

*metrics Projekt - Zuverlässigkeit und Wahrnehmung von Indikatoren für Interaktionen mit wissenschaftlichen Ergebnissen

Astrid Orth
Bibliothekartag 2017, Frankfurt/M



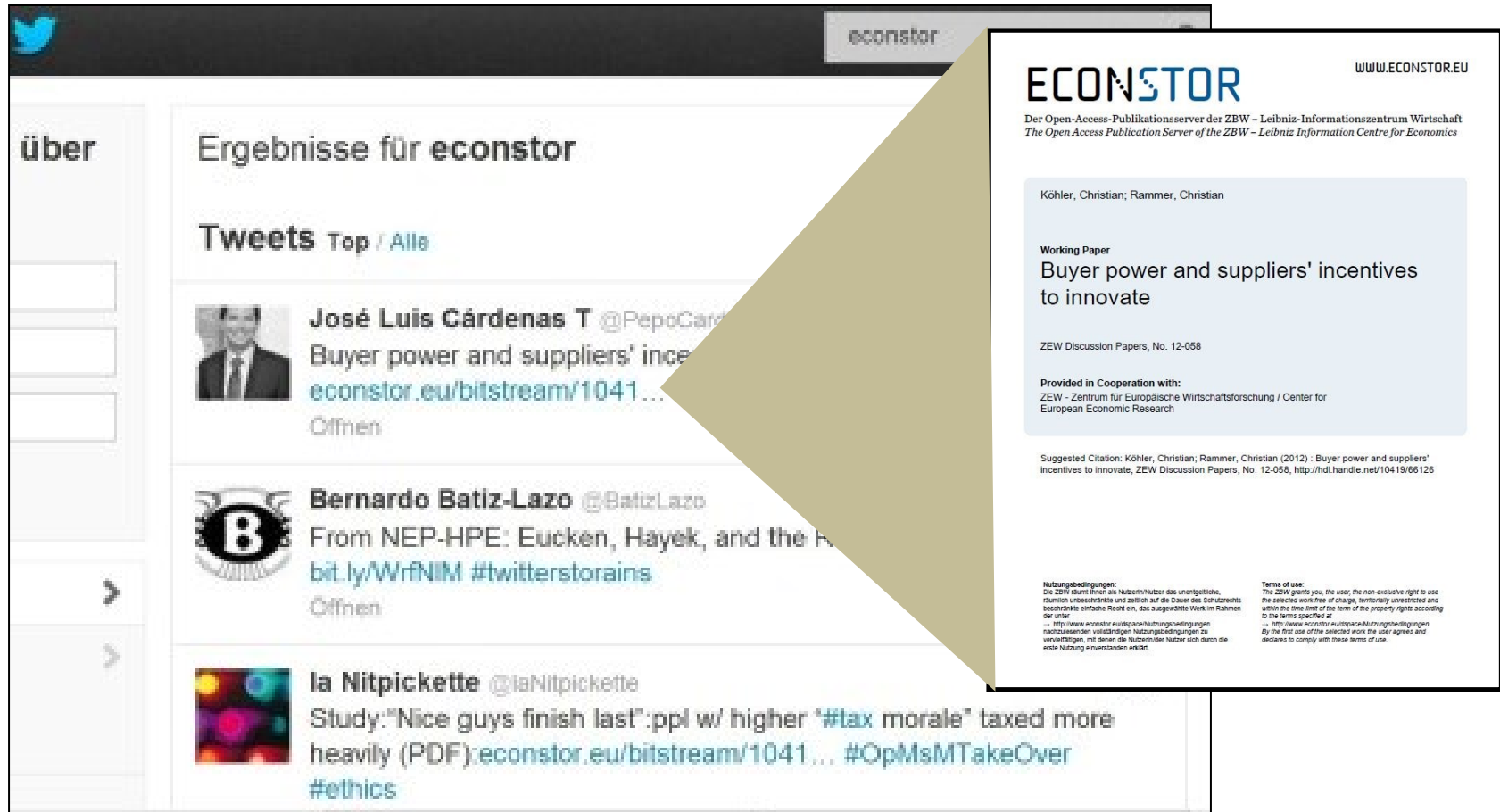
Indikatoren

- Umstände, Merkmale, die als Anzeichen für eine bestimmte Entwicklung, einen eingetretenen Zustand oder Ähnlichem dienen
- Um als Indikator allgemein anerkannt zu werden, sollen Indikatoren **theoretisch plausibel, statistisch angemessen, zuverlässig, repräsentativ und aussagekräftig** sein

<https://de.wikipedia.org/wiki/Indikator> [https://de.wikipedia.org/wiki/Indikator_\(Wirtschaft\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Indikator_(Wirtschaft))



Soziale Medien durchdringen den Forschungsalltag





The image shows a Twitter search interface for the term 'econstor'. The search results are displayed as a list of tweets. A large, semi-transparent arrow points from the first tweet to an inset window showing the EconStor website page for that specific paper.

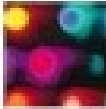
über

Ergebnisse für econstor

Tweets Top / Alle

 **José Luis Cárdenas T** @PepoCardenas
Buyer power and suppliers' incentives
econstor.eu/bitstream/10419/66126
Öffnen

 **Bernardo Batiz-Lazo** @BatizLazo
From NEP-HPE: Eucken, Hayek, and the H
bit.ly/WrfNIM #twitterstorains
Öffnen

 **la Nitpickette** @laNitpickette
Study: "Nice guys finish last": ppl w/ higher "#tax morale" taxed more heavily (PDF): econstor.eu/bitstream/10419/66126 #OpMsMTakeOver #ethics

ECONSTOR WWW.ECONSTOR.EU
Der Open-Access-Publikationsserver der ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
The Open Access Publication Server of the ZBW – Leibniz Information Centre for Economics

Köhler, Christian; Rammer, Christian

Working Paper
Buyer power and suppliers' incentives to innovate

ZEW Discussion Papers, No. 12-068

Provided in Cooperation with:
ZEW – Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung / Center for European Economic Research

Suggested Citation: Köhler, Christian; Rammer, Christian (2012) : Buyer power and suppliers' incentives to innovate, ZEW Discussion Papers, No. 12-068, <http://hdl.handle.net/10419/66126>

Nutzungsbedingungen:
Die ZBW räumt Ihnen als Nutzer/Huber das unentgeltliche, räumlich unbeschränkte und zeitlich auf die Dauer des Schutzrechts beschränkte einfache Recht ein, das ausgewählte Werk im Rahmen der unter
— <http://www.econstor.eu/opus4/e/opus4/e/nutzungsbedingungen>
nachzulesenden vollständigen Nutzungsbedingungen zu veröffentlichen, mit denen die Nutzer/Huber sich durch die erste Nutzung einverstanden erklärt.

Terms of use:
The ZBW grants you, the user, the non-exclusive right to use the selected work free of charge, territorially unrestricted and within the time and/or the term of the property rights according to the terms specified at
— <http://www.econstor.eu/opus4/e/opus4/e/nutzungsbedingungen>
By the first use of the selected work the user agrees and declares to comply with these terms of use.

*metrics Projekt – Orth – Bibliothekartag 1.6.2017, Frankfurt/M



(social media/alt/)*metrics

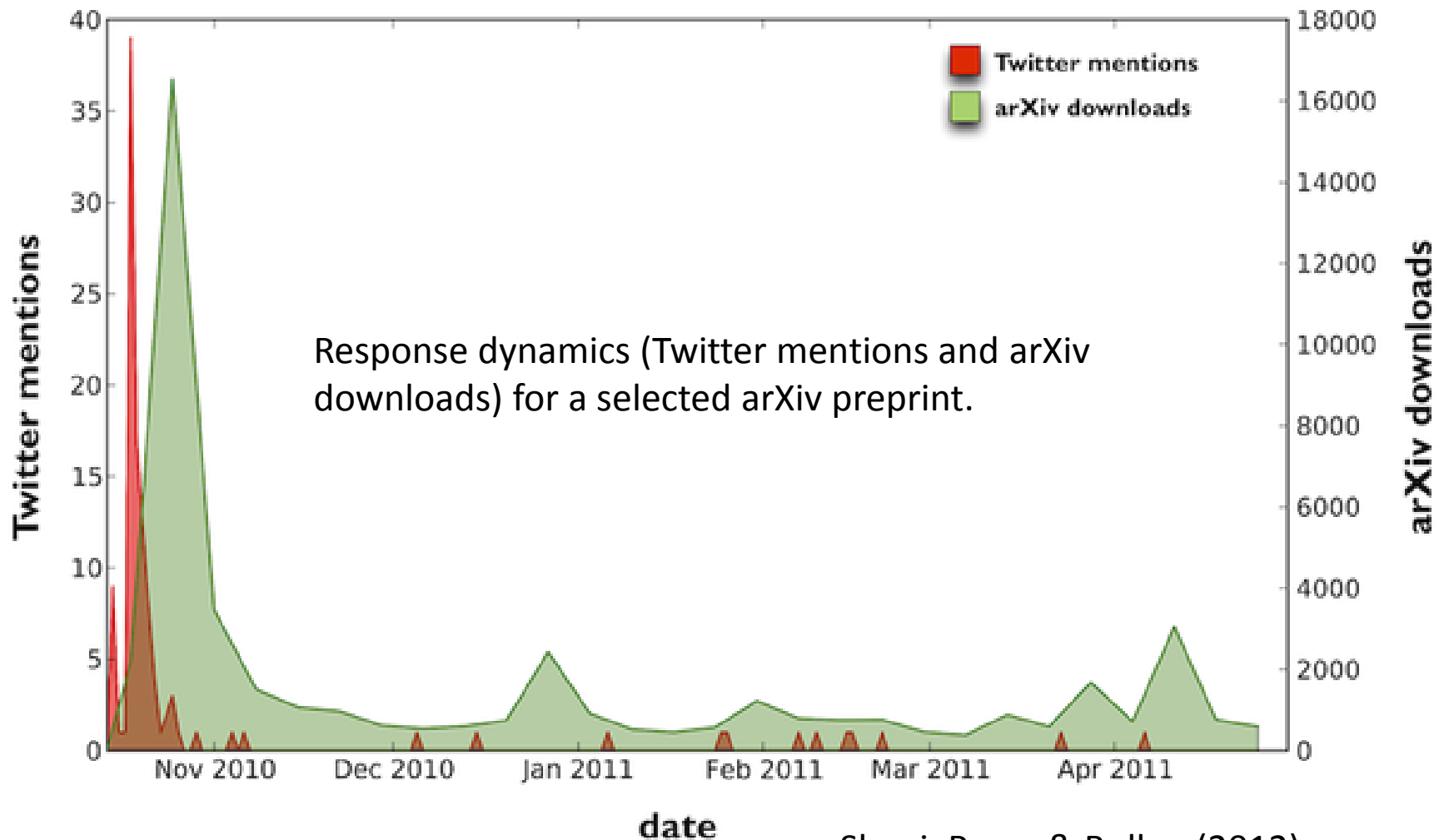


- (Meist) aus offenen Quellen und über offene Schnittstellen: reproduzierbar und transparent
- Erfassen vieler unterschiedlicher Kommunikationsplattformen/-kanäle, nicht nur Zeitschriften
- Vielzahl wissenschaftlicher Arbeiten oder Objekte (Artikel, Monographien, Konferenzbeiträge, Software, Forschungsdaten, etc.)
- Schnell (ab Publikationszeitpunkt und jederzeit aktualisierbar)
- Auf Ebene einzelner Objekte, z.B. Artikel

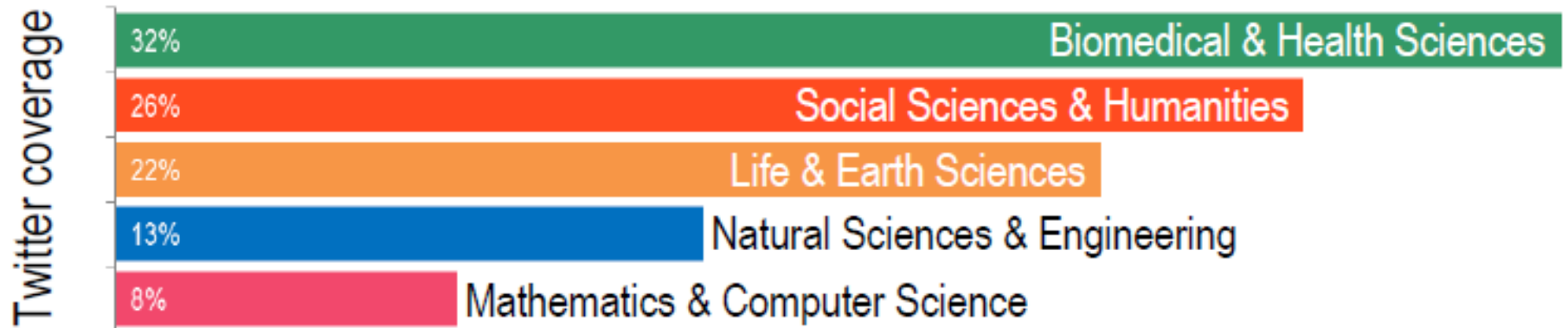
Ulrich Herb, Daniel Beucke: *Die Zukunft der Impact-Messung. Social Media, Nutzung und Zitate im World Wide Web.* In: *Wissenschaftsmanagement. Zeitschrift für Innovation.* 19(4), 2013, S. 22-25. [doi:10.5281/zenodo.7696](https://doi.org/10.5281/zenodo.7696)



*metrics Forschung: Schnelligkeit



*metrics Forschung: Disziplinabhängig



Haustein (2015)

*metrics Projekt - Orth - Bibliothekartag 1.6.2017, Frankfurt/M



*metrics Forschung: Zentrale Fragen



- Was ist der Zusammenhang zwischen Social Media und Zitationen?
- Wie unterscheiden sich die *metrics von einander?
- Warum werden Artikel getweetet, gebookmarkt, geliked...?
- Was bedeuten *metrics? Welchen Wert haben sie?
- Wer tweetet (liked, bookmarkt...) wissenschaftliche Artikel?
- Wie unterscheiden sich *metrics zwischen den Disziplinen?

Haustein, S., & Larivière, V. (2013). Empirical Analysis of Social Media in Scholarly Communication. Overview of current altmetrics research projects at University of Montreal. Presentation at GESIS.



*metrics Projekt



- DFG-Förderung 01/2017 – 12/2018
- Partner
 - Niedersächsischen Staats- und Universitätsbibliothek Göttingen (SUB Göttingen),
 - Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft (ZBW)
 - Verbundzentrale des Gemeinsamen Bibliotheksverbundes (VZG) der Länder Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen und der Stiftung Preußischer Kulturbesitz
 - Leibniz Institut für Sozialwissenschaften (GESIS)



*metrics Projekt: Ziele



- Erforschung alternativer Metriken als Basis neuer Kennwerte für wissenschaftlichen Output
- Bewußte Nutzung ermöglichen und Grenzen und Interpretationsspielräume sichtbar machen

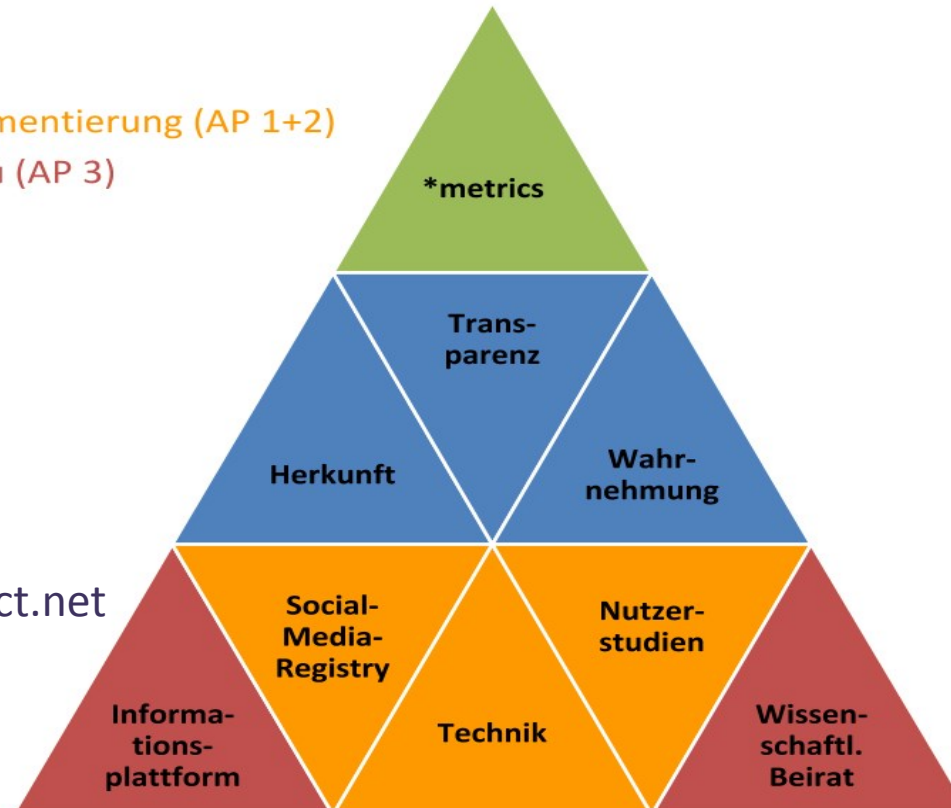


*metrics Projekt: Aufbau



- Projektziele
- Analyse und Implementierung (AP 1+2)
- Community-Aufbau (AP 3)

<http://metrics-project.net>



*metrics Projekt - Orth - Bibliothekartag 1.6.2017, Frankfurt/M



Arbeitspakete



1. **Status Quo und explorative Nutzer- und Nutzungsstudien**
 - Bestandsaufnahme Social-Media-Dienste und -plattformen, die von Wissenschaftlern genutzt werden
 - Evaluierung der Dienste, deren Nutzer und Verwendung
 - Erfassung in einem Social-Media-Registry
2. **Technologie-Analyse zur Sammlung und Bereitstellung von *metrics**
 - Sichtung vorhandener *metrics-Aggregationssoftware
 - Abdeckungsgrad und Ausprägung bei Aggregatoren
 - Integration in eigene Repositorien (Proof-of-Concept)
3. **Community-Vernetzung**
 - offener Diskurs
 - Feedback und Input zu Forschungsansätzen und Ergebnissen

*metrics Projekt - Orth - Bibliothekartag 1.6.2017, Frankfurt/M



AP 1: Explorative Studien

- Erste Umfrage zur Nutzung sozialer Plattformen für die Wissenschaft
- Bei Interesse an Umfrageteilnahme, bitte in Liste eintragen

Over the past five years, please estimate how many times you used the following channels to publish your own scientific work

	0	1-5	6-10	11-20
Traditional academic publishing (e.g. journal articles, books)	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Scientific conferences/workshops	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Open Access repositories/preprint servers (e.g. arXiv, EconStor)	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Academic social networks (e.g. ResearchGate)	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Non-specialist social networks (e.g. Facebook, Twitter)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Wikipedia	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blogs/other Wikis	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sharing platforms (e.g. Youtube, Github, Slideshare)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Public media (e.g. newspapers)	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

*A scientific product could for example be a paper, a report, a presentation, a poster, an article, a book chapter, a piece of software



API: Social-Media-Registry (early snapshot)



- Datenquellen: 53 Plattformen
 - Allgemeine Beschreibung
 - Schnittstellen
- Aggregatoren
 - Kommerzielle *altmetric-Anbieter
 - Altmetric
 - Kudos
 - PlumX
 - Nichtkommerzielle Anbieter
 - Depsy
 - ImpacStory
 - Lagotto
 - Webometric Analyst 2.0

Sammlung von Indikatoren per Aggregator

*metrics Projekt - Orth - Bibliothekartag 1.6.2017, Frankfurt/M

Collection for social media registry

Datei Bearbeiten Ansicht Einfügen Format Daten Tools Add-ons Hilfe Letzte Änderung vor 11 Tagen von Anonym

Commercial data providers

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	
1				*metrics - Social Media Registry								
2				"Versuch einer Systematisierung der Funktionalitäten, Überblick über die Unterschiede und Gemeinsamkeiten"								
3				"Funktionalitäten von besonderer Bedeutung für Forschende und den wissenschaftlichen Arbeitsprozess" (Peters, Heise)								
4				Last update: May/11/2017								
5												
6						Academia.edu	Altmy Library	Arnetminer	Bibsonomy	CiteULike	Dalme...	
38			Impact in the scientific community	Statistics / *metrics seen	Interactions with the scientific product/researchers - ANALYZED DATA BY AGGREGATORS		Abstract views, downloads			Bookmarks		
39			From which platforms do the aggregators read the data and how is analyzed, policies for the *metrics analysis	Tools and sources	Data aggregators	APIs & limits	APIs (source description)					
40						Limits (to be defined)						
41						Commercial data providers	Data integrated in Altmetric Explorer (altmetric.com)					
42							Data integrated in Kudos					
43							Data integrated in PlumX (Plum Analytics)		1			
44							Data integrated in Depsy.org					
45							Data integrated in ImpactStory.org					
46							Data integrated in PLOS (Lagotto)					
47							Data integrated in VZG (Lagotto)					
48							Data Integrated in Webometric Analyst 2.0					
49			s. Altmetric track	Non-commercial providers	Policy	Mentions in policy documents from governmental or non-governmental organisation						
50					Media	Mentions in over 2,000 English and non-English global news outlets						
51					Blogs	Mentions in manually curated list of over 11,000 academic and non-academic blogs (RSS)						
52					Online ref. messages	Mendeley						

Sheet1 Social Media Registry Literature



AP3: Nutzen der Ergebnisse für die Community



- Relevante Social-Media-Dienste beobachten, ggfs. bereitstellen
- Grenzen und Interpretationsmöglichkeiten kennen, Chancen und Risiken der Nutzung abwägen und vermitteln
- Alternativen für Impact wissenschaftlicher Ergebnisse kennen und nutzen



Herzlichen Dank für die Aufmerksamkeit!

Haben Sie Fragen und/oder Feedback?

Kontakt Astrid Orth

Web <http://metrics-project.de>

Twitter @metrics_project

