Zwitschernder Elfenbeinturm – Eine Laienperspektive zum Gebrauch sozialer Medien in der Wissenschaft

Wanja Wolff^{1,2} & Philipp Barzyk¹

¹ Universität Konstanz, Fachgruppe Sportwissenschaft,

² Universität Bern, Educational Psychology Lab

Twitter: @WolffWanja und @BarzykPhilipp

Die steigende Digitalisierung aller Lebensbereiche und der ungebrochene Aufstieg spezialisierter (z.B. ResearchGate) und domänenübergreifender (z.B. Twitter) sozialer Netzwerke macht auch vor der Sportwissenschaft nicht Halt. Dieser Aufstieg und die hiermit verbundenen Chancen und Risiken für die Sportwissenschaft werden bereits im *Ze-Phir* („Digitale Sportwissenschaft – Schöne Neue Welt“, 2020) umfassend beleuchtet und diskutiert. Allein seit Erscheinen des Ze-Phirs konnte Twitter 20 Millionen neue täglich aktive Nutzer*innen gewinnen (Stand: Q2 2021) und ResearchGate wuchs von 17 Millionen auf 20 Millionen Nutzer*innen (ResearchGate 2021; Pöppel 2020). Unmittelbar betroffen von dieser Entwicklung ist die Art und Weise wie Wissenschaft kommuniziert werden kann und wird. Insbesondere der Kurznachrichtendienst Twitter erscheint hierbei besonders relevant. Daher thematisieren wir in diesem Beitrag unsere subjektiven Erfahrungen und Eindrücke zur Nutzung von Twitter als Wissenschaftskommunikationswerkzeug.

Wissenschaftskommunikation: Inward- und Outward-Facing

Traditionell findet Wissenschaftskommunikation in Form von Zeitschriftenbeiträgen, Büchern oder Konferenzbeiträgen statt. Diese Kommunikationsform kann auch als *inward-facing* bezeichnet werden, da sie den Austausch zwischen Wissenschaftler*innen zum Ziel hat

(Illingworth & Allen, 2020). Diese Kommunikationsform ist fast notwendigerweise verhältnismäßig langsam, exklusiv, beschränkt in ihrer Reichweite und wenig interaktiv: Langsam, weil sich zum Beispiel die Publikation eines Herausgeberbandes mehrere Jahre ziehen kann, da Korrekturschleifen und die Abhängigkeit des Gesamtwerks vom Einhalten der Deadlines durch alle beteiligten Autor*innen den Prozess in die Länge ziehen. Wenig inklusiv, da durch den Gebrauch von Fachjargon und dem Befolgen fachspezifischer Standards, die Fachfremden womöglich weniger zugänglich sind, hohe Zugangshürden gesetzt werden. Die Reichweite ist begrenzt dadurch, dass die Kommunikation von Wissenschaft meist in hoch spezialisierten Nischen stattfindet (z.B. Golfsport relevante Inhalte im *International Journal of Golf Science (IJGS)*), die einem breiteren Publikum schwer zugänglich sind. Wenig interaktiv, da starre Publikationsformen die Möglichkeit zu einem dynamischen Austausch einschränken (auch Leserbriefe und Diskussionen im Rahmen von Konferenzen sind verschiedentlich durch die vorangegangenen Punkte beschränkt.).

Diese Aspekte traditioneller inward-facing Wissenschaftskommunikation sind nicht nur *Bug*, sondern auch *Feature* (z.B. Qualitätssicherung, gezielte Verfügbarmachung von Wissen für Fachexpert*innen, Präzision der Sprache und die paradoxerweise oftmals einfachere Lesbarkeit durch den Gebrauch von Fachjargon für Expert*innen). Die Digitalisierung hat überdies dazu beigetragen, dass einige der Bugs weniger Gewicht haben. Ein Beispiel hierfür sind etwa asynchron erscheinende Open Access Online Lehrbücher oder auch die steigende Popularität von Preprints. Eine vertiefte Diskussion der Vor- und Nachteile traditioneller Wissenschaftskommunikationsformen ist allerdings nicht Ziel unseres Beitrags. Vielmehr dient dieser kurze Abriss lediglich der breiteren Kontextualisierung von Wissenschaftskommunikation im Spannungsfeld sich verändernder Kommunikationsmöglichkeiten.

Hierauf aufbauend hat der vorliegende Beitrag das Ziel unsere subjektive Perspektive darauf zu geben, wie Wissenschaftskommunikation durch Rückgriff auf Kommunikationsformen der sozialen Medien als Komplement zur traditionellen Wissenschaftskommunikation einen Beitrag dazu leisten kann, dass der Transport wissenschaftlicher Erkenntnisse in die Gesellschaft optimiert wird und wie dies überdies der persönlichen Profil-, Netzwerk- und Kompetenzbildung dienlich sein kann. Durch soziale Medien kann Wissenschaft nicht nur inward-facing, sondern insbesondere auch outward-facing kommuniziert und kontextualisiert werden (Illingworth & Allen, 2020). Aus dieser Perspektive sind soziale Medien weniger eine Herausforderung der man sich notgedrungener Weise stellen muss, sondern eine neue Chance, um Wissenschaftskommunikation holistischer zu betreiben. Als notwendiger Disclaimer sei hier noch vorangestellt, dass wir keineswegs Experten auf dem Gebiet der

Wissenschaftskommunikation mittels sozialer Medien sind, sondern allenfalls einen reflektierten Erfahrungsbericht darüber vorlegen können, wie zwei enthusiastische Laien versuchen, mit dieser neuen Chance umzugehen. Dieser ist notwendigerweise unvollständig und reflektiert unsere eigenen Präferenzen und Kenntnisse.

Nutzung sozialer Medien in der Wissenschaft am Beispiel Twitter

Daten, die in einem Editorial in *Nature Cell Biology* präsentiert wurden, legen nahe, dass bis zu 50% der befragten Wissenschaftler*innen bereits soziale Medien für wissenschaftliche Zwecke nutzen ("Social Media for Scientists," 2018). Während es hier disziplinspezifische (Holmberg & Thelwall, 2014) und geografische Unterschiede gibt (Haustein, 2019), ist ein genereller Trend zu einer steigenden Relevanz von sozialen Medien als Mittel zur Wissenschaftskommunikation beobachtbar. Diese Dynamik wird durch die Schwerpunktsetzung des aktuellen Ze-Phirs auch in Bezug auf das Fach Sportwissenschaft nahegelegt. Als dominierendes soziales Netzwerk hierfür hat sich in den letzten Jahren der Kurznachrichtendienst Twitter herauskristallisiert, dessen intrinsischer Fokus auf knappe Formulierungen einen starken Kontrast zu den oben beschriebenen traditionellen Kommunikationsformen darstellt. Die verschiedenen Funktionalitäten von Twitter – im Kern sind das *Follower*, *Tweets*, *Threads*, *Retweets*, *Quote Tweets*, *Hashtags*, *Listen*, *Likes* und *Kommentare* – ermöglichen und fördern unterschiedliche Formen der Kommunikation und setzen somit schon mal einen ersten Rahmen für die Wissenschaftskommunikation via Twitter. Aufbauend auf der Beobachtung, dass soziale Medien im Allgemeinen - und Twitter im Speziellen - eine immer wichtigere Rolle unter Wissenschaftler*innen einzunehmen scheint, stellen sich natürlich Fragen danach, *wie* soziale Medien hier genutzt werden, *was* konkret kommuniziert wird und *wer* eigentlich die Zielgruppe ist.

Was, wie, wieviel und mit wem kommuniziere ich?

Am Anfang steht oft die Frage, was man eigentlich kommunizieren kann, will oder gar soll. Hierauf gibt es wahrscheinlich keine allgemeingültige Antwort. Vielmehr ist es aus unserer Sicht sinnvoll, sich selbst ein klares Bild davon zu machen, zu welchem Zweck man Twitter (oder ein anderes Netzwerk) einsetzen möchte. So lässt sich Twitter beispielsweise sowohl zum passiven Verfolgen persönlich relevanter Themen (etwa mit Listen, Hashtags und durch das Folgen relevanter Accounts), zur aktiven Verbreitung (typischerweise mit Retweets oder Likes) oder zur aktiven Kommunikation und Kontextualisierung (etwa mittels Tweet, Thread, Kommentar und Quote Tweet) einsetzen. Wir beide setzen Twitter mehr oder weniger stark für alle diese Zwecke und mit unterschiedlichen Kommunikationspartner*innen ein. Das hat

für uns beispielsweise zum Entdecken spannender Artikel und Themen, arbeitsrelevanter Tipps und Tricks, zur Kontaktaufnahme mit neuen Kollaborationspartner*innen und zu einer verstärkten Rezeption eigener Arbeiten durch Fachkolleg*innen und die wissenschaftsinteressierte Öffentlichkeit geführt.

In Abhängigkeit von Zweck und Kommunikationspartner*in können sich dann unterschiedliche Fragen in Bezug auf die Form stellen: Hier stellt sich zum Beispiel die Frage, ob - und wenn ja, zu welchem Grad - man den professionellen und den privaten Auftritt vermischt (oder aber zwei oder mehrere Profile hat). Hier kann auch überlegt werden, ob man Form und Funktion des eigenen Twitter-Auftritts bereits in der Kurzbiografie des Profils expliziert. Weiterhin kann verdeutlicht werden, inwieweit durch den Auftritt eine Institution repräsentiert wird oder nicht („views are my own“) oder wie Funktionalitäten des Netzwerks genutzt werden („Retweets ≠ Endorsement“). Ebenso könnte man abwägen, inwieweit man sich twitternd an wissenschaftspolitisch (Stichwort #IchBinHanna) oder gesellschaftspolitisch aktuellen Themen beteiligt oder ob der Kanal exklusiv der Dissemination eigener (und fremder) wissenschaftlicher Arbeiten dienen soll.

Ebenfalls die Form betreffend stellt sich die Frage danach, wie umfassend eigene Kommunikationsbeiträge sein werden. So kann man beispielsweise das neu erschienene Paper unkommentiert von der Seite des Verlags via Twitter teilen oder es in einem mühsam ausformulierten und wieder runterkondensierten Thread natürlich sprachlich erklären und in den aktuellen Forschungsstand einbetten. In der Kürze des Mediums liegt hierbei eine besondere Herausforderung: Wie erkläre ich die Essenz dessen, was ich gerade in einem Manuskript mit 7000 Wörtern beschrieben habe in 280 Zeichen? Mit welchen Bildern oder Abbildungen mache ich das möglichst lebendig und lade zur Interaktion ein? Für uns hat es sich hier als praktisch erwiesen den Tweet/Thread als Teil des Schreibprozesses zu sehen, der auch mit Ko-Autor*innen diskutiert wird und der nicht erst am Tag der Publikation noch schnell geschrieben werden muss. Auf den ersten Blick klingt dies nach verhältnismäßig viel Arbeit für ein paar Textschnipsel in einem sozialen Netzwerk, welches nicht einmal auf derartige Inhalte spezialisiert ist. Aber: Angesichts der Menge an Arbeit und Zeit, die von der ersten Idee bis zur fertigen Publikation investiert wurde, fühlt es sich aus unserer Sicht allein schon der eigenen Arbeit gegenüber wertschätzender an, zu versuchen, dass Geschaffene inward-facing aber auch outward-facing möglichst gut zu präsentieren. Im Folgenden explizieren wir vier weitere Aspekte, die nach unserem Empfinden den Gebrauch sozialer Medien zur Wissenschaftskommunikation für Nachwuchswissenschaftler*innen sinnvoll machen könnten.

Bündelung an einem öffentlich zugänglichen Ort

Im Gegensatz zu traditionellen Wissenschaftskommunikationsplattformen (Zeitschriften, Konferenzen) finden sich auf sozialen Netzwerken Kommunikationspartner*innen aller Couleur. Tatsächlich berichteten in einer Studie etwa die Hälfte der befragten Twitternutzenden, die wissenschaftliche Fachzeitschriftenartikel auf Twitter geteilt hatten, nicht selbst in der Wissenschaft tätig zu sein (Mohammadi et al., 2018). Diese Bündelung verschiedenster Kommunikationspartner*innen erlaubt es zum Beispiel, Arbeit die wir zu einem Thema sowohl grundlagenwissenschaftlich (Wolff & Martarelli, 2020), sportbezogen (Wolff et al., 2021), in populärwissenschaftlichen Zeitschriftenbeiträgen (Bieleke & Wolff, 2021), Podcasts (Deutsche Welle, 2021) oder Featureartikeln (Gupta, 2021) an den unterschiedlichsten Orten betreiben, gebündelt und auf einer Plattform als (hoffentlich) kohärentes Ganzes zu präsentieren. Diese gebündelte Kommunikation der eigenen Arbeit an einem Ort führt idealerweise dazu, dass Hürden zwischen Kommunikationssilos abgebaut werden. So wird möglicherweise nach dem Hören eines Podcast auch das im Thread angegeben Paper angeklickt, welches in einer Fachzeitschrift publiziert wurde.

Twitter und bibliometrische Leistungskennzahlen?

Über den (hoffentlich) Abbau von Grenzen zwischen „Elfenbeinturm“ und Öffentlichkeit, bietet Wissenschaftskommunikation via soziale Medien (Mohammadi et al., 2018) wahrscheinlich auch einen potenziell karriererelevanten persönlichen Nutzen: Taneja et al. fanden zum Beispiel starke Korrelationen zwischen Twitter-Trends bzw. Twitter Nutzung und thematisch passender Preprint- bzw. Publikationsaktivität (Taneja et al., 2021). Weitere Studien konnten überdies einen Zusammenhang zwischen vermehrter Twitter Aktivität bezüglich eines Artikels und dessen Zitationszahl aufzeigen, ein Transmissionseffekt der unabhängig vom Geschlecht der Autorin/des Autors beobachtet wurde (Klar et al., 2020). Hierbei wurden häufig getweetete Artikel teils bis zu 11-mal wahrscheinlicher zitiert (Eysenbach, 2011; Vaghjani et al., 2021). Über Zitationen hinaus gewinnen in den vergangenen Jahren überdies die sogenannten Altmetrics verstärkt an Relevanz für die wissenschaftliche Leistungsbewertung (Piwowar & Priem, 2013; Warren et al., 2017) und somit auch für Karrierepotentiale von Nachwuchswissenschaftler*innen. Im Kern versuchen Altmetrics den gesellschaftlichen Einfluss wissenschaftlicher Ergebnisse zu quantifizieren (Bornmann et al., 2019), indem sie zum Beispiel Erwähnungen in sozialen Netzwerken auszählen (Haustein, 2019; Thelwall, 2018). Unabhängig davon, wie man die Vor- und Nachteile von Altmetrics als zusätzlichem bibliografischen Index nun bewerten mag, so ist es aus nachwachswissenschaftlicher Perspektive wahrscheinlich pragmatisch diese Indizes und ihre partielle Abhängigkeit von der eigenen Aktivität in den sozialen Medien im Bewusstsein zu haben.

Habe ich eine gesellschaftliche Verantwortung?

Unabhängig von persönlicher Karriererelevanz kann - und sollte - verantwortungsbewusst betriebene Wissenschaftskommunikation mittels sozialer Medien auch ein wichtiges Gegengewicht zu den in solchen Netzwerken vielfach perpetuierten Fehlinformationen bilden: Informationen über Weltgeschehen, Politik und Wissenschaft werden vermehrt durch Interaktion mit sozialen Netzwerken konsumiert. Entsprechend bestimmen Inhalte sozialer Netzwerke maßgeblich darüber mit, „wie die Öffentlichkeit über Wissenschaft denkt“ (Allgaier et al., 2013, p. 286). Aus dem Spannungsfeld von steigendem Misstrauen gegenüber öffentlich verfügbaren Informationen (Stichwort „Fake News“) einerseits und der eigenen Kompetenz als Expert*in zu spezifischen Themen andererseits, werden Wissenschaftler*innen dezidiert in die Pflicht genommen sich hier aktiv am Diskurs zu beteiligen (Vraga & Bode, 2017). Konkret empfehlen Vraga und Bode (2017) beispielsweise, dass Expert*innen sowohl auf individueller als auch auf organisationaler Ebene auf Fehlinformationen aufmerksam machen und Anstrengungen unternehmen, diese aktiv zu widerlegen. Vor dem Hintergrund, dass universitäre Wissenschaft primär steuerfinanziert stattfindet, ist dieser Aufruf, dass Wissen Schaffende sich derart am öffentlichen Diskurs beteiligen sollen, durchaus nachvollziehbar. Hier kann also zusätzlich zum persönlichen Nutzen noch ein gesellschaftlicher Auftrag gleichsam miterfüllt werden.

Twitter als Ressource

Es ist überdies wichtig zu betonen, dass einem selbst mit einem eher kleinen Netzwerk eine große Community zur Verfügung steht, wenn man Beiträge und Inhalte passend wählt. So haben z.B. bei einem der Autoren (@BarzykPhilipp; Follower: 77) innerhalb von vier Stunden 474 Personen mit einem seiner Tweets interagiert und etwas mehr als 9.300 Personen haben ihn in ihrer Timeline angezeigt bekommen. Wie kann man also mit einer sehr geringen Anzahl an Followern ein vergleichbar großes Publikum erreichen und was war der tatsächliche Nutzen? Twitter schlägt Personen Beiträge vor, die an Profile gerichtet sind oder Hashtags enthalten, denen sie selbst folgen. Twitter Profile und Hashtags wie #PhDVoice, #AcademicChatter, #AcademicTwitter #phdchat o.ä. ermöglichen so die Verbreitung eigener Beiträge an viele Menschen in kürzester Zeit. In dem hier angeführten Tweet wurde schlicht die persönlich relevante Frage gestellt, welche Werkzeuge die Scientific Community nutzt, um Abbildungen für Publikationen zu erstellen. Verschiedenste Wissenschaftler*innen aus den unterschiedlichsten Forschungsfeldern meldeten sich zu Wort um ihre Erfahrungen, bevorzugten Tools und sogar ihre eigenen Abbildungs-Templates

mit uns und allen die sich diesen Post ansehen zu teilen. Dadurch konnte letztlich nicht nur dem Autor des Tweets geholfen werden, seine Abbildungen und damit das Gesamtbild seiner Arbeiten zu verbessern. Andere Personen, die mit dem Tweet interagierten, konnten diesen speichern und fortan auf dessen Inhalt zurückgreifen. Diese Erfahrung legt nahe, dass der persönliche Nutzen verhältnismäßig wenig durch die eigene Followerzahl limitiert ist und dass die twitternde Scientific Community sehr freigiebig, offen und unterstützend ihr Wissen teilt.

Risiken und Nebenwirkungen?

Zuallererst ist die Entscheidung als Nachwuchswissenschaftler*in soziale Medien für wissenschaftliche Zwecke zu nutzen natürlich mit Opportunitätskosten verbunden: Überwiegt der antizipierte persönliche und gesellschaftliche Nutzen tatsächlich die Zeit, die ich investieren muss (und die mir anderswo fehlt)? Zumindest unsere eigenen Erfahrungen bezüglich Aufwand und Zeit, die in die Formulierung von Tweets investiert werden sind nicht notwendigerweise kompatibel mit dem Verständnis von Twitter als „Kurznachrichtendienst“ für schnelle Kommunikation. Für den im vorherigen Absatz erwähnten Tweet benötigte @BarzykPhilipp etwa 15 Minuten an Arbeitsaufwand um insgesamt 14 Wörter zu tippen, da angesichts des durch Twitter auferlegte Zeichenlimit Twitter jedes Wort gleichsam auf die Goldwaage gelegt werden kann. 15 Minuten klingt natürlich nicht unbedingt nach viel, wenn man aber davon ausgeht, dass der/die durchschnittliche Twitternutzer*in 1,6 Tweets am Tag verfasst (500 Millionen Tweets, bei ca. 300 Millionen Nutzern, Stand Q2 2021), würde @BarzykPhilipp mehr als sechs Tage pro Jahr damit verbringen seine Tweets zu formulieren. Dies ist natürlich eine rein hypothetische Zahl, da nicht jede/r Twitternutzer*in tatsächlich täglich 1,6-mal einen Tweet verfasst und @BarzykPhilipp mit steigender Erfahrung wahrscheinlich auch einen besseren Tweet/Zeit Quotienten erreichen würde, zeigt aber dennoch auf, dass der zeitliche Aufwandes durchaus beträchtlich sein kann.

Wenn nun aber die Frage, ob der antizipierte Nutzen dem damit einhergehenden Aufwand überwiegt dennoch bejaht werden kann, dann empfiehlt es sich trotzdem, auch die Risiken dieser Entscheidung abzuwägen. So sind soziale Medien nach wie vor verhältnismäßig unregulierte Räume und *Trolling* oder *Hate Speech* sind reale Probleme auf diesen Plattformen. Ebenso ist die Möglichkeit, dass sich praktisch jede*r mehr oder weniger anonym als Expert*in zu Themen positionieren kann ein zumindest zweischneidiges Schwert (siehe auch Box 1). Zumal Algorithmen hinter Social Media Plattformen Bias und die Verbreitung von Fehlinformationen verstärken können („The social Dilemma“, 2020). Vor durchaus aggressivem oder polemischem Austausch ist auch die Wissenschaftskommunikation via Twitter nicht gefeit und manch eine*r könnte durch die

berechtigte Sorge, ungewollt „zwischen die Fronten“ zu geraten, von der aktiven Teilnahme abgeschreckt werden.

Box 1: „Scientific Kardashians“?

Traditionelle Metriken der Leistungsbewertung (z.B. Zitationen) und neuere Metriken (z.B. Altmetrics) führen dazu, dass sowohl die inward-facing, als auch die outward-facing Rezeption von Wissenschaftler*innen quantifiziert wird. Zwischen den Rezeptionsformen kann es Diskrepanzen geben. So mag eine Person beispielsweise vielfach zitiert werden, sich aber nicht aktiv an der Diskussion ihrer Arbeiten via Twitter beteiligen. Umgekehrt, könnte man (noch) wenig zitiert werden, sich aber durch sehr aktive Kommunikation und Diskussion via Twitter eine substanzielle Followerschaft aufgebaut haben. Um diese Diskrepanz zu quantifizieren hat Neil Hall (2014) hierzu in einem humoristischen Beitrag in *Genome Biology* den „Kardashian-Index“ kreiert (angelehnt an Kim Kardashian, die mit ihren Social-Media-Kanälen Millionen an Menschen erreicht und Informationen verbreiten kann). Dieser setzt Zitationszahl und Twitter-Follower ins Verhältnis: Ein geringer Kardashian-Index kann darauf hindeuten, dass die öffentliche Wahrnehmung (operationalisiert über die Twitter-Follower) dem wissenschaftlichen Gewicht hinterherhinkt. Umgekehrt würde ein hoher Index – als Cut-Off wird ein Kardashian-Index von 5 vorgeschlagen – nahelegen, dass die öffentliche Wahrnehmung den eigenen wissenschaftlichen Beitrag überschreitet.

Es ist wichtig zu wiederholen, dass dieser Index explizit eine humoristische Metrik ist, die einem selbst einen Eindruck davon geben kann, wie die eigene inward-facing und outward-facing Rezeption zueinander im Verhältnis stehen. Wirklich ernst genommen werden sollte diese allerdings nicht, da das Verhältnis von Zitationen zu Followern zum Beispiel systematisch gegen Nachwuchswissenschaftler*innen verzerrt ist: Da es schneller geht, sich einen ersten Stamm an Followern auf Twitter aufzubauen als zitiert zu werden (insbesondere ganz am Anfang der Karriere), werden Nachwuchswissenschaftler*innen somit automatisch schneller als Scientific Kardashians kategorisiert. Wir beide haben übrigens noch einen langen Weg vor uns, bevor wir uns Scientific Kardashians nennen können – unsere Indizes sind unter 1. Wir erwarten aber durch diesen Beitrag, unsere eigene „Kardashianisierung“ etwas voranzutreiben.

„Das Internet vergisst nie“

Bis zu einem gewissen Grad sind alle Beiträge, die man je auf sozialen Medien gepostet, geteilt oder geliked hat immer auffindbar. Beispiele aus Politik, Sport oder Unterhaltung haben schon vielfach und medienwirksam gezeigt, wie dies sehr problematisch werden kann. Entsprechend erscheint uns die oben beschriebene bewusste Reflexion darüber, wie, mit wem und zu was man sich berufsbezogen in den sozialen Medien äußern will als enorm wichtig: Nutze ich meinen Account als Privatperson (@BarzykPhilipp), repräsentiere ich eine Gruppe (@SportKonstanz) oder eine Institution (@UniKonstanz)? Zu was äußere ich mich und in welcher Art und Weise? Die Kürze der Ausdrucksform, die verhältnismäßig lockere

Umgangsform, sowie die Verfügbarkeit und hohe Geschwindigkeit von Twitter könnten hier durchaus dazu beitragen, dass Zwischentöne überhört (z.B. finden alles das gleiche Smiley „ironisch“ oder gibt es hier auch andere Lesarten?) oder Grenzen schneller und vielfach sichtbar überschritten werden als bei anderen Kommunikationsformen.

Zusammenfassung, oder: Wenn dieser Text ein Tweet wäre

Twitter - praktisch um #WissKomm mit persönlichem und gesellschaftlichem Mehrwert zu betreiben: Lernen, Netzwerk, Aufklärung & schamlose Selbstbeweihräucherung ;-)

(Achtung: nicht ohne Risiken & Nebenwirkungen!)

Literatur

Allgaier, J., Dunwoody, S., Brossard, D., Lo, Y.-Y., & Peters, H. P. (2013). Journalism and Social Media as Means of Observing the Contexts of Science. *BioScience*, 63(4), 284–287. <https://doi.org/10.1525/bio.2013.63.4.8>

Bieleke, M., & Wolff, W. (2021). Bug or Feature? Langeweile ist unangenehm und gerade deswegen wichtig. *In-Mind Magazin*. <https://de.in-mind.org/article/bug-or-feature-langeweile-ist-unangenehm-und-gerade-deswegen-wichtig>

Bornmann, L., Haunschild, R., & Adams, J. (2019). Do altmetrics assess societal impact in a comparable way to case studies? An empirical test of the convergent validity of altmetrics based on data from the UK research excellence framework (REF). *Journal of Informetrics*, 13(1), 325–340. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2019.01.008>

Deutsche Welle. (2021, November 9). *In a pandemic, boredom leads to rule-breaking* | DW | 26.02.2021. Deutsche Welle (www.dw.com). <https://www.dw.com/en/in-a-pandemic-boredom-leads-to-rule-breaking/av-56714925?maca=en-Twitter-sharing>

Eysenbach, G. (2011). Can tweets predict citations? Metrics of social impact based on Twitter and correlation with traditional metrics of scientific impact. *Journal of Medical Internet Research*, 13(4), e123. <https://doi.org/10.2196/jmir.2012>

Hall, N. (2014) The Kardashian index: a measure of discrepant social media profile for scientists. *Genome Biology*, 15(424). <https://doi.org/10.1186/s13059-014-0424-0>

- Gupta, S. (2021). In the social distancing era, boredom may pose a public health threat. *ScienceNews*. <https://www.sciencenews.org/article/social-distancing-boredom-covid-19-public-health-pandemic>
- Haustein, S. (2019). Scholarly Twitter Metrics. In W. Glänzel, H. F. Moed, U. Schmoch, & M. Thelwall (Eds.), *Springer Handbooks. Springer handbook of science and technology indicators* (pp. 729–760). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-02511-3_28
- Holmberg, K., & Thelwall, M. (2014). Disciplinary differences in Twitter scholarly communication. *Scientometrics*, 101(2), 1027–1042. <https://doi.org/10.1007/s11192-014-1229-3>
- Klar, S., Krupnikov, Y., Ryan, J. B., Searles, K., & Shmargad, Y. (2020). Using social media to promote academic research: Identifying the benefits of twitter for sharing academic work. *PloS One*, 15(4), e0229446. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0229446>
- Mohammadi, E., Thelwall, M., Kwasny, M., & Holmes, K. L. (2018). Academic information on Twitter: A user survey. *PloS One*, 13(5), e0197265. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0197265>
- Piowar, H., & Priem, J. (2013). The power of altmetrics on a CV. *Bulletin of the American Society for Information Science and Technology*, 39(4), 10–13. <https://doi.org/10.1002/bult.2013.1720390405>
- Pöppel, K. (2020). Wissenschaft und Selbstdarstellung?! Universitäre Forschung in der Sportwissenschaft in Zeiten sozialer (Wissenschafts-)Medien. *Ze-Phir*, 27(2), 4-6.
- Rhodes, L. (Producer), & Orlowski, J. (Director). (2020) *The Social Dilemma*. Retrieved from <https://www.netflix.com>
- Social media for scientists (2018). *Nature Cell Biology*, 20(12), 1329. <https://doi.org/10.1038/s41556-018-0253-6>
- Taneja, S. L., Passi, M., Bhattacharya, S., Schueler, S. A., Gurram, S., & Koh, C. (2021). Social Media and Research Publication Activity During Early Stages of the COVID-19 Pandemic: Longitudinal Trend Analysis. *Journal of Medical Internet Research*, 23(6), e26956. <https://doi.org/10.2196/26956>
- Thelwall, M. (2018). Altmetric Prevalence in the Social Sciences, Arts and Humanities: Where are the Online Discussions? *Journal of Altmetrics*, 1(1), Article 4. <https://doi.org/10.29024/joa.6>

- Vaghjiani, N. G., Lal, V., Vahidi, N., Ebadi, A., Carli, M., Sima, A., & Coelho, D. H. (2021). Social Media and Academic Impact: Do Early Tweets Correlate With Future Citations? *Ear, Nose, & Throat Journal*, 1455613211042113. <https://doi.org/10.1177/01455613211042113>
- Vraga, E. K., & Bode, L. (2017). Using Expert Sources to Correct Health Misinformation in Social Media. *Science Communication*, 39(5), 621–645. <https://doi.org/10.1177/1075547017731776>
- Warren, H. R., Raison, N., & Dasgupta, P. (2017). The Rise of Altmetrics. *JAMA*, 317(2), 131–132. <https://doi.org/10.1001/jama.2016.18346>
- Wolff, W., Bieleke, M., Martarelli, C. S., & Danckert, J. (2021). A Primer on the Role of Boredom in Self-Controlled Sports and Exercise Behavior. *Frontiers in Psychology*, 12, 637839. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.637839>
- Wolff, W., & Martarelli, C. S. (2020). Bored Into Depletion? Toward a Tentative Integration of Perceived Self-Control Exertion and Boredom as Guiding Signals for Goal-Directed Behavior. *Perspectives on Psychological Science : A Journal of the Association for Psychological Science*, 15(5), 1272–1283. <https://doi.org/10.1177/1745691620921394>