

Publishing Trends of the Future – consequences for research outputs and measures of impact

Auf dem HotSpot der Frankfurter Buchmesse thematisierte die DGI die Zukunftstrends des wissenschaftlichen Publizierens in digitalen Zeiten und ihre Konsequenzen für die Forschung.

Elgin Helen Jakisch

Forschungoutput und „Return of Investment“ werden für Forschungseinrichtungen und ihre Träger immer wichtiger. Wie wird man Einflussfaktoren und Forschungsergebnisse in Zukunft messen? Wie stellen sich Verlage darauf ein, wie gehen Hochschulen als Publizierende damit um und wo sieht der Nachwuchs zukünftige Schwerpunkte? Zusammen mit Wissenschaftsverlagen, Verwertungsgesellschaften, Hochschulen und Startups ging die DGI e.V. (Deutsche Gesellschaft für Information und Wissen) diesen Fragen auf dem Hot Spot Professional & Scientific Information in Halle 4.2 nach. Die Veranstaltung der DGI fand in Kooperation mit dem P-D-R (Pharma Documentation Ring) und dem PAID (Pharma Arbeitskreis Information & Dokumentation) statt. DGI-Präsident Dr. Reinhard Karger, Leiter Unternehmenskommunikation des Deutschen Forschungszentrums für Künstliche Intelligenz (DFKI) in Saarbrücken, moderierte.

Sharing matters – Teilen hat Bedeutung

Roheena Anand von der weltweit agierenden Chemiefachgesellschaft Royal Society of Chemistry (RSC) benannte zu Beginn die Veränderungen in der wissenschaftlichen Kommunikation. Vor allem der Austausch zwischen den Wissenschaftlern würde enger werden. Man Sorge sich nicht so sehr um Publikationsformate oder die derzeitigen Mediendebatten, sondern eher darum, wie die wissenschaftliche Zusammenarbeit organisiert werde, einschließlich das Teilen und Weiterleiten von Content in Netzwerken. Die Wahrnehmung der meisten Nutzer sei, so Anand, dass im Netz alles frei zur Verfügung stünde. Trotzdem war ihre Vision von der zukünftigen Arbeit der Verlage eher konservativ, nämlich, dass bisherige Prozesse wie Artikel, Peer-Review, Qualitätskontrollen, bestehen bleiben, weil sie sich bewährt haben. „Sharing matters“, teilen hat Bedeutung, fasste Kate Livingstone von Wiley die Situation zusammen und knüpfte damit an ihre Vorrednerin

an. Sie verwies auf die Open Access-, Open Data- und Open Standards-Entwicklungen und prognostizierte, dass es eine Zunahme an Konkurrenz um die Vergabe von Mitteln für die öffentlich geförderte Forschung geben werde. Deshalb müssten die Verlage mehr Daten auswerten und liefern. Dies betreffe Daten zur Unterstützung bei der Mittelvergabe, der Validierung der Inhalte und auch von der Wissenschaftscommunity. Es gäbe immer noch zu viel versteckten Content, den man immer noch nicht digital und somit verwertbar nutzen könne, so Livingstone. Hier bestünde Nachholbedarf. Sie stellte ein Projekt mit der Luxid Software von Expert Systems vor, mit der Inhalte durch automatische Annotationen und Verlinkungen zu anderen Datenquellen angereichert werden. Der Content tritt in Interaktion. Kate Alzapiedi von RightsDirect stellte die Situation aus Sicht der Interessen der Rechteinhaber und Contentnutzer dar. Ihrer Meinung nach braucht es einfachere und globale Lösungen, alle Bedürfnisse einzube-

ziehen und den Menschen zu helfen, sich legal verhalten zu können. „Keep people from being illegal“, so Alzapiedi. Es könne nicht sein, dass es leichter wäre, eine Raubkopie einer Publikation zu machen als eine Lizenz für die Nutzung zu erwerben. Auch bemerkte sie, dass die Rolle der Information Manager sich dahingehend verändere, häufiger als früher den Return of Investment demonstrieren zu müssen, weshalb es gute Tools dafür geben müsse. Alzapiedi sieht darüber hinaus bei der Recherche und Auswertung von Publikationen eine Zunahme der Nutzung von Big Data-Tools. Hier müsse von den Hochschulen mehr Wissen über Urheberrechte vermittelt werden. Melanie Siegel, Professorin der Hochschule Darmstadt und Johannes Graupe, frisch gebackener Absolvent, bereicherten mit ihrem Vortrag die Diskussion um ihre Sichtweise. Lernen und Lehren überlappe sich immer häufiger. Recherchen von Publikationen und Datennutzung fänden häufiger außerhalb der Bibliothek statt. Beide betonten die Not-



Auf den Inhalt kommt es an – „Meaning matters“, das Fazit aus der DGI-Veranstaltung. V.l.n.r.: Reinhard Karger, Roheena Anand, Kate Alzapiedi, Kate Livingstone, Melanie Siegel, Johannes Graupe, Phil Jones (Foto: Vera Münch)

wendigkeit, dass mittlerweile aller Content digital zur Verfügung stehen müsse. Sie verlangten bessere und vernetzte Tools. Auch würde das traditionelle Format von Büchern und Zeitschriften zu viel Zeit für die Veröffentlichung und damit für die Rezeption kosten.

Was wünschen sich die Millennials? Datenschutz sei ein wichtiger Aspekt, so Graupe, die Funktionen von Suchmaschinen zu kennen und abzugrenzen, Transparenz über die Nutzung von Daten von Drittanbietern und Providern. Urheberrechte seien noch immer schwer zu verstehen, vor allem was man nutzen dürfe und was nicht. Die Informationsqualität und Vertrauenswürdigkeit sei ein wichtiges Thema, ebenso wie die Zunahme der sozialen Interaktion über Information. „Textmining ist gut, die Auswertung von Bildern muss noch besser werden“, so Graupe. Verlage sollten die Bedürfnisse der Millennials ernst nehmen. Sie sind die Nutzer und Contentlieferanten der Zukunft.

Meaning matters – Inhalt hat Bedeutung

Neue Möglichkeiten der Digitaltechnik erlauben einen besseren Informationsfluss zwischen allen Beteiligten. Software ist der zentrale Schlüssel. „Software eats the world“ zitierte Phil Jones von der Digital Sciences Group den Gründer von Netscape, Marc Anderson. Software hat alles verändert. Selbst die großen Internetkapitalisten wie Google, Amazon und Apple „spielen jetzt Verlag, einfach weil sie Geld in Software investieren, weil sie die Bedürfnisse ihrer Kunden genauestens kennen“, so Jones, obwohl sie ursprünglich mal mit einem völlig anderen Business gestartet waren. Der gesamte Publikationsprozess verändere sich. Jones sieht den zukünftigen Publikationsprozesses nicht mit der Veröffentlichung des Werkes auf dem Markt als beendet an, sondern geht in seiner Vorstellung weiter bis ans Ende der Rezeptionskette und der digitalen Interaktion zwischen Rezipi-

enten und Autoren. Für ihn sind alle Daten relevant, die im gesamten Prozess anfallen.

Das Panel, bestehend aus allen genannten Rednern, war sich in der Diskussion einig, dass die Veränderungen sehr schnell kommen. Nutzung, Zugriff und Herstellung von Content werden ihrer Meinung nach bequemer und sie sollten im Einklang mit Datenschutz und Urheberrechten passieren. Contentanbieter täten sich schwer damit, dass in den sozialen Netzwerken Fake und Fakten sich häufig vermischten. Bessere Schnittstellen zwischen den Anbietern könnten helfen, die Qualität der Information zu gewährleisten. Phil Jones sieht die Studierenden leider nicht als Treiber der Entwicklung, denn sie seien häufig noch von Personal betreut, welches noch zu sehr die alten Strukturen gewohnt sei. Hier müssten die Studierenden, Professorinnen und Professoren gemeinsam an einem Strang ziehen und lernen, was in Zukunft möglich sei.

DGI-Präsident Reinhard Karger fasste die Diskussion so zusammen, dass aus seiner Sicht die Künstliche Intelligenz (KI) eine Lösung für viele der angesprochenen Bedürfnisse sein könnte. Es gäbe in der akademischen Welt aber zu wenige Debatten darüber, mahnte er. Wenn er sich in Halle 4.2 umschaue, glaube er nicht, dass man hier auf diese Veränderungen vorbereitet sei. „Wissen wir denn schon heute, welchen Impact Neuronale Netze auf die Arbeit der Verlage haben werden?“, fragte er rhetorisch. Der Fokus läge in der Zukunft auf Semantik. „Wenn dort Fortschritte erzielt werden und „Self-publishing Mechanics“ die Zukunft gehört, hat dies Einfluss auf alles, was wir jetzt Content nennen.“

Programme der Veranstaltung
21.01.2016: <http://dgi-info.de>



Elgin Helen Jakisch
U&B Interim-Services Berlin
jakisch@ub-interim.de