundbedürfnisse nach Deci und Ryan durch das Führen eines Weblogs befriedigt werden können.

Hinsichtlich der *Kompetenz* der Individuen zeigen sich überwiegend zustimmende Antworten auf alle Aspekte der Befragung. Abschließend kann das Kompetenzerlebnis nicht bescheinigt werden, da zwar die Mehrheit sich als kompetent im Bloggen bezeichnen würde – dem gegenüber steht allerdings ein nicht unerheblicher Teil der Probanden, die Zweifel zeigen bzw. ihre Kompetenz niedriger einstufen. Der Faktor Zeit scheint dem Kompetenzerlebnis dienlich zu sein, denn die Dauer des Bloggens erhöht die wahrgenommene Kompetenz.

Autonomie – das zweite postulierte menschliche Grundbedürfnis von Deci und Ryan wird auf breiter Ebene bestätigt. Bloggen, so zeigt sich, kann als Ausdruck der Persönlichkeit des Einzelnen gesehen werden. Was er wann schreibt bleibt weitestgehend ihm überlassen. Es gibt kein Muss zum Bloggen – die Entscheidung fällt im Regelfall aus freien Stücken. Probanden, die sich einem äußeren Druck ausgesetzt fühlen, gibt es vergleichsweise wenig – die er-

gänzende Expertenmeinung lässt vermuten, dass es sich dabei um einen Druck handelt, der in der Person innewohnt, somit quasi selbst erzeugt wurde.

Was das Bedürfnis nach *sozialer Eingebundenheit* betrifft, gibt es Anzeichen, dass auch hier Knowledge Blogs als Katalysator dienen können. Gerade die Kommentare sind es, die von den Probanden geschätzt werden – ein Feedback durch die soziale Wissensumwelt zu erhalten scheint motivierend und anregend für die eigene Tätigkeit des Bloggens zu wirken. Trotzdem bleiben hier noch einige Fragen offen, die die Rolle des Wissensarbeiters als Leser und Kommentator von Weblogs betrifft. Inwiefern der Punkt der sozialen Eingebundenheit in diesem Fall einzuschätzen ist, kann durch die Umfrage nicht stichhaltig belegt werden.

3. Ist das Führen eines Knowledge Blogs intrinsisch reguliert?

„When intrinsically motivated, the individual is not pursuing any separable outcome, but is simply seeking the pleasure that comes directly and immediately from the experience of the activity.” (Elliot, McGregor & Thrash, 2002, S. 375)

Die meisten Probanden haben sich selbst dazu entschieden, ihr Weblog zu führen und sehen ihre Tätigkeit als Autor durchaus als Bereicherung an. Besonders bei den persönlichen Gesprächen mit den Experten kann die Leidenschaft und die Begeisterung für das Bloggen gespürt werden – die Interviewten glauben an den Sinn des Bloggens und transportieren diese Botschaft auch glaubhaft. Die online Befragten unterstreichen diesen Eindruck durch die gegebenen Antworten. Beispielsweise würden die meisten Personen anderen zum Bloggen raten. Geht man davon aus, dass Empfehlungen dann ausgesprochen werden, wenn ein genuines Interesse oder eine wirkliche Begeisterung besteht, so lässt sich die Frage nach der intrinsischen Motivation positiv beantworten. Zwar zeigen die Befragten einen angemessenen kritischen Blick auf das Bloggen – dies zeigt sich zum Beispiel darin, dass sie anerkennen, dass Bloggen nicht für jedermann sinnvoll ist – aber ganz generell stehen sie hinter ihrer Tätigkeit und möchten diese auch in Zukunft weiterführen. Trotzdem muss erwähnt werden, dass auch das Schlagwort „Selbstdarstellung“ eine gewisse Rolle zu spielen scheint. Einige wenige Probanden nehmen die Möglichkeit, sich und ihre Leistungen im Netz zu präsentieren teilweise auf und nutzen ihr Weblog um den eigenen Bekanntheitsgrad zu erhöhen. Diese Handlung ließe sich nach dem in Abschnitt 4.5 vorgestellten Modell von Deci und Ryan einer stärker extern regulierten Handlungsregulation zuordnen – je nach den individuellen Motiven wahrscheinlich als integrierte oder identifizierte Regulation.

5.9 Kritik und Einschränkung

Die vorliegende Studie „Bloggen – Pflichtübung oder Passion?“ untersucht die Praxis des Bloggens anhand von Wissenschaftlern, die ein Knowledge Blogs

führen. In den Abschnitten 5.1 bis 5.7 wird deutlich, dass es sich bei dieser Studie um eine Forschung im qualitativen Sinne handelt.

„Der rasche soziale Wandel und die resultierende Diversifikation von Lebenswelten konfrontieren Sozialforscher zunehmend mit sozialen Kontexten und Perspektiven, die für sie so neu sind, dass ihre klassischen deduktiven Methodologien [...] an der Differenziertheit der Gegenstände vorbeizielten“ (Flick, 2006, S. 12f).

Hinsichtlich des *Auswahlprozesses* für die Probanden der Online-Umfrage wird das Merkmal der qualitativen Sozialforschung offensichtlich: Die Akquise der Teilnehmer wird vor allem über das „Schneeball-Verfahren“ (Kromrey, 2006, S. 280) vorgenommen, was eine repräsentative Zusammenstellung der Gruppe der Befragten ausschließt. Auch die Auswahl der Befragten für die Experteninterviews muss in diesem Zusammenhang erwähnt werden: Die Experten werden bewusst ausgewählt (vgl. ebd., S. 281), woraus sich – auch durch die relativ geringe Anzahl von vier befragten Personen – eine Tendenz zu bestimmten Themenschwerpunkten und Meinungen ergeben könnte. Gleichwohl hat sich aus meiner Sicht die Vorgehensweise bewährt, denn die Ergebnisse beider Befragungen bilden verschiedene Facetten des möglichen Meinungsspektrums ab und ergänzen sich. Bewährt hat sich auch die Problemzentrierung der Experteninterviews (vgl. Lamnek, 1993b, S. 70f). Die angestrebte Triangulation der Methoden konnte aufgrund der Vorgehensweise nicht in letzter Konsequenz durchgeführt werden: Die Fragen der Expertenbefragung werden nach der Auswertung der Ergebnisse der Online-Befragung durchgeführt, mit dem Ziel noch bestehende offene Fragen zu klären. Durch die individuellen Gesprächsverläufe kann nicht immer eine passgenaue Spiegelung der Ergebnisse beider Befragungen erreicht werden. Durch ein abweichendes Vorgehen hätten sich hier u.U. andere Möglichkeiten zur Darstellung der Ergebnisse geboten. Die Inhaltsanalyse wird kompakt gehalten um ausreichende Entfaltungsmöglichkeiten für die Ergebnisse der Befragungen zu haben. Durch die Einschränkung der Zielgruppe auf Wissensarbeiter aus der Wissenschaft ist weiterhin ungeklärt, ob und gegebenenfalls wie Wissensarbeiter anderer Bereiche einen Nutzen aus Weblogs haben können.

Zur *Operationalisierung* lässt sich kritisch anmerken, dass die Verwendung der Skala von Deci und Ryan⁹⁰ für die Probanden möglicherweise gewöhnungsbedürftig ist. Ein Proband weist nach seiner Teilnahme per E-Mail darauf hin, dass er die im Fragenblock „Bloggen“ gestellten vereinzelt Fragen nach dem zuvor gefragten gegenteiligen Sachverhalt als zu offensichtlich empfunden hat. Zudem ist es möglich, dass sich aus der breiten Abstufung der Skala in sieben Möglichkeiten, für den ein oder anderen ein Problem der Zuordnung ergibt. Ein weitere Rückmeldung per E-Mail thematisiert den Einleitungstext zum Abschnitt „Bloggen“, der die Teilnehmer auffordert, spontan zu antworten, da es nicht auf richtige oder falsche Antworten ankommt: Die Formulierung wird von

⁹⁰ siehe Abschnitt 5.4.1.

diesem Probanden kritisch hinterfragt, ob die Intention der Befragung lediglich die Generierung von Daten sei oder der Erhalt von wahrheitsgetreuen Antworten. Da diese einleitenden Worte lediglich dazu dienen, den Probanden eventuell bestehende Ängste hinsichtlich einer „sozialer Erwünschtheit“ zu nehmen und kein weiterer Teilnehmer sich offensichtlich daran stört, wird diese Kritik insofern aufgenommen, dass bei weiteren Umfragen auf eine eindeutigere Formulierung geachtet wird.

Wirft man in der Retrospektive noch einmal einen Blick auf die einzelnen Fragen, so ist die Aussagefähigkeit bzw. die individuelle Bewertung bei einigen wenigen als schwierig einzustufen: Die Aussage „Ich denke, ich bin gut im Bloggen“ ist schwer zu interpretieren, denn was ist schon „gut“? Im Vergleich zu anderen Fragen, wie beispielsweise der Routine, die mit einer wiederkehrenden zeitlichen Beschäftigung einhergeht, lassen sich keine objektiven Kriterien für die Trennung von „gut“ bzw. „schlecht“ finden, die gleichermaßen für alle Probanden gelten. Trotzdem ist diese Frage für den Aspekt der Selbsteinschätzung der Probanden von Interesse – denn die Assoziationen, die mit dem Adjektiv „gut“ einhergehen sind im Normalfall positiv besetzt. Bei der Frage nach der regelmäßigen Kontrolle der Statistiken des eigenen Weblogs ergibt sich kein eindeutiges Ergebnis: Hier hätte sich eventuell eine andere Form der Fragestellung angeboten, um die Relevanz der Log-Files für den User besser darstellen zu können. Darüber hinaus bietet es sich an, eine detaillierte Untersuchung über Blogleser und ihre Motive zum Kommentieren anzustreben, da dieser Aspekt in der Untersuchung aufgrund der Fokussierung auf die Wissenschaftler als Autoren zu wenig Beachtung findet. Ebenfalls interessant, wäre in diesem Zusammenhang zu erfahren, warum einige Personen zur aktiven Kommentierung ermutigen und einige nicht.

Auf der *Auswertungsebene* muss einschränkend erwähnt werden, dass aufgrund der Anzahl der Probanden lediglich Häufigkeitsauswertungen sinnvoll erscheinen. Korrelationen und Signifikanzen lassen sich in dieser Studie aufgrund von zu geringen Fallzahlen nicht valide berechnen. Aussagen über Kausalzusammenhänge können nicht stichhaltig getroffen werden. Da es sich bei der Studie um eine Einzelfallstudie im sozialen Feld der Wissensarbeiter bzw. Wissenschaftler handelt, wird diese Vorgehensweise weiterhin als zielgerichtet und sinnvoll erachtet. Denn entscheidend ist in diesem Fall die Komplexität der Problembereiche als Ganzes zu erfassen und dann in einen Gesamtkontext einzuordnen, nicht die Generierung möglichst vieler statistischer Daten (vgl. Mayring, 2002, S. 41ff).

6. Ausblick

Ziel dieser Arbeit ist es, neue Erkenntnisse über Knowledge Blogs und ihre Autoren, die Wissensarbeiter, zu erhalten.

Dabei ist es zunächst wichtig, Knowledge Blogs und die dabei beteiligten Instanzen von anderen Formen der Weblogs abzugrenzen. Durch diese separate Betrachtung wird ein tieferer und umfassenderer Blick auf diese spezielle Form des Bloggens möglich. Als Synergie zwischen den zahlreichen technischen Möglichkeiten, die ein Weblog bietet und der Person des Wissensarbeiters, der sich u.a. durch seine Fähigkeit komplexe Probleme zu lösen und das lebenslange Lernen auszeichnet, kann ein Knowledge Blog das passende Werkzeug für die individuelle Arbeit des Users bieten. Dass gerade Wissenschaftler als Wissensarbeiter gelten und diese durch ihre Art zu denken und zu arbeiten auch im Hinblick auf Knowledge Blogs von Interesse sind, kann gezeigt werden. Reflexion, Information und Kommunikation – nach Röll (2006, S. 98) bestimmen diese Kriterien ein Knowledge Blog und die Bedürfnisse der Autoren. Wie im empirischen Teil offensichtlich wird, gehen die Wünsche der hier untersuchten Zielgruppe konform.

Wissensmanagement ist ein vieldiskutierter Bereich, dessen einzelne Aspekte alleine ein breites Spektrum für argumentative Entfaltung bieten. In der vorliegenden Arbeit liegt der Fokus auf dem persönlichen Wissensmanagement, der primär psychologischen Entwicklungslinie des Wissensmanagements. Gerade im Hinblick auf die Knowledge Blogger scheint dieser Aspekt von Bedeutung, denn ihre Ziele und Bedürfnisse entscheiden letztlich über den Erfolg oder Misserfolg von Werkzeugen des Wissensmanagement. Wie das Individuum im Modell des persönlichen Wissensmanagements auftritt und interagiert, wird ausführlich dargestellt – nicht ohne fortwährend den konkreten Bezug zum Knowledge Blogging herzustellen. Die Übertragbarkeit des dargestellten Modells auf das Phänomen des Bloggens kann dabei belegt werden.

Welche Werkzeuge der Wissensarbeiter nutzen kann und welche Rolle Blogs dabei spielen, ist nur ein relevanter Ausschnitt in der Beschäftigung mit Knowledge Blogging. Darüber hinaus sind es auch motivationale Gesichtspunkte, die von Bedeutung sind. Wenn über Menschen gesprochen wird, sind die zugrunde liegenden Beweggründe und der Antrieb aus dem heraus eine Handlung vollzogen wird, von essenzieller Bedeutung. Die Selbstbestimmungstheorie von Deci und Ryan eignet sich in diesem Kontext besonders gut als Basis für eine theoretische Fundierung, da die postulierten Grundbedürfnisse nach Kompetenz, Autonomie und sozialer Eingebundenheit sich passgenau auf die Autoren der Knowledge Blogs abbilden lassen. Sich selbst darstellen, mit anderen aus der Fachcommunity in Kontakt treten oder in Kontakt bleiben und das alles selbstbestimmt und aus eigenem Antrieb heraus – durch ein Weblog erhält der Wissensarbeiter diese Möglichkeiten – vorausgesetzt, er kann sich mit dem Tool identifizieren und handelt aus genuinem Interesse und nicht aus einem Drang zur Pflichterfüllung.

Wer oder was das Handeln steuert, ist ein weiterer Forschungsbereich von Deci und Ryan. Die individuelle Handlungsregulation reicht dabei im Opti-

malfall von der intrinsischen Motivation zur suboptimalen extrinsischen Motivation. Letztere weist auf eine starke Fremdsteuerung hin und steht im Gegensatz zum Bedürfnis nach selbstbestimmten Handeln. Ein Zwang zum Bloggen zeigt sich dabei aus der Sicht des Individuums als wenig fruchtbar, denn für eine effiziente Nutzung als Tool des persönlichen Wissensmanagements ist Freiwilligkeit und eine Überzeugung vom Nutzen von hoher Bedeutung. Auch aus motivationaler Perspektive ist es hinderlich nur aufgrund von äußeren Zwängen zu handeln: Die Forschung in anderen Bereichen belegt hinreichend, dass extrinsische Motivation (z.B. in Form von finanziellen Anreizen) nur sehr kurzfristig wirksam ist (u.a. Deci & Ryan, 1985). „[Es] besteht demnach die Gefahr, dass durch extrinsische Anreizsysteme die aus der Tätigkeit erwachsende Motivation zur Kommunikation und Nutzung von Wissen untergraben wird.“ (Nerdinger, 2004, S. 93f) Diese Frage nach der Motivation, die beim Bloggen von Wissensarbeitern zugegen ist, generiert sich der Titel der empirischen Studie, wenn es heißt „Bloggen – Pflichtübung oder Passion?“

Drei Methoden werden angewandt, um Knowledge Blogs auf „Herz und Nieren zu prüfen“. In einer Online-Umfrage unter Usern, die selbst Wissensarbeiter sind und ein Weblog führen, wird erhoben, wie und warum gebloggt wird, aufgrund welchen Antriebs begonnen wird und was zum Weitermachen motiviert. Die Ergebnisse lassen schließen, dass das Medium Weblog auf breites Interesse in der wissenschaftlichen Community stößt. Besonders interessiert zeigen sich wissenschaftliche Mitarbeiter, die durch die Nutzung von Weblogs die Möglichkeit erhalten sich und ihre Leistungen in probater Weise im Netz zu präsentieren. Es wird deutlich, dass Bloggen in der Wissenschaft eine primär männlich besetzte Domäne ist – hier würde sich eine gesonderte Studie über Bedürfnisse und Wünsche bei weiblichen Wissenschaftlern anbieten. Dabei würde sich eventuell zeigen, welche Vorbehalte gegenüber dem Führen eines Weblogs herrschen und wie man diesen entgegenwirken kann. Dass die Aufzeichnung seiner Gedanken und die Reflexion und Sammlung von Informationen und Wissen auch von Frauen begeistert aufgenommen werden *kann*, steht nach den Aussagen der teilnehmenden Bloggerinnen außer Zweifel.

Die befragten Experten unterstreichen die getroffenen Aussagen der Probanden der Online-Umfrage und die Analyse ihrer Weblogs liefert ein realistisches Bild der Tätigkeit eines Knowledge Bloggers. Weiterhin liefern die Interviews wichtige Impulse für eine ausgedehntere Forschung: So wird u.a. ein Trend zum Micro-Blogging prognostiziert, d.h. immer kürzere Meldungen des Einzelnen über spontane Gedanken, Linktipps oder Statusmeldungen. Auch hier sehe ich einen konkreten Forschungsbedarf: Ist die vermutete Entwicklung zu immer knapperen und kurzlebigeren Mitteilungen ein Indiz für den Wunsch nach größerer Vernetzung und Anerkennung aus der Blogosphäre? Oder zeigt sich hier eher das veränderte Mediennutzungsverhalten des Menschen? Carr (2008) fragt provokativ „Is Google Making Us Stupid?“ (ebd.) und versucht in seinem Essay den stärker werdenden Hang zum „Zappen“, d.h. zum schnellen

Scannen der Inhalte auf Tauglichkeit und dem sofortigen Verwerfens falls kein Interesse besteht, auch im Internet zu veranschaulichen.⁹¹

„My mind now expects to take in information the way the Net distributes it: in a swiftly moving stream of particles. Once I was a scuba diver in the sea of words. Now I zip along the surface like a guy on a Jet Ski.“ (Carr, 2008)

Es bleibt spannend zu sehen, wie diese Entwicklung auch im Hinblick auf Weblogs verläuft.

Letztlich sind wir auch in Zukunft auf die Fähigkeiten und Kompetenzen von Wissensarbeitern angewiesen – ist doch, wie gezeigt wird, beim Bedarf an Individuen, die sich mit komplexen und abstrakten Problemen befassen kein Ende in Sicht. Deshalb muss es weiterhin im Interesse von Forschung aber auch der Gesellschaft insgesamt liegen, diesen „Problemlösern“ Werkzeuge und Möglichkeiten an die Hand zu geben, um möglichst effizient und erfolgreich zu arbeiten. Dass Weblogs hierbei ihren Beitrag leisten können, kann mit dieser Arbeit gezeigt werden. Trotzdem gibt es auch hier Verbesserungsbedarf: Wie bereits in den Gesprächen mit den Experten klar wird, ist beispielsweise eine ständige Anpassung der Funktionalitäten und Usability nötig, um den Bedürfnissen der Nutzer gerecht zu werden. Genau wie ein Wissensarbeiter zeitlebens mit Lernen beschäftigt ist, muss auch die technische Entwicklung Schritt halten und sich dem Bedarf anpassen.

Weiterhin ist das Feld, in dem Weblogs nützlich sind, nicht nur auf Wissensarbeiter beschränkt. Auch andere Zielgruppen können dieses simple Tool nutzen, um die Ergebnisse ihrer Tätigkeit zu strukturieren, reflektieren oder zu dokumentieren. Welche das in Zukunft sein werden, kann derzeit nicht mit Gewissheit gesagt werden – klar ist jedoch, dass die Akzeptanz eines Mediums u.U. sehr schnell gehen kann und das oft durch Personenkreise, von denen es in dieser Form gar nicht erwartet worden wäre.

⁹¹ Interessant dazu ist eine Studie der British Library und des Joint Information Systems Committee (JISC) von 2008, die die „Google generation“ (ebd., S.5) auf ihre derzeitige und künftige „information literacy“ untersuchen.

7. Literatur

- Association for Humanistic Psychology (AHP) (2008). *Humanistic Psychology Overview* [WWW-Dokument]. Verfügbar unter: <http://www.ahpweb.org/aboutahp/whatis.html> [Datum des Zugriffs: 10.05.2008].
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84, 191-215.
- Bell, D. (1975). *Die nachindustrielle Gesellschaft*. Frankfurt/New York: Campus.
- Berners-Lee, T. & Cailliau, R. (1994). *World-Wide Web*. Genf: CERN. [WWW-Dokument] Verfügbar unter: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.38.2203> [Datum des Zugriffs: 29.08.2008].
- Berners-Lee, T. & Cailliau, R., Groff, J.-F. & Pollermann, B. (1992). *World-Wide Web: The Information Universe*. Genf: CERN. [WWW-Dokument] Verfügbar unter: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.45.2083> [Datum des Zugriffs: 29.08.2008].
- Blood, R. (2002). Introduction. In Perseus Publishing (Eds.), *We've got blog. How Weblogs are changing our culture* (p. ix-xiii). New York: Basic Books.
- Bromme, R., Jucks, R. & Rambow, R. (2004). Experten-Laien-Kommunikation im Wissensmanagement. In G. Reinmann & H. Mandl (Hrsg.), *Psychologie des Wissensmanagements. Perspektiven, Theorien und Methoden* (S. 41-52). Göttingen: Hogrefe.
- Brøndmo, H.-P. (2005). *How will tags color the Web?* [WWW-Dokument]. Verfügbar unter: <http://www.clickz.com/experts/brand/sense/article.php/3494361> [Datum des Zugriffs: 07.08.2008].
- Brosius, H.-B. & Koschel, F. (2003). *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Carr, N. (2008, Juli/August). Is Google Making Us Stupid? *The Atlantic* [Online-Zeitschrift], o.A. Verfügbar unter: <http://www.theatlantic.com/doc/200807/google> [Datum des Zugriffs: 05.09.2008].
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow - the psychology of optimal experience*. New York: HarperPerennial.

- Dahinden, U. & Hättenschwiler, W. (2001). Forschungsmethoden in der Publizistikwissenschaft. In O. Jarren & H. Bonfadelli (Hrsg.), *Einführung in die Publizistikwissenschaft* (S. 487-527). Bern: Haupt.
- Davenport, Th. H. (2003). *A Measurable Proposal* [WWW-Dokument]. Verfügbar unter: <http://www.cio.com/archive/060103/order.html> [Datum des Zugriffs: 07.08.2008].
- DeCharms, R. (1968). *Personal causation: The internal affective determinants of behavior*. New York: Academic Press.
- Deci, E.L. & Ryan, R.M. (2000). The „what“ and „why“ of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11 (4), 227-268.
- Deci, E.L. & Ryan, R.M. (1993). Die Selbstbestimmungstheorie der Motivation und ihre Bedeutung für die Pädagogik. *Zeitschrift für Pädagogik*, 39 (2), 223-238.
- Deci, E.L. & Ryan, R.M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York: Plenum.
- Deckers, L. (2001). *Motivation. Biological, psychological and environmental*. Boston: Allyn & Bacon.
- Döring, N. (2006). Mobile Weblogs. Chancen und Risiken im unternehmerischen Umfeld. In A. Picot und T. Fischer (Hrsg.), *Weblogs professionell. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld* (S. 191 – 212). Heidelberg: dpunkt.verlag.
- Döring, N. (2005). Blogs: Jeder ein Publizist. *Psychologie heute*, 32 (8), 36-39.
- Drucker, P.F. (1968). *The age of discontinuity. Guidelines to our changing society*. New York: Harper & Row.
- Efimova, L. (2004). *Discovering the iceberg of knowledge work: A weblog case* [WWW-Dokument]. Verfügbar unter: <https://doc.telin.nl/dsweb/Get/Document-34786/> [Datum des Zugriffs: 01.01.2008].
- Elliot, A.J., McGregor, H.A. & Thrash, T.M. (2002). The Need for Competence. In E.L. Deci & R.M. Ryan (Eds.), *Handbook of Self-Determination Research* (pp. 361-387). Rochester, NY: University of Rochester Press.
- Flick, U. (2006). *Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Fourastié, J. (1969). *Die große Hoffnung des zwanzigsten Jahrhunderts*. Köln: Bund-Verlag.

- Franzmann, E. (2006). *Weblogs, Podcasts & Co. Ein praktischer Leitfaden für den Umgang mit neuen Kommunikationswegen im Netz*. Düsseldorf: Landesanstalt für Medien Nordrhein Westfalen [WWW-Dokument]. Verfügbar unter: <http://www.lfm-nrw.de/downloads/neuemedien-weblogs-300dpi.pdf> [Datum des Zugriffs: 07.08.2008].
- Güldenbergh, S. (o.J.). *Persönliches Wissensmanagement: Chance oder Bedrohung einer organisierten Welt?* [WWW-Dokument]. Verfügbar unter: <http://www.km-a.net/index.php?url=http://www.km-a.net/41/artikel/228/228.html> [Datum des Zugriffs: 15.04.2008].
- Hahn, D. A. (2008). Konstruktivismus – ein offenes Resümee. In, *Silberschweif* [Weblog], 23. Juni 2008. Verfügbar unter: <http://silberschweif.wordpress.com/2008/06/23/konstruktivismus-ein-offenes-resumee/> [Datum des Zugriffs: 24.06.08].
- Hasler Roumois, U. (2007). *Studienbuch Wissensmanagement*. Zürich: Orrell Füssli.
- Heckhausen, H. (1989). *Motivation und Handeln*. Berlin: Springer.
- Herbst, D. (2000). *Erfolgsfaktor Wissensmanagement*. Berlin: Cornelsen.
- Hube, G. (2005). *Beitrag zur Analyse und Beschreibung der Wissensarbeit*. Heimsheim: Jost Jetter.
- Kalz, M., Specht, M., Klamma, R., Chatti, M.A. & Koper, R. (2007). Kompetenzentwicklung in Lernnetzwerken für das lebenslange Lernen. In U. Dittler, M. Kindt & Ch. Schwarz (Hrsg.), *Online-Communities als soziale Systeme. Wikis, Weblogs und Social Software im E-Learning* (S. 181-197). Münster: Waxmann.
- Kantel, J. (2007). *Web 2.0: Werkzeuge für die Wissenschaft*. Max-Planck-Institut für Wissenschaftsgeschichte. EDV-Abteilung [WWW-Dokument]. Verfügbar unter: <http://www.schockwellenreiter.de/gems/web2science.pdf> [Datum des Zugriffs: 25.03.2008].
- Kantel, J. (o.J.). Was ist RSS? [WWW-Dokument]. Verfügbar unter: <http://www.schockwellenreiter.de/webworking/xmlws/rss.html> [Datum des Zugriffs: 07.08.2008].
- Kelley, R. E. (1985). *The gold-collar-worker*. Reading, Mass.: Addison-Wesley.
- Kerres, M. (2008, April 17). *Selbstreflexion, Part 1* [Weblog]. Verfügbar unter: <http://mediendidaktik.uni-duisburg-essen.de/node/4458> [Datum des Zugriffs: 25.04.2008].

- Klinger, E. (1996). Selbstverpflichtungs-(Commitment-)Theorien. In J. Kuhl & H. Heckhausen (Hrsg.), *Motivation, Volition und Handlung* (S. 468-483). Göttingen u.a.: Hogrefe.
- Kirsch, J. & Müllerschön, B. (2001). *Marketing kompakt*. Sternenfels: Verlag Wissenschaft & Praxis.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J. & Wong, V. (2003). *Grundlagen des Marketing*. München: Pearson Studium.
- Kral, P. (o.J.) *Persönliches Wissensmanagement oder die Koalition zwischen Lernen (Bildung) und Gewinnen (Unternehmenserfolg)* [WWW-Dokument]. Verfügbar unter: http://www.community-of-knowledge.de/pdf/Pers_WM_Teil%201_kral.pdf [Datum des Zugriffs: 06.08.2008].
- Lamnek, S. (1993b). *Qualitative Sozialforschung*. Band 2. Methoden und Techniken. 2., korrigierte und erweiterte Auflage. Weinheim: Psychologie Verlags Union.
- Lehner, F. (2008). *Wissensmanagement. Grundlagen, Methoden und technische Unterstützung*. München/Wien: Hanser.
- Lüpke-Narberhaus, F. (2008). Mein digitaler Selbstmord [Online-Zeitschrift]. *Spiegel Online*. Verfügbar unter: <http://www.spiegel.de/unispiegel/wunderbar/0,1518,532070-2,00.html> [Datum des Zugriffs: 19.05.2008].
- Lukesch, H. (2001). *Psychologie des Lernens und Lehrens*. Regensburg: Roderer.
- Machlup, F. (1962). *The production and distribution of knowledge in the United States*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Marlow, C. (2004). *Audience, structure and authority in the weblog community*. Paper presented at the 54th Annual Conference of the International Communication Association, May 27-31, 2004. New Orleans. [WWW-Dokument]. Verfügbar unter: <http://www.overstated.net/media/ICA2004.pdf> [Datum des Zugriffs: 26.03.2008].
- Mayring, P. (2002). *Einführung in die qualitative Sozialforschung*. Weinheim: Beltz Verlag.
- Mazur, J.E. (2006). *Lernen und Verhalten*. München: Pearson.

- Meuser, M. & Nagel, U. (1991). ExperInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zu qualitativen Methodendiskussion. In D. Garz & K. Kraimer (Hrsg.), *Qualitativ-empirische Sozialforschung* (S. 441-468). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Mögerle, U. (2008). *Ergebnisbericht zur Befragung von Weblog-AutorInnen*. Zürich: Universität Zürich, Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung.
- Möller, E. (2006). *Die heimliche Medienrevolution – Wie Weblogs, Wikis und freie Social Software die Welt verändern*. Hannover: Heise.
- Nerdinger, F. (2004). Die Bedeutung der Motivation beim Umgang mit Wissen. In G. Reinmann & H. Mandl (Hrsg.), *Psychologie des Wissensmanagements. Perspektiven, Theorien und Methoden* (S. 91-101). Göttingen: Hogrefe.
- Newell, A. & Simon, H.A. (1972). *Human problem solving*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Nonaka, I., Toyama, R. & Byosière, P. (2001). A Theory of Organizational Knowledge Creation: Understanding the Dynamic Process of Creating Knowledge. In Dierkes, M., Antal, A.B., Child, J. & Nonaka, I. (Eds.), *Handbook of Organizational Learning and Knowledge* (pp. 491-517). New York: Oxford University Press.
- Nonaka, I. & Takeuchi, H. (1997). *Die Organisation des Wissens*. Frankfurt a. M.: Campus.
- O'Reilly, T. (2005). *What is Web 2.0?* [WWW-Dokument]. Verfügbar unter: <http://www.oreilly.de/artikel/web20.html> [Datum des Zugriffs: 30.04.2008].
- Panke, S. (2007). Unterwegs im Web 2.0: Charakteristiken und Potenziale. Tübingen: e-teaching.org [WWW-Dokument]. Verfügbar unter: www.e-teaching.org/didaktik/theorie/informelleslernen/Web2.pdf [Datum des Zugriffs: 22.03.2008].
- Panke, S., Gaiser, B. & Draheim, S. (2007). Weblogs als Lerninfrastrukturen zwischen Selbstorganisation und Didaktik. In U. Dittler, M. Kindt & Ch. Schwarz (Hrsg.), *Online-Communities als soziale Systeme. Wikis, Weblogs und Social Software im E-Learning* (S. 81-95). Münster: Waxmann.
- Patterson, P.G. & Joseph, S. (2007). Person-centered personality theory: Support from self-determination theory and positive psychology. *Journal of Humanistic Psychology*, 47, 117- 139.
- Patzig, F. (2007). Was ist eigentlich BarCamp? In, *franztoo* [Weblog], 13. Februar 2007. Verfügbar unter: <http://www.franztoo.de/?p=113> [Datum des Zugriffs: 02.07.08].

- Piaget, J. (1968). *Das Erwachen der Intelligenz beim Kind*. Stuttgart: Klett.
- Picot, A. & Fischer, T. (2006). *Weblogs professionell. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld*. Heidelberg: dpunkt.verlag.
- Plefka, E. (2000). Persönliches Wissensmanagement. Eigene Perspektiven, zielorientierter Weg? In V. Kozon & N. Fortner (Hrsg.), *Gegenwart und Perspektiven der Pflege* (S. 91-97). Wien: ÖGVP Verlag.
- Probst, G., Raub, S. & Romhardt, K. (1997). *Wissen managen. Wie Unternehmen ihre wertvollste Ressource optimal nutzen*. Frankfurt a. M.: FAZ/Gabler.
- Przepiorka, S. (2006). Weblogs, Wikis und die dritte Dimension. In A. Picot und T. Fischer (Hrsg.), *Weblogs professionell. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld* (S. 13 – 27). Heidelberg: dpunkt.verlag.
- Reichmayr, I. (2005). Weblogs von Jugendlichen als Bühnen des Identitätsmanagements. Eine qualitative Untersuchung. In J. Schmidt, K. Schönberger & C. Stegbauer (Hrsg.), *Erkundungen des Bloggens. Sonderausgabe von kommunikation@gesellschaft*, Jg. 6. URL: http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B8_2005_Reichmayr.pdf [Datum des Zugriffs: 01.04.2008].
- Reinmann, G. (2008). Lehren als Wissensarbeit? Persönliches Wissensmanagement mit Weblogs. *Information Wissenschaft & Praxis*, 1, S. 49-57. Verfügbar unter: [http://www.agi-imc.de/isearch/dgi_publications.nsf/523f8badde1b869dc125725a006e79cb/f471fcef292c1baac12573ea003769ed/\\$File/Pages%20from%20IWP%201-2008_kpl-8.pdf](http://www.agi-imc.de/isearch/dgi_publications.nsf/523f8badde1b869dc125725a006e79cb/f471fcef292c1baac12573ea003769ed/$File/Pages%20from%20IWP%201-2008_kpl-8.pdf) [Datum des Zugriffs: 14.04.2008].
- Reinmann, G. & Bianco, T. (2008). *Knowledge Blogs zwischen Kompetenz, Autonomie und sozialer Eingebundenheit* (Arbeitsbericht Nr. 17). Augsburg: Universität Augsburg, Medienpädagogik.
- Reinmann, G. & Eppler, M. J. (2008). *Wissenswege. Methoden für das persönliche Wissensmanagement*. Bern: Huber.
- Reinmann, G. (2006). *Wissensmanagement-Skript*. Augsburg: Universität Augsburg, Medienpädagogik.
- Reinmann, G. (2004). *Modul C14 Wissensmanagement. Contenterstellung für das Projekt Ökonomische Bildung online – Wirtschaft in die Schule!* Oldenburg: Bertelsmann Stiftung (Redaktion: Institut für Ökonomische Bildung Oldenburg). Manuskript.

- Reinmann-Rothmeier, G. (2001). *Wissen managen: Das Münchener Modell*. (Forschungsbericht Nr. 131). München: LMU, Lehrstuhl für Empirische Pädagogik und Pädagogische Psychologie.
- Reinmann-Rothmeier, G. (2001). Münchener Modell: Eine integrative Sicht auf das Managen von Wissen. *Wissensmanagement*, 5, 51-54. [Online-Publikation]. Verfügbar unter: http://www.wissensmanagement.net/download/muenchener_modell.pdf [Datum des Zugriffs: 15.08.2008].
- Reinmann-Rothmeier, G. & Mandl, H. (2000). *Individuelles Wissensmanagement. Strategien für den persönlichen Umgang mit Informationen und Wissen am Arbeitsplatz*. Bern: Huber.
- Reis, H.T., Sheldon, K.M., Gable, S.L., Roscoe, J. & Ryan, R.M. (2000). Daily Well-Being: The Role of Autonomy, Competence and Relatedness. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26 (4), 419-435.
- Rheinberg, F. (2000). *Motivation*. Stuttgart, Berlin, Köln: Kohlhammer.
- Rheinberg, F. (1996). Flow-Erleben, Freude an riskantem Sport und andere „unvernünftige“ Motivationen. In J. Kuhl & H. Heckhausen (Hrsg.), *Motivation, Volition und Handlung* (S. 101-118). Göttingen u.a.: Hogrefe.
- Richter, A. & Koch, M. (2007). *Social Software – Status quo und Zukunft, Technischer Bericht Nr. 2007-01*. München: Universität der Bundeswehr, Fakultät für Informatik [WWW-Dokument]. Verfügbar unter: http://www.unibw.de/wow5_3/forschung/social_software/ [Datum des Zugriffs: 27.03.2008].
- Roehl, H. (2000). *Instrumente der Wissensorganisation. Perspektiven für eine differenzierende Interventionspraxis*. Wiesbaden: Gabler.
- Röll, M. (2005). Corporate E-Learning mit Weblogs und RSS [WWW-Dokument]. Verfügbar unter: <http://www.roell.net/publikationen/roell05-elearning-weblogs-rss.pdf> [Datum des Zugriffs: 22.03.2008].
- Röll, M. (2006). Knowledge blogs. Persönliche Weblogs im Intranet als Werkzeug im Wissensmanagement. In A. Picot & T. Fischer (Hrsg.), *Weblogs professionell. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld* (S. 95-110). Heidelberg: dpunkt.verlag.
- Rogers, C.R. (1959). A theory of therapy, personality, and interpersonal relationships as developed in the client-centered framework. In S. Koch (Ed.), *Psychology: A study of a science: Vol. 3. Formulations of the person and the social context* (pp. 184-256). New York: McGraw-Hill.

- Roth, G. (2006). Willensfreiheit und Schuldfähigkeit aus Sicht der Hirnforschung. In G. Roth & K.-J. Grün (Hrsg.), *Das Gehirn und seine Freiheit. Beiträge zur neurowissenschaftlichen Grundlegung der Philosophie* (S. 9-27). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Roth, G. (2003). *Fühlen, Denken, Handeln. Wie das Gehirn unser Verhalten steuert*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Rotter, J.B. (1954). *Social learning and clinical psychology*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Ryan, R.M. & Deci, E.L. (2006). Self-regulation and the problem of human autonomy: Does psychology need choice, self-determination, and will? *Journal of Personality*, 6, 1557-1585.
- Ryan, R.M. & Deci, E.L. (2002). Overview of Self-Determination Theory. In E.L. Deci & R.M. Ryan (Eds.), *Handbook of Self-Determination Research* (pp. 3-33). Rochester, NY: University of Rochester Press.
- Ryan, R.M. & Deci, E.L. (2000). Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *American Psychologist*, 55 (1), 68-78.
- Scheloske, M. (2008a). Die populärsten wissenschaftlichen Blogs. Die Wissenschaftsblog-Charts 03|2008. In, *Wissenswerkstatt* [Weblog], 19. März 2008. Verfügbar unter: <http://www.wissenswerkstatt.net/2008/03/19/die-populaersten-wissenschaftlichen-blogs-wissenschaftsblog-charts-032008/> [Datum des Zugriffs: 28.03.2008].
- Scheloske, M. (2008b). Gegen den Trend. Wissenschaftliche Blogs weiter auf Wachstumskurs. Kurz & knapp 43. In, *Wissenswerkstatt* [Weblog], 3. Juli 2008. Verfügbar unter: <http://www.wissenswerkstatt.net/2008/07/03/gegen-den-trend-wissenschaftliche-blogs-weiter-auf-wachstumskurs-kurzknapp-43/> [Datum des Zugriffs: 06.09.2008].
- Schlotfeldt, T. (2008). Über. In, *E-Learning-Blog*. [Weblog], o.A. Verfügbar unter: http://www.tschlotfeldt.de/tim_schlotfeldt [Datum des Zugriffs: 22.07.08].
- Schmidt, J. (2005). *Praktiken des Bloggens. Strukturierungsprinzipien der Online-Kommunikation am Beispiel von Weblogs. Abschlußbericht zum Forschungsaufenthalt am „Zentrum für Neue Medien“ der Donau-Universität Krems (Österreich)*. 01.01.2005 bis 30.04.2005. Berichte der Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien“, Nr. 05-01. Verfügbar unter: <http://www.fonk-bamberg.de/pdf/fonkbericht0501.pdf> [Datum des Zugriffs: 26.03.2008].

- Schmidt, J. & Mayer, F. (2006). *Wer nutzt Weblogs für kollaborative Lern- und Wissensprozesse? Ergebnisse der Befragung 'Wie ich blogge?!' 2005*. Berichte der Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien“, Nr. 06-02 (URL: <http://www.fonk-bamberg.de/pdf/fonkbericht0602.pdf>).
- Schmidt, J., Paetzolt, M. & Wilbers, M. (2006). *Stabilität und Dynamik von Weblog-Praktiken. Ergebnisse der Nachbefragung zur „Wie ich blogge?!“-Umfrage*. Berichte der Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien“, Nr. 03-06. Verfügbar unter: <http://www.fonk-bamberg.de/pdf/fonkbericht0603.pdf> [Datum des Zugriffs: 31.08.2008].
- Schmidt, J. & Wilbers, M. (2006). *Wie ich blogge?! Erste Ergebnisse der Weblogbefragung 2005*. Berichte der Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien“, Nr. 06-01. Verfügbar unter: <http://www.fonk-bamberg.de/pdf/fonkbericht0601.pdf> (Stand: 01.01.08).
- Schmidt, J. (2008). Geschlechterunterschiede in der deutschsprachigen Blogosphäre. Preprint. In P. Alpar & S. Blaschke (Hrsg.), *Web 2.0 - Eine empirische Bestandsaufnahme* (S. 75 – 86). Wiesbaden: Vieweg. Verfügbar unter: <http://www.schmidtmitdete.de/pdf/GeschlechterunterschiedeBlogosphaere2008preprint.pdf> [Datum des Zugriffs: 28.07.2008].
- Schnotz, W. & Heiss, S. F. (2004). Die Bedeutung der Sprache im Wissensmanagement. In G. Reinmann & H. Mandl (Hrsg.), *Psychologie des Wissensmanagements. Perspektiven, Theorien und Methoden* (S. 41-52). Göttingen: Hogrefe.
- Schönberger, K. (2005). Persistente und rekombinante Handlungs- und Kommunikationsmuster in der Weblog-Nutzung – Mediennutzung und soziokultureller Wandel. In A. Schütz, S. Habscheid, W. Holly, J. Krems & G.G. Voß (Hrsg.), *Neue Medien im Alltag: Befunde aus den Bereichen Arbeit, Lernen und Freizeit. New Media in Everyday Life: Findings from the Fields of Work, Learning and Leisure* (S. 276-294). Lengerich: Pabst Science Publishers.
- Schütz, A., Marcus, B., Machilek, F. & Renner, K.-H. (2005). Self-presentation on the internet. In A. Schütz, S. Habscheid, W. Holly, J. Krems & G.G. Voß (Hrsg.), *Neue Medien im Alltag: Befunde aus den Bereichen Arbeit, Lernen und Freizeit. New Media in Everyday Life: Findings from the Fields of Work, Learning and Leisure* (S. 257-274). Lengerich: Pabst Science Publishers.
- Schulmeister, R. (2008). *Gibt es eine »Net Generation«? Version 2.0*. Verfügbar unter: http://www.zhw.uni-hamburg.de/uploads/schulmeister-net-generation_v2.pdf. Hamburg: Universität Hamburg, Zentrum für Hochschul- und Weiterbildung [Datum des Zugriffs: 10.09.2008].

- Schulz von Thun, F. (1981). *Miteinander reden: 1. Störungen und Klärungen. Allgemeine Psychologie der Kommunikation. Sonderausgabe November 2006.* Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Seiler, Th. B. & Reinmann, G. (2004). Der Wissensbegriff im Wissensmanagement. Eine strukturgenetische Sicht. In G. Reinmann & H. Mandl (Hrsg.), *Psychologie des Wissensmanagements. Perspektiven, Theorien, Methoden* (S. 11-23). Göttingen: Hogrefe.
- Sheldon, K. M., & Kasser, T. (1995). Coherence and congruence: Two aspects of personality integration. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 531-543.
- Sifry, D. (2007): *The State of the Live Web, April 2007.* [WWW-Dokument], 5. April 2007. Verfügbar unter: <http://technorati.com/weblog/2007/04/328.html> [Datum des Zugriffs: 10.09.2008].
- Singer, W. (2003). *Ein neues Menschenbild? Gespräche über Hirnforschung.* Baden-Baden: Suhrkamp.
- Singer, W. (2002). *Der Beobachter im Gehirn. Essays zur Hirnforschung.* Baden-Baden: Suhrkamp.
- Spannagel, Ch. (2008a). Auf zum EduCamp. In, *Chrisp's Virtual Comments* [Weblog], 18. April 2008. Verfügbar unter: <http://cspannagel.wordpress.com/2008/04/18/auf-zum-educamp/> [Datum des Zugriffs: 16.05.08].
- Spannagel, Ch. (2008b). Wertschätzung. In, *Chrisp's Virtual Comments* [Weblog], 18. April 2008. Verfügbar unter: <http://cspannagel.wordpress.com/2008/06/15/wertschatzung/> [Datum des Zugriffs: 23.06.08].
- Stangl, W. (o.J.). *Der Behaviorismus* [WWW-Dokument]. Verfügbar unter: <http://arbeitsblaetter.stangl-taller.at/LERNEN/Behaviorismus.shtml> [Datum des Zugriffs: 07.05.2008].
- The British Library (2008). *Information behaviour of the researcher of the future.* [WWW-Dokument] Verfügbar unter: <http://www.bl.uk/news/pdf/googlegen.pdf> [Datum des Zugriffs: 05.09.2008].
- van Eimeren, B. & Frees, B. (2008). Internetverbreitung: Größter Zuwachs bei Silver-Surfern. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2008. *Media Perspektiven*, 7, 330-344. Verfügbar unter: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/Eimeren_I.pdf [Datum des Zugriffs: 28.08.2008].

- Vollmar, G. (2007). *Knowledge Gardening. Wissensarbeit in intelligenten Organisationen*. Bielefeld: Bertelsmann.
- Weber, M. (1922). *Wissenschaft als Beruf. Vortrag* [WWW-Dokument]. Verfügbar unter: <http://www.textlog.de/2318.html> [Datum des Zugriffs: 24.09.2008].
- Wedekind, J. (2008). Zur Person. In, *Konzeptblog* [Weblog], o.A. Verfügbar unter: http://joachim-wedekind.de/index.php?option=com_content&task=view&id=25&Itemid=38 [Datum des Zugriffs: 22.07.2008].
- Weiner, B. (1994). *Motivationspsychologie*. Weinheim: Beltz.
- White, R. W. (1959). Motivation reconsidered: The concept of competence. *Psychological Review*, 66, 297–333.
- Willke, H. (2001). *Systemisches Wissensmanagement*. Stuttgart: Lucius und Lucius.
- Xie, Y. & Sharma, P. (2005). Students' lived experience of using weblogs in a class: An exploratory study. Penn State University. URL: http://ernie.concordia.ca/ra_levin/weblogs_and_higher_education.pdf (Stand: 01.01.2008).
- Zedtwitz-Arnim, G.-V. (1978). *Tu Gutes und rede darüber*. Köln: Dt. Institutverlag.
- Zerfaß, A. & Boelter, D. (2005). *Die neuen Meinungsmacher. Weblogs als Herausforderung für Kampagnen, Marketing, PR und Medien*. Graz: Nausner & Nausner.
- Zerfaß, A. & Bogosyan, J. (2007). *Blogstudie 2007. Informationssuche im Internet – Blogs als neues Recherchetool (Ergebnisbericht)*. Leipzig: Universität Leipzig.

Anhang

Auf der CD-ROM im Anhang dieser Arbeit befinden sich:

Experteninterviews:

- Interviewleitfaden
- Audio-Aufnahme Interview Joachim Wedekind
- Audio-Aufnahme Interview Martin Ebner (Teil 1 und Teil 2)
- Audio-Aufnahme Interview Mandy Schiefner
- Audio-Aufnahme Interview Tim Schlotfeldt
- Transkript Interview Joachim Wedekind
- Transkript Interview Martin Ebner
- Transkript Interview Mandy Schiefner
- Transkript Interview Tim Schlotfeldt

Online-Befragung:

- Druckversion Fragebogen
- Datensätze in SPSS
- Aufschlüsselung der offenen Antworten
- Codierbogen der Fachgebiete der Probanden

Analyseschema und Ergebnisse der Expertenweblogs

Auswertung der „Wissenschaftsblog-Charts 03|2008“

PDF-Version der Masterarbeit