

Interview-Leitfaden

Für Datenpaket: digivisib

Dieses Werk steht unter der Creative Commons Namensnennung Nicht kommerziell-Share Alike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) Deed <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.de>



Bereitgestellt vom Forschungsdatenzentrum (FDZ-DZHW) am
Deutschen Zentrum für Hochschul- und Wissenschaftsforschung (DZHW).
<https://fdz.dzhw.eu>

Interview-Leitfaden

Interview-Leitfaden der qualitativen Erhebung der DZHW-Studie: „Die Digitalisierung wissenschaftlicher Kommunikation: Diskurs und Praktiken, Messungen und Identitätsbildungen“, gefördert durch die VW-Stiftung.

Hinweis zum Urheberrecht

Dieses Werk steht unter der Creative Commons Namensnennung Nicht kommerziell-Share Alike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) Deed <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.de>. Der verwendete Leitfaden ist in Veröffentlichungen, anderen wissenschaftlichen Arbeiten und Vorträgen entsprechend den Zitationshinweisen zu zitieren.

Kontakt

Deutsches Zentrum für Hochschul- und Wissenschaftsforschung (DZHW)
Forschungsdatenzentrum
Lange Laube 12, 30159 Hannover
userservice@dzhw.eu

Interview-Leitfaden

Berücksichtigung digitaler Sichtbarkeiten von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern in Entscheidungsprozesse professoraler Berufungsverfahren

Übergeordnete Forschungsfrage:

Wie werden (digitale) Sichtbarkeit sowie (alternative) Metriken der Leistungsbewertung von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern in Entscheidungsprozessen professoraler Berufungsverfahren berücksichtigt?

Vorab

- Zunächst vielen Dank, dass Sie für das Interview Zeit gefunden haben.
- Hinweise auf Einhaltung der Datenschutzbestimmungen
- Gibt es noch Fragen?

Einstieg

Bevor ich detaillierter auf die Einbindung digitaler Sichtbarkeiten von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern in Berufungsverfahren eingehe, würde mich zunächst interessieren:

1. **Seit wann sind Sie in professorale Berufungsverfahren involviert?**
2. **Welche Erfahrungen haben Sie als Berufungskommissionsmitglied bisher gemacht?**
3. **Mit welchen weiteren Organisationseinheiten und Funktionsträgern in Ihrer Organisation und extern arbeiten Sie in diesen Prozessen zusammen?**
4. **Wenn Sie sich an Berufungsverfahren zurückerinnern, in denen die Entscheidung nicht ganz eindeutig war, an welchen Kriterien haben Sie sich dann orientiert?**
5. **Wie wurden die Kriterien entwickelt?**

Digitale Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern

Viele Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sind auf verschiedenen Online-Medien sichtbar, bspw. indem sie aktiv Wissenschaftskommunikation betreiben. Zudem werden sowohl wissenschaftsspezifische Plattformen wie ResearchGate oder Academia.edu, als auch generische Plattformen, wie Twitter oder LinkedIn, von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern genutzt, um auf ihre Forschungen, Publikationen und weiteren Leistungen aufmerksam zu machen, sich zu vernetzen sowie online zu kommunizieren.

6. **Welche Rolle spielt die öffentliche Sichtbarkeit von Bewerberinnen und Bewerbern?**
7. **Welche Rolle spielt die Selbstdarstellung von Bewerberinnen und Bewerbern auf digitalen Plattformen (wie ResearchGate, LinkedIn oder Twitter) im Entscheidungsprozess des Berufungsverfahrens?**
 - a) Wie wird dies im Berufungsausschuss diskutiert? Wo fließen diese Aspekte im Entscheidungsprozess ein?
 - b) Welche Medien und Plattformen werden hierbei berücksichtigt?
 - c) Werden Bewerberinnen und Bewerber online gesucht, bspw. durch eine Google Suche?
 - d) Worauf wird besonders geachtet? (Profil, Interaktion, Uploads, Posts/Tweets, etc.)
 - e) Wie wird die Einbindung dieser Kriterien den Bewerberinnen und Bewerbern kommuniziert?

- f) Verweisen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler innerhalb ihrer Bewerbung eigenständig auf ihre digitalen Profile? Wenn ja, in welchen Medien / auf welchen Plattformen?
- g) Wie wird damit umgegangen, wenn Bewerberinnen und Bewerber nicht auf digitalen Plattformen auffindbar sind?

Weder Landeshochschulgesetze noch Berufsordnungen oder andere maßgebende Leitlinien (bspw. der EU, HRK, DFG, Wissenschaftsrat, BMBF) gehen auf die Einbindung wissenschaftlicher Online-Präsenz in Berufungsverfahren ein.

- h) Fänden Sie es sinnvoll, diese Aspekte zu formalisieren?
- i) Weshalb werden diese Aspekte gegenwärtig in Berufsordnungen nicht aufgegriffen?
- j) Gibt es Bestrebungen, diese Kriterien in bestehende Ordnungen zu integrieren?
- k) Gibt es hochschulinterne Ordnungen oder Vorgaben, die die Berücksichtigung dieser Kriterien vorsieht?

Falls diese Aspekte keine Rolle spielen...

Aus empirischen Studien geht hervor, dass sich Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler zunehmend unter Druck gesetzt fühlen, online präsent zu sein, um die eigene Reputation und somit ihre Karrierechancen zu erhöhen. Zudem ist eine Vielzahl von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern auf diesen Plattformen angemeldet und aktiv.

- a) Was glaube Sie, weshalb diese Plattformen nicht berücksichtigt werden, auch wenn die Daten vorhanden sind?
- b) Würden Sie es für sinnvoll halten, diese Daten als Informationsquelle in Berufungsverfahren zu nutzen?
- c) Wissen Sie, wie dies an anderen Universitäten in Deutschland oder auch außerhalb Deutschlands gehandhabt wird?

Social Media Plattformen und aktive Rekrutierung

Aktive Rekrutierung spielt in professoralen Berufungsverfahren eine wichtige Rolle, bspw. um den Frauenanteil zu erhöhen oder allgemein geeignete Kandidatinnen und Kandidaten zu finden (*DFG_Gleichstellungsstandards, Chancengleichheit_Wissenschaftsrat, Berufsordnungen der Hochschulen*). Hierbei wird in Berufsordnungen und Leitlinien zur aktiven Rekrutierung empfohlen, potenzielle Kandidatinnen und Kandidaten auf verschiedenen Plattformen ausfindig zu machen.

8. Haben Sie bereits Erfahrungen in der aktiven Rekrutierung von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern gemacht?

- a) Falls ja, wie ist der Prozess abgelaufen?
- b) Falls nein, wissen Sie wie der Prozess in der Regel abläuft?
- c) Welche Organisationseinheiten in und außerhalb ihrer Organisation werden hier eingebunden?

9. Sind Ihnen digitale Plattformen bekannt, die für die aktive Rekrutierung von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern genutzt werden? Wenn ja, welche?

10. Was spricht Ihrer Meinung nach für die Einbindung von Plattformen und was dagegen?

(Alternative) Metriken

Metriken wie der Journal Impact Factor oder h-index (bspw. einsehbar auf Scopus oder Google Scholar) werden zur quantitativen Bewertung wissenschaftlicher Leistung genutzt. Zudem wurden in den letzten Jahren sogenannte alternative Metriken (Altmetric.com oder PlumAnalytics), die auf Erwähnungen in bspw. Social Media oder Policy Papern basieren, als ergänzender Bewertungsmaßstab vielfach diskutiert (bspw. in Wissenschaft und EU – COARA Agreement). ResearchGate, Scopus und Academia.edu kalkulieren außerdem Metriken, die sich aus plattformimmanenten Daten berechnen.

Mich würde interessieren, wie verschiedene Metriken wissenschaftlicher Bewertung in Entscheidungsprozesse professoraler Berufungsverfahren berücksichtigt werden.

11. Welche Erfahrungen haben Sie in Entscheidungsprozessen von Berufungsverfahren mit Metriken, wie dem JIF oder h-index bisher gemacht?

- a) Wie wird die Einbindung von Metriken im Berufungsausschuss diskutiert? Wo im Entscheidungsprozess fließen Metriken mit ein?
- b) Welche Datenquellen werden hierbei berücksichtigt?
- c) Wird aktiv online nach verschiedenen Metriken gesucht?
- d) Welche Potentiale bieten Metriken für den Entscheidungsprozess in professoralen Berufungsverfahren?
- e) Welche Risiken bestehen, wenn man Metriken in den Entscheidungsprozess einbindet?
- f) Wie wird die Einbindung dieser Bewertungsmaßstäbe den Bewerberinnen und Bewerbern kommuniziert?
- g) Verweisen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler innerhalb ihrer Bewerbung eigenständig auf Metriken?
- h) Wie wird damit umgegangen, wenn die Publikationen von Bewerberinnen und Bewerbern keine oder nur geringe metrische Bewertungen aufweisen?

12. Welche Erfahrungen haben Sie mit alternativen Metriken, wie Altmetrics oder dem Research Interest Score auf ResearchGate in Entscheidungsprozessen professoraler Berufungsverfahren gemacht?

- a) Wie wird die Einbindung alternativer Metriken im Berufungsausschuss diskutiert? Wo im Entscheidungsprozess fließen diese Metriken mit ein?
- b) Welche Datenquellen werden hierbei berücksichtigt?
- c) Wird aktiv online nach alternativen Metriken gesucht?
- d) Welche Potentiale haben alternative Metriken für den Entscheidungsprozess in professoralen Berufungsverfahren?
- e) Welche Risiken bestehen, wenn man alternative Metriken in den Entscheidungsprozess einbindet?
- f) Wie wird die Einbindung dieser Bewertungsmaßstäbe den Bewerberinnen und Bewerbern kommuniziert?
- g) Verweisen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler innerhalb ihrer Bewerbung eigenständig auf alternative Metriken?

- h) Wie wird damit umgegangen, wenn die Publikationen von Bewerberinnen und Bewerbern keine oder nur geringe metrische Bewertungen aufweisen?

Weder Landeshochschulgesetze noch Berufsordnungen gehen auf die Einbindung von (alternativen) Metriken in Berufungsverfahren ein.

- i) Weshalb werden diese Aspekte gegenwärtig nicht in Berufsordnungen aufgegriffen?
- l) Gibt es Bestrebungen, diese Kriterien in bestehende Ordnungen zu integrieren?
- m) Gibt es hochschulinterne Ordnungen oder Vorgaben, die die Berücksichtigung von Metriken vorsieht?

Falls (alternative) Metriken keine Rolle spielen:

- a) Was glauben Sie, weshalb (alternative) Metriken nicht berücksichtigt werden, auch wenn die Daten vorhanden sind?
- b) Würden Sie es für sinnvoll halten, diese Daten als Informationsquelle in Berufungsverfahren zu nutzen?
- c) Wissen Sie, wie dies an anderen Universitäten in Deutschland oder auch außerhalb Deutschlands gehandhabt wird?

Abschlussfragen

Rückblickend auf Ihre Aussagen:

1. **Wie würden Sie die Rolle digitaler Sichtbarkeiten für professorale Berufungsverfahren in der Zukunft einschätzen?**
2. **Wie würden Sie die Rolle digitaler alternativer Metriken für professorale Berufungsverfahren in der Zukunft einschätzen?**
3. **Wenn Sie Berufungsverfahren optimieren könnten – hinsichtlich der Einbindung digitaler Sichtbarkeiten (sowohl online-Präsenz als auch Metriken) – was würden Sie ändern?**
4. **Gibt es noch etwas, das Ihnen in Bezug auf das Interviewthema wichtig ist und worüber wir noch nicht gesprochen haben?**