

Marzena Świgoń

ORCID: 0000-0003-3600-8349

Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej
Wydział Humanistyczny
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Ewa Głowacka

ORCID: 0000-0001-9538-9386

Instytut Badań Informacji i Komunikacji
Wydział Filozofii i Nauk Społecznych
Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

Małgorzata Kisilowska-Szurmińska

ORCID: 0000-0001-5733-5424

Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii
Uniwersytet Warszawski

Academia.edu, ResearchGate, Google Scholar, Scopus i Publons (Web of Science) – szczegółowa analiza obecności reprezentantów nauk o komunikacji społecznej i mediach

Słowa kluczowe: komunikacja naukowa, nauki o komunikacji społecznej i mediach, media społecznościowe, Academia.edu, ResearchGate, Google Scholar, Scopus, Web of Science, Publons

Keywords: scholarly communication, communication and media sciences, social media, Academia.edu, ResearchGate, Google Scholar, Scopus, Web of Science, Publons

Wprowadzenie

Przeobrażenia współczesnej komunikacji naukowej wiążą się w dużej mierze z rozwojem mediów społecznościowych i serwisów stworzonych specjalnie z myślą o pracownikach naukowych. W niniejszym artykule przeanalizowano wykorzystywanie wybranych serwisów dla naukowców przez wyselekcjonowaną grupę przedstawicieli nauk o komunikacji społecznej i mediach. Tę nową dyscyplinę tworzą m.in. medioznawcy, bibliolodzy, informatolodzy, kognitywiści,

a także przedstawiciele innych nauk, np. politolodzy, literaturoznawcy czy językoznawcy (Głowacka i in., 2021). Celem podjętych badań była szczegółowa analiza obecności pracowników naukowych w największych pełnotekstowych i bibliograficznych międzynarodowych bazach, wyszukiwarkach, takich jak Google Scholar, Scopus i Publons (Web of Science), a także w serwisach społecznościowych Academia.edu oraz ResearchGate. Ogólną analizę zawarto w innej publikacji (Kisilowska-Szurmińska i in., 2022). Powyższe bazy i serwisy pozwalają naukowcom na tworzenie autorskich profili, prezentowanie własnego dorobku naukowego, dzielenie się nim, czyli budowanie własnej widoczności w internecie oraz sieci kontaktów naukowych na całym świecie. Posiadanie kont w tych mediach prowadzi do zwiększania rozpoznawalności badacza na arenie międzynarodowej. Do pewnego stopnia odzwierciedla także reputację naukowca zdobywaną dzięki cytowaniom, czyli wskaźnikom bibliometrycznym, jak też altmetrycznym, takim jak m.in.: ściąganie tekstów, komentowanie i polecenie.

Z badań podejmowanych ostatnio na świecie (Ortega, 2015ab; 2017ab; Asnafi, 2017; Míguez-González et al., 2017) oraz w Polsce (Iwańska-Cieślik, 2016ab; Białka, 2019; Kowalska-Chrzanowska i Krysiński, 2020) wynika, że serwisy Academia.edu, ResearchGate i Google Scholar są popularnymi kanałami komunikacji wśród przedstawicieli nauk humanistycznych i społecznych, w tym m.in. związanych z naukami o komunikacji społecznej i mediach oraz ich subdyscyplinami (np. medioznawstwem czy bibliologią i informatologią).

Z porównania wskaźników pochodzących z różnych baz wynika, że Google Scholar jest najpopularniejszą wyszukiwarką i mającą największy zasięg (de Winter et al., 2014; Martín-Martín et al., 2018; Gusenbauer, 2019).

Trzeba też wspomnieć, że wskaźniki z tych serwisów (liczba cytowań, indeks Hirscha itd.) nie są doskonałą miarą ani wpływu danej publikacji, ani reputacji danego badacza (van Bevern et al., 2016; Ortega, 2018; Merga et al., 2020). Reputację buduje się przede wszystkim metodami tradycyjnymi, takimi jak: kierowanie grantami, udział w projektach, publikowanie w liczących się czasopiśmie i wydawnictwach oraz międzynarodowa współpraca badawcza (Jamali et al., 2016). Niemniej wskaźniki te mogą w przyszłości być wykorzystywane w ocenie badań i pracowników naukowych (Halevi et al., 2017; Delgado López-Cózar et al., 2019) lub do śledzenia dokonań zespołów badawczych (Thoma i Chan, 2019).

Metodyka i organizacja badań

Konstruując grupę reprezentantów nauk o komunikacji społecznej i mediach (dalej NoKSiM), autorki posługiwały się danymi dostępnymi w listopadzie 2020 roku w różnych bazach, np. Nauka Polska, Radon, oraz na stronach internetowych poszczególnych uczelni. Dane dotyczące obecności w serwisach objętych analizą: Academia.edu, ResearchGate, Google Scholar, Scopus i Publons (WoS), zbierane były w tym samym czasie, czyli do listopada 2020 roku.

Grupa badawcza składała się z 570 naukowców z 20 uczelni, głównie publicznych, z jednostek prowadzących kształcenie w zakresie dziennikarstwa i bibliotekoznawstwa lub pokrewnych. Były to następujące uczelnie: Uniwersytet Warszawski (77 osób), Uniwersytet Wrocławski (68), Uniwersytet Śląski (49), Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie (47), Uniwersytet Jagielloński (45), Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu (34), Uniwersytet Łódzki (34), Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego (29), Katolicki Uniwersytet Lubelski (26), Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie (26), Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie (25), Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie (20), Uniwersytet Gdański (19), Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy (17), Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach (15), Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu (12), Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie (8), Akademia Ignatianum w Krakowie (8), Uniwersytet Opolski (6), Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach (5).

Biorąc pod uwagę klasyfikację dyscyplin sprzed 2018 roku, najliczniej (w grupie badanych 570 osób) reprezentowana była (Głowacka i in., 2021): bibliologia i informatologia – 132 osoby, następnie nauki o polityce – 106 osób, dalej: literaturoznawstwo – 75, językoznawstwo – 39, nauki o mediach – 35, historia – 34, teologia – 28, socjologia – 26 (wymieniono tu reprezentacje powyżej 20 osób).

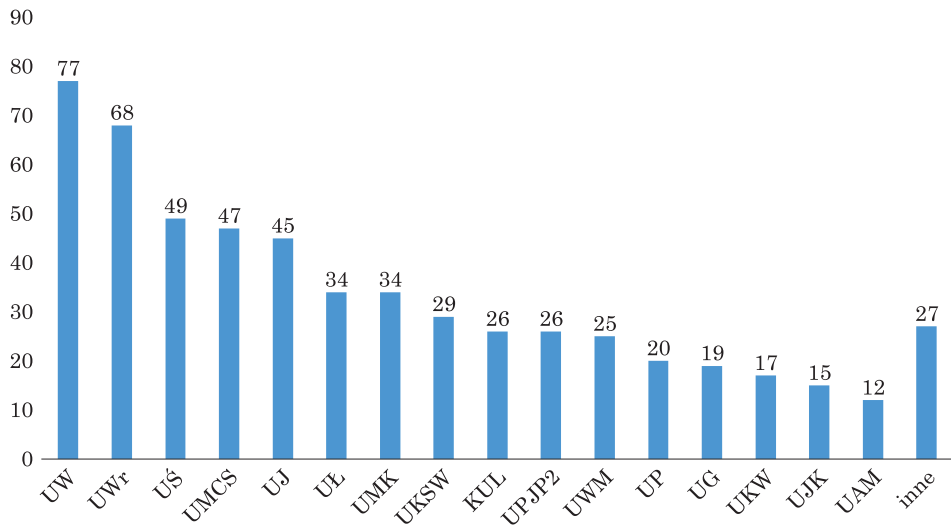
W listopadzie 2018 roku zdecydowana większość tej grupy (L=570), tj. 499 osób, przypisała się do nauk o komunikacji społecznej i mediach w całości lub wybrała ją jako jedną z dwóch dyscyplin. W nowej dyscyplinie dominowali bibliolodzy i informatolodzy (91) oraz reprezentanci nauk o polityce (87); dalej literaturoznawcy (44), medioznawcy (26), teologowie (24), językoznawcy (22) i historycy (21). Można też dodać, że duża grupa bibliologów i informatologów wybrała nie NoKSIM, a nauki o kulturze i religii (głównie pracownicy z Uniwersytetu Śląskiego oraz częściowo Uniwersytetu Łódzkiego).

Strukturę zidentyfikowanej grupy naukowców (L=570) pod względem afiliacji oraz stopnia i tytułu naukowego, a także płci przedstawiono graficznie (rys. 1–3).

Pod względem afiliacji w badanej grupie dominowali pracownicy dwóch uniwersytetów: Warszawskiego (13,5% ogółu badanych) oraz Wrocławskiego (11,9%). Duże, ponad czterdziestoosobowe, grupy pochodziły z trzech innych uniwersytetów publicznych: Śląskiego, Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie oraz Jagiellońskiego. W kategorii *inne* łącznie przedstawiono dane dotyczące uczelni, w których pracowało mniej niż 10 osób, a były to: Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Akademia Ignatianum w Krakowie, Uniwersytet Opolski oraz Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach (dotyczy to także wykresów prezentowanych w dalszej części artykułu).

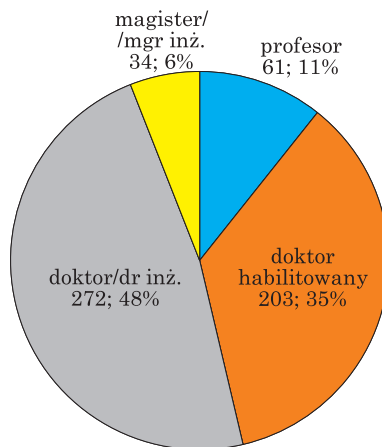
Pod względem stopnia i tytułu naukowego (rys. 2) grupę badawczą tworzyli: profesorowie (10,7% ogółu badanych), doktorzy habilitowani (35,7%), doktorzy (47,7%) oraz magistrowie (5,9%).

W analizowanej grupie badawczej (rys. 3) więcej było kobiet (306, 53,6%) niż mężczyzn (264, 46,4%).



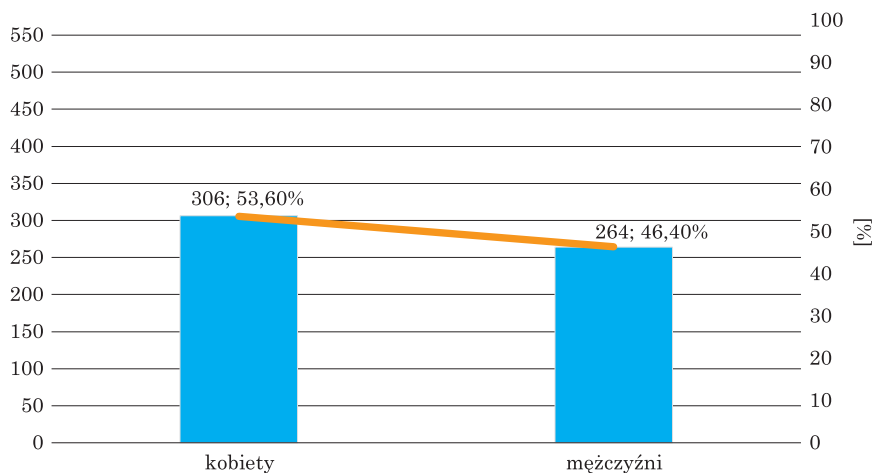
Rys. 1. Struktura grupy badawczej (L=570) pod względem afiliacji
(kategoria *inne*: mniej niż 10 osób w uczelni)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.



Rys. 2. Struktura grupy badawczej pod względem stopnia i tytułu naukowego
(L=570)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.



Rys. 3. Struktura grupy badawczej pod względem płci (L=570)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

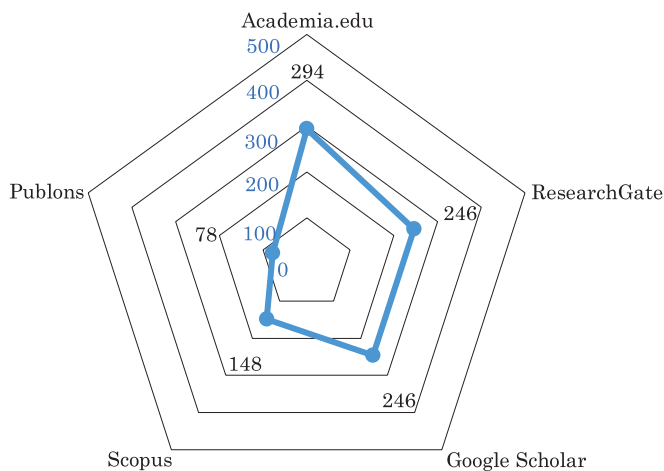
Wyniki badań

W tej części artykułu przedstawiono wyniki przeprowadzonych badań, tzn. wykorzystywanie pięciu serwisów w kolejności zgodnej z ich popularnością przez przedstawicieli NoKSiM: Academia.edu, ResearchGate, Google Scholar, Scopus i Publons. Charakterystyki dokonano zarówno w odniesieniu do całej grupy, jak i podgrup wyodrębnionych według następujących zmiennych: afiliacja, stopień i tytuł naukowy oraz płeć. Najpierw omówiono wyniki dla wszystkich serwisów łącznie, a następnie odrębnie scharakteryzowano wykorzystywanie każdego z pięciu serwisów.

W listopadzie 2020 roku najpopularniejszym serwisem w badanej grupie reprezentantów nauk o komunikacji społecznej i mediach (rys. 4) okazał się serwis Academia.edu, na którym konto miały 294 osoby (51,5% ogółu 570 badanych). Na drugim miejscu uplasowały się dwa serwisy: ResearchGate i Google Scholar, na których profile założyło po 246 naukowców (po 43,1%).

W międzynarodowej bazie Scopus zidentyfikowano profile 148 osób z badanej grupy (25,9%), a w serwisie Publons powiązany z Web of Science jedynie 78 kont (13,6%).

Biorąc pod uwagę stopień i tytuł naukowy badanych (tab. 1), stwierdzono, że największa grupa użytkowników wszystkich serwisów to doktorzy (w tym doktorzy inżynierowie) oraz doktorzy habilitowani, a najmniejsza to magistrowie (i magistrowie inżynierowie).



Rys. 4. Wykorzystywanie serwisów i platform dla naukowców w całej grupie badanych (L=570)

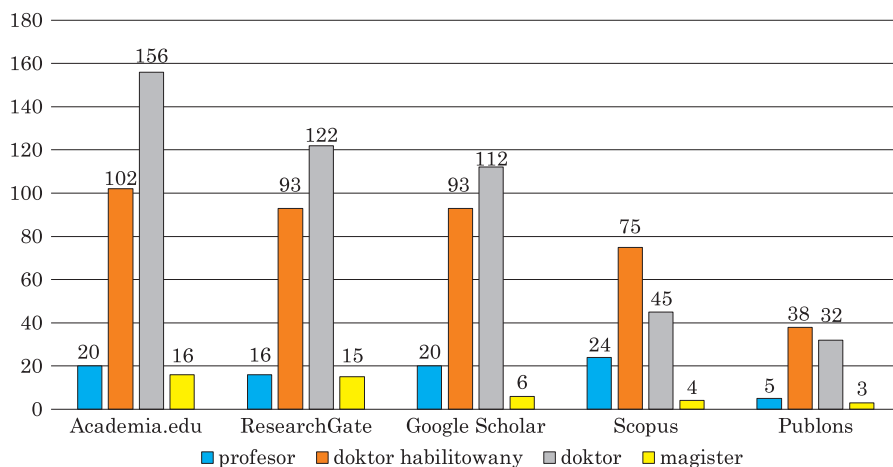
Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Analiza udziału procentowego badanych w odniesieniu do liczebności każdej z grup poddanych badaniu (tab. 1 i rys. 5) pokazała, że spośród wszystkich przedstawicieli związanych z NoKSiM najbardziej zaangażowani w działalność na platformach Academia.edu, ResearchGate i Google Scholar oraz Publons byli doktorzy habilitowani i doktorzy. Doktorzy w tych dwóch grupach byli jedynie bardziej aktywni na Academia.edu. Obecność w Scopusie, która wiąże się z publikacjami zarejestrowanymi w tej bazie, to zdecydowanie domena samodzielnych pracowników nauki. Zastanawiać może niski odsetek osób z tytułem zawodowym magistra (lub magistra inżyniera) na platformie Google Scholar, jak też Scopus i Publons, co można tłumaczyć brakiem lub niewielką liczbą publikacji, która wpływa na wskaźniki w tych bazach, a więc i na zainteresowanie nimi ze strony naukowców. Magistrowie byli za to dużo silniej reprezentowani w serwisach społecznościowych ResearchGate i Academia.edu w porównaniu do najstarszych naukowców, czyli z tytułem profesora. Z kolei w bazie Scopus największy udział, według danych zebranych do listopada

Tabela 1
Posiadacze kont na platformach według stopnia i tytułu naukowego w % (L=570)

Platforma	Profesor L=61	Doktor habilitowany L=203	Doktor L=272	Magister L=34
Academia.edu	32,7%	50,2%	57,3%	47,0%
ResearchGate	26,2%	45,8%	44,8%	44,1%
Google Scholar	32,7%	45,8%	41,2%	17,6%
Scopus	39,3%	36,9%	16,5%	11,8%
Publons (WoS)	8,1%	18,7%	11,8%	8,8%

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.



Rys. 5. Posiadacze kont na platformach według stopnia i tytułu naukowego (L=570)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

2020 roku, mieli profesorowie, a następnie doktorzy habilitowani. Był to udział dwukrotnie większy w porównaniu do doktorów i magistrów.

Obserwując udział procentowy badanych grup kobiet i mężczyzn w analizowanych serwisach (tab. 2 i rys. 6), można stwierdzić, że mężczyźni byli aktywniejsi od kobiet w czterech z nich: Academia.edu, Google Scholar, Scopus oraz Publons; równe odsetki otrzymano jedynie w odniesieniu do ResearchGate.

Tabela 2

Posiadacze kont na platformach pod względem płci w % (L=570)

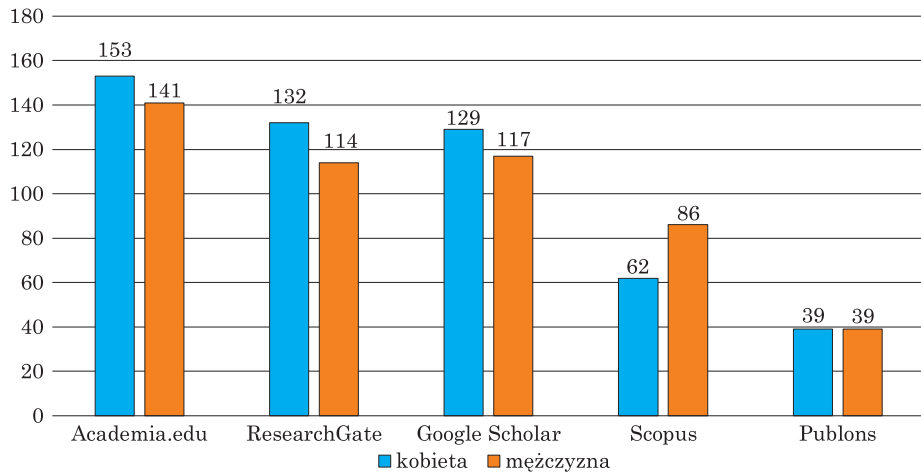
Platforma	Kobiety L=306	Mężczyźni L=264
Academia.edu	50,0%	53,4%
ResearchGate	43,1%	43,1%
Google Scholar	42,1%	44,3%
Scopus	20,2%	32,5%
Publons (WoS)	12,7%	14,7%

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Jak wspomniano wcześniej, grupa badawcza obejmowała przedstawicieli 20 uczelni. Zaobserwowano, że różnice w skali obecności pracowników danej jednostki na poszczególnych pięciu platformach w większości przenoszą się proporcjonalnie na liczebność reprezentantów 20 uwzględnionych ośrodków (rys. 7).

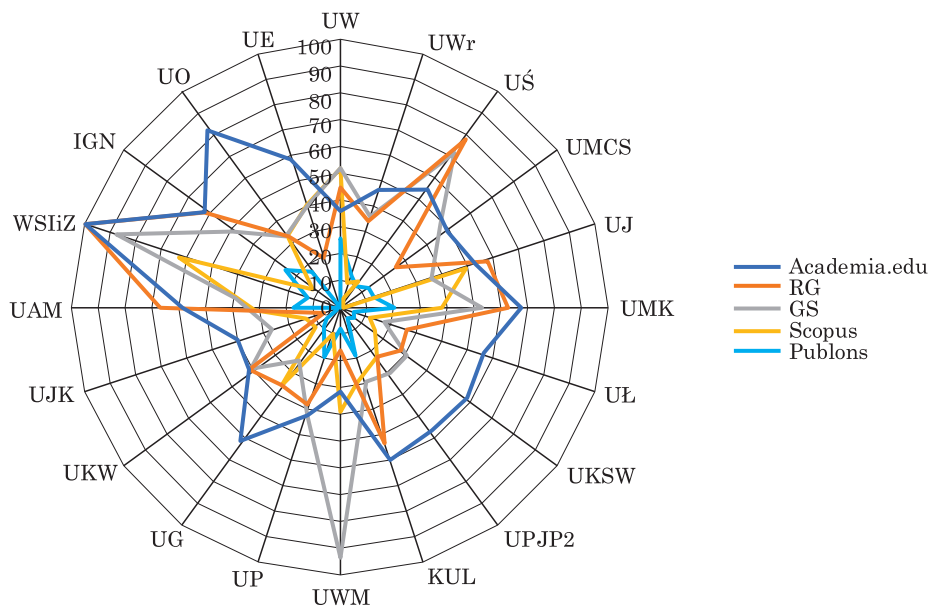
W dalszej części artykułu opisano użytkowników każdego z pięciu serwisów oddzielnie, z uwzględnieniem ich afiliacji, stopnia i tytułu naukowego oraz płci.

Konto w serwisie Academia.edu w listopadzie 2020 roku posiadały 294 osoby, czyli 51,6% badanej grupy 570 naukowców związanych z naukami o komunikacji



Rys. 6. Posiadacze kont na platformach pod względem płci (L=570)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.



Rys. 7. Posiadacze kont na platformach pod względem uczelni w %

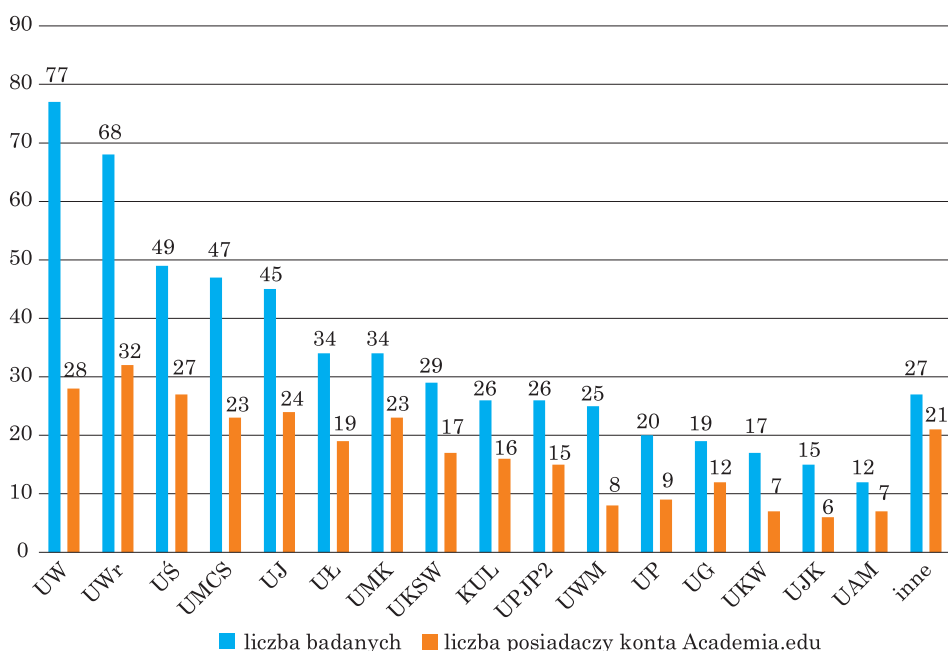
Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

społecznej i mediach. Tylko około połowa posiadaczy konta uzupełniła je o zdjęcie profilowe i/lub dane bibliograficzne swoich publikacji, w tym pełne teksty.

Ogólna liczba publikacji autorstwa naukowców związanych z NoKSiM wynosiła 2775, a łączna suma odsłon kont badanych (Academia Total Views) – 44 723,92. Naukowcy przeważnie mieli udostępnionych do 10 swoich tekstów. Jedynie 10 badanych zamieściło ponad 40 własnych publikacji na koncie Academia.edu.

Większość posiadaczy konta w tym serwisie (75%) miała najniższe wskaźniki odsłon (poniżej 100), z pozostałych platform jedynie 4 osoby mogły poszczycić się wskaźnikami powyżej tysiąca.

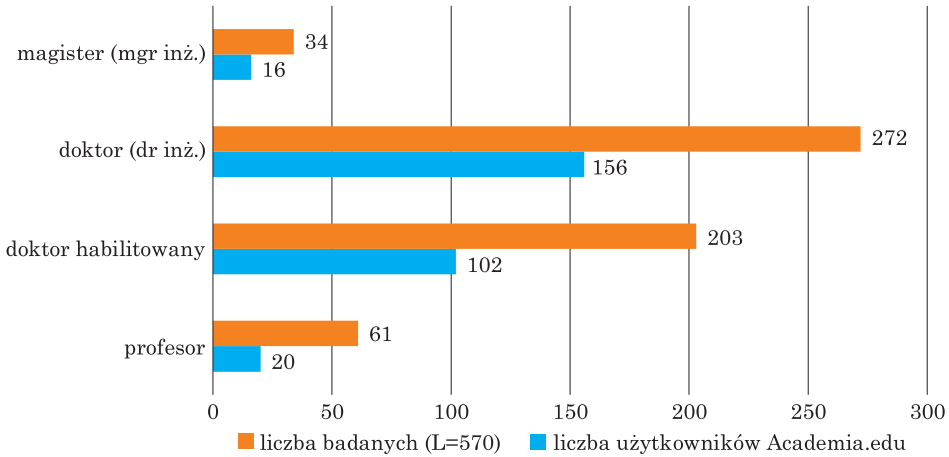
Jeśli chodzi o dwie dominujące afiliacje (rys. 8) w badanej grupie – Uniwersytet Warszawski (77 osób) oraz Uniwersytet Wrocławski (68 osób) – zauważono, że Academia.edu jest bardziej popularna wśród naukowców wrocławskich (47% ogółu badanych z tej uczelni) niż warszawskich (36,3%).



Rys. 8. Posiadacze konta Academia.edu według afiliacji (L=294) na tle wszystkich badanych (L=570)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Academia.edu była najpopularniejsza w grupie użytkowników (L=294) będących doktorami (53%), następnie doktorami habilitowanymi (35%). Najmniej kont w tym serwisie (rys. 9) mieli profesorowie (7%) i magiŝtrowie (5%). Odnosząc wyniki do liczebności podgrup w całej zbiorowości (570), stwierdzono, jak już wspomniano (tab. 1), że serwis ten był najmniej wykorzystywany przez profesorów.



Rys. 9. Użytkownicy serwisu Academia.edu według stopnia i tytułu naukowego (L=294) na tle wszystkich badanych (L=570)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Biorąc natomiast pod uwagę płeć badanych, wśród użytkowników Academia.edu (L=294) nieznacznie przeważały kobiety (153, 52%) nad mężczyznami (141, 48%). Aczkolwiek porównując liczbę użytkowników tego serwisu z ogólną liczbą kobiet (306) i mężczyzn (264) z całej populacji uwzględnionej w badaniu (570), można stwierdzić, jak już wcześniej wspomniano (tab. 2), że Academia.edu była popularniejsza wśród mężczyzn (53,4%) niż kobiet (50%).

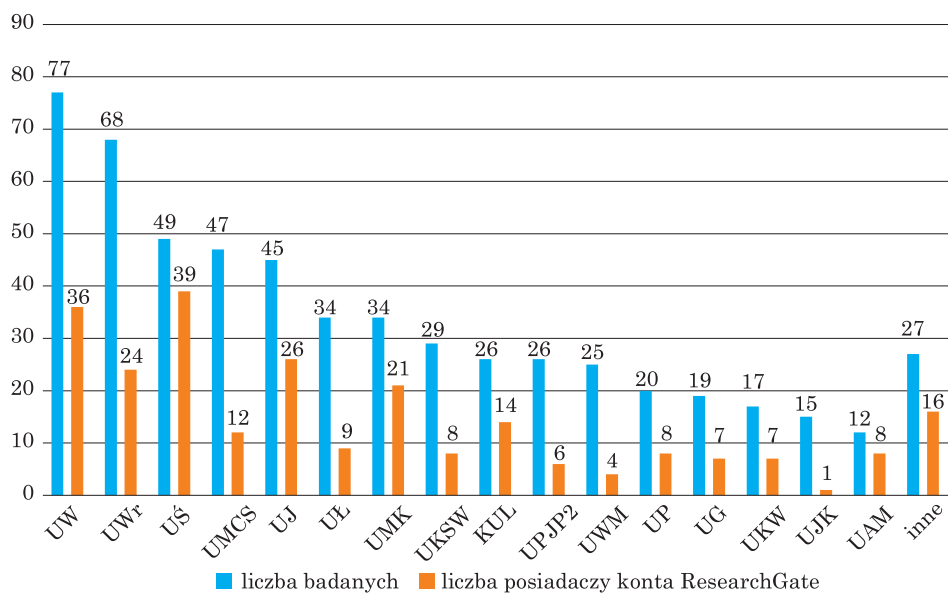
Konto na platformie ResearchGate (RG) posiadało 246 osób, z tego około 70% miało konto ze zdjęciem i/lub pełnymi tekstami swoich publikacji.

Łącznie na tej platformie w listopadzie 2020 roku było dostępnych 2390 pełnych tekstów reprezentantów nauk o komunikacji społecznej i mediach. Przeważały osoby udostępniające do 10 publikacji i/lub dane bibliograficzne, tylko 18 badaczy miało na swoich profilach ponad 40 własnych publikacji. Jedynie 24 osoby były aktywne w sekcji „Pytania-odpowiedzi”.

Zdecydowana większość naukowców, którzy upublicznili swój wskaźnik ResearchGate (113 ze 116 osób; wskaźnik sumaryczny 72), posiadała ten wskaźnik mniejszy od 5, a tylko 3 naukowców osiągnęło go powyżej 20.

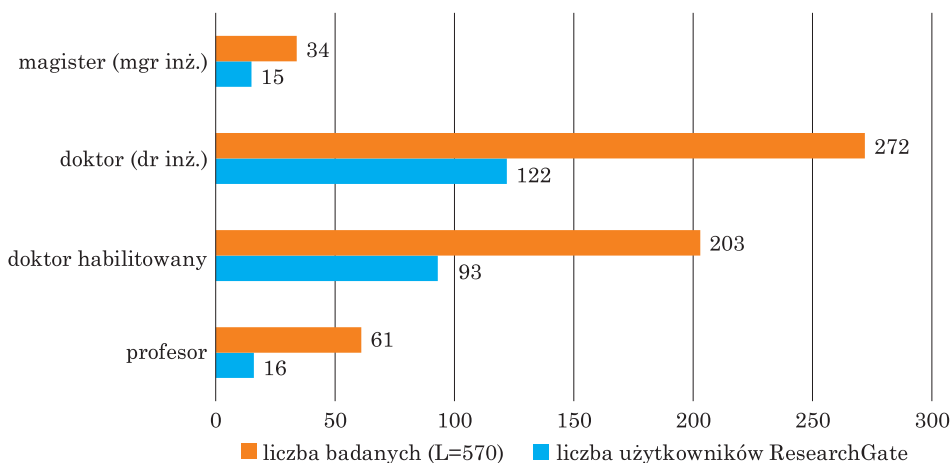
Odnosząc się do afiliacji użytkowników ResearchGate, zaobserwowano (rys. 10) pewne różnice względem poprzedniego serwisu. Otóż największa grupa naukowców posiadających konto na tej platformie pochodziła z Uniwersytetu Śląskiego (79,5% ogółu badanych z tej uczelni).

Analizując użytkowników platformy ResearchGate pod względem stopnia i tytułu naukowego (rys. 11), stwierdzono wyraźną przewagę doktorów (122, 50%) nad pozostałymi podgrupami (doktorzy habilitowani – 93, 38%; profesorowie – 16, 7%; magistrowie – 15, 6%). Natomiast odnosząc się do wszystkich badanych (570, tab. 1), można wskazać, że RG było najmniej popularne wśród profesorów, a w pozostałych podgrupach korzystanie z tego serwisu kształtowało się na zbliżonym poziomie (44–45%).



Rys. 10. Posiadacze konta ResearchGate według afiliacji (L=246) na tle wszystkich badanych (L=570)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.



Rys. 11. Użytkownicy serwisu ResearchGate według stopnia i tytułu naukowego (L=246) na tle wszystkich badanych (L=570)

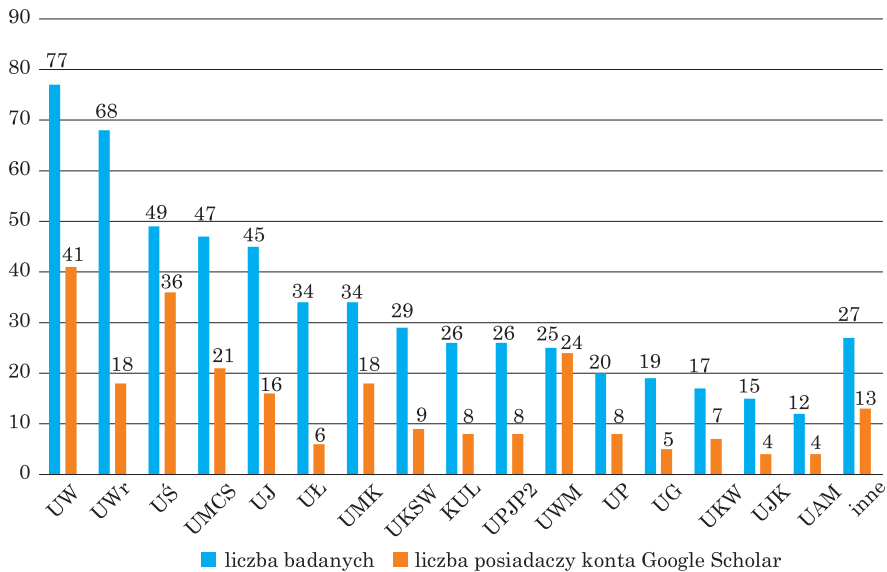
Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Wśród posiadaczy konta RG (L=246) przeważały kobiety (132, 53,7%) nad mężczyznami (114, 46,3%); natomiast w odniesieniu do wszystkich badanych (570) nie zaobserwowano żadnych różnic (tab. 2).

Profil w Google Scholar (GS) posiadało w listopadzie 2020 roku 246 naukowców, czyli 43,2% ogółu badanych, z tego połowa miała konto ze zdjęciem profilowym oraz krótkim opisem (np. słowa kluczowe, afiliacja itp.).

Okolo 73% z tej grupy miało wskaźnik IH w wysokości do 5, w przedziale 5–10 było 16% badaczy, tylko 3 osoby miały IH powyżej 20. Ogólna suma tych indeksów wyniosła 949, a łączna suma cytowań – 39 507.

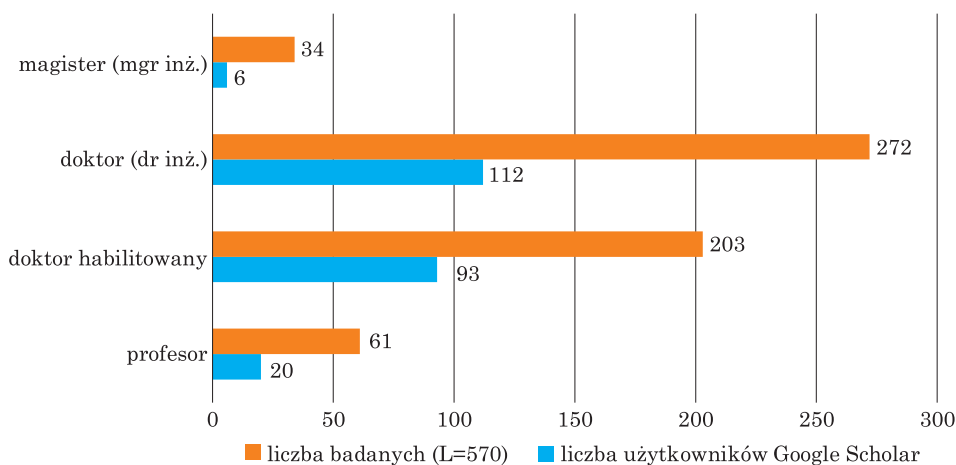
Uniwersytet Warszawski oraz Uniwersytet Śląski to dwie dominujące afiliacje posiadaczy konta Google Scholar (rys. 12). Jednak uwagę zwraca także Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, gdzie założenie konta w tym serwisie było wymagane przez władze uczelni przy wyborach kandydatów do rad naukowych dyscyplin w naukach humanistyczno-społecznych (do wyliczenia liczby cytowań; w innych naukach posługiwano się cytowaniami według Web of Science). Dlatego niemal 100% badanych pracowników UWM posiadało konta w GS.



Rys. 12. Posiadacze konta Google Scholar według afiliacji (L=246) na tle wszystkich badanych (L=570)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Podobnie jak przy wcześniej omówionych serwisach pod względem stopnia i tytułu naukowego (rys. 13) dominującą grupę stanowili doktorzy (112, 45,6%) i doktorzy habilitowani (93, 37,8%), dalej profesorowie (20, 8,13%) i magiście (6, 2,5%). Odnosząc się do ogólnej liczebności danej grupy w badanej zbiorowości, zauważono, że serwis Google Scholar najmniejszą popularnością cieszył się wśród magistrów, dwukrotnie popularniejszy był w pozostałych trzech podgrupach (tab. 1).



Rys. 13. Użytkownicy serwisu Google Scholar według stopnia i tytułu naukowego (L=246) na tle wszystkich badanych (L=570)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Profil w Google Scholar założyło nieznacznie więcej kobiet (129, 52,5%) niż mężczyzn (117, 47,5%), natomiast w odniesieniu do całej badanej grupy naukowców było to więcej mężczyzn (tab. 2).

Na zakończenie przedstawiono dane z dwóch międzynarodowych baz pełnotekstowych, posiadających również dane o cytowaniach.

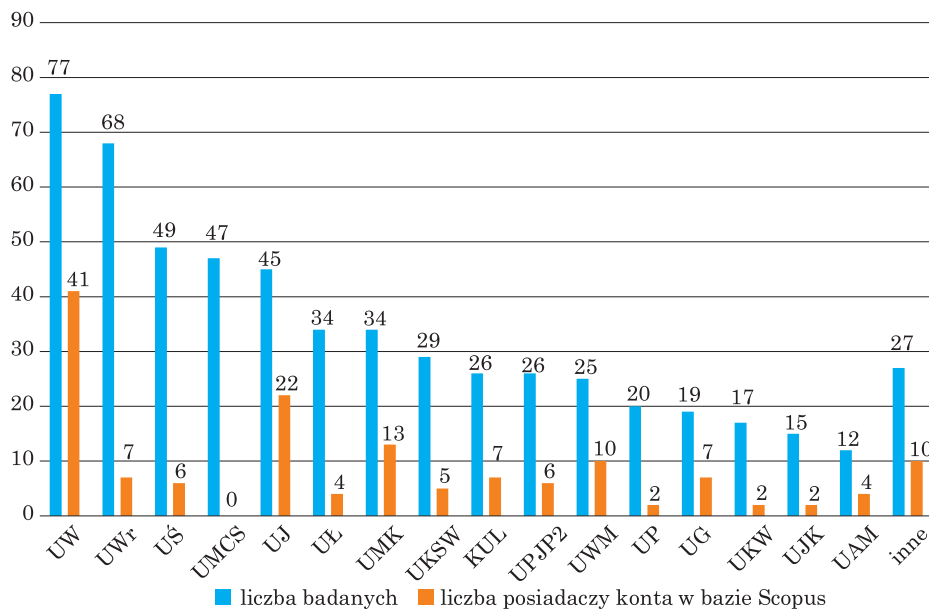
Tylko 148 osób (26% ogółu badanych) posiadało w listopadzie 2020 roku przynajmniej jedną publikację w bazie Scopus, w tym 78 osób miało też indywidualny profil.

Ogólna liczba publikacji autorstwa i współautorstwa przedstawicieli NoK-SiM wynosiła – 801, osiągnęły one łącznie 4383 cytowań. Tylko 12 naukowców miało w bazie Scopus więcej niż 11 swoich publikacji.

Sumaryczny indeks Hirscha w bazie Scopus wynosił 155, na który składały się indeksy niemal wszystkich badaczy (62 z 65 osób, które go posiadały) z przedziału 1–5. Pozostałe trzy osoby miały wyższe indeksy Hirscha, z których tylko jedna powyżej 20.

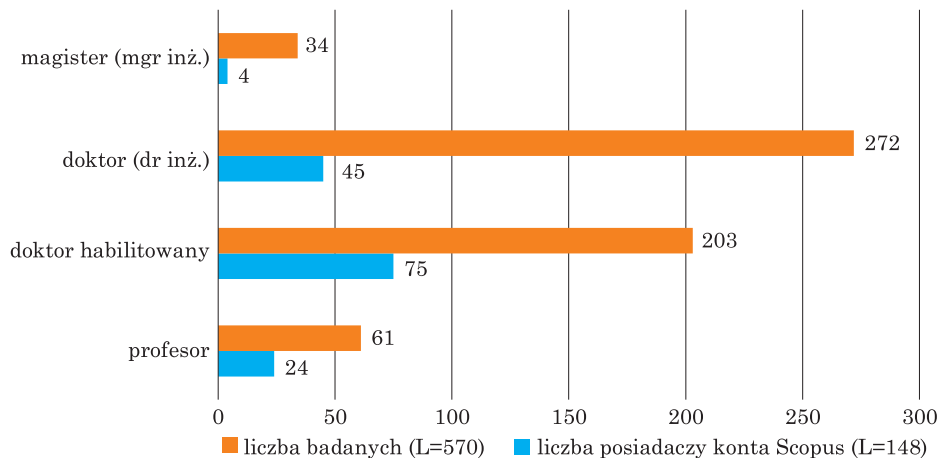
Analizując obecność badanych w bazie Scopus pod względem afiliacji, można zwrócić uwagę na wyraźną dominację Uniwersytetu Warszawskiego, jak też na brak Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie wśród uwzględnionych w tym badaniu uczelni publicznych (rys. 14).

W bazie Scopus pod względem stopnia i tytułu naukowego zauważono po raz pierwszy w tej analizie dużą przewagę doktorów habilitowanych nad doktorami. Ponadto w bazie tej było obecnych więcej profesorów niż w innych tu omawianych serwisach dla naukowców (rys. 15). Natomiast odnosząc się do liczebności w podgrupach wyróżnionych według tego kryterium, trzeba podkreślić, że w bazie Scopus w listopadzie 2020 roku najwięcej kont posiadali profesorowie (39,3%, tab. 1).



Rys. 14. Obecność w bazie Scopus według afiliacji (L=148)
na tle wszystkich badanych (L=570)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.



Rys. 15. Obecność w bazie Scopus według stopnia i tytułu naukowego (L=148)
na tle wszystkich badanych (L=570)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

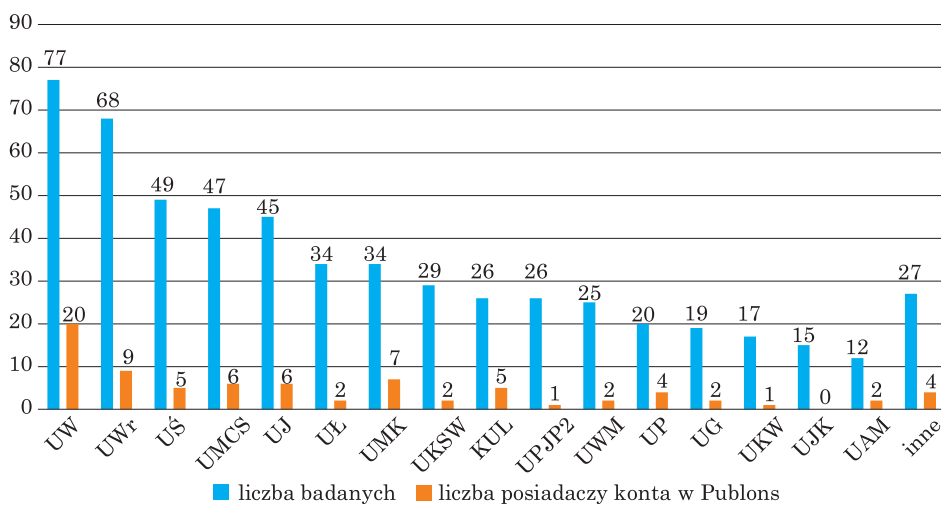
W bazie Scopus zaobserwowano większą obecność mężczyzn (86, 58,1%) wśród użytkowników niż kobiet (62, 41,9%), co odnosiło się także do wszystkich badanych (tab. 2).

Najmniej popularny w badanej grupie okazał się serwis Publons, który można powiązać nie tylko z publikacjami z bazy Web of Science, ale także wykonanymi recenzjami do czasopism współpracujących z tym serwisem. W listopadzie 2020 roku jedynie 78 respondentów było odnotowanych w bazie Publons (Web of Science). Połowa z nich miała dołączone własne publikacje do konta, kilkanaście osób informacje o wykonanych recenzjach, kilka osób miało zdjęcie profilowe.

Warto dodać, że na koncie w Publons można też prezentować dane bibliograficzne wszystkich swoich prac, nie tylko ujętych w WoS. Tak więc ogólna liczba tych publikacji przedstawicieli NoKSiM wynosiła 1065, a cytowań odnotowano łącznie 3241. Jeden z naukowców z badanej grupy miał ponad 600 publikacji w Publons, jednak większość badanych mniej niż 20.

Sumaryczny indeks Hirscha wynosił 72, składały się na niego indeksy łącznie 18 osób. Zdecydowana większość naukowców miała IH w przedziale 1–5, wyższy miały 3 osoby, z których jedna powyżej 20. Jeżeli chodzi o liczbę cytowań przypadających na jednego naukowca, to 12 z 18 osób miało ich do 20, a jedna osoba – ponad tysiąc.

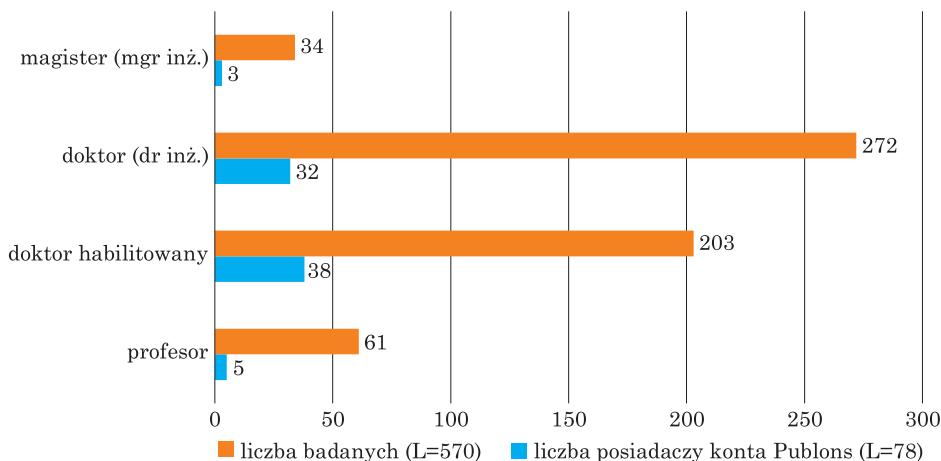
Analizując obecność badanych w bazie Publons pod względem afiliacji, można zwrócić uwagę – podobnie jak w Scopus – na wyraźną dominację Uniwersytetu Warszawskiego, jak też na brak Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach wśród uwzględnionych w tym badaniu uczelni publicznych (rys. 16).



Rys. 16. Użytkownicy serwisu Publons według afiliacji (L=78) na tle wszystkich badanych (L=570)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Ze względu na stopień i tytuł naukowy zaobserwowano w serwisie Publons nieznaczną przewagę doktorów habilitowanych w odniesieniu do doktorów, a także innych podgrup (rys. 17); dotyczyło to także porównania względem ogólnej liczebności wszystkich podgrup (tab. 1).



Rys. 17. Użytkownicy serwisu Publons (Web of Science) według stopnia i tytułu naukowego (L=78) na tle wszystkich badanych (L=570)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

W przypadku serwisu Publons stwierdzono równy podział użytkowników ze względu na płeć (L=78, po 39 osób). Jednak w odniesieniu do wszystkich badanych zauważono, jak już wspomniano (tab. 2), większy udział procentowy mężczyzn niż kobiet.

Podsumowanie

W artykule omówiono wykorzystywanie pięciu serwisów dla naukowców: Academia.edu, ResearchGate, Google Scholar, Scopus i Publons (Web of Science), przez polskich badaczy związanych z naukami o komunikacji społecznej i mediach.

Porównanie skali obecności na platformach w poszczególnych uczelniach pokazuje z jednej strony, że nie jest to w badanej grupie aktywność powszechna, a zaangażowanie nie zależy od wielkości zespołu reprezentującego daną jednostkę. Zarówno w odniesieniu do większych, jak i mniejszych uczelni omawiane aktywności dotyczyły głównie tylko części zespołu. Jak pokazano na wykresach, są to przede wszystkim pracownicy ze stopniem doktora lub doktora habilitowanego – można więc uznać, że dotyczy to młodszego i średniego pokolenia akademików – tych, którzy są aktywni naukowo, zainteresowani budowaniem swojego wizerunku w środowisku.

Wśród ograniczeń badania można by wskazać jego ilościowy charakter, który pozwala uchwycić pewien obraz, ale nie daje możliwości poznania przyczyn opisywanego stanu rzeczy. Trzeba także pamiętać o ograniczeniach wynikających ze źródeł wykorzystanych do gromadzenia danych o stanie osobowym dyscypliny, takich jak możliwe nieścisłości, braki czy dezaktualizacje. Ważną kwestią pozostaje wpływ czasu – w badaniach uchwyciono stan na listopad 2020 roku, a należy pamiętać, że naukowcy nie przestają (uogólniając) być aktywni w badanych serwisach, analizowane kwestie ulegają ciągłym zmianom, a więc wymagają regularnych, cyklicznych badań celem uchwycenia pewnych trendów czy prawidłowości.

Na podstawie danych ilościowych trudno wprost wnioskować o przyczynach takiego rozkładu zainteresowania narzędziami promocji własnego dorobku badawczego. Z pewnością w dalszych badaniach (także jakościowych) warto zwrócić uwagę na czynniki, które mogą mieć wpływ na skalę zainteresowania naukowców badanymi serwisami. Są to m.in.: różnice w okresie ich funkcjonowania (najdłuższą historię ma tu Academia.edu), ale też w polityce dostępu (ponownie Academia.edu, która wprowadziła odpłatność za część usług, co może skutkować spadkiem zainteresowania), niedawna reforma nauki wprowadzająca ministerialną listę czasopism punktowanych, wymagania związane ze ścieżką awansu akademickiego (wspólne dla wszystkich badaczy oraz specyficzne dla poszczególnych uczelni). To z kolei potencjalnie przekłada się na największe zainteresowanie aktywnością i zasięgiem wśród doktorów i doktorów habilitowanych. Pewien wpływ mogą mieć również poziom kompetencji cyfrowych akademików oraz subiektywne postawy wobec korzystania z narzędzi społecznościowych w internecie, a w konsekwencji związana z tymi czynnikami intensywność obecności naukowców w serwisach sieciowych.

Przyszłe badania mogłyby również uwzględnić zaktualizowaną liczbę naukowców przypisanych do nauk o komunikacji społecznej i mediach. Ponadto można by dokonać analogicznej charakterystyki w odniesieniu do innych mediów społecznościowych wykorzystywanych na potrzeby komunikacji naukowej, do których należy Twitter, LinkedIn czy Facebook.

Bibliografia

- Asnafi, Amir Reza (2017). Presence of the Iranian Library and the Information Science Departments in ResearchGate. *DESIDOC Journal of Library & Information Technology*, 37(4), 259–263.
- Bevern, Rene van; Komusiewicz, Christian; Niedermeier, Rolf; Sorge, Manuel and Walsh, Toby (2016). H-index manipulation by merging articles: Models, theory, and experiments. *Artificial Intelligence*, 240, 19–35.
- Białka, Natalia (2019). Obecność przedstawicieli polskiej informatologii i bibliologii w serwisach społecznościowych dla naukowców Academia.edu i ResearchGate. *Przegląd Biblioteczny*, 2(87), 167–184.
- Delgado López-Cózar, Emilio D.; Orduña-Malea, Enrique and Martín-Martín, Alberto (2019). Google Scholar as a data source for research assessment. In: *Springer handbook of science and technology indicators*, Springer, Cham, 95–127.

- Głowacka, Ewa; Kisilowska, Małgorzata i Świgoń, Marzena (2021). Analiza struktury przedstawicieli nowej dyscypliny – nauk o komunikacji społecznej i mediach. *Przegląd Biblioteczny*, 89(3), 299–316.
- Gusenbauer, Michael (2019). Google Scholar to overshadow them all? Comparing the sizes of 12 academic search engines and bibliographic databases. *Scientometrics*, 118(1), 177–214.
- Halevi, Gali; Moed, Henk and Bar-Ilan, Judit (2017). Suitability of Google Scholar as a source of scientific information and as a source of data for scientific evaluation – Review of the literature. *Journal of Informetrics*, 11(3), 823–834.
- Iwańska-Cieślak, Bernardeta (2016a). Informacja o nowych publikacjach polskich bibliologów i informatologów w przestrzeni sieciowej (cz. 1). *Toruńskie Studia Bibliologiczne*, 1(16), 211–238.
- Iwańska-Cieślak, Bernardeta (2016b). Informacja o nowych publikacjach polskich bibliologów i informatologów w przestrzeni sieciowej (cz. 2). *Toruńskie Studia Bibliologiczne*, 2(17), 179–200.
- Jamali, Hamid; R., Nicholas, David and Herman, Eti (2016). Scholarly reputation in the digital age and the role of emerging platforms and mechanisms. *Research Evaluation*, 25(1), 37–49.
- Kisilowska-Szurmińska, Małgorzata; Świgoń, Marzena i Głowacka, Ewa (2022). The use of Academia.edu, ResearchGate, Google Scholar, Scopus, and Publons among the Polish researchers of social communication and media sciences. *Przegląd Biblioteczny*, 2 (w druku).
- Kowalska-Chrzanowska, Małgorzata i Krysiński, Przemysław (2020). Rola serwisów internetowych jako narzędzi oceny dorobku naukowego: przykład wykorzystania serwisów Google Scholar, ResearchGate i Academia.edu przez wybranych polskich reprezentantów nauk o komunikacji społecznej i mediach. *Zeszyty Prasoznawcze*, 63(4), 9–35.
- Martin-Martín, Alberto; Orduña-Malea, Enrique; Thelwall, Mike and López-Cózar, Emilio D. (2018). Google Scholar, Web of Science, and Scopus: A systematic comparison of citations in 252 subject categories. *Journal of Informetrics*, 12(4), 1160–1177.
- Merga, Margaret K.; Roni, Sayidi M. and Mason, Shannon (2020). Should Google Scholar be used for benchmarking against the professoriate in education? *Scientometrics*, 1–18.
- Míguez-González, Maria I.; Puentes-Rivera, Ivan and Dafonte-Gómez, Alberto (2017). Academic Social Networks and Communication Researchers from Universities in the North of Portugal: An Analysis of Academia.edu and ResearchGate. In: F. Campos-Freire, X. Rúas-Araújo, V.A. Martínez-Fernández, X. López-García (eds.). *Media and Metamedia Management*, Springer, 405–411.
- Ortega, Jose Luis (2015a). Disciplinary differences in the use of academic social networking sites. *Online Information Review*, 39(4), 520–536.
- Ortega, Jose Luis (2015b). How is an academic social site populated? A demographic study of Google Scholar Citations population. *Scientometrics*, 104(1), 1–18.
- Ortega, Jose Luis (2017a). Are peer-review activities related to reviewer bibliometric performance? A scientometric analysis of Publons. *Scientometrics*, 112(2), 947–962.
- Ortega, Jose Luis (2017b). Toward a homogenization of academic social sites: A longitudinal study of profiles in Academia.edu, Google Scholar Citations and ResearchGate. *Online Information Review*, 41(6), 812–825.
- Ortega, Jose Luis (2018). Exploratory analysis of Publons metrics and their relationship with bibliometric and altmetric impact. *Aslib Journal of Information Management*, 71(1), 124–136, <https://doi.org/10.1108/AJIM-06-2018-0153>.
- Thoma, Brent and Chan, Teresa M. (2019). Using Google Scholar to track the scholarly output of research groups. *Perspectives on Medical Education*, 8(3), 201–205.
- Winter, Joost C. de; Zadpoor, Amir A. and Dodou, Dimitra (2014). The expansion of Google Scholar versus Web of Science: a longitudinal study. *Scientometrics*, 98(2), 1547–1565.

Streszczenie

Celem niniejszego artykułu było opisanie skali obecności przedstawicieli nauk o komunikacji społecznej i mediach w największych międzynarodowych bazach, wyszukiwarkach i serwisach społecznościowych komunikacji naukowej: Academia.edu, ResearchGate, Google Scholar, Scopus i Publons (Web of Science). Obecność tę opisano według takich kategorii, jak: afiliacja badanych, tytuł/stopień naukowy, płeć, na podstawie statystycznej analizy danych pozyskanych z ogólnodostępnych źródeł administracji naukowej. Na podstawie uzyskanych wyników można stwierdzić, że największe grupy użytkowników rekrutują się spośród doktorów i doktorów habilitowanych, natomiast afiliacja (w tym przynależność do największych w kraju zespołów uczelnianych) nie jest tu czynnikiem znaczącym.

Academia.edu, ResearchGate, Google Scholar, Scopus and Publons (Web of Science) – detailed analysis of the presence of representatives from social communications and media sciences

Summary

The presented study analysed the presence of representatives from communication and media sciences in the largest international databases, search engines and social networks of scholarly communication: Academia.edu, ResearchGate, Google Scholar, Scopus and Publons (Web of Science). This presence was described according to categories such as affiliation of the respondents, title/degree and gender and was based on a statistical analysis of data extracted from publicly available sources of scientific administration. It was found that the largest groups of users are recruited from among PhDs and habilitated PhDs, while affiliation (including membership of the largest university teams in the country) is not a significant factor.

