

УДК 001:004.738.5

<https://doi.org/10.20913/2618-7515-2022-4-45-53>**ПРОФИЛЬ НАУЧНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОФИЛЬ АВТОРА
КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ИНТЕРНЕТ-ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА ¹****SCIENTIFIC ORGANIZATION AND AUTHOR PROFILES AS TYPES
OF THE INTERNET-REPRESENTATION****© Прокофьева Юлия Дмитриевна**

научный сотрудник, Центральная научная
библиотека Уральского отделения Российской
академии наук (ЦНБ УрО РАН),
ул. Софьи Ковалевской, 22/20, Екатеринбург,
620137, Россия, ORCID 0000-0002-6375-6759,
nauka@cbibl.uran.ru

Prokof'eva Yuliya Dmitrievna

Researcher, Central Scientific Library of the Ural
Branch of the Russian Academy of Sciences
(CSL UB RAS), St. Sofia Kovalevskaya, 22/20
Ekaterinburg, 620137, Russia, ORCID 0000-0002-
6375-6759, nauka@cbibl.uran.ru

В современном мире интернет-представительство организации давно перестало быть модным веянием, а стало значимой формой коммуникации, продиктованной требованиями времени. Эффективно выстроенная работа интернет-представительства помогает информировать о результатах деятельности и достижениях, сформировать имидж, наладить коммуникацию и обратную связь, доступное, оперативное обслуживание и связь. В условиях информационной конкуренции научной организации особенно важно присутствовать в интернет-пространстве. Основной формой интернет-представительства принято считать веб-сайты. Относительно новым видом интернет-представительств являются страницы в социальных сетях, в том числе научных библиотек и научно-исследовательских институтов. Несмотря на общие задачи и смежные функции, они обладают рядом различий и преимуществ. В качестве специализированной разновидности интернет-представительств в исследовании предлагается считать профили научных организаций и авторские профили на научных платформах (Web of Science, Scopus, ORCID, РИНЦ, ScienceID, ResearchGate, Google Scholar и др.). В отличие от сайтов и социальных сетей они ориентированы только на специалистов научной сферы.

Цель работы – определить, является ли профиль организации и авторский профиль ученого разновидностью интернет-представительства.

В статье рассмотрены подходы к пониманию интернет-представительства, виды, задачи и критерии, характерные для всех видов интернет-представительств, сформулировано

In the modern world, the Internet representation of an organization has long ceased to be a fashionable trend, but has become a significant form of communication dictated by the requirements of time.

The effectively organized work of the Internet representation helps to inform about the results of activities and achievements, to form image, to establish communication and feedback, affordable, prompt service and liaison. In the conditions of information competition, it is especially important for scientific organizations to be present in the Internet space. Conventionally, Websites are considered as the Internet main representation. A relatively new type of the Internet representation are pages in social networks, including those of scientific libraries and research institutes.

Despite the common tasks and related functions, they have a number of differences and advantages over each other. It is proposed in the study to consider profiles of scientific organizations and author profiles on scientific platforms (Web of Science, Scopus, ORCID, RSCI, ScienceID, ResearchGate, Google Scholar and others) as a specialized type of the Internet representations. Unlike websites and social networks, they are aimed only at specialists in the scientific field. The purpose of the work is to determine whether the profile of the organization and the author's profile of the scientist is a kind of the Internet representation.

The article considers approaches to understanding the Internet representation, types, tasks and criteria characteristic of all types of the Internet representations, the definition of the "Internet representation" has been formulated. Scientific profiles have been analyzed from the viewpoint of their compliance with the tasks and criteria of the Internet representative offices. The role of the scientific library in the formation of the Internet representations of scientific organizations has been determined.

¹ Статья подготовлена на основе доклада, представленного на заседании секции специальных научных, научно-технических и технических библиотек Российской библиотечной ассоциации в рамках Всероссийского библиотечного конгресса, XXVI Ежегодной конференции Российской библиотечной ассоциации в мае 2022 г. в Нижнем Новгороде.

определение интернет-представительства. Научные профили проанализированы с точки зрения их соответствия задачам и критериям интернет-представительств. Определена роль научной библиотеки в формировании интернет-представительств научных организаций.

Ключевые слова: интернет-представительство, веб-представительство, профиль научной организации, авторский профиль, профиль ученого, научная коммуникация, имидж научной организации, имидж ученого

Введение

Современный мир активно переходит в онлайн-формат и адаптируется к дистанционным формам коммуникации и обслуживания. Пандемия коронавируса, охватившая мир в конце 2019 г., бросила вызов привычным подходам к работе всех организаций, в том числе научно-исследовательских институтов и научных библиотек.

Сегодня для любого специалиста и компании очень важно присутствовать в интернет-пространстве, и научная сфера не является исключением. Для описания присутствия организаций в интернете существует термин «интернет-представительство». Но не любую информацию, размещенную в Сети, можно так назвать. Для выполнения ряда задач, стоящих перед научной организацией и учеными, существуют специализированные интернет-ресурсы: наукометрические системы и научные платформы, на которых создаются профили отдельных организаций и ученых.

Цель работы – определить, является ли профиль организации и авторский профиль ученого на научных платформах разновидностью интернет-представительства.

Интернет-представительство организации: понятие, критерии, задачи

По запросу в электронной библиотеке eLIBRARY.RU находится чуть более 50 публикаций, в названии, аннотации и ключевых словах которых встречается термин «интернет-представительство». Однозначного определения термина не существует. В содержании большинства работ интернет-представительство используется как синоним веб-сайта (веб-представительства) организации. Некоторые приравнивают интернет-представительство к сайту, другие понимают его как комплекс ресурсов. Так, А. В. Стаселович трактует его как «совокупность документов, определенных одним доменным или IP-адресом, как комплекс веб-сайтов, электронных документов, интернет-инструментов, профилей

Keywords: Internet-representation, web representation, scientific organization' profile, author's profile, scientist's profile, scientific communication, image of a scientific organization, image of a scientist

социальных сетей и других интернет-ресурсов и мероприятий, выведенных, проводимых и поддерживаемых для полноценного представления информации, необходимых электронных документов, ведения интерактивного взаимодействия со сторонними пользователями, как частными лицами, так и организациями, с целью обеспечения полноценного комплексного представительства собственных интересов в сети Интернет» [1, с. 116].

А. В. Стаселович утверждает, что типичное интернет-представительство на сегодня состоит:

- из одного или нескольких профильных и тематических сайтов;
- официальных страниц в социальных сетях;
- инструментов осуществления информационных почтовых и других (чаще RSS) рассылок компании;
- промосайтов, подготовленных компанией для привлечения внимания целевой аудитории;
- постоянного блога компании или сторонних блогов, ведущихся в интересах заказчика [1, с. 116].

Однако далее рассуждение сводится к пониманию интернет-представительства только как сайта. Подобный подход встречается и в других публикациях [2–6].

Если под интернет-представительством понимать комплекс ресурсов, возникает вопрос о полноте и разнообразии ресурсов, входящих в его состав. Если отдельный ресурс (даже единственный) выполняет требуемые задачи, его можно считать интернет-представительством.

Справедливо утверждать, что веб-сайт организации – это главная разновидность интернет-представительства, его родоначальник. Но с появлением других интернет-платформ сайт уже не является единственной формой интернет-представительства. Сегодня главными конкурентами традиционных сайтов выступают социальные сети, обладающие рядом преимуществ:

- доступностью. Социальные сети – это готовая платформа и, как следствие, отсутствие затрат на разработку ресурса;
- простотой и понятностью инструментов создания профиля;

- гибкостью и свободой в содержании страницы;
- бессрочностью доступа (отсутствие необходимости в регистрации доменного имени);
- удобством и скоростью коммуникации. Функция обмена сообщениями в социальных сетях более привлекательна для современных пользователей, чем общение через электронную почту или по телефону.

Преимущества и недостатки разных видов веб-представительств описаны И. Д. Котляровым, который разграничивает веб-представительства, созданные на основе собственных сетевых ресурсов и на основе внешних [7, с. 25]. Во втором случае каждый человек может создать интернет-представительство организации или свое личное в одной из социальных сетей.

Рассмотрим интернет-представительства по признаку принадлежности: интернет-представительство организации и интернет-представительство специалиста.

В качестве интернет-представительства ресурс должен

- 1) управляться самой организацией (ее представителем) или специалистом;
- 2) служить для взаимодействия с пользователями, в том числе в коммерческих целях;
- 3) однозначно (без дополнительной информации) идентифицироваться пользователями как страница, принадлежащая конкретной организации или отдельному человеку;
- 4) иметь постоянный адрес на основе собственных или внешних сетевых ресурсов [7, с. 24].

Перед интернет-представительствами всех видов стоят следующие задачи [8, с. 12]:

1. Заявление о существовании. Визитная карточка. В бизнес-среде, в сфере маркетинга часто встречается фраза, которая стала своеобразным принципом: «Если тебя нет в интернете, то ты не существуешь». Невозможно отрицать, что в современном мире, чтобы быть заметным, необходимо активно присутствовать в интернете, заявлять о себе. Это относится и к организациям, и к отдельным специалистам.
2. Информирование о достижениях, результатах, продуктах, услугах и прочей деятельности.
3. Формирование имиджа. Интернет-представительство создает первое впечатление об организации или специалисте. Необходимо постоянно поддерживать актуальность информации. Публикации в социальных сетях сроком более недели говорят о низкой жизненной активности компании, так же как и отсутствие новостей на сайте за текущий месяц.
4. Налаживание коммуникации и обратной связи. Эта функция сильнее развита у социальных сетей, где представительство более прозрачно и дружелюбно. Пользователь часто видит администратора, знает, к кому он обращается, видит оповещение о прочтении и присутствие представителя в Сети.

5. Доступное, оперативное обслуживание и связь. С помощью интернет-представительства легко получить необходимую информацию, которая уже размещена на интернет-странице и находится в постоянном доступе. Оставить свое обращение также можно в любое время, независимо от графика работы компании.

Исходя из критериев и задач сформулируем определение интернет-представительства и будем понимать его следующим образом. Интернет-представительство – интернет-ресурс (интернет-страница, аккаунт, сайт) организации или отдельного человека, официально созданный представителями организации или отдельным человеком или официально подтвержденный ими, содержащий достоверную информацию об организации или человеке в объеме, достаточном для выполнения задач интернет-представительства. Интернет-представительство идентифицируется пользователем как принадлежащее этой организации или отдельному человеку, имеет постоянный адрес, управляется самой организацией (ее представителем) или отдельным человеком.

Профили научных организаций и профиль автора как разновидность интернет-представительств

Научная коммуникация обогащается за счет новых способов хранения, публикации и распространения результатов исследований, в частности, платформ академических профилей [9, с. 20]. Это веб-страницы с индивидуальными (авторскими) профилями исследователей, где представлены основные сведения об их профессиональной карьере, заслугах, публикации со ссылками на журналы, базы данных и другие источники. Некоторые платформы отражают библиометрические показатели, поскольку изначально они создавались как базы научного цитирования, а функцию создания научных профилей стали выполнять гораздо позже.

Общепризнанные интернет-представительства, такие как сайт и страница в социальной сети, создаются для широкого круга пользователей, они доступны и понятны любому неспециалисту. Если говорить о научной организации, то ее интернет-представительство является средством представления и передачи научной информации и информации об участниках процессов научной коммуникации.

Задачи, которые решает интернет-представительство в научной сфере:

- 1) отражение системы научных организаций (страны, региона, города) в интернет-пространстве;
- 2) выстраивание коммуникации между организациями и учеными за счет размещения информации о научной деятельности, результатах

исследований, публикациях и различных показателях;

3) удобный и эффективный поиск коллег для совместных исследований и обмена опытом;

4) представление результатов деятельности научных организаций и отдельных авторов и обеспечение доступности к ним широкому кругу заинтересованных лиц.

Среди самых популярных научных платформ – Web of Science (WoS), Scopus, ORCID, РИНЦ, ScienceID, ResearchGate, Google Scholar. Онлайн-профили играют важную роль в оценке результатов исследований на протяжении всей академической карьеры. Их главная задача состоит в том, чтобы сделать профессиональное научное присутствие в интернете заметным, предоставляя информацию о публикациях, количестве цитирований, рецензировании, коллаборациях и других показателях. Профили нужны для демонстрации научных достижений, взаимодействия с потенциальными соавторами и успешного финансирования и продвижения в работе [10]. Подробнее о некоторых онлайн-платформах и социальных исследовательских сетях рассказано в публикациях зарубежных авторов [9; 11–13].

Помимо профилей исследователей, на онлайн-платформах создаются профили научных организаций. Они формируются автоматически системой или по заявке. Возможность создания профиля организации есть на платформах WoS, Scopus, Science Index для организаций (РИНЦ) (рис. 1).

Авторские профили ученого формируются автоматически на платформах WoS (ResearcherID – Publons), Scopus или создаются самим автором через регистрацию в научных системах – Science Index для авторов (РИНЦ), Google Scholar, ScienceID, ResearchGate и др. (рис. 2). Организация и автор самостоятельно следят за корректностью и полнотой представленной информации.

Для того чтобы утверждать, что профиль научной организации и авторский профиль ученого является специализированной разновидностью интернет-представительства, необходимо понять, соответствуют ли они общим для всех интернет-представительств критериям и задачам. Для анализа возьмем идеальный образ научного профиля – заполненный, обновленный и актуальный.

Соответствие научных профилей критериям интернет-представительства:

- 1) научный профиль организации управляется только ее официальным представителем. Авторский профиль ученого управляется самим специалистом или его представителем;
- 2) размещение информации в научном профиле используется для опосредованного взаимодействия с пользователями (читателями, коллегами, потенциальными научными партнерами);
- 3) однозначно идентифицируется пользователями как страница, принадлежащая научной организации или автору. При автоматическом формировании профиля системой могут быть сгенерированы несколько профилей. Это происходит в случаях, когда название организации или имя автора указаны по-разному. Но большинство

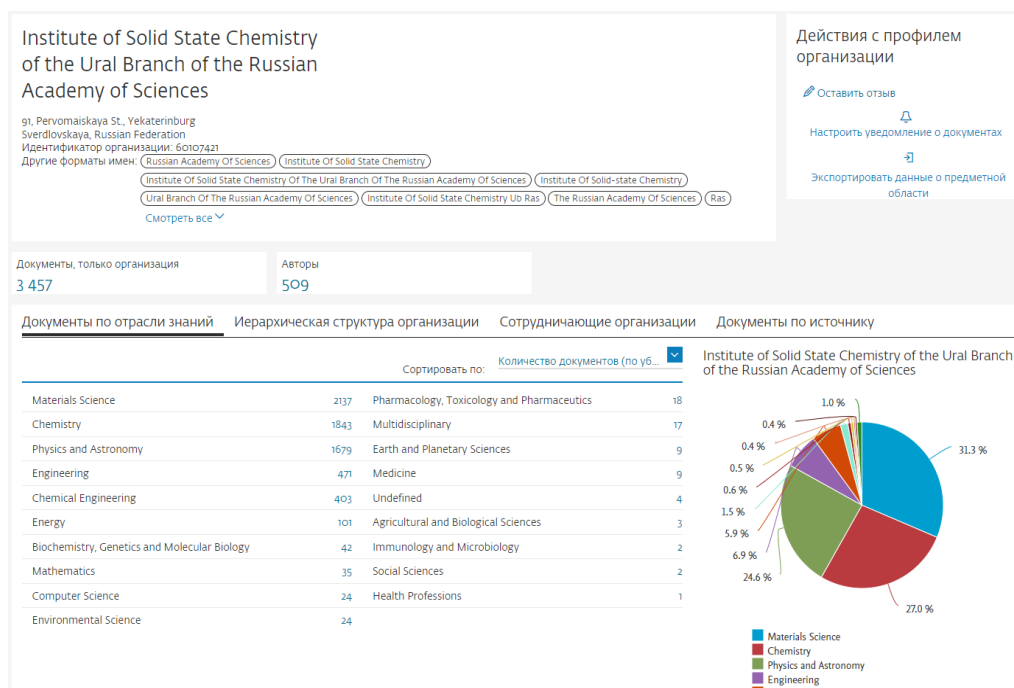


Рис. 1. Пример профиля организации.
 Профиль Института химии твердого тела УрО РАН в Scopus



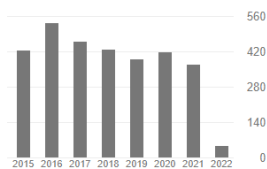
Валерий Александрович Черешнев

Институт иммунологии и физиологии УрО РАН
Нет подтвержденного адреса электронной почты - [Главная страница](#)
иммунология патофизиология фундаментальная медици...

подписаться

Протитировано ПРОСМОТРЕТЬ ВСЕ

	Все	Начиная с 2017 г.
Статистика цитирования	6122	2118
h-индекс	39	22
i10-индекс	133	63



Общий доступ ПРОСМОТРЕТЬ ВСЕ

1 статья 8 статей
недоступно доступно
На основе финансирования

Соавторы ВСЕ СОАВТОРЫ

- Константин Шмагель Konstantin Shm...
Пермский федеральный иссле...
- G. Bocharov
Marchuk Institute of Numerical M...
- Boris Bachmetyev
Leading researcher, Institute of E...
- Javier Pablo Martinez

НАЗВАНИЕ	ПРОЦИТИРОВАНО	ГОД
Identification of Key Genes and Pathways in RBCK1 Deficient patients by Gene Expression Profiling K Shinwari, MA Bolkov, IA Tuzankina, VA Chereshev Acta Medica Iranica, 265-279		2021
Hepatic Insulin-Positive Cells and Major Transcription Factors (PDX1, MAFA, NGN3) in Rat Models of Type 1 and Type 2 Diabetes Mellitus MB Baikenova, VA Chereshev, KV Sokolova, IF Gette, VV Emelyanov, ... Journal of Evolutionary Biochemistry and Physiology 57 (4), 772-781		2021
Predicting the Most Deleterious Missense Nonsynonymous Single-Nucleotide Polymorphisms of Hennekam Syndrome-Causing CCBE1 Gene, In Silico Analysis K Shinwari, L Guojun, MA Deryabina, SS Bolkov, IA Tuzankina, ... The Scientific World Journal. https://doi.org/10.1155/2021/6642626, 6642626		2021
A FORECAST FOR THE DEVELOPMENT OF HETEROGENEOUS LABOR MARKET IN RUSSIA IN THE EURASIAN MIGRATION SYSTEM VA Chereshev, AV Vasilyeva Международный научно-исследовательский журнал, 95-108		2021
Comprehensive Assessment of the Efficiency and Sustainability of the Regional Health Care System VA Chereshev, NV Krivenko, VG Krylov Ekonomika Regiona, 31		2021
Sepsis-3: new edition—old problems. analysis from the perspective of general pathology EY Gusev, NV Zotova, VA Chereshev Russian Journal of Infection and Immunity= Infektsiya i Immunitet 11 (4) ...		2021
CARDIAC MAST CELLS AND ADAPTATION OF THE HEART TO PHYSICAL ACTIVITY OS Artashyan, YS Khramtsova, N Tyumentseva, BG Yushkov, ... Human Sport Medicine 21 (2), 34-41		2021
Defining muscle-invasive bladder cancer immunotypes by introducing tumor mutation burden, CD8+ T cells, and molecular subtypes V Chereshev, A Gilev, MA Bolkov, K Sokolova, IA Tuzankina, ...	7	2021

Рис. 2. Пример профиля ученого на платформе Google Scholar*

* Валерий Александрович Черешнев // Google Академия.

URL: <https://scholar.google.com/citations?hl=ru&user=YXhZs9MAAAA> (дата обращения: 05.11.2022).

систем имеет возможность объединения профилей в один, который будет содержать все варианты написаний. Для этого достаточно отправить запрос на объединение профилей через службу поддержки. В некоторых системах существует функция верификации, то есть подтверждения подлинности данных и принадлежности страницы заявленному владельцу. Обычно верификация обозначается галочкой (WoS) или звездочкой (Science Index для авторов в РИНЦ) (рис. 3); 4) имеет постоянный адрес на основе собственных или внешних сетевых ресурсов.

Профили научных организаций и авторские профили создаются на специализированных научных платформах автоматически системой или регистрируются самостоятельно по заявке.

Соответствие научных профилей задачам интернет-представительства:

1. Заявление о существовании. Актуальность и обновляемость.

Официальный сайт научной организации и профиль на специализированной научной платформе – два разных интернет-представительства, которые заявляют о своем существовании, но для разных категорий пользователей. Исследователи всего мира используют специализированные научные платформы, где ищут информацию, публикуют исследования, устанавливают научные связи и образуют коллаборации. Поэтому важно заявить о себе не просто в Интернете, а в профессиональном интернет-пространстве, где находятся специалисты научной сферы. Эту задачу и выполняет научный профиль организации и автора.

2. Информирование. Деятельность, достижения, результаты, продукты и услуги.

В научных профилях организаций и авторских профилях отражается самая полная и актуальная информация о публикациях, тематике исследований, контактная информация, идентификационные номера. Благодаря встроенным аналитическим инструментам, в профилях отражены основные наукометрические показатели и показатели



Irkhin, Valentin

(Irkhin, V. Yu)

Institute of Metal Physics

Homep ResearcherID Web of Science: J-5568-1

АНАЛИЗ ПУБЛИКАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ АВТОРА

ГУСЕВ АЛЕКСАНДР ИВАНОВИЧ *

Институт химии твердого тела УрО РАН, лаборатория нестехиометрических соединений (Екатеринбург)

SPIN-код: 8633-2543, AuthorID: 19092

Рис. 3. Подтвержденные профили авторов в WoS и РИНЦ

публикационной активности: цитируемость, количество авторов/соавторов, индекс Хирша, показатели источников, в которых опубликованы работы и мн. др.

3. Формирование имиджа. Одной из ключевых функций профиля научной организации и авторского профиля является самопрезентация. На формирование имиджа влияет явная и неявная информация, размещенная на странице. Явная информация – это место работы, сфера научных интересов, количество публикаций и т. д. Одним из наиболее заметных источников неявных данных можно назвать фотографию профиля. Не все системы поддерживают возможность размещения фотографии, но, если эта функция предусмотрена, не стоит ею пренебрегать. Фотографии содержат элементы, передающие неявные невербальные сигналы управления впечатлением. Например, эмоциональная выразительность может быть передана выражением лица, профессиональная принадлежность – через одежду [14, с. 34]. Если сравнить профили с фотографией и без, то они подсознательно сформируют разное восприятие, несмотря на то что в целом оба профиля заполнены равноценно (рис. 4). Научный профиль формирует впечатление пользователя о его владельце за счет качественного наполнения личного профиля и поддержания сведений в актуальном состоянии. Грамотно оформленный и заполненный профиль отражает результаты деятельности научной организации или автора, совместные проекты и коллаборации, основные количественные показатели публикационной активности, направления исследований, научные интересы. Это важно не только для формирования личного мнения об организации или авторе, но и для понимания, что предоставленная информация актуальна и достоверна.

4. Налаживание коммуникации. Социальные сети для ученых стали воплощением идеи открытой и глобальной науки. «Они объединяют географически разделенных исследователей и организуют коммуникативные научные обмены, предоставляя ученым возможность бесплатно делиться полными текстами своих работ, анонсировать проекты и планируемые публикации, размещать промежуточные результаты научных изысканий, делиться идеями, получать быстрый отклик

(поддержку, критику, неформальную рецензию и т. д.)» [15, с. 79; 16, с. 121–122]. Благодаря профилям, публикации перестают быть безликими, а пользователь может заочно познакомиться с автором и при желании связаться с ним.

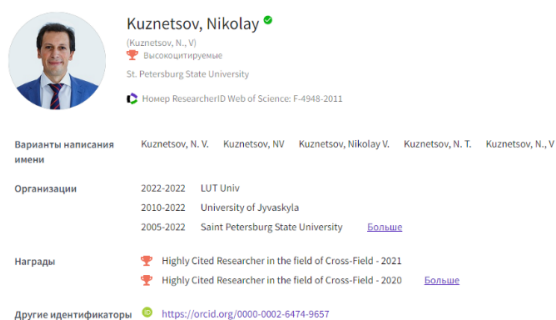
5. Доступное, оперативное обслуживание и связь. Доступ к научному профилю зависит от платформы, на которой он создан. Это может быть открытый доступ или по подписке. Для пользователей платформ информация научного профиля доступна всегда (не путать с доступом к платформе). Для связи с автором предусмотрены электронная почта, ссылки на страницы в социальных сетях или другие платформы. В Scopus ссылка на электронную почту обозначена значком письма рядом с фамилией автора в шапке публикации (рис. 5).

Если соотнести критерии и задачи интернет-представительств, то научные профили соответствуют им в полной мере, с одним лишь отличием: они ориентированы не на всех пользователей, а на специалистов научной сферы. Таким образом, профиль научной организации и авторский профиль ученого, созданные на одной из научных онлайн-платформ, являются специализированной разновидностью интернет-представительства.

Роль научной библиотеки в формировании интернет-представительств научных организаций и авторов

Немалую пользу научные профили приносят сотрудникам библиотек, которые занимаются обслуживанием и поддержкой научных исследований. Чаще всего заявки поступают в период подготовки отчетов, когда научной организации необходимо предоставить показатели отдельных сотрудников, института в целом, журналов, в которых опубликованы статьи, из нескольких систем. Без наличия авторских профилей и профилей организации выполнение подобных заявок занимает огромное количество времени.

Но наибольшую обеспокоенность вызывает то, что из-за отсутствия профилей авторов найденная информация может значительно отличаться



Kuznetsov, Nikolay V. (Kuznetsov, N. V.)
Высокоцитируемые
St. Petersburg State University
Идентификаторы: F-4948-2011

Варианты написания имени: Kuznetsov, N. V. Kuznetsov, NV Kuznetsov, Nikolay V. Kuznetsov, N. T. Kuznetsov, N., V.

Организации:
2022-2022 LUT Univ
2010-2022 University of Jyväskylä
2005-2022 Saint Petersburg State University [Больше](#)

Награды:
Highly Cited Researcher in the field of Cross-Field - 2021
Highly Cited Researcher in the field of Cross-Field - 2020 [Больше](#)

Другие идентификаторы: <https://orcid.org/0000-0002-6474-9657>

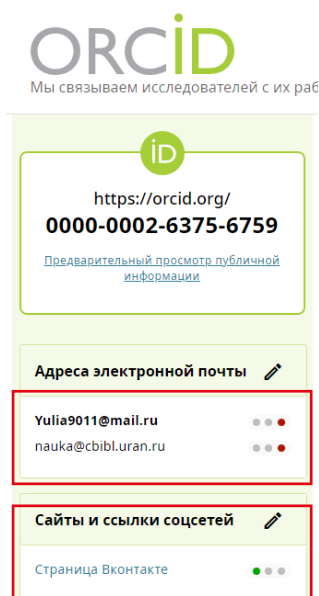


Sheremet, Mikhail A. (Sheremet, Mikhail)
Идентификаторы: R-6495-2016

Варианты написания имени: Sheremet, Mikhail A. Sheremet, M. A. Sheremet, Mikhail

Организации:
2006-2022 Tomsk Polytechnic University
2005-2022 Tomsk State University
2010-2010 Tomsk State Univ [Больше](#)

Рис. 4. Профили авторов на платформе WoS



Natural Products and Bioprospecting • Открытый доступ • Том 12, Выпуск 1 • December 2022 • Номер статьи 12

Assessment on facile Diels–Alder approach of α -pyrone and terpenoquinone for the expedient synthesis of various natural scaffolds

Rammohan, Aluru^{a, b}; Khasanov, Albert F.^{a, c}; Kopchuk, Dmitry S.^{a, c}; Gunasekar, Duvvuru^b; Zyryanov, Grigory V.^a; Chupakhin, Oleg N.^{a, c}

Сохранить всех в список авторов

Рис. 5. Пример средств обратной связи на платформах ORCID и Scopus

от реальных показателей организации. Например, в системе Google Scholar отсутствует возможность создания профиля организации. Определить показатели организации можно только суммируя показатели зарегистрированных авторов, имеющих профили. Количество публикаций и цитирований из Google Scholar входит в число показателей отчетности научных российских организаций. Таким образом, статистика авторов, не зарегистрированных в системе, не учитывается в подсчете общих показателей организации.

Несмотря на очевидные преимущества, вопросу ведения научных профилей до сих пор уделяется недостаточно внимания. Не у всех организаций созданы профили учреждения и профили сотрудников, поскольку отсутствуют необходимые навыки и знания у самих сотрудников или отсутствует специалист, отвечающий за это направление.

При отсутствии в научной организации специалиста по этому вопросу за помощью обращаются к сотрудникам библиотеки. Они владеют необходимыми знаниями с технической точки зрения, но работа по наполнению профилей является целиком и полностью обязанностью самой организации, располагающей всей необходимой для этого информацией.

Основная помощь сотрудников библиотеки заключается в выборе, продвижении и понимании использования онлайн-платформ [11]. Необходимо, во-первых, повышать осведомленность о научных профилях и их преимуществах для авторов и организаций [12, с. 138]; во-вторых, выступать в качестве консультанта и поддержки, чтобы обучить, направить, подсказать, каким образом выстроить работу с профилями.

Заключение

Анализ критериев и задач интернет-представительства позволил определить, что профиль научной организации и авторский профиль ученого служат специализированной разновидностью интернет-представительства. Его особенность в научной сфере заключается в ориентировании на профессиональное сообщество.

Научные профили на онлайн-платформах делают научные результаты заметными большому количеству людей, устраняют проблемы, связанные с идентификацией авторов и правильной аффилиацией их работ, неоднозначностью имен, растущим объемом научных публикаций, облегчают процесс формирования отчетности о результатах научной деятельности, автоматически анализируют уровень влияния и продуктивности авторов и научно-исследовательских организаций, отслеживая основные показатели.

Работа с научными профилями требует внимания наравне со ставшими уже традиционными интернет-представительствами (сайт, социальные сети). Все исследователи должны уметь управлять своими онлайн-профилями, наполняя их наиболее ценными работами, которые могут привлечь внимание как профессионалов, так и широкой общественности. Необходимыми навыками для этого обладают сотрудники научных библиотек. Помощь в создании, ведении и поддержке актуальности научных профилей является перспективной и востребованной услугой, открывает перед библиотеками новые возможности для укрепления отношений с членами исследовательского сообщества и демонстрации своей ценности в поддержке исследований.

Список источников

1. Стаселович А. В. Представительство компаний в сети Интернет // Вестник магистратуры. 2019. № 6-4. С. 116-118.
2. Слюсаренко А. Е., Черкесова К. И. О необходимости внедрения в образовательный процесс интернет-представительств библиотек // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. 2015. Т. 3, № 8-1. С. 265-268.
3. Пропп О. В., Чибикова Т. В. Проект разработки интернет-представительства для производственной компании // Современный ученый. 2017. № 3. С. 188-192.
4. Щербинина С. В. Интернет-представительство – визуальная часть факультета географии, геоэкологии и туризма // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: География. Геоэкология. 2017. № 3. С. 130-132.
5. Инькова Н. А., Котов Е. В. Повышение эффективности бизнеса компании на основе интернет-представительства // Психолого-педагогический журнал Гаудеамус. 2010. № 2. С. 251-253.
6. Шевченко Л. Б. История развития библиотечных сайтов // Научные и технические библиотеки. 2020. № 12. С. 173-188. DOI: <https://doi.org/10.33186/1027-3689-2020-12-173-188>.
7. Котляров И. Д. Веб-представительство компании: сущность и методы создания // Информационные ресурсы России. 2012. № 3. С. 24-27.
8. Савотченко С. Е. Интернет-представительство библиотеки: понятие, функции, виды, анализ структуры и качества. // Вестник Белгородского института развития образования. 2015. № 2. С. 7-20.
9. López-Hermoso C., Gil-Navarro M. V., Abdel-Kader-Martín L., Santos-Ramos B. Online platforms and social networks for the creation of research profiles // Farmacia Hospitalaria. 2020. Vol. 44, no. 1. P. 20-25. DOI: <https://doi.org/10.7399/fh.11304>.
10. Gasparyan A. Y., Yessirkepov M., Duisenova A., Kostyukova E. I., Kitaz G. D. Researcher and author impact metrics: variety, value, and context // Journal of Korean Medical Science. 2018. Vol. 33, no. 18. Art. e139. P. 1-16. DOI: <https://doi.org/10.3346/jkms.2018.33.e139>.
11. Craft A. R. Electronic resources forum - managing researcher identity: tools for researchers and librarians // Serials Review. 2020. Vol. 46, no. 1. P. 44-49. DOI: <https://doi.org/10.1080/00987913.2020.1720897>.
12. Akers K. G., Sarkozy A., Wu W., Slyman A. ORCID author identifiers: a primer for librarians // Medical Reference Services Quarterly. 2016. Vol. 35, no. 2. P. 135-144. DOI: <https://doi.org/10.1080/02763869.2016.1152139>.
13. Yan W., Liu Q., Chen R., Zhang M. Favoritism or equality: difference analysis of users' utilization of academic social networks for top research corporations // Online Information Review. 2021. Vol. 45, no 1. P. 240-260. DOI: <https://doi.org/10.1108/OIR-12-2019-0389>.
14. Tifferet S., Vilnai-Yavetz I. Self-presentation in LinkedIn portraits: common features, gender, and occupational differences // Computers in Human Behavior. 2018. Vol. 80. P. 33-48. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.10.013>.
15. Шибаршина С. В. Научные коммуникации и коллаборации в Сети как возможные зоны

обмена // Социология науки и технологий. 2019. Т. 10, № 2. С. 75-92.

16. Душина С. А., Хватова Т. Ю., Николаенко Г. А. Академические интернет-сети: платформа научного обмена или инстаграм для ученых? (На примере ResearchGate) // Социологические исследования. 2018. № 5. С. 121-131.

References

1. Staselovich A. V. Representation of companies on the Internet. *Vestnik magistratury*, 2019, 6-4: 116-118. (In Russ.).
2. Slyusarenko A. E., Cherkosova K. I. On the need to introduce Internet representations of libraries into the educational process. *Aktual'nye napravleniya nauchnykh issledovaniy XXI veka: teoriya i praktika*, 2015, 3(8-1): 265-268. (In Russ.).
3. Propp O. V., Chibikova T. V. Project to develop an Internet representation for a manufacturing company. *Sovremennyy uchenyy*, 2017, 3: 188-192. (In Russ.).
4. Shcherbinina S. V. Internet representation is the visual part of the Faculty of Geography, Geoecology and Tourism. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Geografiya. Geoekologiya*, 2017, 3: 130-132. (In Russ.).
5. Inkova N. A., Kotov E. V. Improving the efficiency of the company's business based on the Internet representation. *Psikhologo-pedagogicheskii zhurnal Gaudeamus*, 2010, 2: 251-253. (In Russ.).
6. Shevchenko L. B. The history of the development of library sites. *Nauchnye i tekhnicheskie biblioteki*, 2020, 12: 173-188. DOI: <https://doi.org/10.33186/1027-3689-2020-12-173-188>. (In Russ.).
7. Kotlyarov I. D. Web representation of the company: the essence and methods of creation. *Informatsionnye resursy Rossii*, 2012, 3: 24-27. (In Russ.).
8. Savotchenko S. E. Internet representation of the library: concept, functions, types, analysis of structure and quality. *Vestnik Belgorodskogo instituta razvitiya obrazovaniya*, 2015, 2: 7-20. (In Russ.).
9. López-Hermoso C., Gil-Navarro M. V., Abdel-Kader-Martín L., Santos-Ramos B. Online platforms and social networks for the creation of research profiles. *Farmacia Hospitalaria*, 2020, 44(1): 20-25. DOI: <https://doi.org/10.7399/fh.11304>.
10. Gasparyan A. Y., Yessirkepov M., Duisenova A., Kostyukova E. I., Kitaz G. D. Researcher and author impact metrics: variety, value, and context. *Journal of Korean Medical Science*, 2018, 33(18): e139. DOI: <https://doi.org/10.3346/jkms.2018.33.e139>.
11. Craft A. R. Electronic resources forum - managing researcher identity: tools for researchers and librarians. *Serials Review*, 2020, 46(1): 44-49. DOI: <https://doi.org/10.1080/00987913.2020.1720897>.
12. Akers K. G., Sarkozy A., Wu W., Slyman A. ORCID author identifiers: a primer for librarians. *Medical Reference Services Quarterly*, 2016, 35(2): 135-144. DOI: <https://doi.org/10.1080/02763869.2016.1152139>.
13. Yan W., Liu Q., Chen R., Zhang M. Favoritism or equality: difference analysis of users' utilization of academic social networks for top research corporations. *Online Information Review*, 2021, 45(1): 240-260. DOI: <https://doi.org/10.1108/OIR-12-2019-0389>.

14. Tifferet S., Vilnai-Yavetz I. Self-presentation in LinkedIn portraits: common features, gender, and occupational differences. *Computers in Human Behavior*, 2018, 80: 33–48. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.10.013>.

15. Shibarshina S. V. Scientific communications and collaborations on the Web as possible exchange zones. *Sotsiologiya nauki i tekhnologii*, 2019, 10(2): 75–92. (In Russ.).

16. Dushina S. A., Khvatova T. Yu., Nikolaenko G. A. Academic Internet networks: scientific exchange platform or Instagram for scientists? (ResearchGate case). *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 2018, 5: 121–131. (In Russ.).

Статья поступила в редакцию 21.09.2022
Получена после доработки 17.11.2022
Принята для публикации 05.12.2022

Received 21.09.2022
Revised 17.11.2022
Accepted 05.12.2022