

Veranstaltungstitel:	altmetrics: Social Media in der wissenschaftlichen Kommunikation und Evaluation
Modul:	I3 Informetrie
Veranstaltungsart:	Aufbauseminar
Dozentin:	Dr. Stefanie Haustein Université de Montréal, École de bibliothéconomie et des sciences de l'information (EBSI) e-mail: stefanie.haustein@umontreal.ca web: http://crc.ebsi.umontreal.ca Twitter: @stefhaustein
Zeitraum:	Do., 09.07. & 16.07. , 12:30-18:30 Uhr Fr., 10.07. & 17.07. , 10:30-16:30 Uhr
Seminarraum:	23.21.00.85
Tutorin:	Natalie Friedrich

Inhalt

Wissenschaftliche Zeitschriftenartikel sind zentraler Kommunikationskanal in den Naturwissenschaften und der Medizin und gewinnen zunehmend an Bedeutung in den Sozial- und Humanwissenschaften. Bibliometrische Analysen messen daher traditionell wissenschaftliche Produktivität basierend auf Publikationen in wissenschaftlichen Zeitschriften und deren Einfluss bzw. „Impact“ auf die wissenschaftliche Community anhand von Zitationsindikatoren. In letzter Zeit erhalten sozialen Medien zunehmend Einzug in die wissenschaftliche Kommunikation: Wissenschaftler verbreiten und diskutieren Forschungsergebnisse auf Twitter, ResearchGate und Facebook oder organisieren Literatur in Mendeley und Zotero. Daraus entwickelte sich die Idee der sogenannten *altmetrics* (Priem, Taraborelli, Groth & Neylon, 2010) alternativ zu Zitationsmetriken, den Einfluss von Forschung mit Hilfe von Social-Media-Daten sowohl schneller — unmittelbar nach Publikation — als auch im breiteren Sinne außerhalb der wissenschaftlichen Community — auf die Gesellschaft — erfassen können. Im Seminar werden die Teilnehmer nach einer Einführung zu *altmetrics* an einem Forschungsprojekt mitwirken und untersuchen wie, wann, wo und von wem wissenschaftliche Artikel auf Twitter verbreitet werden. Es besteht die Möglichkeit die Ergebnisse in internationalen Fachzeitschriften oder auf Konferenzen zu publizieren.

Voraussetzung zur Teilnahme am Kurs und AP

Teilnehmer sollten selbstständig und in Teams arbeiten können und ein Interesse an quantitativen und qualitativen Analysen von Twitter-Daten mitbringen. Fortgeschrittene Excel-Kenntnisse werden vorausgesetzt, Vorkenntnisse zu MySQL und relationalen Datenbanken sind von Vorteil. Teilnehmer sollten sich vor Seminarbeginn mit der angegebenen Literatur vertraut machen.

Die aktive Teilnahme am Seminar beinhaltet die Analyse von Twitter-Daten zu wissenschaftlichen Publikationen, im Hinblick auf Tweet-Inhalt, zeitliche und geographische Informationen oder Twitter-Nutzer. Ergebnisse werden dokumentiert und einem Kurzreferat vorgestellt. Zur Erlangung der AP werden die Auswertungen ausgearbeitet und in einer Projektarbeit diskutiert. Die Anzahl der Teilnehmer ist auf 14 begrenzt. Bitte melden Sie sich über das LSF an.

Tutorium

Begleitend zum Seminar wird ein Tutorium angeboten. Bei Fragen wenden Sie sich bitte an Natalie Friedrich (natalie.friedrich@uni-duesseldorf.de).

Literatur

- Costas, R., Zahedi, Z., & Wouters, P. (2015). Do altmetrics correlate with citations? Extensive comparison of altmetric indicators with citations from a multidisciplinary perspective. *Journal of the Association for Information Science and Technology*. Retrieved from <http://arxiv.org/abs/1401.4321>
- Haustein, S., Bowman, T. D., Holmberg, K., Tsou, A., Sugimoto, C. R., & Larivière, V. (2015). Tweets as impact indicators: Examining the implications of automated bot accounts on Twitter. *Journal of the Association for Information Science and Technology*. Retrieved from <http://arxiv.org/abs/1410.4139>
- Haustein, S., Peters, I., Sugimoto, C. R., Thelwall, M., & Larivière, V. (2014). Tweeting biomedicine: an analysis of tweets and citations in the biomedical literature. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 65(4), 656–669. doi:10.1002/asi.23101
- Priem, J. (2014). Altmetrics. In B. Cronin & C. R. Sugimoto (Eds.), *Beyond bibliometrics: harnessing multidimensional indicators of performance* (pp. 263–287). Cambridge, MA: MIT Press.
- Priem, J., Taraborelli, D., Groth, P., & Neylon, C. (2010). *Alt-metrics: a manifesto*. Retrieved from <http://altmetrics.org/manifesto/>
- Thelwall, M., Haustein, S., Larivière, V., & Sugimoto, C. R. (2013). Do altmetrics work? Twitter and ten other social web services. *PLoS ONE*, 8(5), e64841. doi:10.1371/journal.pone.0064841
- Thelwall, M., Tsou, A., Weingart, S., Holmberg, K., & Haustein, S. (2013). Tweeting links to academic articles. *Cybermetrics: International Journal of Scientometrics, Informetrics and Bibliometrics*, 1–8. Retrieved from <http://cybermetrics.cindoc.csic.es/articles/v17i1p1.html>