

Frank Manola

Object Model Capabilities For Distributed Object Management.

Bericht des ZUMA Nachrichten

Kurzfassung

Acht Jahre nach der telefonischen Befragung von Soziologieprofessoren in Deutschland, Österreich und der Schweiz fand eine Wiederholungsbefragung dieser Personengruppe statt. Grundlage der Befragung war eine Adressdatei von 442 Namen, Adressen, Telefonnummern und E-Mail-Adressen von Professoren der Soziologie in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Neben einer zentralen Produktabfrage, die die Nutzung und Zufriedenheit bzw. Nicht-Nutzung und Bekanntheit erfassen sollte, wurden weitere und für die zukünftige Arbeit der GESIS bzw. deren Positionierung wichtige Aspekte in die Befragung aufgenommen. Hierzu zählen Fragen zu Veränderungen in der wissenschaftlichen Arbeitsweise und zum Informationsverhalten über das Internet, Fragen zur Bekanntheit und Bewertung neuer GESIS-Produkte im Rahmen des Wissenstransfers und der Öffentlichkeitsarbeit, wie bspw. die neue Zeitschrift Methoden, Daten, Analysen (mda) oder der gesis report, sowie Fragen, mit denen die Akzeptanz angedachter neuer Produkte und Dienstleistungen eingeholt werden sollte (z.B. Nutzung und Bedeutung des Social Science Citation Index). Die Bewertung des Leitbildes und des Anspruchs der GESIS rundete das inhaltliche Fragenprogramm ab. Das Internet ist für die Mehrzahl der Professoren und drei Viertel der Mitarbeiter tägliches Arbeitsmittel. Fachdatenbanken werden im Vergleich mit Suchmaschinen wie Google sehr viel seltener zum Arbeiten mit dem Internet benutzt. Ein relativ großer Anteil der Befragten greift jedoch auf beide Möglichkeiten gleichmäßig zurück. Die Bereitschaft, eigene Publikationen als Volltext ins Netz zu stellen, ist bei Fachartikeln größtenteils vorhanden, fällt aber über verschiedene Publikationsformen bis hin zum Buch gravierend ab. Die Bekanntheit von GESIS ist, gemessen über zwölf Produktgruppen, fast allumfassend. Das Angebot von GESIS wurde ebenfalls von sehr vielen bereits genutzt, mit nur geringen Ausfällen zwischen sechs und 17%. Hier zeigt sich ein deutlicher Unterschied zwischen den Disziplinen: Soziologen nutzen GESIS ausgeprägter als Politologen. Bei der Nutzung einzelner Angebote gibt es eine deutliche Rangfolge mit Publikationen sowie Literatur- und Forschungsdatenbanken an der Spitze. Die Zufriedenheit mit dem Angebot ist über alle Produktgruppen hinweg hoch, und die Unterschiede sind eher gering. Die Unbekanntheit einzelner Angebote, etwa des Fortbildungsangebots, ist ebenfalls mit der Zielgruppenbestimmung abzuwägen. Eindeutige Defizite bei der Bekanntheit - bei den Politikwissenschaftlern ganz besonders - weisen der Informationsdienst gesis report und die Methodenzeitschrift mda auf. (LO2)