

Informaatiotutkimuksen päivät 2012
1. - 2. marraskuuta, Åbo Akademi, Turku

ABSTRAKTI

Mari Katvala & Terttu Kortelainen

Huomiodata ja sosiaalisen median välineet tieteellisissä lehdissä

Mari Katvala, Oulun yliopiston kirjasto, mari.katvala@oulu.fi; Terttu Kortelainen, Informaatiotutkimus, Humanistinen tiedekunta, Oulun yliopisto, terttu.kortelainen@oulu.fi.

Tieteellisillä lehdillä ja sosiaalisen median välineillä on aikakin kaksi yhteistä tekijää: ne molemmat ovat julkaisukanavia ja niiden kautta voi huomioda toisten töitä. Davenport & Beck (2001, 20) määrittelevät huomion fokusoiduksi kytkennäksi tiettyyn informaatioon. Tieteellisessä viestinnässä huomio (impact) on perinteisesti määritelty siteeraukseksi (Frank, 2002, 15). Informaatiokylläisessä maailmassa tieteellisen viestinnän kentän voi nähdä markkinoina, jossa informaatiota vaihdetaan huomioon (Frank, 2002, 16) ja huomiosta kilpaillaan (cf. Davenport & Beck, 2001, 7, 11, 94). Sterlingin (1992) mukaan informaatiotaloudessa kaikkea on riittämiin, paitsi huomiota. Huomiodata verkossa voi olla monenlaista ja siitä jää digitaalinen jalanjälki (Meyer, 2006). Sosiaalisen viestinnän välineet ovat yleistymässä myös tieteellisten lehtien verkkoversioissa (esim. Borgman, 2007). Sosiaalisen median välineet tarjoavat mahdollisuuden mitata huomiota tykkäämisten, suositteluiden, jakamisten tai kommentointien muodossa. Tieteellisen viestinnän kentällä tätä lähestymistapaa ei ole aikaisemmin käytetty. Tässä työssä keskityimme seuraaviin kysymyksiin (Kortelainen & Katvala, 2012):

- 1) Mitä sosiaalisen median välineitä tieteelliset lehdet tarjoavat kotisivuillaan?
- 2) Millaista huomiodataa niistä löytyy? Viitataan ko huomiodatassa tieteellisiin artikkeleihin?
- 3) Mitä aiheita tieteellisten lehtien sivuilla julkaistut blogit tai Facebook ja Twitter -postaukset käsittelevät?

Tutkimusaineistoksi valitsimme kymmenen korkeimman viittauskertoimen saanutta lehteä kymmeneltä tieteenalalta (yhteensä N=100), jotka edustivat luonnontieteitä ja yhteiskuntatieteitä. Viittauskerrointen arvot tarkastettiin vuoden 2010 Journal Citation Reports (JCR; Web of Knowledge -tietokanta) -tilastosta. Myös tieteenalat valitsimme JCR:n luokituksen perusteella. Valitut tieteenalat olivat epäorgaaninen kemia, evoluutioekologia, sovellettu fysiikka, tietojenkäsittelytiede, yleislääketiede, informaatiotutkimus, kasvatustiede, kielitiede, sosiologia ja viestintä. Näillä aloilla kymmenen suurimman viittauskertoimen vuonna 2010 saanutta lehteä ilmestyy elektronisessa muodossa joko yksinomaan tai painetun version rinnalla. Aineisto kerättiin huhtikuussa 2012.

Huomiodataksi määrittelimme artikkelien tykkäämiset, postausten kommentoinnit tai jakamiset lehtien Facebook -sivuilla, blogiteksteissä tai Twitter -sivuilla. Lehden Twitter-sivujen seuraajien määrä ja lehtien sivuilla olevien YouTube -videoiden katselukerrat olivat myös huomiodataa

tutkimuksessamme. Yksisuuntaisia välineitä, kuten RSS-syötteitä tai muita yksisuuntaisia jakamisvälineitä ei otettu mukaan tähän tarkasteluun huomioidatana, vaikka ne otettiin mukaan laskettaessa lehtien sosiaalisen median välineistön määrää.

Suosituin tieteellisten lehtien lukijoilleen tarjoama sosiaalisen median väline oli RSS-syöte, joka oli tarjolla 63 lehdessä. Interaktiiviset sosiaalisen median välineet, kuten Facebook, Twitter ja YouTube olivat huomattavasti harvinaisempia. Sadasta lehdestä 19 tarjosi yhtä tai useampaa näistä välineistä. Yhdeksällä lehdellä oli oma Facebook-sivu ja näistä kahdeksan sisältöä päästiin tutkimaan. Lehtien Facebook-sivuilta löytyi yhteensä 131 huhtikuun 2012 aikana tehtyä postausta. Näistä 91:ssä oli linkki lehdessä esiintyneeseen artikkeliin tai muuhun lehden julkaisemaan aineistoon. Neljä lehdistä julkaisi vähintään 20 Facebook-postausta kuussa ja loput kahdesta kolmeentoista. Lehdet, jotka käyttävät aktiivisesti Facebookia, suuntaavat lukijoiden huomion uusiin artikkeleihin tai muihin ajankohtaisiin lehdessä käsiteltyihin aiheisiin.

Kuusitoista lehteä sadasta käytti Twitteriä. Osalla lehdistä oli sekä Twitter että Facebook ja niissä osittain julkaistiin samaa sisältöä. Lehtien Twitter-sivujen seuraajien määrä vaihteli muutamasta sadasta useisiin kymmeneen tuhansiin.

Tutkituista lehdistä kuudella oli yksi tai useampia blogeja. Bloggauskäytännöt vaihtelivat huomattavasti. Joissain lehdissä blogia pitivät asiantuntijat, kun taas joissain lehdissä blogien sisältö koostui julkaistujen artikkelien sisällöstä tai muusta lehdessä julkaistusta materiaalista. Tutkituissa blogeissa oli 2-26 kirjoitusta, jotka pystyi edelleen jakamaan eteenpäin. Vain muutamia blogikirjoituksia oli tykätty Facebookissa tai jaettu Twitterissä.

Sosiaalisen median välineet eivät vielä ole kovin yleisiä tieteellisten lehtien lukijoilleen tarjoamia palveluita (vertaa Katvala & Kortelainen, 2010). Välineiden käyttö lehdissä vaihteli: niiden avulla tiedotettiin uusista artikkeleista, käytiin keskustelua ja jaettiin sekä ammatillista osaamista että tieteellistä tietoa. Joillain sivustoilla kaikki keskustelu oli käyttäjien aloittamaa heidän omista aiheistaan, eikä aiheilla ollut yhteyttä lehdessä julkaistuihin artikkeleihin. Sosiaalisen median välineitä ei käytetty esimerkiksi artikkelien tieteellisen tason arviointiin julkaisun jälkeen (post-publication peer review). Kuitenkin kirjoittajalle lienee palkitsevaa, jos oma artikkeli on saanut huomiota sosiaalisten välineiden kautta.

Sosiaalisen median välineet täydentävät ja tuovat lisää sisältöä tieteellisiin lehtiin. Niiden avulla lukijat voivat kommentoida lehtien tieteellistä sisältöä. Sosiaalisen median välineet toimivat suodattimina lukijoille silloin, kun niiden avulla tiedotetaan uusista artikkeleista. Toisaalta sosiaalisen median avulla jaetaan myös sellaista tietoa, joka ei sisälly julkaistuihin tieteellisiin artikkeleihin. Tällaista tietoa jaettiin esimerkiksi lääketieteellisissä tapausraporteissa.

Tähän saakka yhteys julkaisun ja lukijan välillä on tulkittu vaikutukseksi tieteellisessä viestinnässä. Sosiaalisen median välineet tekevät tieteellisten artikkelien vaikuttavuuden arvioinnin entistäkin monimutkaisemmaksi (Schroeder, Power & Meyer, 2011). Sosiaalisessa mediassa vaikutus ei ole yhtä selkeästi määriteltävissä, kuin perinteisessä tieteellisen artikkelin viittauksessa, vaikkakin vaikutus on varsin ilmeinen, kun artikkeleita esimerkiksi tykätään, jaetaan tai kommentoidaan. Huomiotalouden (attention economy) käsitteet ovat hyvä apu hahmotettaessa tieteellisten julkaisujen saamaa huomiota.

Lähteet:

- Borgman, C. (2007). *Scholarship in the digital age: Information, infrastructure, and the internet*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Davenport, T. H., & Beck, J. C. (2001). *The attention economy*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Frank, G. (2002). The scientific economy of attention: A novel approach to the collective rationality of science. *Scientometrics*, 55(1): 3-6.
- Katvala, M. & Kortelainen, T. (2010) Sosiaalisen median välineet tieteellisissä lehdissä. *Informaatiotutkimus* 29(3): 1-3.
- Kortelainen, T. & Katvala, M. (2012). “Everything is plentiful—Except attention”. *Attention data of scientific journals on social web tools*. *Journal of Informetrics*, 6: 661-668.
- Meyer, J. (2006, August 19). What is attention data? Using Attention blog. <http://www.usingattention.com/> (12.9.2012)
- Schroeder, R., Power, L., & Meyer, E. T. (2011). Putting scientometrics 2.0 in its place [vO]. In *Altmetrics11. Tracking scholarly impact on the social web*. An ACM web science conference 2011 workshop Koblenz, Germany, 14–15 June 2011, <http://altmetrics.org/workshop2011/schroeder-v0/> (12.9.2012)
- Sterling, B. (1992). *Free as the air free as water free as knowledge*. Speech to the Library and Information Technology Association. San Francisco, CA, June 1992. http://cscs.umich.edu/~crshalizi/Sterling/Free_as_the_Air_Free_as_Water_Free_as_Knowledge.html (12.9.2012)