

Vier Tage für fünf Jahre Altmetrics

Bericht über die Konferenz 2AM und den Workshop altmetrics15

Stefanie Haustein

» Vom 6. bis 9. Oktober fanden sich Wissenschaftler und Praktiker aus dem jungen Fachgebiet Altmetrics in Amsterdam zusammen, um sich hinsichtlich Forschung und Praxis zu den neuen, hauptsächlich Social-Media-basierten Indikatoren zur Einflussmessung von Wissenschaft und Forschung auszutauschen. Nachdem der Begriff „altmetrics“ erst vor fünf Jahren von Jason Priem per Tweet¹ und Manifest² geprägt wurde, sind die neuen Metriken nun in aller Munde: einerseits gibt es reges Interesse hinsichtlich der Anwendung von Altmetrics auf der Seite von Bibliotheken, Verlagen und Forschungsmanagement, andererseits entwickelte sich ein Forschungsbereich zwischen wissenschaftlicher Kommunikation, Bibliometrie und Social Media. Wie es sich für eine neue wissenschaftliche Gemeinde gehört, initiierten Akteure – vor allem von Wissenschaftsverlagen – im letzten Jahr die von nun an jährlich stattfindende Altmetrics Conference³ (1AM). In diesem Jahr (2AM) ging der zweitägigen Konferenz ein „Hackday“ voraus und im Anschluss fand der seit 2011 veranstaltete Altmetrics Workshop „altmetrics15“⁴ statt, sodass die Altmetrics-Community bis zu vier Tage Zeit hatte, fünf Jahre Altmetrics zu diskutieren. Trotz der relativen Neuheit des Themas bot sich genügend Gesprächsstoff, der für lebendige Präsentationen und rege Dis-

kussionen im Amsterdamer Wissenschaftspark sorgte.

Während die Vorträge auf der von Wellcome Trust, Altmetric, Springer, CrossRef, eLife und Elsevier organisierten 2AM Konferenz einen besonderen Fokus auf die Anwendung und Nutzung von diversen Altmetrics legten, brachte der anschließende Workshop schwerpunktmäßig aktuelle Forschungsthemen und -ergebnisse zusammen. Beide Veranstaltungen profitierten sichtlich von der erstmaligen gemeinsamen Organisation und zogen ein breites internationales Publikum von Praktikern und Wissenschaftlern an. Die Konferenz erfreute sich 42 Vortragender von 37 Universitäten, Bibliotheken, Verlagen und Datenanbietern und weit mehr als 100 Teilnehmender, die Hälfte davon Bibliothekare. Alle Konferenzbeiträge wurden per Livestream übertragen und sind nun für Interessierte auf dem konferenztägigen YouTube-Kanal⁵ verfügbar. Der Workshop zählte über 60 Teilnehmer aus 14 Ländern, die sich im Anschluss an und inspiriert von 20 zehninütigen Kurzvorträgen intensiv austauschten. Die Diskussionen in den sich spontan geformten Arbeitsgruppen wurden in einem Etherpad⁶ festgehalten.

Fünf Jahre Altmetrics

Das fünfjährige Jubiläum des Altmetrics-Manifests und gleichzeitig der Altmetrics-Community nahmen

Veranstalter und Teilnehmer beider Events zum Anlass, Revue passieren zu lassen. Am Ende des zweiten Konferenztages plauderten die vier Manifest-Autoren Jason Priem (Impact Story), Dario Taraborelli (Wikimedia), Paul Groth (Elsevier Labs) und Cameron Neylon (Curtin University) aus dem Nähkästchen und zitierten aus E-Mails und Kommentaren zum Manifest-Entwurf. So las sich ein Kommentar von Dario Taraborelli, der bis heute eine zentrale Fragestellung darstellt, wie folgt:

There is a major issue we'll have to address in the manifesto (and it's not a rhetorical question, I don't have an answer right now): to what extent altmetrics provide a genuine measure of „impact“ opposed to „buzz“ or „short-term popularity“. That's a question that every funding agency or evaluation body would probably like to see answered.⁷

Tatsächlich trafen die vier Autoren in Amsterdam das erste Mal gemeinsam aufeinander; das Manifest war komplett in Online-Zusammenarbeit entstanden. Auch der Workshop nahm das Jubiläum zum Anlass, zurückzublicken und unter dem Thema „5 years in, what do we know“ zu reflektieren, was man über Altmetrics weiß und was sie bedeuten. Nach nur fünf Jahren sind die Sichtbarkeit und Präsenz von Altmetrics durchaus beeindruckend:

- Alle großen Wissenschaftsverlage (und seit Kurzem CrossRef⁸) bie-

1 <https://twitter.com/jasonpriem/status/25844968813>

2 <http://altmetrics.org/manifesto>

3 altmetricsconference.com

4 altmetrics.org/altmetrics15

5 <https://www.youtube.com/user/altmetrics-conference/videos>

6 etherpad.wikimedia.org/p/altmetrics15

7 <https://twitter.com/stefhaustein/status/652121907416956928>

8 <http://det.labs.crossref.org>

ten Altmetrics, nicht zuletzt als Marketingwerkzeug, für ihre Produkte an, besonders der „Donut“ von Altmetric hat einen hohen Bekanntheitsgrad erreicht;

- Mit Altmetric⁹, Plum Analytics¹⁰, ImpactStory¹¹ und neuerdings Kudos¹² und Depsy¹³ gibt es eine Reihe von auf Altmetrics spezialisierte Start-up-Unternehmen;
- eine kleine, aber aktive Wissenschaftsgemeinschaft hat sich gebildet und um die 300 Publikationen veröffentlicht;
- Eine Reihe von Start-ups und Forschungsteams erhielten insgesamt eine Fördersumme von 1,8 Millionen US-Dollar¹⁴ von der Alfred P. Sloan Foundation und der National Science Foundation in den USA, um Plattformen zu entwickeln und Altmetrics zu erforschen und zu standardisieren;
- In den vergangenen Jahren fanden auf zahlreichen Konferenzen in den Bereichen Bibliothekswesen, wissenschaftliches Publizieren und Kommunizieren, Bibliometrie und Informationswissenschaft Sessions, Podiumsdiskussionen und Keynotes zum Thema Altmetrics statt;
- Fördereinrichtungen und Wissenschaftsorganisationen zeigen zunehmend Interesse an Altmetrics, vor allem, um gesellschaftlichen Einfluss von Forschung und Forschern zu messen.

Schwerpunkthemen: Anwendungsmöglichkeiten, Datenqualität und Bedeutung von Altmetrics

Die dominierenden Themen auf Konferenz und Workshop waren

9 <http://www.altmetric.com>

10 <http://plumanalytics.com>

11 <https://impactstory.org>

12 <https://www.growkudos.com>

13 <http://depsy.org>

14 <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1cSeGVZcxrp2KGMp8rJM7Mgczpj96e78feUYtWsttA/edit#gid=0>

vor allem Anwendungsmöglichkeiten in Bibliotheken und in der Forschungsevaluation, Datenqualität und Standardisierung von Altmetrics, sowie die Bedeutung der verschiedenen Indikatoren.

Der altmetrics15-Workshop widmete eine ganze Session der Datenqualität und auch während ZAM wurden Problematiken zur Reproduzierbarkeit und Vergleichbarkeit immer wieder angesprochen. Im Hinblick auf die Vergleichbarkeit verschiedener Aggregatoren stand vor allem die Arbeit von Zohreh Zahedi (CWTS, Universität Leiden) und Kollegen im Mittelpunkt, welche durch einen systematischen Vergleich der Ergebnisse einer Zufallsstichprobe von 10.000 Digital Object Identifiers (DOIs) von Altmetric, Lagotto¹⁵ und Mendeley¹⁶ herausfand, dass sich die Metriken zwischen den untersuchten Anbietern erheblich unterscheiden können. Leider sahen sich Plum Analytics und ImpactStory nicht in der Lage, an der Vergleichsstudie teilzunehmen. Darüber hinaus berichtete Martin Fenner (DataCite) unter anderem über die Arbeit der NISO-Arbeitsgruppe zu Altmetrics-Datenqualität¹⁷, die an einem Verhaltenskodex für Datenanbieter und -aggregatoren arbeitet, welcher die Transparenz, Konsistenz, Reproduzierbarkeit und Genauigkeit von Altmetrics verbessern soll. Ferner wurden im Kontext von Datenqualität Geoinformationen von Twitternutzern, die Heterogenität der von Altmetric gesammelten Blogposts und der Umgang mit Dokumentversionen diskutiert und wiederholt gegen die *de facto* Reduzierung von Altmetrics für DOIs und damit hauptsächlich Zeitschriftenartikel plädiert.

Die Vielfalt der verschiedenen Metriken, die als Altmetrics zusammenge-

15 <http://lagotto.io>

16 <https://api.mendeley.com/apidocs>

17 http://www.niso.org/publications/news-line/2015/working_group_connection_apr2015.html#bi0

fasst werden, wurde besonders im Hinblick auf die Bedeutung der Indikatoren diskutiert. Wie sowohl Juan-Pablo Alperin (Simon Fraser University) und Rodrigo Costas (CWTS, Universität Leiden) unterstrichen, ist weiterhin nicht bekannt was genau die verschiedenen Altmetrics messen. Erfreulich war, dass Korrelationen mit Zitationen nicht mehr im Mittelpunkt der Arbeiten standen, sondern nur noch am Rande erwähnt wurden. Ebenso hielten sich die von vielen Konferenzen bekannten „sales pitches“ in Grenzen, die Altmetrics als die Lösung der zitationsbasierten Wissenschaftsevaluation verkaufen. Im Gegenteil warnen viele Autoren vor dem Missbrauch und negativen Effekten von Altmetrics und machten deutlich, dass Nutzung auf Social Media nicht gleich „social impact“ bedeutete. Im Rahmen der Bedeutung von Altmetrics argumentierte Alperin für die bessere Erforschung von Twitternutzern und stellte erste Ergebnisse einer halbautomatisierten Onlinebefragung mit einem Twitterbot vor: zwei Drittel der 286 befragten Nutzer, die einen Link zu einem SciELO-Artikel getweetet hatten, waren mit einer Universität verbunden. Costas, zusammen mit Timothy Bowman (University of Turku) und der Autorin dieses Berichts (Université de Montréal), stellten ein Framework¹⁸ und theoretische Diskussionen zu den Handlungen – wie z.B. Speichern in Mendeley oder Tweeten eines Links – hinter verschiedenen Metriken vor, um der heterogenen Bedeutungen der verschiedenen Indikatoren bewusst zu werden. Der Bedarf an theoretischen Erklärungsmodellen wurde auch im Vortrag von Came-

18 Haustein, S., Bowman, T. D., & Costas, R. (2016). Interpreting „altmetrics“: viewing acts on social media through the lens of citation and social theories. In C. R. Sugimoto (Ed.), *Theories of Informetrics and Scholarly Communication. A Festschrift in Honor of Blaise Cronin* (pp. 372–405). Berlin: De Gruyter. Retrieved from: <http://arxiv.org/abs/1502.05701>.

ron Neylon bestärkt und in einer der Arbeitsgruppen während des Workshops ausführlicher diskutiert.

Altmetrics in Bibliotheken

Das enorme Interesse von Bibliotheken an Altmetrics spiegelte sich sowohl in der beträchtlichen Teilnehmerzahl von Bibliothekaren als auch im Konferenzprogramm wider. Eine Reihe von Beiträgen behandelte die Nutzung von Altmetrics in Bibliotheken. In diesem Zusammenhang sind vor allem die Vorträge von Stacy Konkiel (Altmetric), Kristie Holmes (Northwestern University), Wouter Gerritsma (Vrije Universiteit Amsterdam), Alenka Prinic (TU Delft Library) und Sünje Dallmeier-Tiessen (CERN) nennenswert.

Holmes, Gerritsma, Prinic und Dallmeier-Tiessen gewährten Einblick in den jeweiligen Bibliotheksalltag in Chicago, Amsterdam, Delft und Genf und gaben praktische Tipps, wie alternative und traditionellen Metriken aktuell genutzt werden oder in Zukunft genutzt werden sollen, um einerseits den „impact“ der Forscher und Publikationen sichtbar zu machen und andererseits Autoren zu unterstützen, die Sichtbarkeit ihrer Arbeit zu verbessern.

In Zusammenarbeit mit Sarah Sutton (Emporia State University) und Michael Levine-Clark (University of Denver) befragte Konkiel 13.000 Bibliothekare in wissenschaftlichen Bibliotheken in den USA zum Bekanntheitsgrad und der Nutzung von Altmetrics. Unter den rund 400 Umfrageteilnehmern blieb die Nutzung von Altmetrics weit hinter traditionellen Download- und Zitationsindikatoren zurück. Während 63% der Bibliothekare manchmal, oft oder sehr oft Nutzungsstatistiken, 56% Zitationen, 55% Impact-Faktoren und 53% qualitative Daten zu Erwerb- und Bestandsentwicklungszwecken nutzen, wurden Altmetrics nur von 20% der Befragten manchmal oder häufiger angewendet. Auch wenn Konkiel

diesen Wert als gering beschrieb, ist es doch überraschend, dass bereits ein Fünftel der befragten Bibliothekare Altmetrics zumindest manchmal, 4% oft und 0.3% sehr oft im Bestandsmanagement anwenden. In Anbetracht der Heterogenität von Altmetrics wäre eine detailliertere Befragung nach der Art der genutzten Metriken von Interesse. Es ist beispielsweise anzunehmen, dass Mendeley-Nutzerzahlen im Bestandsmanagement nützlicher sind als die Anzahl der Tweets. Es wurde außerdem darauf hingewiesen, dass der Erwerb in Bibliotheken auf Zeitschriften beruht, Altmetrics hingegen vornehmlich für einzelne Artikel erhoben würden. Das von Springer und Altmetric vorgestellte Bookmetrix¹⁹ könnte zukünftig im Erwerb von Monographien eine Rolle spielen.

Zusammenfassung und Ausblick

Obwohl während der Konferenz und besonders während des forschungsorientierten Workshops deutlich wurde, dass sich in den letzten fünf Jahren in Sachen Altmetrics viel getan hat, bleiben viele zentrale Herausforderungen ungelöst. Beispielsweise fehlt nach wie vor eine klare und allgemein anerkannte Definition von Altmetrics. Gleichzeitig erschwert die Heterogenität der unter dem Sammelbegriff zusammengefassten Datenquellen und Indikatoren den Diskurs besonders hinsichtlich der Bedeutung und Interpretation der Metriken. Obwohl Bedarf und Hoffnung groß sind, fehlt auch weiterhin der Beweis, dass Altmetrics gesellschaftlichen Einfluss messen können. Um Taraborellis Kommentar aufzugreifen, ist auch fünf Jahre nach dem Erscheinen des Manifests nicht klar, ob Altmetrics „impact“, „short-term popularity“ oder „buzz“ reflektieren. Die Antwort ist wahrscheinlich, dass sie einen bunten Mix aus allen dreien darstellen.

Die Veranstaltungen in Amsterdam machten außerdem deutlich, dass sich eine regelrechte Industrie entwickelt hat, in der besonders große Verlagshäuser – z.B. Macmillan für Altmetric und Ebsco für Plum Analytics – ein reges Interesse daran haben, dass Altmetrics sich zu einem Erfolgs- und lukrativem Geschäftsmodell entwickeln. Ironischerweise widerspricht dies dem in der Altmetrics-Community stark verwurzelten Open-Science-Gedanken.

Die Auswirkungen von Altmetrics als Marketinginstrument sollten daher im Auge behalten werden. Der Impact-Faktor, den die Altmetrics-Community – durchaus zurecht – als inadäquaten und unfairen Indikator für wissenschaftlichen Einfluss anprangert und dessen Allgegenwärtigkeit sie bekämpft, hat sich unter dem Druck der Evaluationsgesellschaft vom Filterwerkzeug zum vermeintlichen Qualitäts- und wissenschaftlichen Statussymbol entwickelt und Forschungsevaluation und damit auch wissenschaftliche Kommunikation nachhaltig negativ beeinflusst. Es gilt unbedingt zu vermeiden, dass den neuen Metriken ein ähnliches Schicksal blüht und Wissenschaftler demnächst nach ihrem Altmetric-Donut oder ResearchGate-Score beurteilt werden und infolgedessen in erster Linie nach Popularität auf Social Media streben. Das Potenzial von Altmetrics liegt nicht in einer aggregierten Zahl oder einem Ranking, sondern in der Fülle und Vielfalt von Informationen und Kontext, die sich hinter den einzelnen Metriken verbergen. ■



Dr. Stefanie Haustein
 Université de Montréal
 École de
 bibliothéconomie et
 des sciences de
 l'information (EBSI)
 stefanie.haustein
 @umontreal.ca
 Twitter: @stefhaustein

¹⁹ <http://www.bookmetrix.com>