

Kirjallisuustiedettä kansalle!
Eli kuinka tieteenalamme voisi
pelastaa maailman ja samalla
itsensä

—

Elise Kraatila & Hanne Juntunen

K

oko sen ajan, kun me kirjoittajat olemme opiskelleet ja työskennelleet kirjallisuudentutkimuksen parissa – noin kymmenen vuotta – alamme tilaa koskevaa keskustelua on leimannut vaikutelma kriisistä, arvostuksen puutteesta, jopa eloonjäämiskamppailusta. Yhä tulostavoitteellisemmaksi muuttuvassa yliopistomaailmassa kirjallisuustieteen yllä leijuu jatkuva lakkauttamisen tai supistamisen uhka. Tämä lopun aikojen tunnelma kytkeytyy kansainvälisesti meneillään olevaan humanistisen tutkimuksen kriisiin – vaikutelmaan siitä, että lyhytnäköiseen voitontavoitteluun pyrkivässä nykymaailmassa ihmistieteiden on jatkuvasti perusteltava olemassaoloaan (esim. Nussbaum 2010; Meretoja & Lyytikäinen 2015; Kivistö & Pihlström 2018). Näitä olemassaolon oikeutuksia on haettu muun muassa humanismin ja kirjallisuuden kyvystä tehdä meistä empaattisempia yksilöitä ja parempia kansalaisia sekä yleissivistyksen merkityksestä kansalaisyhteiskunnan alati murenevana kivijalkana. Erityisesti kertomuksentutkimus puolestaan on viime vuosina osoittanut käyttökelpoisuuttaan poikkitieteellisessä yhteistyössä, jossa alan metodeja hyödynnetään esimerkiksi sosiaalitieteelliseen tutkimukseen.

Tällä akatemian sisäisellä arvokeskustelulla on ilman muuta oma merkityksensä, kun kirjallisuustiede hakee paikkaansa muuttuvassa maailmassa, samoin kuin alamme metodien näkyvällä soveltamisella tämän muuttuvan maailman tarpeisiin. Näemme kuitenkin ongelmallisena sen, että nämä keskustelut ja sovellukset eivät juuri näy akatemian ulkopuolelle. Kirjallisuustiede on suurelle yleisölle yhä pitkälti tuntematon ala. Verrattuna esimerkiksi historiaan tai psykologiaan – luonnontieteistä puhumattakaan – kirjallisuustieteellinen tutkimus pääsee valtamediassa esille ani harvoin. Näin on edelleen siitä huolimatta, että sosiaalinen todellisuutemme rakentuu yhä enemmän tekstien, jaettujen tarinoiden ja kerronnallistettujen kokemusten varaan, ja vaikka kyky tarkastella kriittisesti näitä todellisuuden jäsentämisen ja tuottamisen tapoja olisi jokaiselle korvaamaton apu informaatiotulvassa luovimiseen.

Väitämmekin, että kirjallisuustieteen menetelmien ja näkökulmien esille tuominen julkisuudessa laajemmalle maallikkoyleisölle on alamme tutkijoiden ehkäpä merkittävin tehtävä tänä päivänä. Tarvitsemme nykyistä enemmän vaikuttavaa tiedeviestintää, joka on suunnattu nimenomaan akateemisten piirien ulkopuoliselle yleisölle. Popularisoimalla alallemme tyyppilliset lähestymistavat ja ajattelun välineet osaksi julkista keskustelua jakaisimme työkaluja 2010-luvun sosiaalisen todellisuuden jäsentämiseen ja kriittiseenkin tarkasteluun. Samalla tulisimme tehneeksi alamme ja sen aikaansaannoksia tutummaksi sille laajalle yleisölle, jonka silmissä kirjallisuustiede herättää nykyisellään mielikuvia lähinnä kirjailijaelämäkerroista. Tekemällä kirjallisuustieteellisestä näkökulmasta vaikuttavan osan julkista keskustelua pystyisimme korostamaan kirjallisuudentutkimuksen arvoa ja erityisyyttä omana alanaan, laajentamaan yleistä käsitystä sen mahdollisuuksista sekä osoittamaan konkreettisesti, mihin tätä tieteenalaa nykymaailmassa tarvitaan. Uskomme myös, että tunnettuus

suuren yleisön keskuudessa loisi perustaa korkeammalle arvostukselle ja siten turvatummalle asemalle myös akatemiassa.

Tarinoiden kyllästävä todellisuutemme on johtanut viime vuosina luke-mattomiin huolestuneisiin puheenvuoroihin niin kutsutusta totuudenjälkei-sestä ajasta. Sanotaan, että elämme maailmassa, jossa mielipiteet rinnastuvat tosiasioihin, tunteet painavat enemmän kuin faktat, ja että käsitystämme todellisuudesta pyritään alati manipuloimaan (ks. Laybats & Tredinnik 2016; Rochlin 2017). Tässä kaoottisessa uudessa maailmassa jokainen on vapaa valit-semaan itse oman todellisuutensa ja elämään omassa ”vaihtoehtoisessa epis-teemisessä tilassaan” (Lewandowsky, Ecker & Cook 2017, 360), eristäytyneenä sosiaalisen median algoritmien tukemaan informaatiokuplaan. Samaan aikaan kertomukset nähdään niin ihmistieteissä kuin valtamedian diskursseissakin yhä tyypillisemmin välineinä sosiaalisen todellisuutemme rakentamiseen (Meretoja & Davis 2018). Nämä välineet voidaan valjastaa työkaluiksi tai jopa aseiksi (Roussin 2017, 385): niistä tulee manipulaation keinoja, joilla vaikutetaan paitsi asenteisiin ja mielipiteisiin, myös käsitykseemme siitä, miten maailma ylipäätään toimii.

Medialukutaidosta puhutaan jatkuvasti olennaisena osana medioituneessa nykymaailmassa pärjäävien kansalaisten osaamista, ja tässä totuudenjälkeisyy-den ajassa sen merkitys ei ole ainakaan vähenemässä. Valeuutisten, retoristen keinojen ja vaikuttamaan pyrkivien kielikuvien tunnistaminen alkaa olla välttä-mätöntä, jotta nykymaailman viestien tulvassa kykenisi tekemään valistuneita valintoja. Medialukutaidon edistämistä ei saa jättää yläkoulujen ja lukioiden opetussuunnitelmiin kirjatuuksi kauniiksi tavoitteiksi. Kirjallisuustiede osana arkista mediakeskustelua tarjoaisi tekstikriittistä näkökulmaa todellisuuden jäsentämisen avuksi, mikä hyödyttäisi kansalaisia läpi elämän.

Antamalla yleisölle työkaluja läpikotaisin medioituneen nykymaailman analyttiseen ja kriittiseen tarkasteluun kirjallisuustieteilijät paitsi toteuttaisivat tärkeää yhteiskunnallista tehtävää, myös tekisivät alan olemassaolon ja tekemämme työn näkyväksi. Näkyvyys puolestaan lisäisi arvostusta luomalla julkisia mielikuvia siitä, että kirjallisuustieteellä on tavalliselle ihmiselle paljon annettavaa. Samalla se voisi osaltaan kaventaa asiantuntijoiden ja kansalaisten välille revennyttä epäluuloisuuden juopaa osoittamalla, että jaamme kaikki saman haastavan todellisuuden ja etsimme keinoja siinä selviytymiseen (ks. Kivistö & Pihlström 2018, 23). Tuomalla kirjallisuustiedettä lähemmäksi kansaa rikkoisimme pölyisiä mielikuvia kuolleiden runoilijoiden parissa puuhastele-vista norsunluutonlaisista, ja osoittaisimme konkreettisella tavalla, mihin tätä tieteenalaa nykymaailmassa tarvitaan.

Mitattavia tuloksia ja lyhytjänteistä hyödyntavoittelua korostavassa ajas-samme ihmistieteet perustelevat usein olemassaoloaan välineellistymisen kautta. Tutkimuksen tarkoituksiksi ymmärretään taloudellis-yhteiskunnallisen hyödyn tuottaminen (ks. Muhonen & Puuska 2014), ja tämä hyöty puoles-taan typistyy usein julkisessa keskustelussa pelkästään taloudelliseksi voitoksi.

Tästä syystä kirjallisuustieteen kohtalona vaikuttaa usein olevan alistuminen tiedon tuottamisen välineeksi ja työkaluksi; metodiseksi aputieteeksi jollekin ”kovemmalle” tieteelle, joka puolestaan toimii mitattavan hyödyn tuottamisen välineenä. Kirjallisuustieteen arvo määräytyy tällöin sen perusteella, miten kätevä apuväline se on tässä hyödyntämisessä.

Tällainen tieteidenvälinen yhteistyö on toki sinällään kannatettavaa ja tuottaa sekin erittäin kiinnostavaa tutkimusta. Meitä kuitenkin huolettaa näissä asetelmissä usein vallitseva tieteenalojen välinen hierarkia ja se, että juuri kirjallisuustiede ei saa keskeistä roolia tutkimuksen kysymyksenasettelussa tai tuloksissa. Tällöin alamme muulle tutkimukselle antama merkittävä panos ei myöskään pääse esille, kun näistä poikkitieteellisistä projekteista mahdollisesti uutisoidaan tiedeyhteisön ulkopuoliselle yleisölle. Aputieteistyminen uhkaa siis jättää jo ennestään marginalisoituneen tieteenalamme yhä etäämmälle potentiaalisesta laajemmasta maailikkoyleisöstä.

Miten kirjallisuudentutkimus itsessään sitten voisi näyttäytyä suuren yleisön silmissä hyödyllisenä tässä kovenevien arvojen maailmassa? Suoraa rahallista hyötyä siitä tuskin voi saada, mutta epäsuoraa ehkä hyvinkin. Aiemmin mainittu medialukutaito, kriittisempi asenne tarinoita ja vaikuttamaan pyrkivää retoriikkaa kohtaan, sekä parempi tarinoiden ja kuvien analysointikyky voisivat yhdessä tuoda yhden ratkaisun palasen aikamme visaisiin kysymyksiin esimerkiksi tieteenvastaisuuteen liittyen. On huomattu, että virheellisiin käsityksiin ja valeutisiin perustuvia uskomuksia on lähes mahdotonta muuttaa todistusaineistolla tai faktantarkistuksella (Laybats & Tredinnik 2016, 204; Rochlin 2017) – hyvät tarinat, olivatpa ne tosia tai eivät, vaikuttavat enemmän. Tästä syystä yhteiskunta tarvitseekin enemmän osaamista tällaisten vaikuttamaan pyrkivien tarinoiden tunnistamiseen ja kriittiseen tarkasteluun. Tulokset voisivat olla rahassa mitattavissa epäsuorasti esimerkiksi terveydenhuolto- ja koulutuskustannuksissa.

Julkinen näkyvyys vaatii kuitenkin tutkimuksen popularisointia. Se puolestaan ei kannata tutkimuksen bibliometrisen mittaamisen takia. Yleinen näkemys tutkimuksen mitattavuudesta on, että kilpailussa kollegoja vastaan parhaat pisteet saa kansainvälisistä artikkeleista alojen huippujulkaisuissa. Tarmonsä suuntaaminen tällaiseen julkaisuun vaikuttaa siis ainoalta urakehityksen kannalta mielekkäältä vaihtoehdolta. Popularisoivien, suomen- ja ruotsinkielisten julkaisujen arvo on murto-osa tällaisten julkaisujen arvosta. Erityisesti ongelma koskee meitä humanisteja, sillä lähemme jo alkumetreiltä takamatkalta luonnontieteilijöihin nähden. On todettu (esim. Mu-hsuan & Yu-Wei 2008; Nederhof 2006; Knowlton et al. 2019; Antell et al. 2016), että tieteen mittarit eli bibliometriikat suosivat englanninkielisten luonnontieteellisten alojen julkaisuperinteitä. Arvottamisen erot niin julkaisumuodoissa ja -kanavissa, viittausperinteissä kuin työskentelymuodoissa luonnon- ja ihmistieteiden välillä tuottavat tilanteen, jossa ihmistieteet näyttävät vähemmän vaikuttavilta.

Tällaisessa tilanteessako siis kirjallisuustieteilijän pitäisi käyttää kallista työaikaansa tutkimuksensa julkiseen kaupitteluun? Tutkimuksen vaikuttavuuden mittaamisen tavat eivät kannusta yleistajuistamiseen, eikä tutkijan tiukka aikataulu yleisön kanssa vuorovaikuttamiseen. Tutkimus ja kokemus osoittavat silti, että asiantuntijapuheenvuorot ja sosiaaliseen mediaan jalkautuminen voivat edistää paitsi tieteenalan tuntemusta, myös tutkijan omaa uraa. Esimerkiksi sosiaalisessa mediassa mainostetut tutkimusartikkelit pysyvät relevantteina eli usein siteerattuina pidempään kuin muut (Botting et al. 2016, 799; Xianweng et al. 2015). Sellaiset artikkelit, joista twiitataan usein, ovat jopa 11 kertaa todennäköisemmin usein siteerattuja kuin artikkelit, joista on twiitattu vain harvoin (Eysenbach 2011, 134). Ennen kaikkea näkyvyys on kuitenkin hyödyllistä alan julkisuuskuvalle, sillä twiittaaminen ennustaa parhaiten tutkimuksen sosiaalista vaikuttavuutta, eli sitä, miten ja mitkä tutkimukset resonoivat suuren yleisön keskuudessa (Eysenbach 2011; Knowlton et al. 2019). Tutkimuksen popularisointi voi siis auttaa uralla eteenpäin sekä kompensoida epäreiluja vaikuttavuuden mittareita.

Mitä siis tehdä? Mahdollisuuksia on useita, ja ne voi jakaa kolmeen kategoriaan: julkaisukäytäntöihin, vanhan median näkyvyyteen sekä sosiaalisen median käyttöön. Julkaisukäytäntöihin liittyen vaikuttavin tapa on *open access*- eli avoin julkaiseminen, joko avoimen julkaisun lehdissä ja kirjoissa tai rinnakkaisjulkaisemista hyödyntäen. Omia artikkeleitaan voi ladata vapaasti saataville eri sivustoille, ja yliopistot tarjoavat mahdollisuuksia rinnakkaisjulkaisuun. Avoimiin julkaisuihin viitataan tutkimusten mukaan (Botting et al. 2016; Xianweng et al. 2015) useammin ja pidemmällä aikavälillä kuin maksullisiin, eli ne ovat vaikuttavampia ja pitkäikäisempiä. Avoimesti julkaistut artikkelit ovat saavutettavampia myös tiedeyhteisön ulkopuolella sekä journalisteille että tieteestä kiinnostuneille maallikoille.

Vanha media edustaa perinteistä näkyvyyttä: tutkijapuheenvuoroja ja asiantuntijalausuntoja. Vaikka tutkijan ja toimittajan vuorovaikutuksessa voi olla haasteita (Väliverronen 2016, 70-71), vanhassa mediassa julkisuus tuo myös akateemista vaikuttavuutta tutkimukselle, sillä esillä olleisiin tutkimuksiin viitataan tutkitusti useammin (Mathelus et al. 2012). Vanhan median edustajat saavat juttuvinkkejä suoraan yliopistoista paitsi näiden viestintäosastoilta ja esimerkiksi väitöstiedotteista, myös enenevässä määrin sosiaalisesta mediasta.

Sosiaalinen media on myös tehokkain keino päästä suoraan kosketuksiin suuren yleisön kanssa. Somessa kasvatetaan tutkijan henkilökohtaista brändiä, mikä voi johtaa sekä asiantuntijarooleihin vanhassa mediassa että yliopiston sisäiseen urakehitykseen (Côté & Darling 2018, 689; Knowlton et al. 2019, 337). Käyttökelpoisia sosiaalisen median kanavia ovat esimerkiksi blogit, Twitter, Facebook, Instagram sekä avoimen julkaisun ja verkostoitumisen kanavat Researchgate, Academia.edu, LinkedIn, Mendeley ja suomalainen Kuka.fi. Mahdollisimman laajat tiedeyhteisön ulkopuoliset yleisöt tavoitetaan helpoimmin Twitterin ja Facebookin kautta (Knowlton et al. 2019, 332).

Eniten hyötyä sosiaalisesta mediasta saa todennäköisesti irti eri alustojen yhdistämisellä: Avoimesti julkaistun artikkelin voi linkittää siitä kirjoitettuun blogipostaukseen, joka on tekstityyppinä itse artikkelia välittömämpi ja henkilökohtaisempi, mikä on kovaa valuuttaa sosiaalisessa mediassa (vrt. Svinhufvud 2013). Bloggausta voi puolestaan jaella eteenpäin esimerkiksi Twitterissä. Tällä tavalla esillä olleisiin artikkeleihin viitataan jopa kaksi kertaa todennäköisemmin kuin verrokkeihin (Botting et al. 2016, 795). Parasta sosiaalisen median hyödyntämisessä on, että se on uravaiheesta ja tutkimusintresseistä riippumaton keino saada omaa asiantuntijuuttaan ja kirjallisuustieteelle ominaisia tapoja ymmärtää todellisuutta näkyviin monissa eri kanavissa ja eri yleisöille. Se vaatii vain tutkijan omaa aktiivisuutta.

Suomessa meillä on jo rohkaisevia esimerkkejä siitä, miten kirjallisuustieteen popularisaatio voi edistää alan tuntemusta ja tutkijoiden uraa. Esimerkiksi Maria Mäkelän Tampereen yliopistossa johtama *Kertomuksen vaarat* -tutkimusprojekti on onnistunut saamaan poikkeuksellisen laajaa näkyvyyttä ja jakamaan kirjallisuustieteellistä näkökulmaa maallikkoyleisön palvelukseen. Tämän on mahdollistanut projektin jalkautuminen sosiaaliseen mediaan, erityisesti aktiivisen Facebook-sivun kautta tapahtunut aineiston keräämisen joukoistaminen. *Kertomuksen vaarat* on Facebookin kautta saanut lähes 7000 seuraajaa mukaan pohtimaan tapoja, joilla mediassa hyödynnetään kertomuksia usein kyseenalaisiin tarkoituksiin. Näin se on onnistunut popularisoimaan tekstikriittistä otettaan tarinoin tavalla, jonka seuraukset saattavat olla jopa kauaskantoisempia ja yhteiskunnallisesti merkittävämpiä kuin tutkimuksen itsensä. Somenäkyvyys on vuorostaan poikanut projektille huomiota ja vaikutusvaltaa myös vanhan median alustoilla. Kirjallisuustieteellisestä ajattelusta on onnistuttu tekemään osa arkista uutisvirtaa.

Kun tuomme kirjallisuustieteen suuren yleisön tietoisuuteen kiinnostavaa ja arkielämälle relevanttia tutkimustietoa tuottavana alana, popularisaation mahdollisuudet voivat myös kasvaa lisääntyvän kiinnostuksen myötä. Mitä jos suurelle yleisölle suunnatut tekstianalyysioppaat jonain päivänä komeilisivat kirjakauppojen bestseller-hyllyissä populaarien historiateosten ja psykologiaa valtavirtaistavien johtamisoppaiden rinnalla? Mitä jos sanomalehtien tiedesivuilla julkaistaisiin artikkeleita metaforien käytöstä maailman merkityksellistämiseen ja kaunokirjallisuuden tavoista reagoida muuttuvan todellisuuskäsityksen vaatimuksiin? Tämä utopia voi tuntua vielä kaukaiselta, mutta ei ole mitään syytä uskoa, etteikö se määrätietoisella työllä olisi saavutettavissa. Monilla meistä kirjallisuudentutkijoista sen tavoittelun yhtenä esteenä on sisäistetty taipumuksemme kokea epävarmuutta siitä, kiinnostavatko tutkimusaiheemme ketään. Tästä huolesta ei pääse yli kuin kokeilemalla – ja uskomme, että pääsääntöisesti yleisön kiinnostus kyllä herää, kun sille annetaan tilaisuus.

Jotta voi syntyä mielenkiintoa, täytyy ensin näkyä. Erityisesti internetin uudet alustat tarjoavat lukuisia mahdollisuuksia myös meille humanisteille saada äänemme kuuluviin – pitäkäämme siis huoli, että se myös kuuluu.

Kirjallisuus

- Antell, Karen, Joe S. Foote & Jody Bales Foote 2016. Scholarly Publishing's Evolving Landscape: Impact Metrics, Electronic-Only Journals, and Open Access in Journalism and Communication Research. *Journalism & Mass Communication Educator* 71(3), 309–328. <https://doi.org/10.1177/1077695816668864>.
- Botting, Nicola, Lucy Dipper & Katerina Hilari 2016. The Effect of Social Media Promotion on Academic Article Uptake. *Journal of the Association for Information Science and Technology* 68(3), 795–800. <https://doi.org/10.1002/asi.23704>.
- Côté, Isabelle M., & Emily S. Darling 2018. Scientists on Twitter: Preaching to the Choir or Singing from the Rooftops? *FACETS* 3, 682–694. <https://doi.org/10.1139/facets-2018-0002>.
- Eysenbach, Gunther 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), 123–142. <https://doi.org/10.2196/jmir.2012>.
- Huang Mu-hsuan & Yu-Wei Chang 2008. Characteristics of Research Output in Social Sciences and Humanities: From a Research Evaluation Perspective. *Journal of the Association for Information Science and Technology* 59(11), 1819–1828. <https://doi.org/10.1002/asi.20885>.
- Kivistö, Sari & Sami Pihlström 2018. *Sivistyksen puolustus: Miksi akateemista elämää tarvitaan?* Helsinki: Gaudeamus.
- Knowlton, Sasha E., Sabrina Paganoni, William Niehaus, Monica Verduzco-Gutierrez, Raman Sharma, Mary Iaccarino, Todd Hayano, Jeffrey C. Schneider, & Julie K. Silver 2019. Measuring the Impact of Research Using Conventional and Alternative Metrics. *American Journal of Physical Medicine & Rehabilitation* 98(4), 331–338.
- Laybats, Claire & Luke Tredinnik 2016. Post Truth, Information, and Emotion. *Business Information Review* 33(4), 204–206. <https://doi.org/10.1177/0266382116680741>.
- Lewandowsky, Stephan, Ullrich K. H. Ecker & John Cook 2017. Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the 'Post-Truth' Era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition* 6, 353–369. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>.
- Mathelus, Sharon, Ginny Pittman, & Jill Yablonski-Crepeau 2012. Promotion of Research Articles in the Lay Press: A Summary of Three-year pProject. *Learned Publishing* 25(3), 207–212. <https://doi.org/10.1087/20120307>.
- Meretoja, Hanna & Colin Davis 2018. Introduction: Intersections of Storytelling and Ethics. *Teoksessa Storytelling and Ethics. Literature, Visual Arts, and the Power of Narrative*. Toim. Hanna Meretoja & Colin Davis. New York: Routledge, 1–20. <https://doi.org/10.4324/9781315265018>.
- Meretoja, Hanna & Pirjo Lyytikäinen 2015. Why We Read: The Plural Values of Literature. *Teoksessa Values of Literature*. Toim. Hanna Meretoja, Pirjo Lyytikäinen, Saija Isomaa & Kristina Malmio. Leiden: Brill Rodopi, 1–22. https://doi.org/10.1163/9789401212052_002.
- Muhonen, Reetta & Hanna-Mari Puuska (toim.) 2014. *Tutkimuksen kansallinen tehtävä*. Helsinki: Vastapaino.
- Nederhof, Anton J. 2006. Bibliometric Monitoring of Research Performance in the Social Sciences and the Humanities: A Review. *Scientometrics* 66(1), 81–100. <https://doi.org/10.1007/s11192-006-0007-2>.
- Nussbaum, Martha B. 2010. *Not for Profit: Why Democracy Needs Humanities*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Roehlin, Nick 2017. Fake News: Belief in Post-Truth. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition* 6, 353–369.
- Roussin, Philippe 2017. What Is Your Narrative? Lessons from the Narrative Turn. *Teoksessa Emerging Vectors of Narratology*. Toim. Peter Krogh Hansen et al. Amsterdam: De Gruyter, 383–404. <https://doi.org/10.1515/9783110555158-019>.

- Svinhufvud, Esa 2013. Verkkoön kirjoittaminen. Teoksessa *Tieteen yleistajuistaminen*. Toim. Ulpu Strellman & Johanna Vaattovaara. Helsinki: Gaudeamus, 190–212.
- Väliverronen, Esa 2016. *Julkinen tiede*. Helsinki: Vastapaino.
- Xianweng, Wang, Chen Liu, Wenli Mao & Zhichao Fang. 2015. The Open Access Advantage Considering Citation, Article Usage and Social Media Attention. *Scientometrics* 103(2), 555–564. <https://doi.org/10.1007/s11192-015-1547-0>.