



МОСКОВСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ПСИХОЛОГО-  
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

# Исследование читательских стратегий поиска научных публикаций

## «Поиск научных публикаций – 2021»

### Результаты опроса



Московский государственный психолого-педагогический университет

Москва, 2022 год

Полный набор данных: [10.25449/ruspsydata.19064786](https://doi.org/10.25449/ruspsydata.19064786)

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>Введение</b>	<b>6</b>
Выборка и ограничения	6
Благодарности	9
Составители	9
<b>Раздел 1. Поиск научных статей</b>	<b>10</b>
<b>1.1. Анализ ответов на вопрос «Если вам нужно найти научные статьи, откуда вы начинаете свой поиск?»</b>	<b>10</b>
Анализ выборки в целом	10
Анализ групп по сектору деятельности	12
Анализ групп по видам занятости	15
Анализ групп по области специализации	18
Резюме	21
<b>1.2. Анализ ответов на вопрос «Как часто вы пользуетесь каждой из нижеперечисленных поисковых систем для поиска журнальных статей?»</b>	<b>22</b>
Анализ выборки в целом	22
Анализ групп по сектору деятельности	23
Анализ групп по видам занятости	25
Анализ групп по области специализации	27
Резюме	29
<b>1.3. Анализ ответов на вопрос «Если говорить о последней научной статье, которую вы просматривали, то вы...»</b>	<b>30</b>
Распределение ответов по выборке в целом	30
Распределение ответов по сектору деятельности	31

Распределение ответов по виду занятости	33
Распределение ответов по специализации	36
Резюме	39
<b>Раздел 2. Сайты, доставляющие научный контент, и версии статей</b>	<b>40</b>
<b>2.1. Анализ ответов на вопрос «Если говорить о последней научной статье, которую вы просматривали, какую версию статьи, как вам кажется, вы читали?»</b>	<b>40</b>
Распределение ответов по выборке в целом	40
Распределение ответов по сектору деятельности	41
Распределение ответов по видам занятости	43
Распределение ответов по специализации	45
Резюме	46
<b>2.2. Анализ ответов на вопрос «Какой процент научных статей, которые вы читаете, вы берёте из каждого из нижеперечисленных источников?»</b>	<b>47</b>
Распределение ответов по выборке в целом	48
Анализ групп по сектору деятельности	52
Анализ групп по видам занятости	54
Анализ групп по области специализации	55
Резюме	57
<b>2.3. Анализ ответов на вопрос «Как часто вы ищете статьи, находящиеся именно в открытом доступе?»</b>	<b>58</b>
Анализ выборки в целом	58
Анализ групп по сектору деятельности	59
Анализ групп по видам занятости	60
Анализ групп по области специализации	62
Резюме	63

<b>2.4. Анализ ответов на вопрос «Если у вас возникает необходимость найти статьи в открытом доступе, где вы начинаете свои поиски?»</b>	<b>64</b>
Анализ выборки в целом	64
Анализ групп по сектору деятельности	66
Анализ групп по видам занятости	68
Анализ групп по области специализации	70
Резюме	72
<b>Раздел 3. Возможности сайта научного журнала</b>	<b>73</b>
<b>3.1. Анализ ответов на вопрос «Какие функции на издательских сайтах журналов кажутся вам полезными?»</b>	<b>73</b>
Анализ ответов по выборке в целом	73
Анализ групп по сектору деятельности	75
Анализ групп по видам занятости	77
Анализ групп по области специализации	80
Резюме	82
<b>Раздел 4. Видеоконтент</b>	<b>83</b>
<b>4.1. Анализ ответов на вопрос «Насколько часто вы целенаправленно ищете видео-статьи, прошедшие рецензирование?»</b>	<b>83</b>
Анализ выборки в целом	83
Анализ групп по сектору деятельности	83
Анализ групп по виду занятости	85
Анализ групп по области специализации	87
Резюме	90
<b>4.2. Анализ ответов на вопрос «Если вам нужно найти отрецензированную видео-статью, где вы начинаете свой поиск?»</b>	<b>90</b>
Анализ выборки в целом	90

Анализ групп по сектору деятельности	92
Анализ групп по видам занятости	95
Анализ групп по области специализации	98
Резюме	100
<b>4.3. Анализ ответов на вопрос «Если говорить о последнем научно-образовательном видеоролике, который вы просматривали, то вы...»</b>	<b>100</b>
Анализ выборки в целом	101
Распределение ответов по сектору деятельности	103
Распределение ответов по виду занятости	104
Распределение ответов по специализации	106
Резюме	108
<b>Избранные комментарии</b>	<b>109</b>
<b>Выводы</b>	<b>111</b>
<b>Приложение</b>	<b>113</b>

## Введение

Исследование читательских стратегий поиска научных публикаций «Поиск научных публикаций-2021» является продолжением крупномасштабного опроса, который проводится компанией Renew Consultants с 2005 года. В 2021 году компанией представлен отчет “How Readers Discover Content in Scholarly Publications 2021” с результатами опроса, выявляющего стратегии начальной стадии поиска научных статей и видеоконтента. Опрос проводился в период с января по март 2021 года на английском языке. Авторы опроса Саймон Ингер и Трэйси Гарднер продолжают серию исследований, предпринятых в 2005, 2008, 2012, 2015 и 2018 годах компанией Renew Consultants. Текст отчета находится в свободном доступе. Опубликован Renew Consultants, торговой маркой Simon Inger Consulting Ltd. в июле 2021 года. Полный набор данных можно найти по адресу: <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.14923917.v1>. Отчет можно загрузить по адресу: [renew.pub/discovery2021](https://renew.pub/discovery2021).

Опрос «Поиск научных публикаций-2021» подготовлен и проведен ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет». Опрос проводился в период с апреля по июнь 2021 года на русском языке. Результаты опроса и исходные данные находятся в свободном доступе.

Результаты опроса позволили сформулировать ряд выводов относительно особенностей читательского поведения и содержит сведения о стратегиях поиска научной информации - как читатели ищут и получают доступ к статьям из научных журналов.

## Выборка и ограничения

В представленном исследовании рассматривается важность различных вариантов поиска научной информации (научных статей и/или видео) для пользователя научного контента, оценивается конкуренция между основными поисковыми системами, а также делается попытка выяснить, какую долю времени люди тратят на то, что они считают «поиском».

Один из важных вопросов, на который сложно ответить только с помощью веб-аналитики: «С чего люди начинают поиск, когда читатель ищет журнальные статьи?» — аналитика только скажет вам, с какого ресурса люди пришли на ваш сайт, а не с чего они начали свой путь поиска информации. Только понимая, с чего читатели начинают, издатели смогут обеспечить правильность своих приоритетов в распространении контента, а библиотекари смогут убедиться, что они помогают своим посетителям в их путешествии к открытиям. Поисковое поведение людей сильно различается по отраслям, регионам, видам занятости и предметным дисциплинам, и на сегодняшний день единственный практический способ получить истинное представление о выбранных ими поисковых ресурсах — спросить их.

На момент проведения опроса русскоязычных респондентов, результаты опроса англоязычных респондентов еще не были опубликованы, что исключает осведомленность респондентов о его результатах.

Опрос является продолжением опроса “How Readers Discover Content in Scholarly Publications 2021” (Renew Consultants) для русскоязычной выборки с соблюдением формулировок и последовательности оригинальных вариантов вопросов.

В предшествующем исследовании аудитория была международной, но опрос проводился только на английском языке. Соответственно, опрошенные в основном смотрели научные журналы и академические видео на английском языке. В нашем исследовании вопросы аудитории были представлены на русском языке и были несколько модифицированы под национальную специфику. Например, расширен перечень поисковых систем включением Yandex, Mail.ru, Bing.

Выборку исследования составили пользователи Научной электронной библиотеки Elibrary, пользователи ЭБС «Университетская библиотека online», пользователи портала психологических изданий PsyJournals.ru, пользователи сети Интернет. Опрос проводился в открытой форме с помощью инструментов Google.

Общее количество респондентов опроса — 678 человек из 15 стран. Из них: из РФ — 92 % респондентов, из стран СНГ — 6 % (Беларусь, Грузия, Казахстан, Киргизия, Молдова, Таджикистан, Узбекистан, Украина), из стран дальнего зарубежья— 0,9 % (Болгария, Великобритания, Индонезия, Германия, Кипр, Франция) (Таблица 1). Основная часть респондентов отнесли себя к сфере образования — 75,4 % (Таблица 2), по должности преподаватели высшего или среднего профессионального образования — 42,8 % (Таблица 3), по специальности, относящие себя к психологии — 31,1 % (Таблица 4).

Таблица 1. Распределение респондентов по странам

Страна	N	Процент
Россия	630	92.9
СНГ	42	6.2
Дальнее зарубежье	6	0.9

Таблица 2. Распределение респондентов по сектору деятельности

Сектор деятельности	N	Процент
Образование, обучение	511	75.4
Коммерческая компания	24	3.5

Научно-исследовательская деятельность	53	7.8
Государственные и муниципальные структуры	44	6.5
Медицина	29	4.3
Другое	17	2.5

Таблица 3. Распределение респондентов по видам занятости

Вид занятости	N	Процент
Преподаватель ВО или СПО	290	42.8
Исследователь, научный работник	195	28.8
Библиотекарь/Менеджер по информации	73	10.8
Менеджер/Руководитель	24	3.5
Психолог	11	1.6
Студент	38	5.6
Аспирант, докторант	30	4.4
Другое	17	2.5

Таблица 4. Распределение респондентов по специализации

Специализация	N	Процент
Психология	211	31.1
Гуманитарные науки	127	18.7
Бизнес/Экономика/Бухгалтерское дело/Финансы/Юриспруденция	57	8.4
Инженерные, технические, математические науки, технологии и компьютер	54	8.0
Медико-биологические науки	56	8.3
Науки об окружающей среде/Естественные науки	42	6.2
Образование и педагогика	54	8.0
Социальные и политические науки	48	7.1
Другое	29	4.3



Для конкретизации и уточнения результатов опроса в ходе анализа мы использовали сравнение групп респондентов по сектору деятельности, видам занятости и специализации (Таблицы 2-4).

В рамках отчёта мы представляем описательную статистику полученных результатов, что позволит получить общее представление о распределении ответов респондентов как в целом по всей выборке, так и в отдельных подгруппах - в зависимости от сектора деятельности, вида занятости и специализации.

### Благодарности

Создатели русскоязычного опроса благодарят за поддержку и содействие в проведении опроса следующие организации: Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU), ЭБС «Университетская библиотека online» (ООО «Директ-Медиа»).

### Составители

*Шведовская Анна Александровна*, кандидат психологических наук, начальник управления информационными проектами ФГБОУ ВО МГППУ, доцент, кафедра возрастной психологии имени Л.Ф. Обуховой, Московский государственный психолого-педагогический университет (ФГБОУ ВО МГППУ), г. Москва, Россия. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3154-4601>, e-mail: [anna.shvedovskaya@mgppu.ru](mailto:anna.shvedovskaya@mgppu.ru)

*Корнеев Алексей Андреевич*, кандидат психологических наук, старший научный сотрудник лаборатории нейропсихологии факультета психологии, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (ФГБОУ ВО «МГУ имени М.В. Ломоносова»); старший научный сотрудник лаборатории нейрофизиологии когнитивной деятельности, Институт возрастной физиологии Российской Академии Образования (ФГБНУ ИВФ РАО), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6389-8215>, e-mail: [korneeff@gmail.com](mailto:korneeff@gmail.com)

Исследование «Поиск научных публикаций-2021» подготовлено и проведено на базе ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет».

## Раздел 1. Поиск научных статей

### 1.1. Анализ ответов на вопрос «Если вам нужно найти научные статьи, откуда вы начинаете свой поиск?»

При ответе на вопрос «Если вам нужно найти научные статьи, откуда вы начинаете свой поиск?» респондентам были предложены варианты ответов: «Неважно», «Относительно неважно», «Нейтрально», «Относительно важно», «Очень важно», которые были переведены в условные баллы от 1 («Неважно») до 5 («Очень важно»).

Далее эти баллы анализировались как «относительные баллы», показывающие степень важности того или иного инструмента поиска. В этой порядковой шкале 1 - соответствует минимальной важности, 5 - максимальной.

#### Анализ выборки в целом

Средние относительные баллы, полученные по всей выборке респондентов представлены на рис. 1.

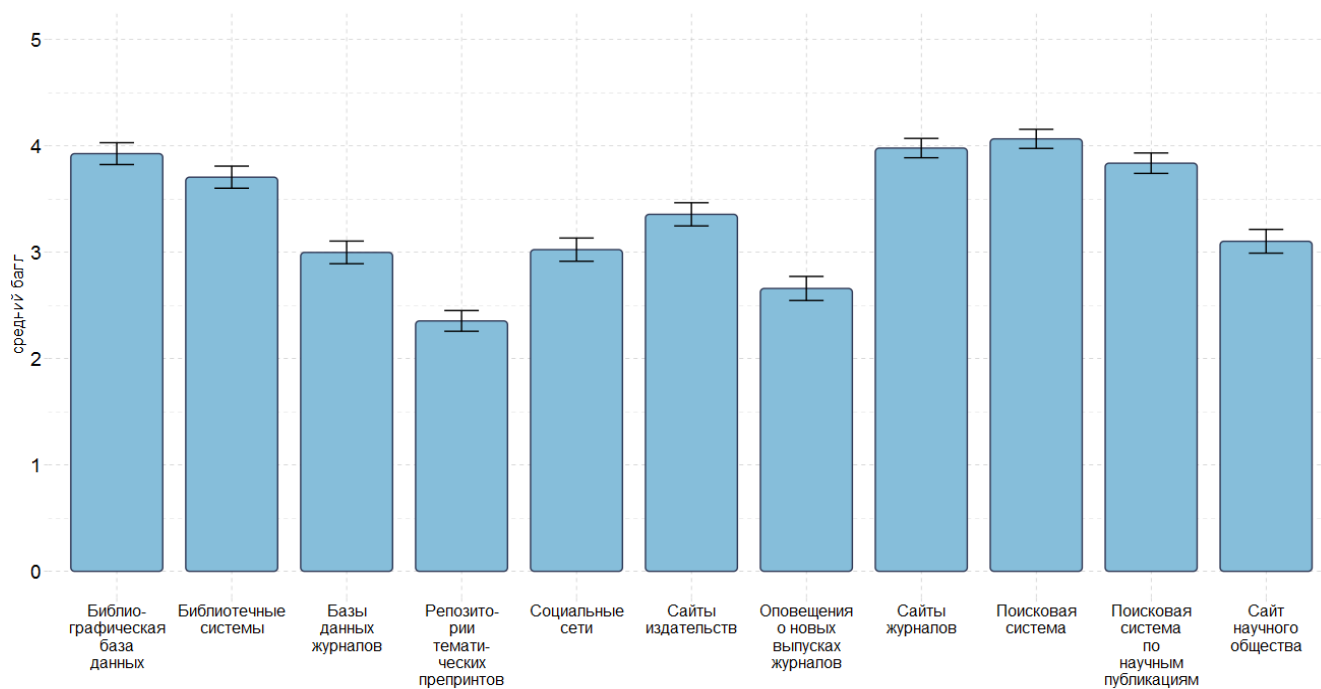


Рисунок 1. Относительный балл важности инструментов поиска при поиске научных статей

Как показывают результаты опроса, самые высокие баллы получили варианты «Поисковая система» (4.07), «Сайты журналов» (3.98), «Библиографическая база данных» (3.93), «Поисковая система по научным публикациям» (3.84) и «Библиотечные системы» (3.71). Наименьшие баллы получили «Репозитории тематических препринтов» (2.35), «Оповещения о новых выпусках журнала» (2.66) и «Базы данных журналов» (3.00).

Если сравнивать с результатами англоязычного опроса “How Readers Discover Content in Scholarly Publications 2021” можно отметить, что в нём максимальную оценку получили варианты «Специализированная библиографическая база данных», «Поисковая система по научным публикациям» и только на третьем месте «Поисковая система».

Подробную статистику см. в табл. 1 приложения.

## Анализ групп по сектору деятельности

Средние оценки предпочтительности источников в ответах респондентов из разных секторов деятельности приведены на рис. 2.

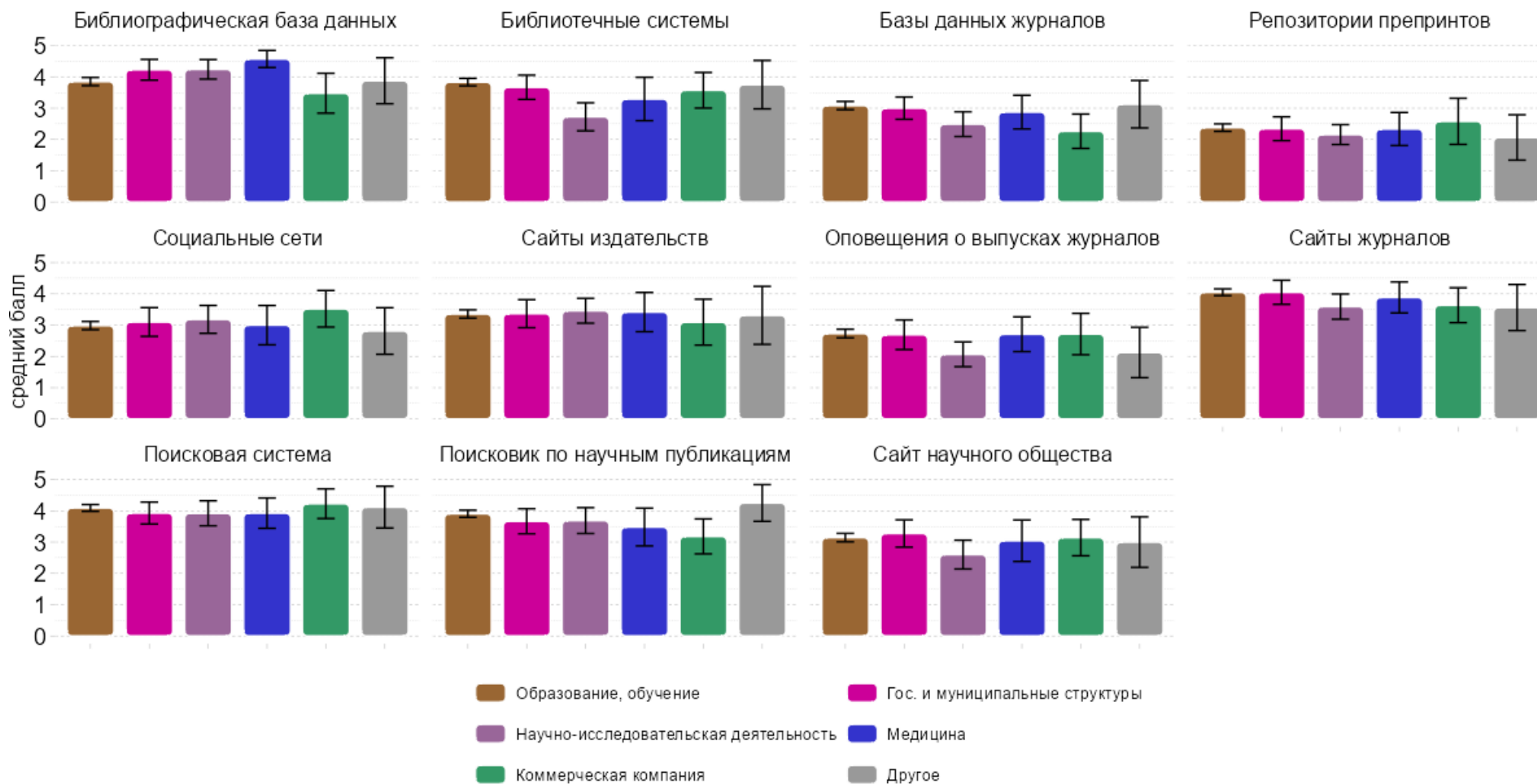


Рис. 2. Относительный балл важности инструментов поиска при поиске научных статей по секторам деятельности респондентов

Вариант «Библиографическая база данных» получила наиболее высокие оценки в группе «Медицина» (средний относительный балл - 4.57), а наиболее низкие - в группе «Коммерческая компания» (средний относительный балл - 3.48).

Вариант «Библиотечные системы» получила наиболее высокие оценки в группе «Образование, обучение» (средний относительный балл - 3.83), а наиболее низкие - в группе «Научно-исследовательская деятельность» (средний относительный балл - 2.72).

Вариант «Базы данных журналов» получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (средний относительный балл - 3.12), а наиболее низкие - в группе «Коммерческая компания» (средний относительный балл - 2.26).

Вариант «Репозитории тематических препринтов» получила наиболее высокие оценки в группе «Коммерческая компания» (средний относительный балл - 2.58), а наиболее низкие - в группе «Другое» (средний относительный балл - 2.06).

Вариант «Социальные сети» получила наиболее высокие оценки в группе «Коммерческая компания» (средний относительный балл - 3.52), а наиболее низкие - в группе «Другое» (средний относительный балл - 2.81).

Вариант «Сайты издательств» получила наиболее высокие оценки в группе «Научно-исследовательская деятельность» (средний относительный балл - 3.46), а наиболее низкие - в группе «Коммерческая компания» (средний относительный балл - 3.1).

Вариант «Оповещения о новых выпусках журналов» получила наиболее высокие оценки в группе «Образование, обучение» (средний относительный балл - 2.73), а наиболее низкие - в группе «Научно-исследовательская деятельность» (средний относительный балл - 2.07).

Вариант «Сайты журналов» получила наиболее высокие оценки в группе «Образование, обучение» (средний относительный балл - 4.05), а наиболее низкие - в группе «Другое» (средний относительный балл - 3.56).

Вариант «Поисковая система» получила наиболее высокие оценки в группе «Коммерческая компания» (средний относительный балл - 4.23), а наиболее низкие - в группе «Научно-исследовательская деятельность» (средний относительный балл - 3.92).

Вариант «Поисковая система по научным публикациям» получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (средний относительный балл - 4.25), а наиболее низкие - в группе «Коммерческая компания» (средний относительный балл - 3.18).

Вариант «Сайт научного общества» получила наиболее высокие оценки в группе «Гос. и муниципальные структуры» (средний относительный балл - 3.28), а наиболее низкие - в группе «Научно-исследовательская деятельность» (средний относительный балл - 2.6).

На представленные результаты можно взглянуть с точки зрения выраженности видов поиска в отдельных секторах.

**Описание по группам:**

В группе «Образование, обучение» самые высокие баллы у вариантов «Поисковая система» (4.09) и «Сайты журналов» (4.05), а самые низкие - у вариантов «Оповещения о новых выпусках журналов» (2.73) и «Репозитории тематических препринтов» (2.38).

В группе «Гос. и муниципальные структуры» самые высокие баллы у вариантов «Библиографическая база данных» (4.23) и «Сайты журналов» (4.05), а самые низкие - у вариантов «Оповещения о новых выпусках журналов» (2.69) и «Репозитории тематических препринтов» (2.34).

В группе «Научно-исследовательская деятельность» самые высокие баллы у вариантов «Библиографическая база данных» (4.24) и «Поисковая система» (3.92), а самые низкие - у вариантов «Репозитории тематических препринтов» (2.16) и «Оповещения о новых выпусках журналов» (2.07).

В группе «Медицина» самые высокие баллы у вариантов «Библиографическая база данных» (4.57) и «Поисковая система» (3.93), а самые низкие - у вариантов «Оповещения о новых выпусках журналов» (2.71) и «Репозитории тематических препринтов» (2.33).

В группе «Коммерческая компания» самые высокие баллы у вариантов «Поисковая система» (4.23) и «Сайты журналов» (3.64), а самые низкие - у вариантов «Репозитории тематических препринтов» (2.58) и «Базы данных журналов» (2.26).

В группе «Другое» самые высокие баллы у вариантов «Поисковая система по научным публикациям» (4.25) и «Поисковая система» (4.12), а самые низкие - у вариантов «Оповещения о новых выпусках журналов» (2.12) и «Репозитории тематических препринтов» (2.06).

Подробную статистику см. в таблице 2 приложения.

## Анализ групп по видам занятости

Средние оценки предпочтительности источников в ответах респондентов по виду деятельности приведены на рис. 3.

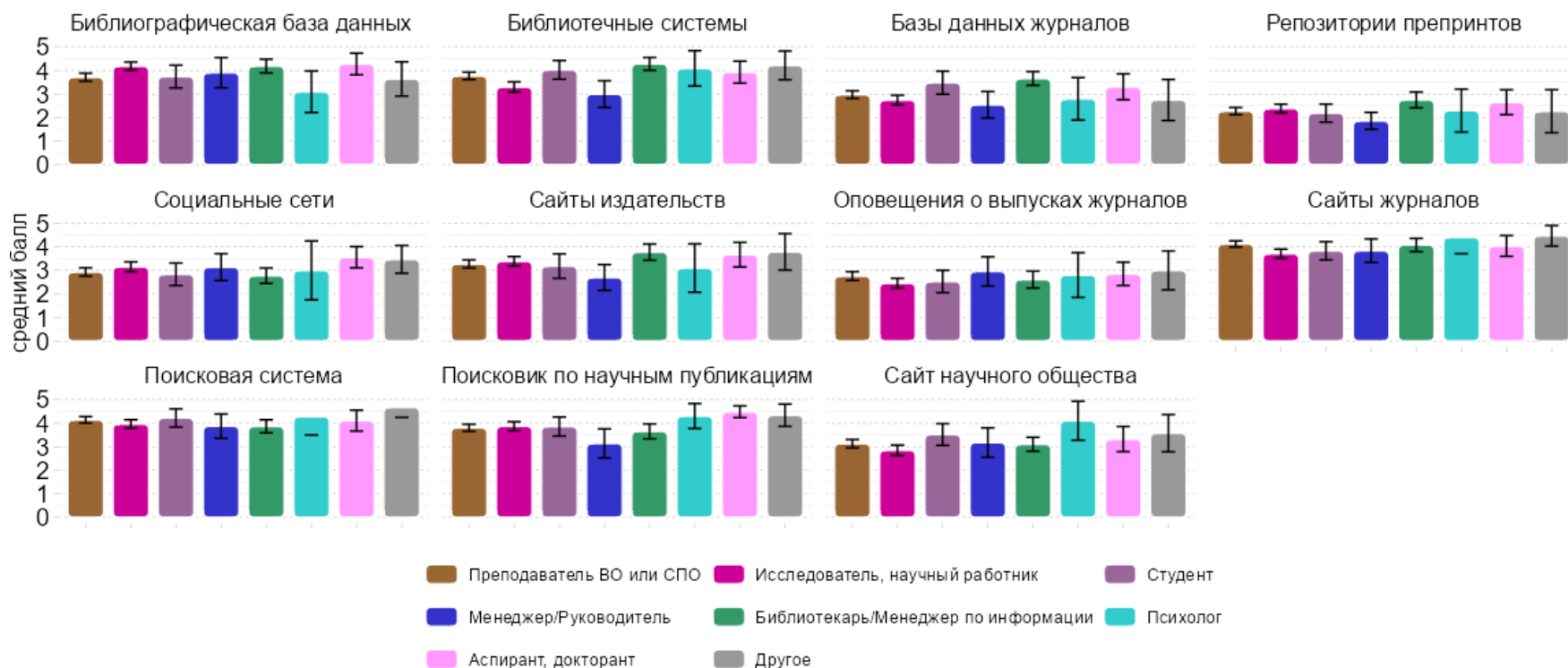


Рис. 3. Относительный балл важности инструментов поиска при поиске научных статей по указанному виду деятельности респондентов

Вариант «Бибблиографическая база данных» получил наиболее высокие оценки в группе «Аспирант, докторант» (средний относительный балл - 4.28), а наиболее низкие - в группе «Психолог» (средний относительный балл - 3.1).

Вариант «Библиотечные системы» получил наиболее высокие оценки в группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» (средний относительный балл - 4.28), а наиболее низкие - в группе «Менеджер/Руководитель» (средний относительный балл - 3).

Вариант «Базы данных журналов» получил наиболее высокие оценки в группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» (средний относительный балл - 3.66), а наиболее низкие - в группе «Менеджер/Руководитель» (средний относительный балл - 2.55).

Вариант «Репозитории тематических препринтов» получил наиболее высокие оценки в группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» (средний относительный балл - 2.75), а наиболее низкие - в группе «Менеджер/Руководитель» (средний относительный балл - 1.86).

Вариант «Социальные сети» получил наиболее высокие оценки в группе «Аспирант, докторант» (средний относительный балл - 3.56), а наиболее низкие - в группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» (средний относительный балл - 2.77).

Вариант «Сайты издательств» получил наиболее высокие оценки в группе «Другое» (средний относительный балл - 3.79), а наиболее низкие - в группе «Менеджер/Руководитель» (средний относительный балл - 2.7).

Вариант «Оповещения о новых выпусках журналов» получил наиболее высокие оценки в группе «Другое» (средний относительный балл - 3), а наиболее низкие - в группе «Исследователь, научный работник» (средний относительный балл - 2.46).

Вариант «Сайты журналов» получил наиболее высокие оценки в группе «Другое» (средний относительный балл - 4.47), а наиболее низкие - в группе «Исследователь, научный работник» (средний относительный балл - 3.71).

Вариант «Поисковая система» получил наиболее высокие оценки в группе «Другое» (средний относительный балл - 4.67), а наиболее низкие - в группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» (средний относительный балл - 3.86).

Вариант «Поисковая система по научным публикациям» получил наиболее высокие оценки в группе «Аспирант, докторант» (средний относительный балл - 4.48), а наиболее низкие - в группе «Менеджер/Руководитель» (средний относительный балл - 3.14).

Вариант «Сайт научного общества» получил наиболее высокие оценки в группе «Психолог» (средний относительный балл - 4.1), а наиболее низкие - в группе «Исследователь, научный работник» (средний относительный балл - 2.85).

#### **Описание групп по типам занятости:**

В группе «Преподаватель ВО или СПО» самые высокие баллы у вариантов «Поисковая система (4.14) и Сайты журналов (4.12), а самые низкие - у поисковых систем Оповещения о новых выпусках журналов» (2.76) и Репозитории тематических препринтов (2.28).



В группе «Исследователь, научный работник» самые высокие баллы у вариантов «Библиографическая база данных (4.18) и Поисковая система (3.96), а самые низкие - у поисковых систем Оповещения о новых выпусках журналов» (2.46) и Репозитории тематических препринтов (2.39).

В группе «Студент» самые высокие баллы у вариантов «Поисковая система (4.22) и Библиотечные системы (4.03), а самые низкие - у поисковых систем Оповещения о новых выпусках журналов» (2.53) и Репозитории тематических препринтов (2.19).

В группе «Менеджер/Руководитель» самые высокие баллы у вариантов «Библиографическая база данных (3.91) и Поисковая система (3.87), а самые низкие - у поисковых систем Базы данных журналов» (2.55) и Репозитории тематических препринтов (1.86).

В группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» самые высокие баллы у вариантов «Библиотечные системы (4.28) и Библиографическая база данных (4.19), а самые низкие - у поисковых систем Репозитории тематических препринтов» (2.75) и Оповещения о новых выпусках журналов (2.61).

В группе «Психолог» самые высокие баллы у вариантов «Сайты журналов (4.4) и Поисковая система по научным публикациям (4.3), а самые низкие - у поисковых систем Оповещения о новых выпусках журналов» (2.8) и Репозитории тематических препринтов (2.3).

В группе «Аспирант, докторант» самые высокие баллы у вариантов «Поисковая система по научным публикациям (4.48) и Библиографическая база данных (4.28), а самые низкие - у поисковых систем Оповещения о новых выпусках журналов» (2.85) и Репозитории тематических препринтов (2.65).

В группе «Другое» самые высокие баллы у вариантов «Поисковая система (4.67) и Сайты журналов (4.47), а самые низкие - у поисковых систем Базы данных журналов» (2.75) и Репозитории тематических препринтов (2.27).

Подробную статистику см. в таблице 3 приложения.

## Анализ групп по области специализации

Средние оценки предпочтительности источников в ответах респондентов, указавших разные области специализации приведены на рис. 4.

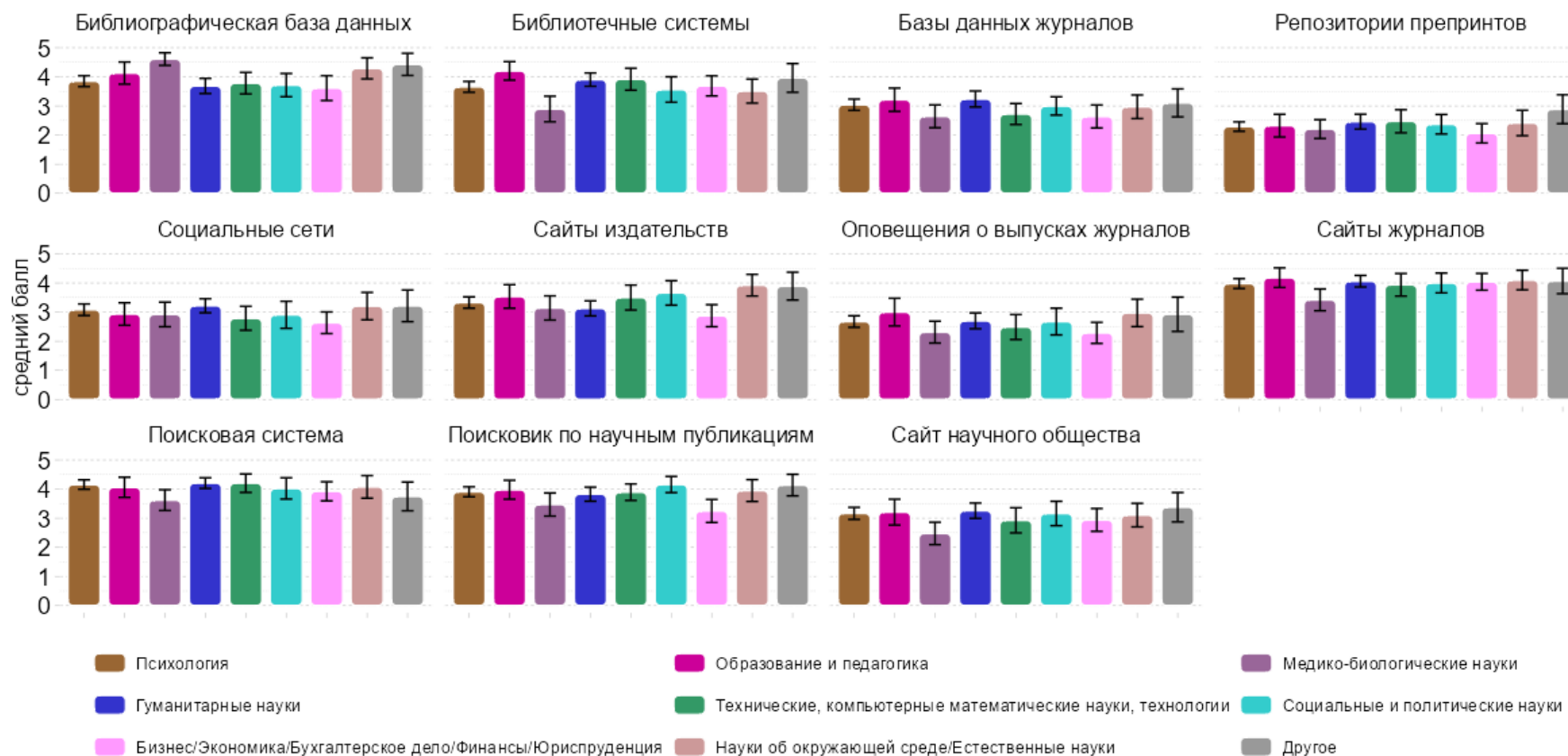


Рис. 4. Относительный балл важности инструментов поиска при поиске научных статей в группах респондентов с разной областью специализации

Вариант «Библиографическая база данных» получил наиболее высокие оценки в группе «Медико-биологические науки» (средний относительный балл - 4.61), а наиболее низкие - в группе «Бизнес/Экономика/Бухгалтерское дело/Финансы/Юриспруденция» (средний относительный балл - 3.62).

Вариант «Библиотечные системы» получил наиболее высокие оценки в группе «Образование и педагогика» (средний относительный балл - 4.2), а наиболее низкие - в группе «Медико-биологические науки» (средний относительный балл - 2.9).

Вариант «Базы данных журналов» получил наиболее высокие оценки в группе «Гуманитарные науки» (средний относительный балл - 3.24), а наиболее низкие - в группе «Бизнес/Экономика/Бухгалтерское дело/Финансы/Юриспруденция» (средний относительный балл - 2.64).

Вариант «Репозитории тематических препринтов» получил наиболее высокие оценки в группе «Другое» (средний относительный балл - 2.89), а наиболее низкие - в группе «Бизнес/Экономика/Бухгалтерское дело/Финансы/Юриспруденция» (средний относительный балл - 2.06).

Вариант «Социальные сети» получил наиболее высокие оценки в группе «Гуманитарные науки» (средний относительный балл - 3.22), а наиболее низкие - в группе «Бизнес/Экономика/Бухгалтерское дело/Финансы/Юриспруденция» (средний относительный балл - 2.63).

Вариант «Сайты издательств» получил наиболее высокие оценки в группе «Науки об окружающей среде/Естественные науки» (средний относительный балл - 3.92), а наиболее низкие - в группе «Бизнес/Экономика/Бухгалтерское дело/Финансы/Юриспруденция» (средний относительный балл - 2.88).

Вариант «Оповещения о новых выпусках журналов» получил наиболее высокие оценки в группе «Образование и педагогика» (средний относительный балл - 3), а наиболее низкие - в группе «Бизнес/Экономика/Бухгалтерское дело/Финансы/Юриспруденция» (средний относительный балл - 2.29).

Вариант «Сайты журналов» получил наиболее высокие оценки в группе «Образование и педагогика» (средний относительный балл - 4.18), а наиболее низкие - в группе «Медико-биологические науки» (средний относительный балл - 3.42).

Вариант «Поисковая система» получил наиболее высокие оценки в группе «Гуманитарные науки» (средний относительный балл - 4.21), а наиболее низкие - в группе «Медико-биологические науки» (средний относительный балл - 3.62).

Вариант «Поисковая система по научным публикациям» получил наиболее высокие оценки в группе «Социальные и политические науки» (средний относительный балл - 4.16), а наиболее низкие - в группе «Бизнес/Экономика/Бухгалтерское дело/Финансы/Юриспруденция» (средний относительный балл - 3.25).

Вариант «Сайт научного общества» получил наиболее высокие оценки в группе «Другое» (средний относительный балл - 3.38), а наиболее низкие - в группе «Медико-биологические науки» (средний относительный балл - 2.48).

### **Описание по группам:**

В группе «Психология» самые высокие баллы у вариантов «Поисковая система» (4.16) и «Сайты журналов» (3.98), а самые низкие - у вариантов «Оповещения о новых выпусках журналов» (2.68) и «Репозитории тематических препринтов» (2.29).

В группе «Образование и педагогика» самые высокие баллы у вариантов «Библиотечные системы» (4.2) и «Сайты журналов» (4.18), а самые низкие - у вариантов «Социальные сети» (2.93) и «Репозитории тематических препринтов» (2.33).

В группе «Медико-биологические науки» самые высокие баллы у вариантов «Библиографическая база данных» (4.61) и «Поисковая система» (3.62), а самые низкие - у вариантов «Оповещения о новых выпусках журналов» (2.31) и «Репозитории тематических препринтов» (2.21).

В группе «Гуманитарные науки» самые высокие баллы у вариантов «Поисковая система» (4.21) и «Сайты журналов» (4.06), а самые низкие - у вариантов «Оповещения о новых выпусках журналов» (2.7) и «Репозитории тематических препринтов» (2.46).

В группе «Технические, компьютерные математические науки, технологии» самые высокие баллы у вариантов «Поисковая система» (4.2) и «Сайты журналов» (3.94), а самые низкие - у вариантов «Оповещения о новых выпусках журналов» (2.49) и «Репозитории тематических препринтов» (2.48).

В группе «Социальные и политические науки» самые высокие баллы у вариантов «Поисковая система по научным публикациям» (4.16) и «Поисковая система» (4.02), а самые низкие - у вариантов «Оповещения о новых выпусках журналов» (2.67) и «Репозитории тематических препринтов» (2.37).

В группе «Бизнес/Экономика/Бухгалтерское дело/Финансы/Юриспруденция» самые высокие баллы у вариантов «Сайты журналов» (4.04) и «Поисковая система» (3.93), а самые низкие - у вариантов «Оповещения о новых выпусках журналов» (2.29) и «Репозитории тематических препринтов» (2.06).

В группе «Науки об окружающей среде/Естественные науки» самые высокие баллы у вариантов «Библиографическая база данных» (4.29) и «Сайты журналов» (4.1), а самые низкие - у вариантов «Оповещения о новых выпусках журналов» (2.97) и «Репозитории тематических препринтов» (2.42).

В группе «Другое» самые высокие баллы у вариантов «Библиографическая база данных» (4.43) и «Поисковая система по научным публикациям» (4.14), а самые низкие - у вариантов «Оповещения о новых выпусках журналов» (2.93) и «Репозитории тематических препринтов» (2.89).

Подробную статистику см. в таблице 4 приложения.

## Резюме



Наиболее популярными вариантами начала поиска научной информации являются универсальные и максимально доступные варианты для поиска – поисковые системы, сайты журналов и библиографические системы. Наименее популярные – специализированные репозитории тематических препринтов, базы данных журналов (возможно в силу своей специфичности), а также оповещения о новых выпусках журнала, которые обычно приходят респондентам в виде почтовой рассылки. Невысокую популярность в целом имеют поисковые системы по научным публикациям.

Если сравнивать респондентов с разным родом деятельности, то предпочтения в разных группах достаточно похожи (см. Рис. 2), но можно отметить, что по многим вариантам самый низкий балл ставят респонденты, занимающиеся научно-исследовательской деятельностью. Исключение составляют сайты издательств и поисковые системы, которые они оценивают схоже с остальными группами. Респонденты, связанные с медициной, в большей степени предпочитают библиографические базы данных, которые в целом популярны у всех, кроме представителей коммерческих компаний. Если учитывать респондентов, по-разному описывающих свою работу, то можно отметить, что поисковые системы по научным публикациям предпочитают психологи и аспиранты/докторанты. Многие варианты поиска получают низкие оценки у менеджеров и руководителей. Исследователи и научные работники ставят самые высокие оценки библиографическим базам данных. Студенты и библиотекари выделяются по предпочтению библиотечных сайтов и баз данных журналов. Необходимо отметить, что «профили» предпочтений у библиотекарей и студентов до некоторой степени схожи.

Если сравнивать ответы респондентов с разной специализацией, то интересно, что представители медико-биологической специализации высоко оценивают библиографические базы данных и при этом относительно низко почти все остальные варианты.

Результаты опроса “How Readers Discover Content in Scholarly Publications 2021” показали, что максимальную оценку по данным 2021 года у англоговорящих респондентов получили варианты «Специализированная библиографическая база данных», «Поисковая система по научным публикациям» и только на третьем месте «Поисковая система». При этом, можно отметить выраженность у групп гуманитарных и социальных, у научно-технических и инженерных специальностей, предпочтения отдаются академическим поисковикам, что не свойственно русскоговорящим респондентам. А предпочтение библиографических баз наиболее высоко у медицинских специальностей как в русскоязычной, так и в англоязычной выборке.

## 1.2. Анализ ответов на вопрос «Как часто вы пользуетесь каждой из нижеперечисленных поисковых систем для поиска журнальных статей?»

Здесь и далее, в вопросах, где были использованы варианты ответов: «Никогда», «Редко», «Иногда», «Постоянно», «Почти всегда» были переведены в условные баллы от 0 («Никогда») до 4 («Почти всегда»). Далее эти баллы анализировались как «относительные баллы», показывающие частоту использования того или иного инструмента поиска. В этой порядковой шкале 0 соответствует минимальной частоте, 4 - максимальной, среднее - 2 балла.

### Анализ выборки в целом

Средние относительные баллы частоты использования различных инструментов поиска, полученные по всей выборке респондентов представлены на рисунке 5.

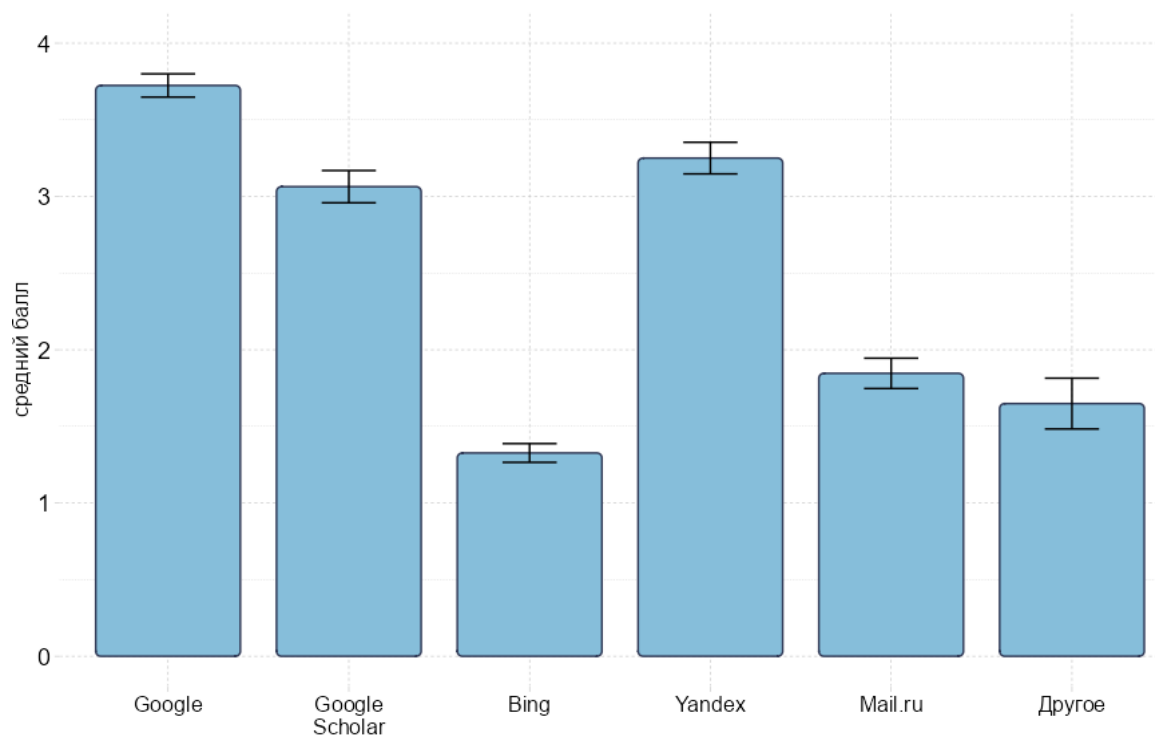


Рисунок 5. Относительные баллы частоты использования поисковых систем

Результаты опроса показывают, что максимальный балл получила система Google (средний балл - 3.72), на втором месте Yandex (средний балл - 3.25), на третьем - Google Scholar (средний балл - 3.06), затем - Mail.ru (средний балл - 1.85), на предпоследнем месте - Другое (средний балл - 1.65), а наименее популярен поиск Bing (средний балл - 1.33).

Подробную статистику см. в таблице 5 приложения.

### Анализ групп по сектору деятельности

Средние оценки предпочтительности поисковых систем у респондентов из разных секторов деятельности приведены на рис. 6.

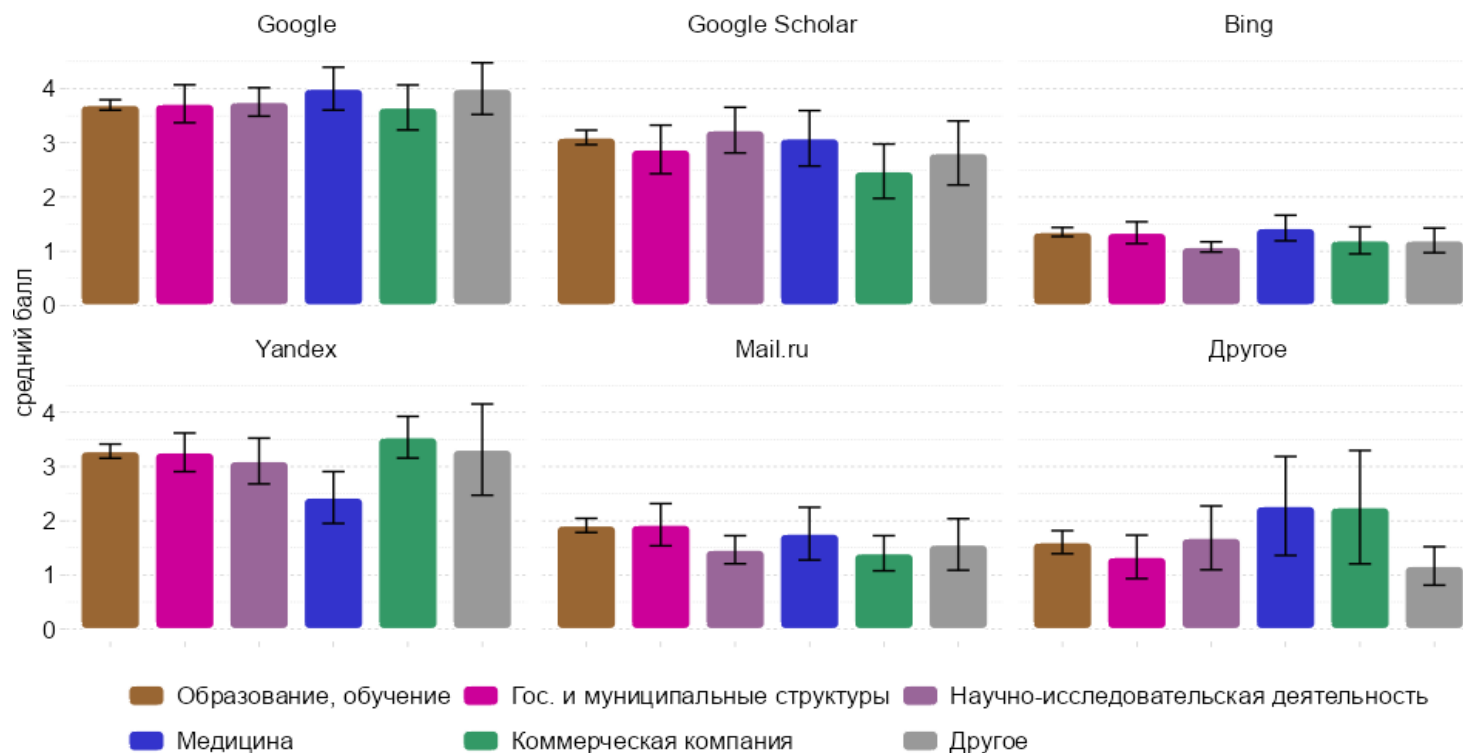


Рис. 6. Относительный балл важности поисковых систем при поиске научных статей в зависимости от сектора деятельности респондентов

Поисковая система Google получила наиболее высокие оценки в группе «Медицина» (средний относительный балл - 4), а наиболее низкие - в группе «Коммерческая компания» (средний относительный балл - 3.65).

Поисковая система Google Scholar получила наиболее высокие оценки в группе «Научно-исследовательская деятельность» (средний относительный балл - 3.23), а наиболее низкие - в группе «Коммерческая компания» (средний относительный балл - 2.48).

Поисковая система Bing получила наиболее высокие оценки в группе «Медицина» (средний относительный балл - 1.43), а наиболее низкие - в группе «Научно-исследовательская деятельность» (средний относительный балл - 1.08).

Поисковая система Yandex получила наиболее высокие оценки в группе «Коммерческая компания» (средний относительный балл - 3.54), а наиболее низкие - в группе «Медицина» (средний относительный балл - 2.43).

Поисковая система Mail.ru получила наиболее высокие оценки в группе «Гос. и муниципальные структуры» (средний относительный балл - 1.93), а наиболее низкие - в группе «Коммерческая компания» (средний относительный балл - 1.4).

Поисковая система Другое получила наиболее высокие оценки в группе «Медицина» (средний относительный балл - 2.27), а наиболее низкие - в группе «Другое» (средний относительный балл - 1.17).

#### **Описание по группам:**

В группе «Образование, обучение» самые высокие баллы у поисковых систем Google (3.7) и Yandex (3.28), а самые низкие - у поисковых систем Другое (1.6) и Bing (1.35).

В группе «Гос. и муниципальные структуры» самые высокие баллы у поисковых систем Google (3.72) и Yandex (3.26), а самые низкие - у поисковых систем Bing (1.34) и Другое (1.33).

В группе «Научно-исследовательская деятельность» самые высокие баллы у поисковых систем Google (3.75) и Google Scholar (3.23), а самые низкие - у поисковых систем Mail.ru (1.47) и Bing (1.08).

В группе «Медицина» самые высокие баллы у поисковых систем Google (4) и Google Scholar (3.08), а самые низкие - у поисковых систем Mail.ru (1.76) и Bing (1.43).

В группе «Коммерческая компания» самые высокие баллы у поисковых систем Google (3.65) и Yandex (3.54), а самые низкие - у поисковых систем Mail.ru (1.4) и Bing (1.2).



В группе «Другое» самые высокие баллы у поисковых систем Google (4) и Yandex (3.31), а самые низкие - у поисковых систем Bing (1.2) и Другое (1.17).

Подробную статистику см. в таблице 6 приложения.

### Анализ групп по видам занятости

Средние оценки поисковых систем в ответах респондентов указавших разные виды деятельности приведены на рис. 8.

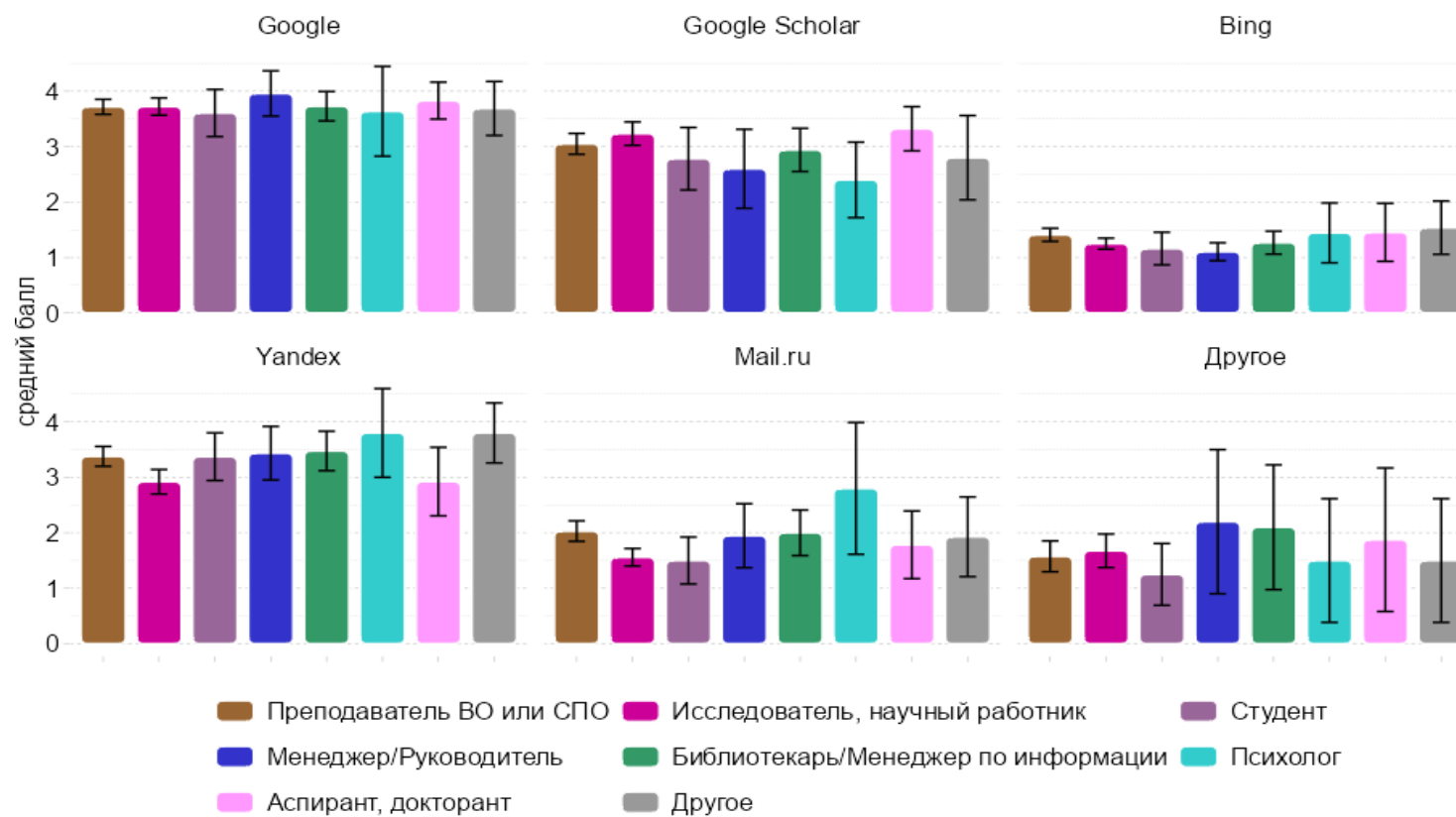


Рис. 7. Относительный балл оценки поисковых систем при поиске научных статей по указанному виду деятельности респондентов

Поисковая система Google получила наиболее высокие оценки в группе «Менеджер/Руководитель» (средний относительный балл - 3.96), а наиболее низкие - в группе «Студент» (средний относительный балл - 3.61).

Поисковая система Google Scholar получила наиболее высокие оценки в группе «Аспирант, докторант» (средний относительный балл - 3.32), а наиболее низкие - в группе «Психолог» (средний относительный балл - 2.4).

Поисковая система Bing получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (средний относительный балл - 1.54), а наиболее низкие - в группе «Менеджер/Руководитель» (средний относительный балл - 1.11).

Поисковая система Yandex получила наиболее высокие оценки в группе «Психолог» (средний относительный балл - 3.8), а наиболее низкие - в группе «Исследователь, научный работник» (средний относительный балл - 2.92).

Поисковая система Mail.ru получила наиболее высокие оценки в группе «Психолог» (средний относительный балл - 2.8), а наиболее низкие - в группе «Студент» (средний относительный балл - 1.5).

Поисковая система Другое получила наиболее высокие оценки в группе «Менеджер/Руководитель» (средний относительный балл - 2.2), а наиболее низкие - в группе «Студент» (средний относительный балл - 1.25).

#### **Описание по группам:**

В группе «Преподаватель ВО или СПО» самые высокие баллы у поисковых систем Google (3.72) и Yandex (3.38), а самые низкие - у поисковых систем Другое» (1.58) и Bing (1.41).

В группе «Исследователь, научный работник» самые высокие баллы у поисковых систем Google (3.72) и Google Scholar (3.23), а самые низкие - у поисковых систем Mail.ru» (1.56) и Bing (1.25).

В группе «Студент» самые высокие баллы у поисковых систем Google (3.61) и Yandex (3.37), а самые низкие - у поисковых систем Другое» (1.25) и Bing (1.16).

В группе «Менеджер/Руководитель» самые высокие баллы у поисковых систем Google (3.96) и Yandex (3.43), а самые низкие - у поисковых систем Mail.ru» (1.95) и Bing (1.11).

В группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» самые высокие баллы у поисковых систем Google (3.73) и Yandex (3.48), а самые низкие - у поисковых систем Mail.ru» (2) и Bing (1.27).

В группе «Психолог» самые высокие баллы у поисковых систем Yandex (3.8) и Google (3.64), а самые низкие - у поисковых систем Другое» (1.5) и Bing (1.44).

В группе «Аспирант, докторант» самые высокие баллы у поисковых систем Google (3.83) и Google Scholar (3.32), а самые низкие - у поисковых систем Mail.ru» (1.78) и Bing (1.45).

В группе «Другое» самые высокие баллы у поисковых систем Yandex (3.8) и Google (3.69), а самые низкие - у поисковых систем Bing» (1.54) и Другое (1.5).

Подробную статистику см. в таблице 7 приложения.

### Анализ групп по области специализации

Средние оценки поисковых систем в ответах респондентов, указавших разные области специализации приведены на рис. 8.

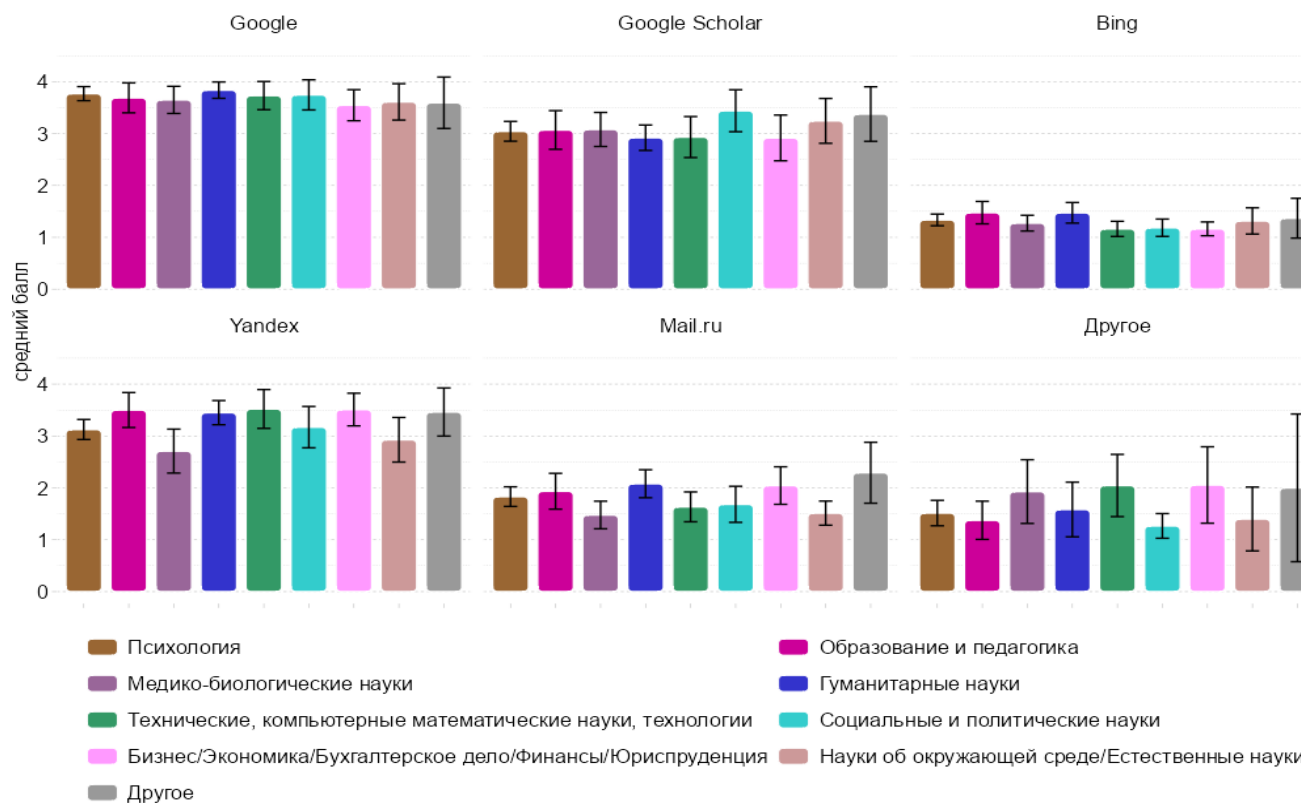


Рис. 8. Относительный балл поисковых систем в группах респондентов с разной областью специализации

Поисковая система Google получила наиболее высокие оценки в группе «Гуманитарные науки» (средний относительный балл - 3.84), а наиболее низкие - в группе «Бизнес/Экономика/Бухгалтерское дело/Финансы/Юриспруденция» (средний относительный балл - 3.55).

Поисковая система Google Scholar получила наиболее высокие оценки в группе «Социальные и политические науки» (средний относительный балл - 3.44), а наиболее низкие - в группе «Бизнес/Экономика/Бухгалтерское дело/Финансы/Юриспруденция» (средний относительный балл - 2.91).

Поисковая система Bing получила наиболее высокие оценки в группе «Образование и педагогика» (средний относительный балл - 1.48), а наиболее низкие - в группе «Технические, компьютерные математические науки, технологии» (средний относительный балл - 1.16).

Поисковая система Yandex получила наиболее высокие оценки в группе «Технические, компьютерные математические науки, технологии» (средний относительный балл - 3.52), а наиболее низкие - в группе «Медико-биологические науки» (средний относительный балл - 2.71).

Поисковая система Mail.ru получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (средний относительный балл - 2.29), а наиболее низкие - в группе «Медико-биологические науки» (средний относительный балл - 1.48).

Поисковая система Другое получила наиболее высокие оценки в группе «Бизнес/Экономика/Бухгалтерское дело/Финансы/Юриспруденция» (средний относительный балл - 2.06), а наиболее низкие - в группе «Социальные и политические науки» (средний относительный балл - 1.27).

#### **Описание по группам:**

В группе «Психология» самые высокие баллы у поисковых систем Google (3.77) и Yandex (3.12), а самые низкие - у поисковых систем Другое (1.51) и Bing (1.34).

В группе «Образование и педагогика» самые высокие баллы у поисковых систем Google (3.69) и Yandex (3.5), а самые низкие - у поисковых систем Bing (1.48) и Другое (1.38).

В группе «Медико-биологические науки» самые высокие баллы у поисковых систем Google (3.65) и Google Scholar (3.08), а самые низкие - у поисковых систем Mail.ru (1.48) и Bing (1.27).

В группе «Гуманитарные науки» самые высокие баллы у поисковых систем Google (3.84) и Yandex (3.45), а самые низкие - у поисковых систем Другое (1.58) и Bing (1.47).

В группе «Технические, компьютерные математические науки, технологии» самые высокие баллы у поисковых систем Google (3.73) и Yandex (3.52), а самые низкие - у поисковых систем Mail.ru» (1.63) и Bing (1.16).

В группе «Социальные и политические науки» самые высокие баллы у поисковых систем Google (3.74) и Google Scholar (3.44), а самые низкие - у поисковых систем Другое» (1.27) и Bing (1.18).

В группе «Бизнес/Экономика/Бухгалтерское дело/Финансы/Юриспруденция» самые высокие баллы у поисковых систем Google (3.55) и Yandex (3.51), а самые низкие - у поисковых систем Mail.ru» (2.04) и Bing (1.16).

В группе «Науки об окружающей среде/Естественные науки» самые высокие баллы у поисковых систем Google (3.61) и Google Scholar (3.24), а самые низкие - у поисковых систем Другое» (1.4) и Bing (1.32).

В группе «Другое» самые высокие баллы у поисковых систем Google (3.59) и Yandex (3.46), а самые низкие - у поисковых систем Другое» (2) и Bing (1.37).

Подробную статистику см. в таблице 8 приложения.

## Резюме



*Наиболее предпочтительна для респондентов поисковая система Google, на втором месте Yandex, на третьем - Google Scholar, затем - Mail.ru, на предпоследнем месте – «Другое», а наименее популярен поиск Bing.*

*По роду деятельности респондентов поисковая система Google наиболее широко используется в группе «Медицина», Google Scholar - «Научно-исследовательская деятельность». А поисковая система Yandex получила наиболее высокие оценки в группе «Коммерческая компания», а наиболее низкие - в группе «Медицина».*

*Психологи чаще всего используют Google для поиска научной информации. У специалистов в сфере «Образование и педагогика» использование Google и Yandex практически равно выражено.*

*В оригинале опроса англоязычной аудитории были представлены только три варианта ответов: Google, Google Scholar, Baidu с выраженным предпочтением использования Google Scholar в академическом секторе, секторе государственных учреждений, благотворительности и НКО. Медицинский сектор и коммерческие корпорации предпочитают Google (Figure 20, p 23).*

### 1.3. Анализ ответов на вопрос «Если говорить о последней научной статье, которую вы просматривали, то вы...»

#### Распределение ответов по выборке в целом

Таблица 5. Частота ответов на вопросы об источнике последней прочитанной статьи

Вариант ответа	Абсолютная частота	Относительная частота
Читали статью из поста коллеги в Twitter, Facebook, Mendeley, ResearchGate, Academia. edu или другой социальной сети	60	8.8%
Читали статью в журнале, который вы поместили в закладки (bookmarks)	30	4.4%
Перешли по ссылке из электронной почтовой рассылки журнала (оповещение о новом номере/теме)	44	6.5%
Перешли по ссылке из сохраненных оповещений поиска (saved search alert)	5	0.7%
<b>Искал статьи по определённой тематике</b>	<b>477</b>	<b>70.4%</b>
Проверяли статью, упомянутую в другом источнике (в Википедии или в списке рекомендованной литературы, составленном преподавателем/библиотекой)	44	6.5%
Не помню / нерелевантный вопрос	18	2.7%

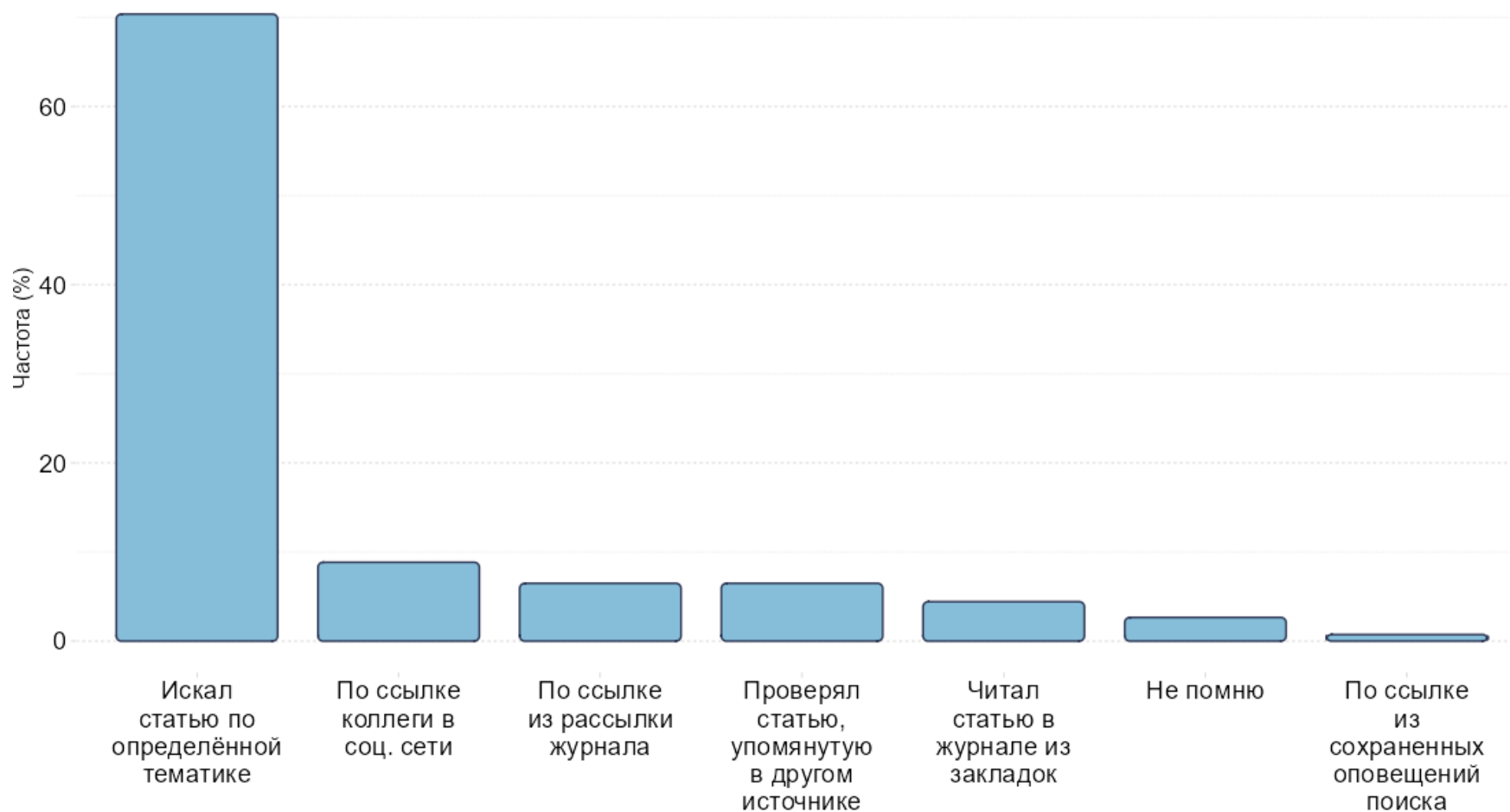


Рисунок 9. Распределение ответов на вопрос об источнике последней почтенной статьи

### Распределение ответов по сектору деятельности

Частоты выбора разных вариантов ответа респондентов, указавших разные сектора деятельности, представлены в таблице 6 и на рис. 10.

Таблица 6. Соотношение ответов по сектору деятельности

Вариант ответа	Гос. и муниципальные структуры	Другое	Коммерческая компания	Медицина	Научно-исследовательская деятельность	Образование, обучение
Искал статьи по определённой тематике	63.6%	76.5%	66.7%	75.9%	73.6%	70.3%
Не помню / нерелевантный вопрос	4.5%	0%	8.3%	0%	1.9%	2.5%
Перешёл по ссылке из рассылки журнала	13.6%	5.9%	4.2%	3.4%	3.8%	6.5%
Перешёл по ссылке из сохранённых оповещений поиска	2.3%	0%	0%	0%	0%	0.8%
Проверял статью, упомянутую в другом источнике	4.5%	5.9%	0%	13.8%	3.8%	6.8%
Читал статью из поста коллеги в соц. сети	11.4%	5.9%	16.7%	6.9%	13.2%	8%
Читал статью в журнале из закладок	0%	5.9%	4.2%	0%	3.8%	5.1%





Рисунок 10. Распределение ответов по сектору деятельности

### Распределение ответов по виду занятости

Частоты выбора разных вариантов ответа респондентов, указавших виды занятости представлены в таблице 7 и на рис. 11.

Таблица 7. Соотношение ответов по указанному виду занятости

Вариант ответа	Аспирант, докторант	Библиотекарь/ Менеджер по информации	Другое	Исследователь, научный работник	Менеджер/ Руководи- тель	Преподава- тель ВО или СПО	Психолог	Студент
Искал статьи по определенной тематике	70%	68.5%	52.9%	71.3%	45.8%	72.8%	54.5%	78.9%
Проверял статью, упомянутую в другом источнике	10%	5.5%	17.6%	6.7%	0%	5.5%	9.1%	10.5%
Читал статью в журнале из закладок	6.7%	5.5%	5.9%	2.1%	4.2%	5.9%	9.1%	0%
Читал статью из поста коллеги в соц. сети	13.3%	5.5%	5.9%	12.3%	25%	6.6%	9.1%	2.6%
Не помню / нерелевантный вопрос	0%	4.1%	11.8%	3.1%	4.2%	1.7%	0%	2.6%
Перешёл по ссылке из рассылки журнала	0%	9.6%	5.9%	4.1%	20.8%	6.6%	18.2%	5.3%
Перешёл по ссылке из сохраненных оповещений поиска	0%	1.4%	0%	0.5%	0%	1%	0%	0%

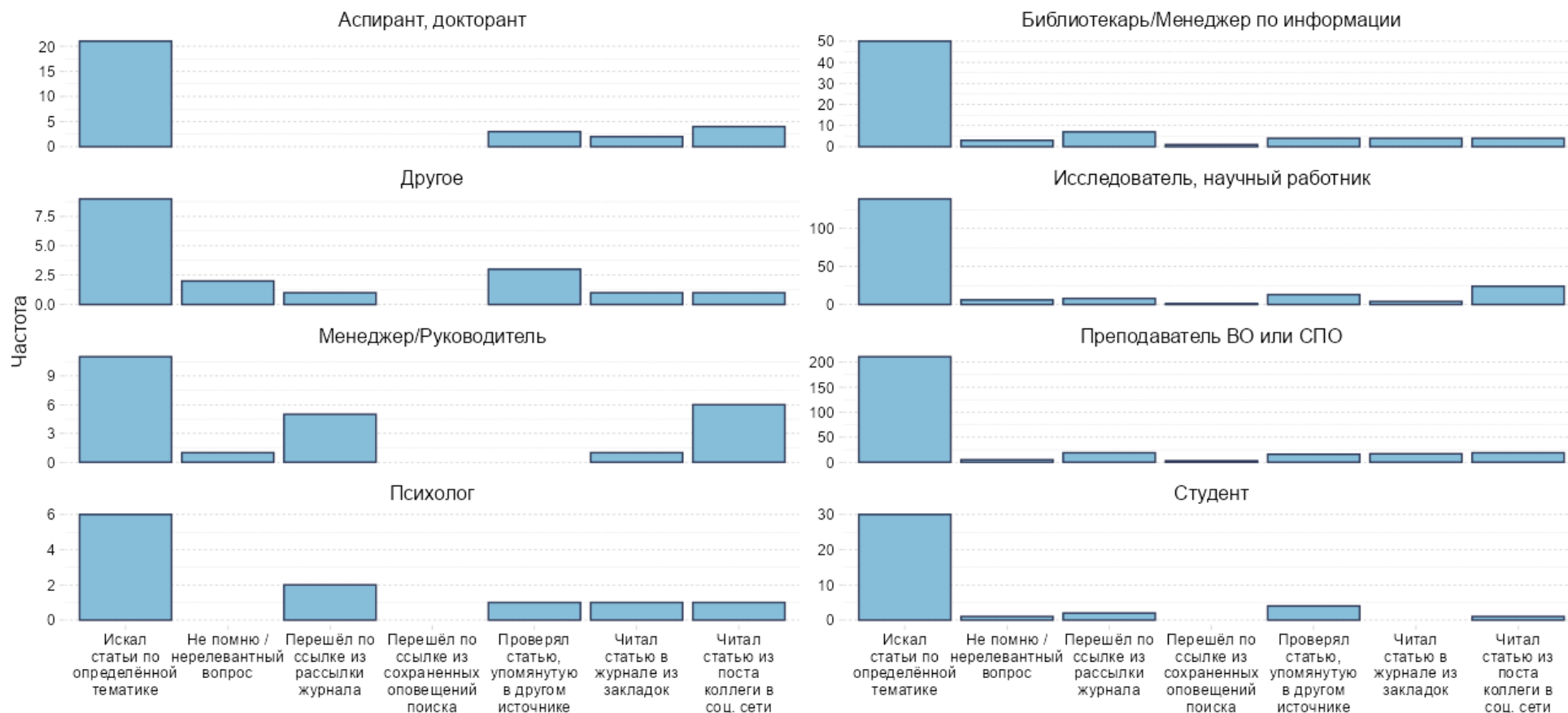


Рисунок 11. Распределение ответов по указанному виду деятельности

## Распределение ответов по специализации

Частоты выбора разных вариантов ответа респондентов, указавших разную специализацию, представлены в таблице 8 и на рис. 12.

Таблица 8. Соотношение ответов по роду деятельности

Вариант ответа	Бизнес/ Экономика/ Бухгалтерское дело/ Финансы/ Юриспруденция	Гуманитар- ные науки	Другое	Медико Биологи ческие науки	Науки об окружа- ющей среде/ Есте- ственные науки	Обра- зование и педаго- гика	Психо- логия	Социальные и политические науки	Технические, компьютерные математические науки
Искал статьи по определённой тематике	89.5%	64.6%	79.3%	73.2%	64.3%	66.7%	67.8%	72.9%	72.2%
Не помню / нерелевантный вопрос	1.8%	4.7%	3.4%	0%	2.4%	1.9%	1.9%	2.1%	5.6%
Перешёл по ссылке из рассылки журнала	3.5%	7.9%	0%	5.4%	7.1%	11.1%	7.1%	4.2%	5.6%
Проверял статью, упомянутую в другом источнике	1.8%	9.4%	0%	7.1%	7.1%	5.6%	7.6%	4.2%	5.6%

Вариант ответа	Бизнес/ Экономика/ Бухгалтерское дело/ Финансы/ Юриспруденция	Гуманитар- ные науки	Другое	Медико Биологи ческие науки	Науки об окружа- ющей среде/ Есте- ственные науки	Обра- зование и педаго- гика	Психо- логия	Социальные и политические науки	Технические, компьютерные математические науки
Читал статью в журнале из закладок	1.8%	6.3%	10.3%	1.8%	0%	3.7%	4.3%	4.2%	7.4%
Читал статью из поста коллеги в соц. сети	1.8%	6.3%	6.9%	12.5%	14.3%	9.3%	11.4%	12.5%	1.9%
Перешёл по ссылке из сохраненных оповещений поиска	0%	0.8%	0%	0%	4.8%	1.9%	0%	0%	1.9%

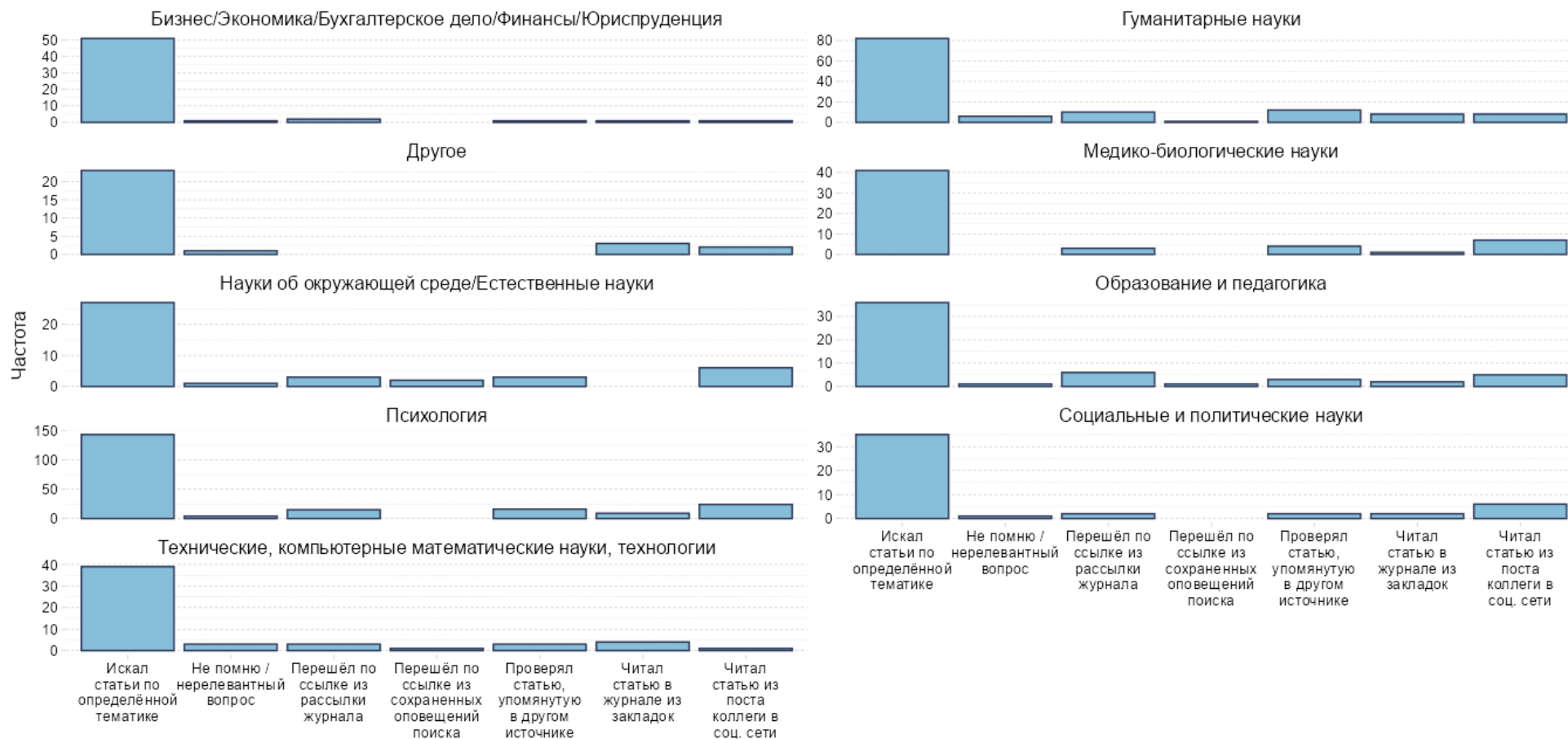


Рисунок 12. Распределение ответов по специализации

## Резюме



*Частоты выбора вариантов ответов на вопрос о способах получения последней просмотренной научной статьи показывает абсолютный приоритет активного самостоятельного поиска научной информации вне зависимости от рода деятельности, занятости или специализации респондентов. Подавляющее число респондентов просматривали/читали статью, найденную в связи с поиском нужной информации по теме работы/исследования.*

*Остальные варианты выбираются редко. Из оставшихся вариантов наиболее выражен вариант - это переход по ссылке из социальных сетей или от коллеги - почти в 10 раз менее частотен.*

*Похожие данные мы видим в результатах англоязычной выборки опроса “How Readers Discover Content in Scholarly Publications 2021”. Самостоятельный поиск там также наиболее выражен. А второй по значимости вариант - это переход по ссылке от коллеги (Figure 23, p. 25).*

## Раздел 2. Сайты, доставляющие научный контент, и версии статей

### 2.1. Анализ ответов на вопрос «Если говорить о последней научной статье, которую вы просматривали, какую версию статьи, как вам кажется, вы читали?»

#### Распределение ответов по выборке в целом

Таблица 9. Частота ответов на вопрос о версии последней просмотренной статьи

Вариант ответа	Абсолютная частота	Относительная частота
<b>финальная, опубликованная</b>	<b>625</b>	<b>92.2%</b>
принятая, но еще не опубликованная (отрецензированная)	19	2.8%
препринт (еще не отрецензированная)	7	1%
не знаю	27	4%



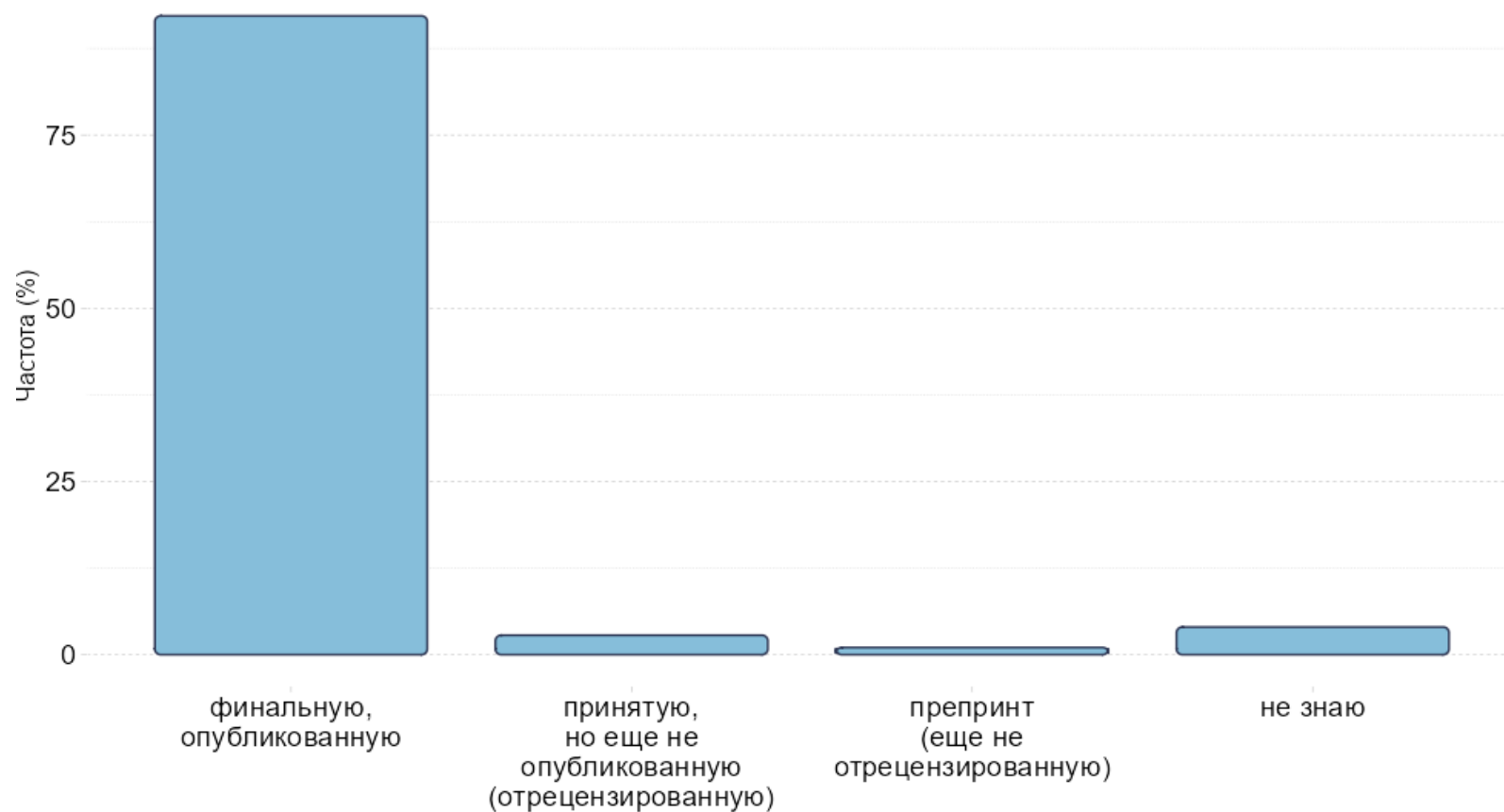


Рисунок 13. Распределение ответов на вопрос о версии последней почтенной статьи

### Распределение ответов по сектору деятельности

Частота ответов о версии последней почтенной статьи у респондентов, указавших разный род деятельности, представлены в таблице 10 и на рис. 14.

Таблица 10. Соотношение ответов по роду деятельности респондентов

Вариант ответа	Гос. и муниципальные структуры	Другое	Коммерческая компания	Медицина	Научно-исследовательская деятельность	Образование, обучение
финальная, опубликованная	90.9%	88.2%	95.8%	79.3%	90.6%	93.2%
принятая, но еще не опубликованная (отрецензированная)	2.3%	5.9%	0%	6.9%	3.8%	2.5%
не знаю	2.3%	5.9%	4.2%	10.3%	1.9%	3.9%
препринт (еще не отрецензированная)	4.5%	0%	0%	3.4%	3.8%	0.4%

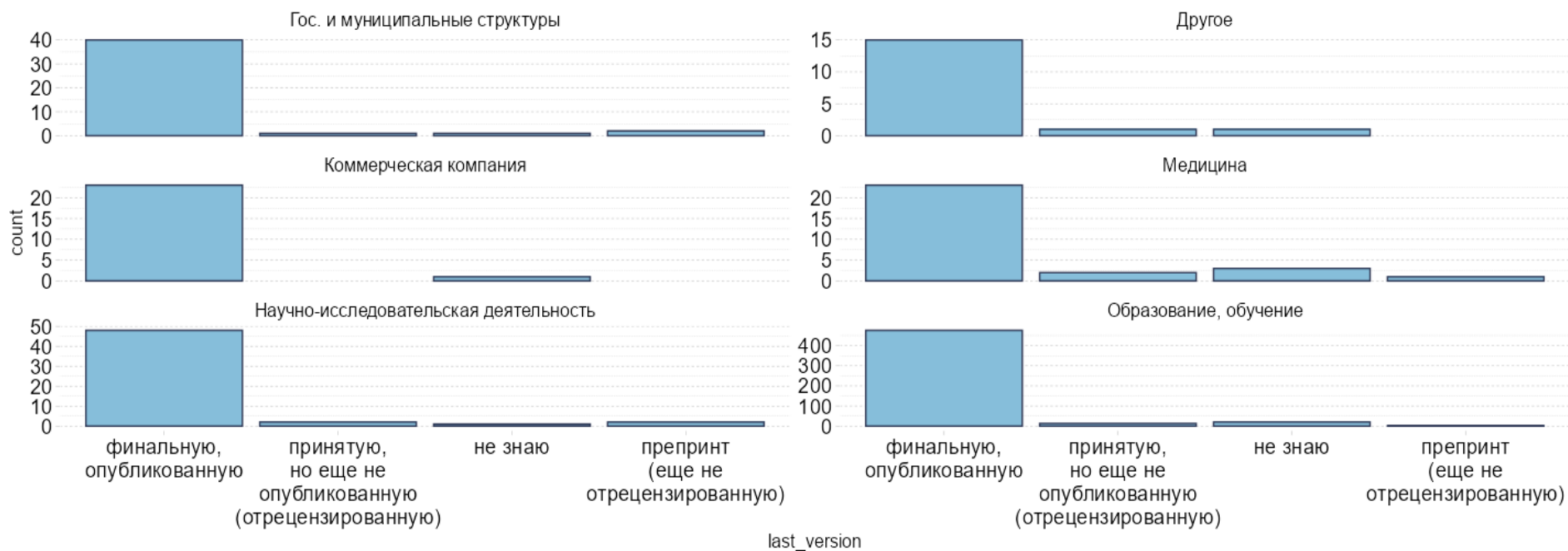


Рисунок 14. Частота ответов на вопрос о версии последней просмотренной статьи по роду деятельности респондентов

### Распределение ответов по видам занятости

Частота ответов о версии последней почтенной статьи у респондентов, указавших разные виды занятости, представлены в таблице 11 и на рис. 15.

Таблица 11. Частота ответов о версии последней почтенной статьи у респондентов, указавших разные виды занятости.

Версия статьи	Аспирант, докторант	Библиотекарь / Менеджер по информации	Другое	Исследователь, научный работник	Менеджер/ Руководитель	Преподаватель ВО или СПО	Психолог	Студент
финальная, опубликованная	93.3%	91.8%	82.4%	91.3%	100%	94.1%	81.8%	84.2%
принятая, но еще не опубликованная (отрецензированная)	3.3%	1.4%	5.9%	4.6%	0%	2.1%	0%	2.6%
не знаю	0%	5.5%	11.8%	2.6%	0%	3.4%	9.1%	13.2%
препринт (еще не отрецензированная)	3.3%	1.4%	0%	1.5%	0%	0.3%	9.1%	0%

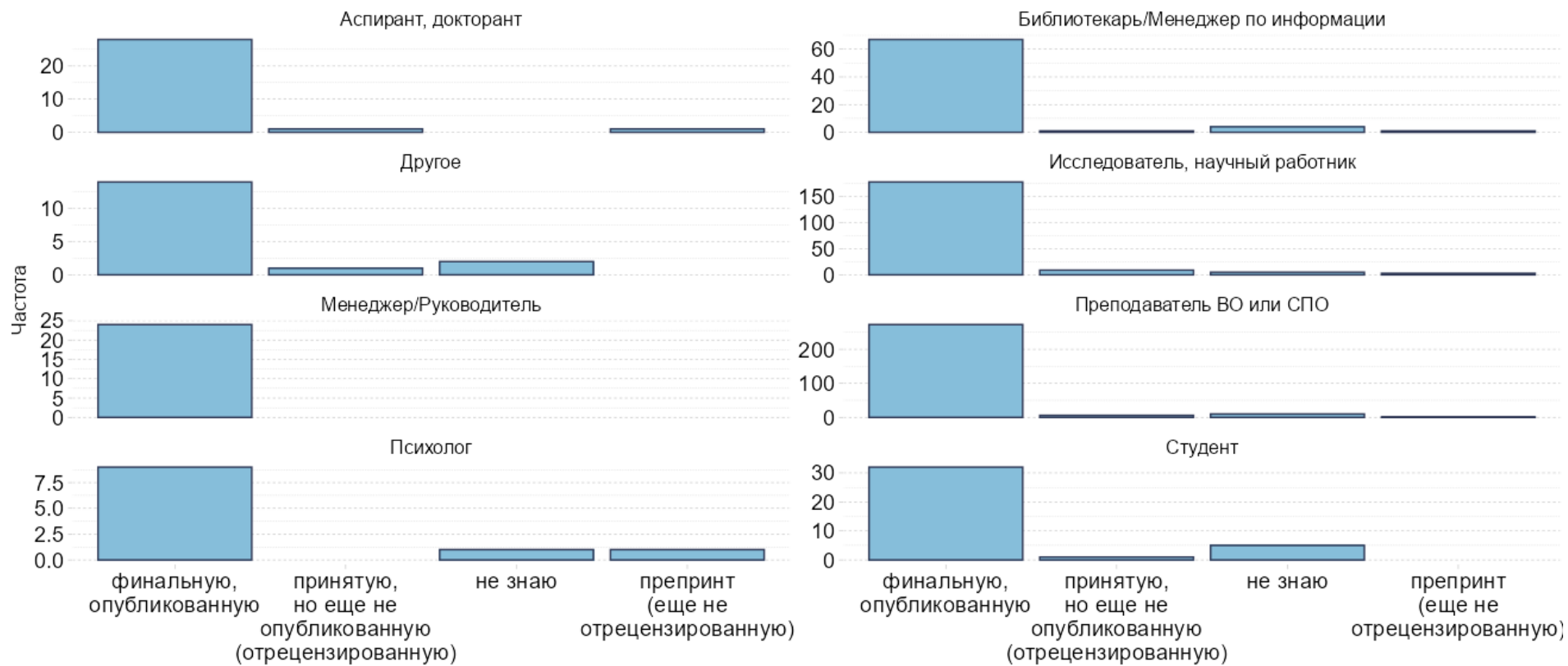


Рисунок 15. Частота ответов о версии последней почтенной статьи у респондентов, указавших разные виды занятости

## Распределение ответов по специализации

Частота ответов о версии последней почтенной статьи у респондентов, указавших разную специализацию, представлены в таблице 12 и на рис. 16.

Таблица 12. Частота ответов о версии последней почтенной статьи у респондентов, указавших разную специализацию.

Версия статьи	Бизнес/ Экономика/ Бухгалтерское дело/ Финансы/ Юриспруденция	Гуманитар ные науки	Другое	Медико- биологичес кие науки	Науки об окружающей среде/ Естественные науки	Образование и педагогика	Психология	Социальные и политические науки	Технические, компьютерные математические науки
финальная, опубликованная	98.2%	92.9%	82.8%	92.9%	90.5%	92.6%	90.5%	93.8%	94.4%
принятая, но еще не опубликованная (отрецензированная)	0%	1.6%	6.9%	3.6%	7.1%	1.9%	3.3%	2.1%	1.9%
не знаю	1.8%	5.5%	6.9%	3.6%	2.4%	3.7%	4.3%	2.1%	3.7%
препринт (еще не отрецензированная)	0%	0%	3.4%	0%	0%	1.9%	1.9%	2.1%	0%

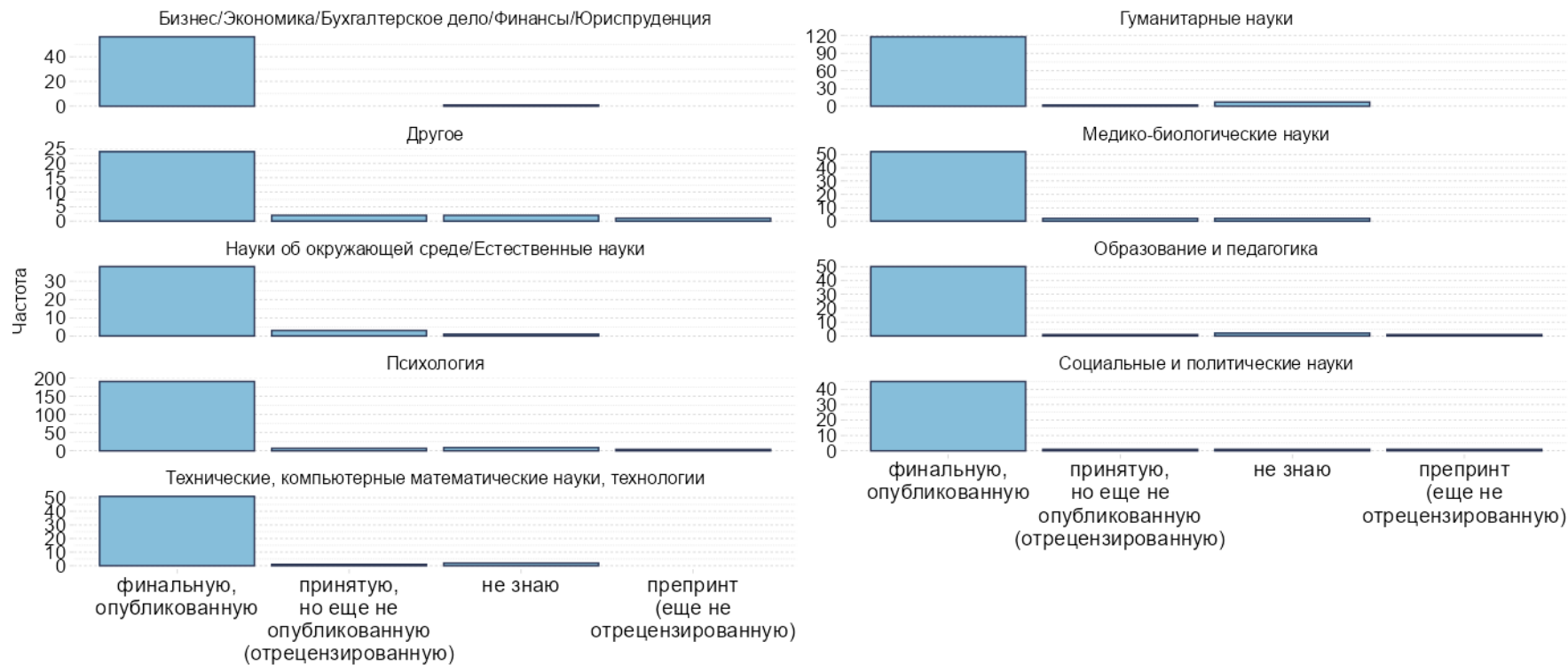


Рисунок 16. Распределение ответов по роду деятельности

## Резюме



Подавляющее большинство респондентов считают, что читают финальную версию, статьи. Это присуще всем респондентам, вне зависимости от сектора, должности или специализации респондентов.

Такие же результаты показаны у англоязычных респондентов по всем дисциплинам в отчете “How Readers Discover Content in Scholarly Publications 2021” (Figure 31, p. 32).

## 2.2. Анализ ответов на вопрос «Какой процент научных статей, которые вы читаете, вы берёте из каждого из нижеперечисленных источников?»

Варианты ответов в этом вопросе были следующими:

1. Более 70% (далее ">70%")
2. Примерно 30%-70% (далее "30-70%")
3. Менее 30% (далее "<30%")
4. Нисколько (далее "0%")
5. Не знаю

Ниже ответы респондентов описаны двумя способами. Во-первых, приведена частота каждого из вариантов ответа для каждого из предложенных источников. Во-вторых, для числовой оценки степени популярности каждого из источников, ответы были переведены в простую порядковую шкалу: 0 – «Никогда», 1 – «Менее 30%», 2 – «Примерно 30-70%» и 3 – «Более 70%». Ответ «Не знаю» был исключен.

В качестве источников предлагались следующие варианты:

1. Сайты издательства, журнала, агрегаторы полнотекстовых статей или базы журналов - далее «Сайты публикаций»
2. Sci-Hub
3. Сервисы препринтов (например: arXiv, SSRN, bioRxiv) - далее «Препринты»
4. PubMedCentral / Europe PMC - далее «PMC»
5. Репозиторий университета
6. Researchgate, Mendeley, Academia. edu или другие научные социальные сети - далее – «Научные соц. Сети»
7. Копия, присланная по почте автором или коллегой - далее – «Присланная копия»
8. Другое

## Распределение ответов по выборке в целом

Так как ответы на этот вопрос были необязательными, часть респондентов пропустила оценки одного или нескольких источников. В таблице 13 приведены доли заполненных и пропущенных ответов.

Таблица 13. Доля пропущенных ответов на вопрос для каждого из источников

Источник	Есть ответ	Нет ответа
<b>Сайты публикаций</b>	<b>82.9%</b>	1.9%
Sci-Hub	69%	15.8%
Препринты	68.1%	16.6%
РМС	68.5%	16.2%
Репозиторий университета	69.6%	15.1%
Научные соц. сети	72.4%	12.4%
Присланная копия	70.8%	14%
Другое	17.6%	67.1%

Как видно из таблицы, практически все респонденты оценивали вариант источника – «Сайты издательства, журнала, агрегаторы полнотекстовых статей или базы журналов». Остальные источники были оценены 68-72% респондентов, а вариант «другое» выбрали только 17.6% респондентов. Это может косвенно указывать на то, что первый вариант источника наиболее популярен. Для более точной оценки рассчитаны частоты оценок каждого из источников, они представлены в таблице 14 и на рис. 17.



Таблица 14. Частота оценок для каждого из источников

name	Нисколько	Менее 30%	Примерно 30%-70%	Более 70%	Не знаю
Сайты публикаций	10 (1.5%)	89 (13.4%)	221 (33.3%)	<b>328 (49.5%)</b>	15 (2.3%)
Sci-Hub	<b>192 (34.8%)</b>	96 (17.4%)	59 (10.7%)	59 (10.7%)	146 (26.4%)
Препринты	<b>264 (48.4%)</b>	102 (18.7%)	19 (3.5%)	5 (0.9%)	155 (28.4%)
PMC	<b>263 (48%)</b>	72 (13.1%)	42 (7.7%)	28 (5.1%)	143 (26.1%)
Репозиторий университета	<b>196 (35.2%)</b>	149 (26.8%)	88 (15.8%)	32 (5.7%)	92 (16.5%)
Научные соц. сети	136 (23.5%)	<b>166 (28.7%)</b>	131 (22.6%)	63 (10.9%)	83 (14.3%)
Присланная копия	159 (28.1%)	<b>218 (38.5%)</b>	65 (11.5%)	35 (6.2%)	89 (15.7%)
Другое	43 (30.5%)	8 (5.7%)	7 (5%)	13 (9.2%)	<b>70 (49.6%)</b>

*Примечание: доля рассчитана относительно непустых ответов.*

*Полужирным выделены наиболее частотные варианты ответов.*

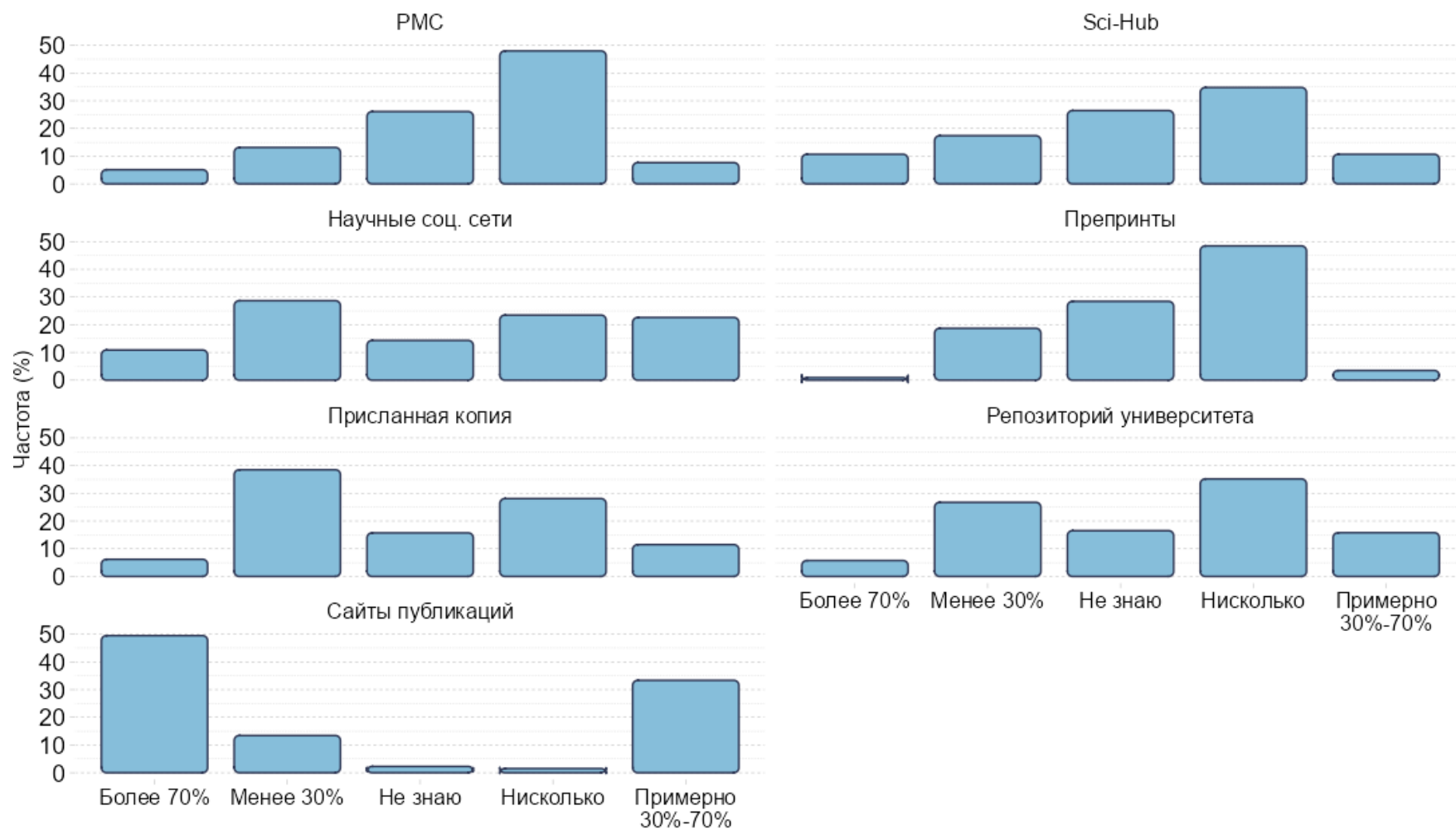


Рис. 17. Частоты оценок для каждого из источников

Оценки с помощью относительных баллов представлены на рис. 18.

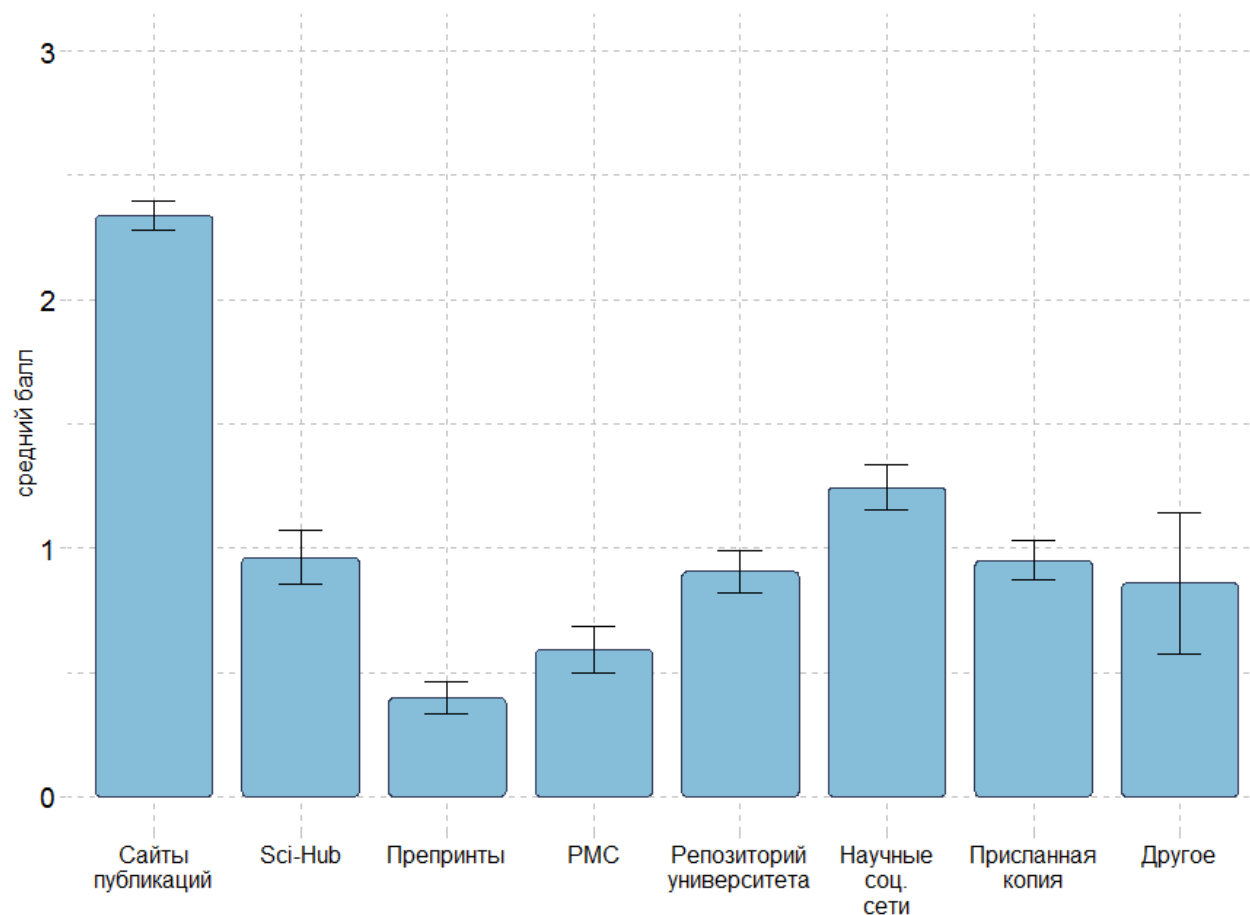


Рис. 18. Относительные баллы частоты использования различных источников

Как видно из таблицы и рисунков, самым часто используемым источником с большим отрывом оказался вариант «Сайты издательства, журнала, агрегаторы полнотекстовых статей или базы журналов», следующий вариант – это научные социальные сети (например, ResearchGate), а затем Sci-hub и «Копия, присланная по почте автором или коллегой». Наименее активно используется вариант «Сервисы препринтов».

## Анализ групп по сектору деятельности

Относительные баллы для каждого из источника, полученных от респондентов, указавших различные секторы деятельности представлены на рис. 19.

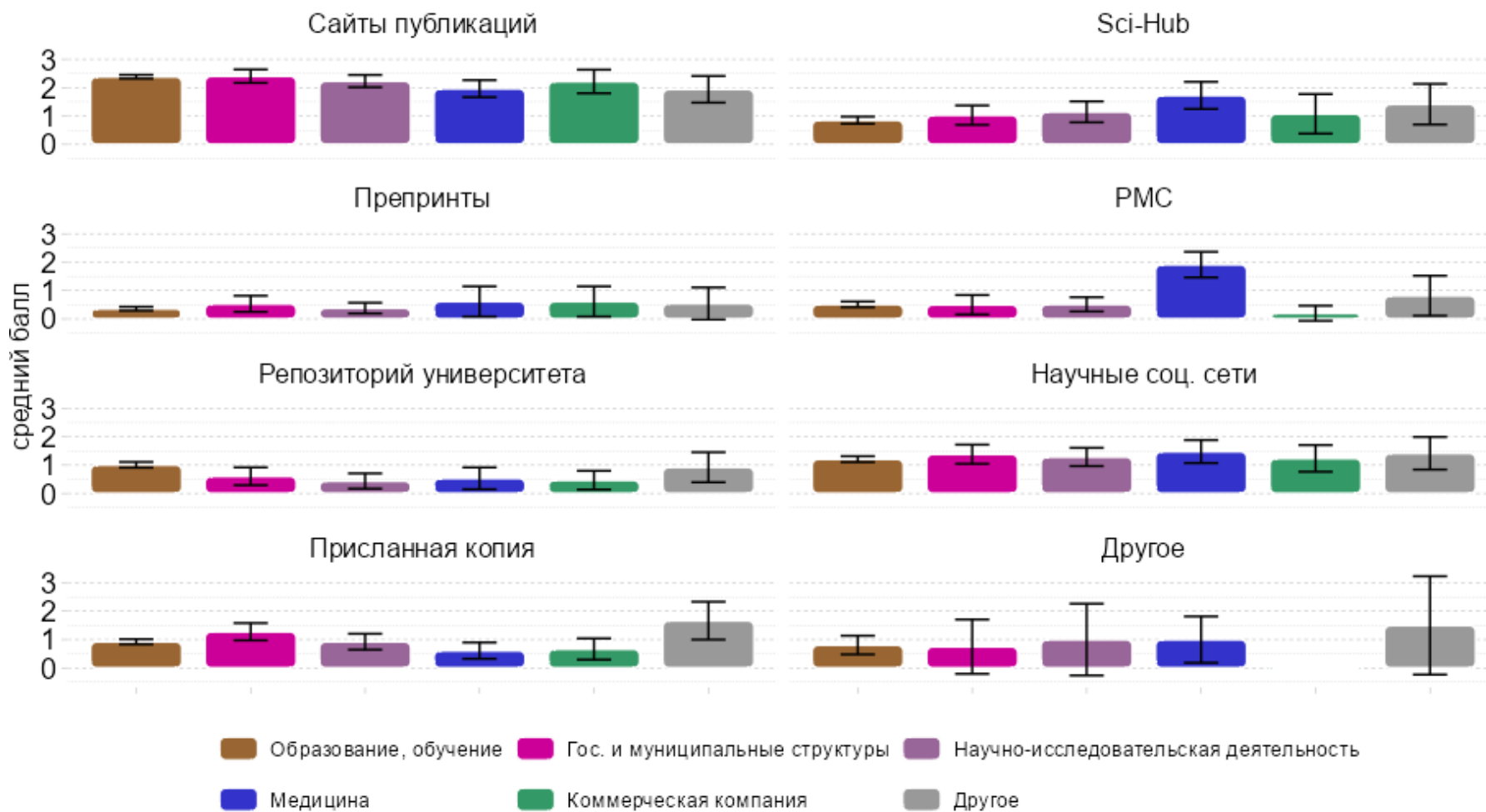


Рис. 19. Относительный балл оценок источников научных статей по родам деятельности респондентов

Более подробная статистика относительных баллов приведена в таблице 9 приложения.

Источник *Сайты публикаций* получила наиболее высокие оценки в группе «Гос. и муниципальные структуры» (средний относительный балл - 2.4), а наиболее низкие - в группе «Другое» (средний относительный балл - 1.94).

Источник *Sci-Hub* получила наиболее высокие оценки в группе «Медицина» (средний относительный балл - 1.73), а наиболее низкие - в группе «Образование, обучение» (средний относительный балл - 0.85).

Источник *Препринты* получила наиболее высокие оценки в группе «Медицина» (средний относительный балл - 0.62), а наиболее низкие - в группе «Образование, обучение» (средний относительный балл - 0.36).

Источник *PMC* получила наиболее высокие оценки в группе «Медицина» (средний относительный балл - 1.91), а наиболее низкие - в группе «Коммерческая компания» (средний относительный балл - 0.2).

Источник *Репозиторий университета* получила наиболее высокие оценки в группе «Образование, обучение» (средний относительный балл - 1.01), а наиболее низкие - в группе «Научно-исследовательская деятельность» (средний относительный балл - 0.44).

Источник *Научные соц. сети* получила наиболее высокие оценки в группе «Медицина» (средний относительный балл - 1.48), а наиболее низкие - в группе «Образование, обучение» (средний относительный балл - 1.21).

Источник *Присланная копия* получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (средний относительный балл - 1.67), а наиболее низкие - в группе «Медицина» (средний относительный балл - 0.61).

Источник *Другое* получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (средний относительный балл - 1.5), а наиболее низкие - в группе «Коммерческая компания» (средний относительный балл - 0).

## Анализ групп по видам занятости

Относительные баллы для каждого из источника, полученных от респондентов, указавших различные виды занятости, представлены на рис. 20.

Относительные баллы

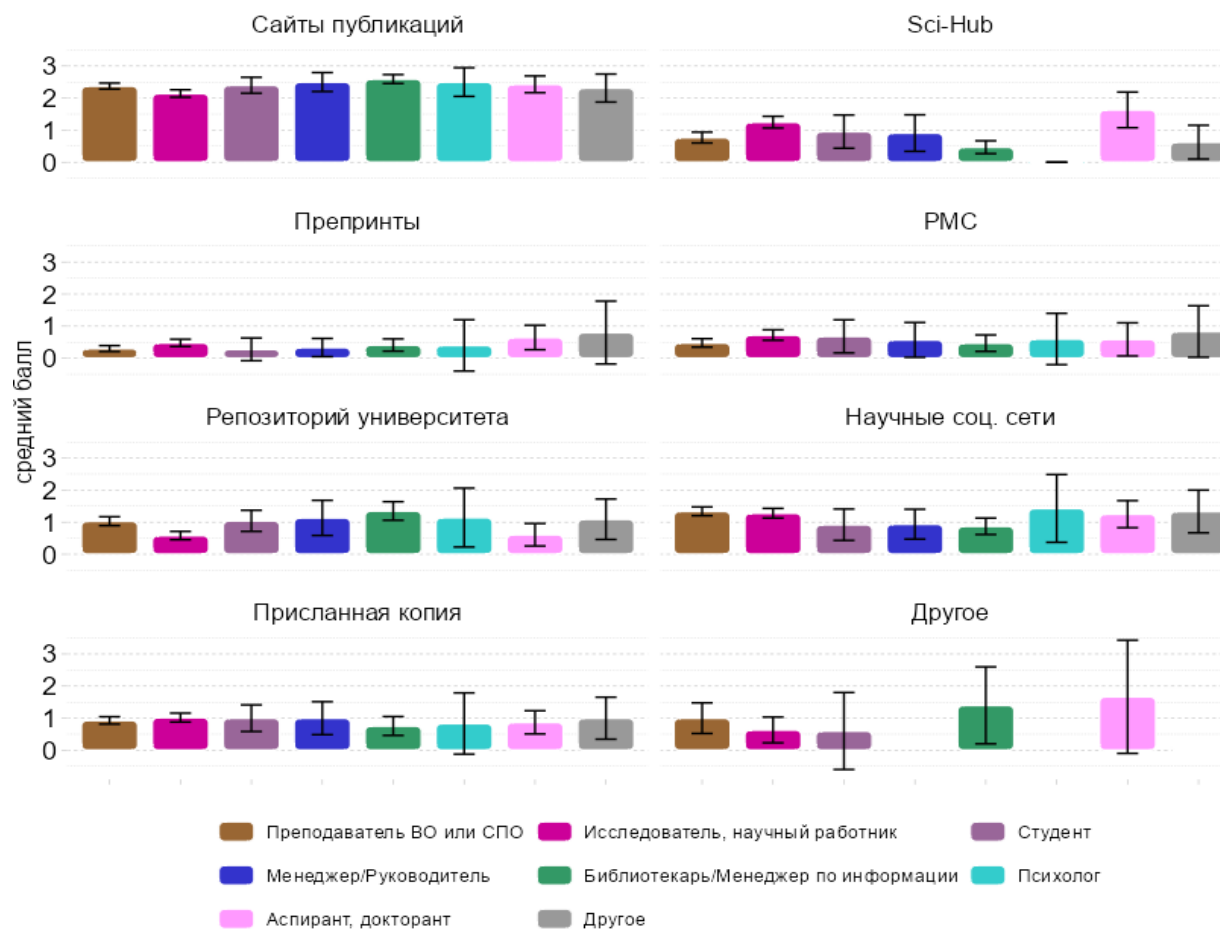


Рис. 20. Относительный балл оценок источников научных статей по указанному виду занятости респондентов

Более подробная статистика относительных баллов приведена в таблице 10 приложения.

Источник *Сайты публикаций* получила наиболее высокие оценки в группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» (средний относительный балл - 2.59), а наиболее низкие - в группе «Исследователь, научный работник» (средний относительный балл - 2.14).

Источник *Sci-Hub* получила наиболее высокие оценки в группе «Аспирант, докторант» (средний относительный балл - 1.63), а наиболее низкие - в группе «Психолог» (средний относительный балл - 0).

Источник *Препринты* получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (средний относительный балл - 0.8), а наиболее низкие - в группе «Студент» (средний относительный балл - 0.28).

Источник *PMC* получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (средний относительный балл - 0.83), а наиболее низкие - в группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» (средний относительный балл - 0.47).

Источник *Репозиторий университета* получила наиболее высокие оценки в группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» (средний относительный балл - 1.35), а наиболее низкие - в группе «Исследователь, научный работник» (средний относительный балл - 0.58).

Источник *Научные соц. сети* получила наиболее высокие оценки в группе «Психолог» (средний относительный балл - 1.43), а наиболее низкие - в группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» (средний относительный балл - 0.87).

Источник *Присланная копия* получила наиболее высокие оценки в группе «Исследователь, научный работник» (средний относительный балл - 1.02), а наиболее низкие - в группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» (средний относительный балл - 0.76).

Источник *Другое* получила наиболее высокие оценки в группе «Аспирант, докторант» (средний относительный балл - 1.67), а наиболее низкие - в группе «Другое» (средний относительный балл - 0).

### **Анализ групп по области специализации**

Относительные баллы для каждого из источника, полученных от респондентов, указавших различные области специализации, представлены на рис. 21.

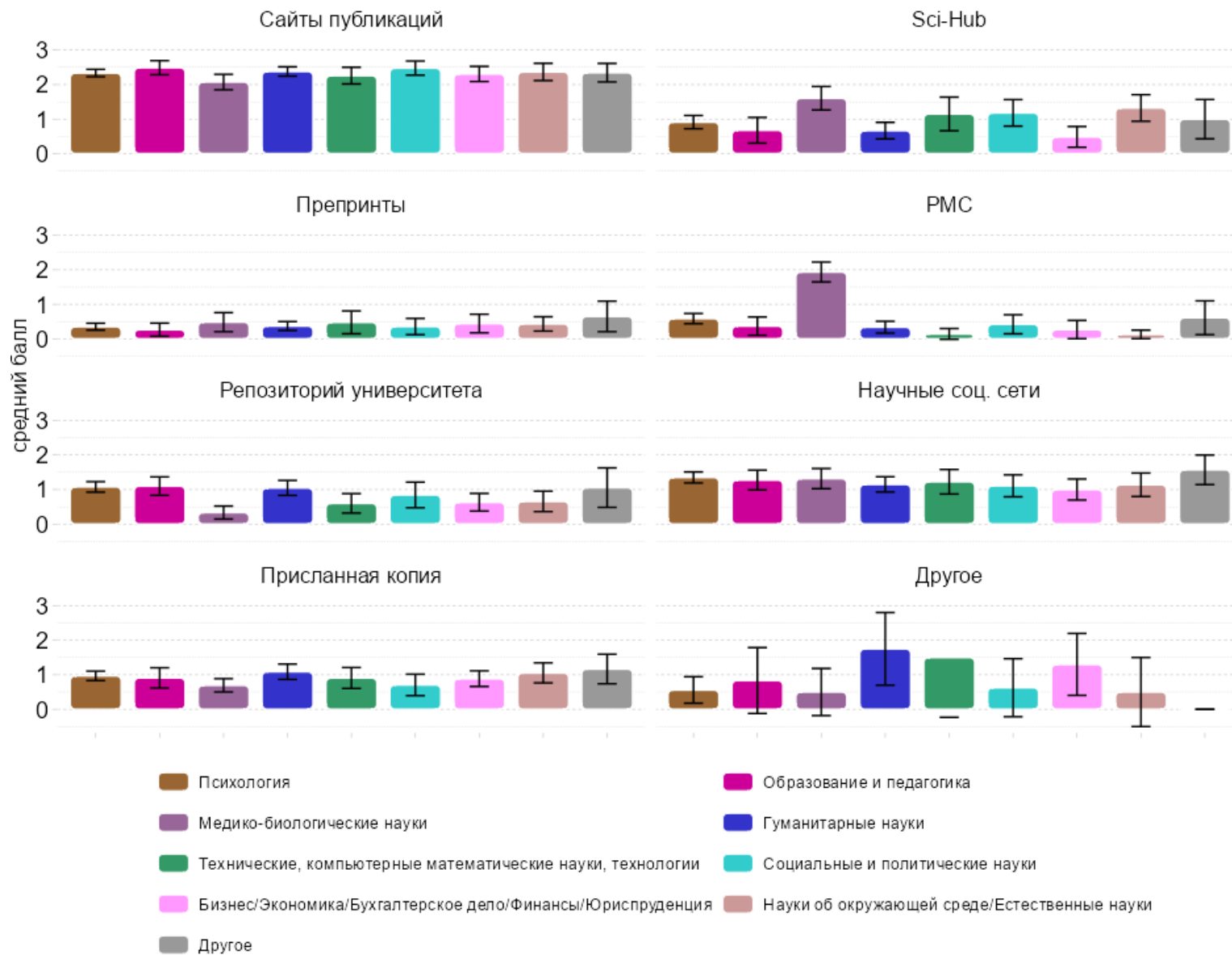


Рис. 21. Относительный балл оценок источников научных статей по области специализации респондентов



Более подробная статистика относительных баллов приведена в таблице 11 приложения.

Источник *Сайты публикаций* получила наиболее высокие оценки в группе «Образование и педагогика» (средний относительный балл - 2.49), а наиболее низкие - в группе «Медико-биологические науки» (средний относительный балл - 2.07).

Источник *Sci-Hub* получила наиболее высокие оценки в группе «Медико-биологические науки» (средний относительный балл - 1.6), а наиболее низкие - в группе «Бизнес/Экономика/Бухгалтерское дело/Финансы/Юриспруденция» (средний относительный балл - 0.49).

Источник *Препринты* получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (средний относительный балл - 0.65), а наиболее низкие - в группе «Образование и педагогика» (средний относительный балл - 0.27).

Источник *PMC* получила наиболее высокие оценки в группе «Медико-биологические науки» (средний относительный балл - 1.94), а наиболее низкие - в группе «Науки об окружающей среде/Естественные науки» (средний относительный балл - 0.13).

Источник *Репозиторий университета* получила наиболее высокие оценки в группе «Образование и педагогика» (средний относительный балл - 1.1), а наиболее низкие - в группе «Медико-биологические науки» (средний относительный балл - 0.33).

Источник *Научные соц. сети* получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (средний относительный балл - 1.57), а наиболее низкие - в группе «Бизнес/Экономика/Бухгалтерское дело/Финансы/Юриспруденция» (средний относительный балл - 1).

Источник *Присланная копия* получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (средний относительный балл - 1.17), а наиболее низкие - в группе «Медико-биологические науки» (средний относительный балл - 0.69).

Источник *Другое* получила наиболее высокие оценки в группе «Гуманитарные науки» (средний относительный балл - 1.75), а наиболее низкие - в группе «Другое» (средний относительный балл - 0).

## Резюме



Практически все респонденты оценивали как самый значимый вариант источника – «Сайты издательства, журнала, агрегаторы полнотекстовых статей или базы журналов». Вторым по значимости источником являются научные социальные сети (например, ResearchGate), а затем Sci-hub и «Копия, присланная по почте автором или коллегой». Источник Sci-Hub получила наиболее высокие оценки в группе «Аспирант, докторант». А источник PMC (PubMedCentral) получила наиболее высокие оценки в группе «Медицина».

В какой-то степени аналогичная ситуация наблюдается по результатам отчета «How Readers Discover Content in Scholarly Publications 2021». В ответах англоязычных респондентов отражен рост популярности таких сайтов, как ResearchGate, в сочетании с увеличением количества

статей, публикуемых в тематических и институциональных репозиториях, а также с расширением Sci-Hub. Использование веб-сайта издателя для получения статей зависит от уровня дохода респондента или организации, к которой он относится. При этом в основном веб-сайт издателя используют люди из стран с более высоким уровнем дохода, которые, как предполагается, с большей вероятностью находятся в учреждениях с достаточным финансированием для покупки этих ресурсов. Однако охват выбора предметных репозиториях, по-видимому, гораздо более равномерно распределяется по всему миру. Такие сайты, как ResearchGate и Mendeley, используются немного меньше в странах с высоким доходом. В них не используют SciHub так часто, как другие источники, но большой разницы в его использовании между странами с доходами выше среднего и странами с низкими доходами нет. Результаты показывают, что около 15% загрузок статей в этих регионах приходится на SciHub по сравнению с 5% в странах с более высоким уровнем дохода (Figure 27, p. 29).

### 2.3. Анализ ответов на вопрос «Как часто вы ищете статьи, находящиеся именно в открытом доступе?»

При ответе на вопрос «Как часто вы ищете статьи, находящиеся именно в открытом доступе?» ответы варианты ответов: «Часто», «Иногда», «Никогда». Ниже приведен анализ частот этих вариантов ответов. Также эти ответы были переведены в условные баллы от 0 («Никогда») до 2 («Часто»). Эти баллы анализировались как «относительные баллы», показывающие склонность респондентов к поиску статей в открытом доступе.

#### Анализ выборки в целом

Частота ответов по всей выборке приведена в таблице 15.

Таблица 15. Распределение частоты поиска статей в открытом доступе

Вариант ответа	Частота ответа
Часто	<b>85.7%</b>
Иногда	11.9%
Никогда	2.4%

Средний балл (ст. откл.) = 1.83 (0.43)

Подавляющее число респондентов часто ищет статьи, находящиеся в открытом доступе (85.7%). Никогда не ищут статьи в открытом доступе только 2.4% респондентов.

### Анализ групп по сектору деятельности

Распределение оценок частоты поиска статей в открытом доступе в ответах респондентов из разных секторов деятельности приведены в таблице 16 и на рис. 22.

Таблица 16. Распределение частоты поиска статей в открытом доступе по роду деятельности респондентов

Вариант ответа	Образование, обучение	Гос. и муниципальные структуры	Научно-исследовательская деятельность	Медицина	Коммерческая компания	Другое
Часто	87.1%	84.1%	79.2%	75.9%	87.5%	82.4%
Иногда	10.6%	15.9%	15.1%	20.7%	12.5%	17.6%
Никогда	2.3%	0 (0%)	5.7%	3.4%	0 (0%)	0 (0%)
Средний балл (ст. откл.)	1.85 (0.42)	1.84 (0.37)	1.74 (0.56)	1.72 (0.53)	1.88 (0.34)	1.82 (0.39)

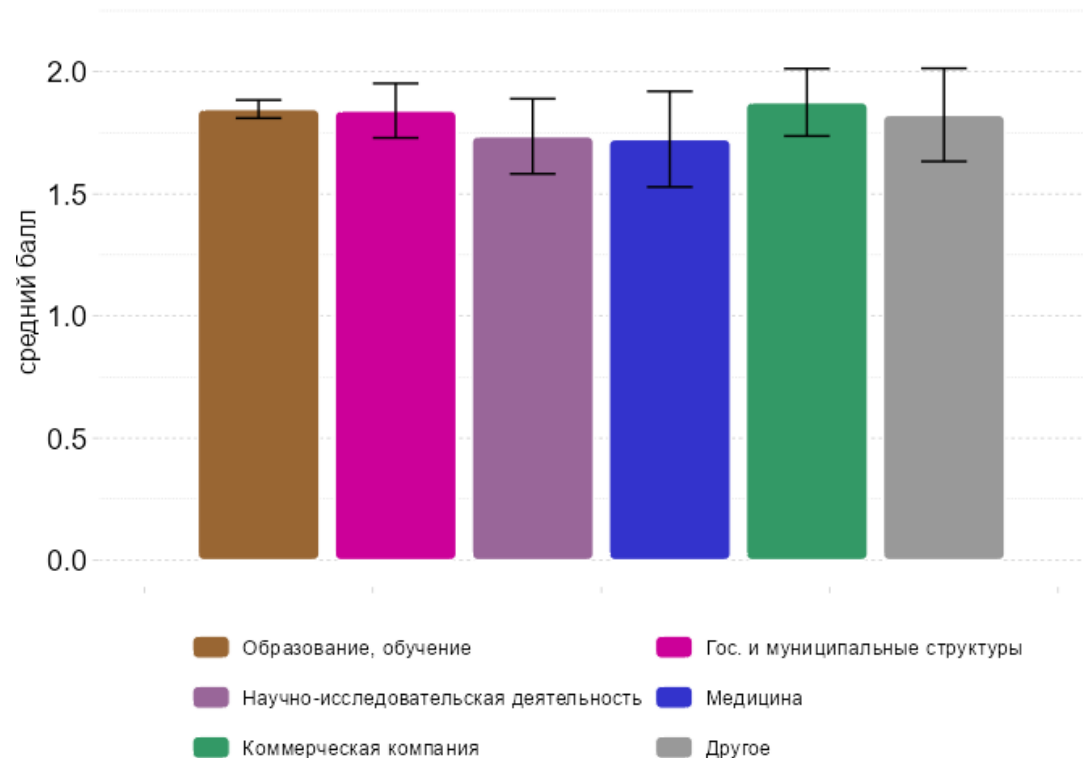


Рис. 22. Относительный балл частоты поиска статей в открытом доступе по родам деятельности респондентов

Поиск статей в открытом доступе фактически не связан со сферой деятельности респондентов. Часто ищут статьи в открытом доступе представители секторов: в группе «Образование, обучение» - 87.1% респондентов; в группе «Гос. и муниципальные структуры» - 84.1%; в группе «Научно-исследовательская деятельность» - 79.2%; в группе «Медицина» - 75.9%; в группе «Коммерческая компания» - 87.5%; в группе «Другое» - 82.4%.

### Анализ групп по видам занятости

Распределение оценок частоты поиска статей в открытом доступе в ответах респондентов указавших разные виды занятости приведены в таблице 17 и на рис. 23.

Таблица 17. Распределение частоты поиска статей в открытом доступе у респондентов с разными видами занятости

Вариант ответа	Преподаватель ВО или СПО	Исследователь, научный работник	Студент	Менеджер/ Руководи- тель	Библиотекарь / Менеджер по информации	Психолог	Аспирант, докторант	Другое
Часто	89%	83.1%	86.8%	75%	78.1%	90.9%	96.7%	82.4%
Иногда	9.7%	13.3%	10.5%	16.7%	20.5%	9.1%	0 (0%)	17.6%
Никогда	1.4%	3.6%	2.6%	8.3%	1.4%	0 (0%)	3.3%	0 (0%)
Средний балл (ст. откл.)	1.88 (0.37)	1.79 (0.49)	1.84 (0.44)	1.67 (0.64)	1.77 (0.46)	1.91 (0.3)	1.93 (0.37)	1.82 (0.39)

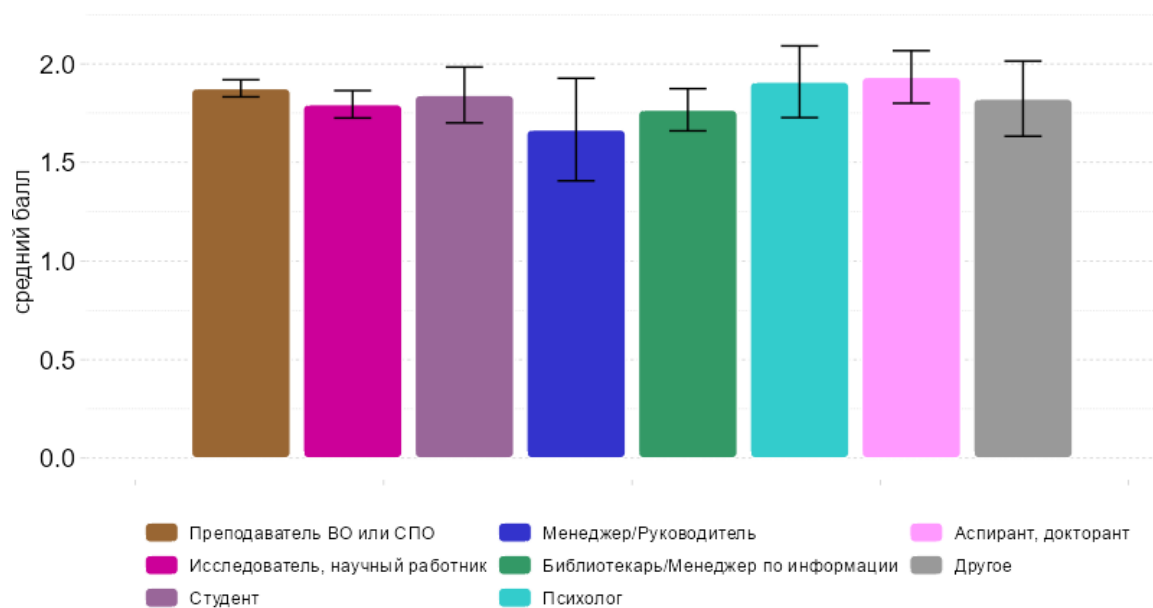


Рис. 23. Относительный балл частоты поиска статей в открытом доступе по видам занятости респондентов

### Анализ групп по области специализации

Распределение оценок частоты поиска статей в открытом доступе в ответах респондентов, указавших разные области специализации приведены в таблице 18 и на рис. 24.

Таблица 18. Распределение частоты поиска статей в открытом доступе у респондентов с разной специализацией

Вариант ответа	Психология	Образование и педагогика	Медико-биологические науки	Гуманитарные науки	Технические, компьютерные математические науки, технологии	Социальные, политические науки	Бизнес/ Экономика/ Бухгалтерское дело/ Финансы/ Юриспруденция	Науки об окружающей среде/ Естественные науки	Другое
Часто	86.7%	90.7%	73.2%	91.3%	85.2%	87.5%	80.7%	78.6%	86.2%
Иногда	10.9%	9.3%	21.4%	8.7%	11.1%	10.4%	14%	16.7%	13.8%
Никогда	2.4%	0 (0%)	5.4%	0 (0%)	3.7%	2.1%	5.3%	4.8%	0 (0%)
Средний балл (ст. откл.)	1.84 (0.42)	1.91 (0.29)	1.68 (0.58)	1.91 (0.28)	1.81 (0.48)	1.85 (0.41)	1.75 (0.54)	1.74 (0.54)	1.86 (0.35)

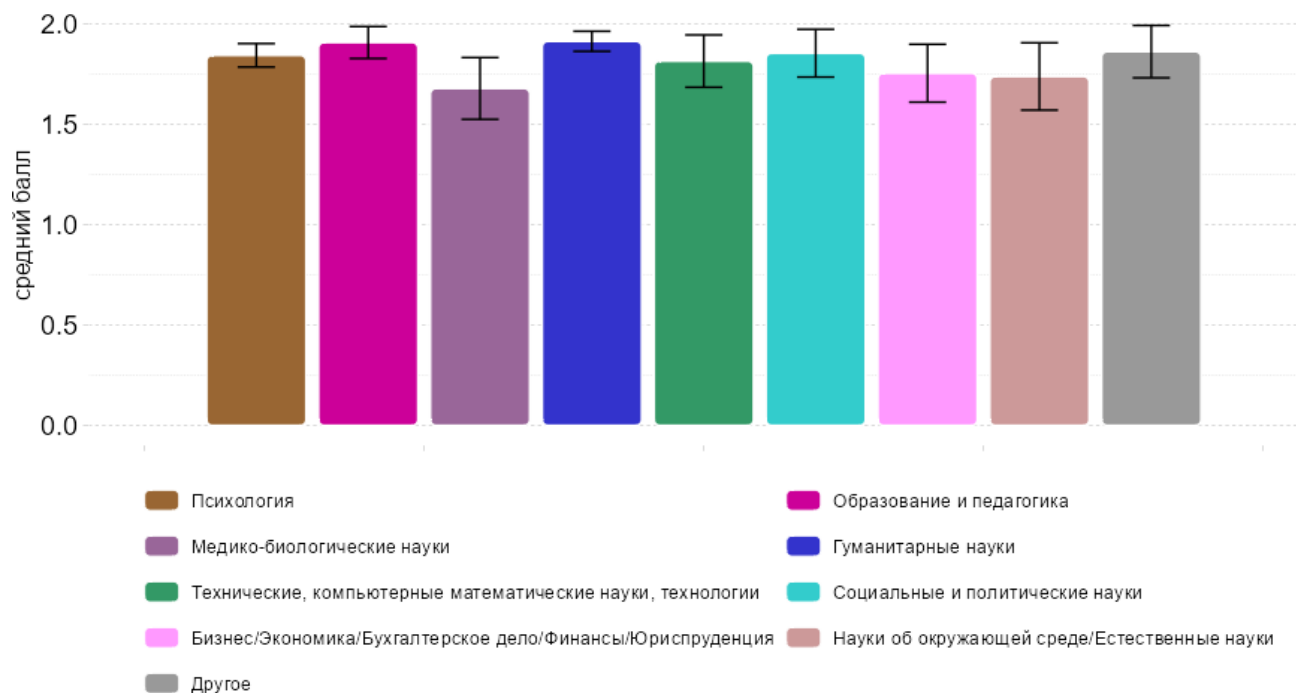


Рис. 24. Относительный балл частоты поиска статей в открытом доступе по родам деятельности респондентов

Сходное единодушие в поиске открытого научного контента высказывают респонденты

## Резюме



Подавляющее число респондентов часто ищет статьи, находящиеся в открытом доступе (85.7%). Никогда не ищут статьи в открытом доступе только 2.4% респондентов. Поиск статей в открытом доступе фактически не связан со сферой деятельности респондентов. Часто ищут статьи в открытом доступе представители секторов: в группе «Образование, обучение» - 87.1% респондентов; в группе «Гос. и муниципальные структуры» - 84.1%; в группе «Научно-исследовательская деятельность» - 79.2%; в группе «Медицина» - 75.9%; в группе «Коммерческая компания» - 87.5%; в группе «Другое» - 82.4%.

Опрос англоязычных респондентов показал, что различий в ответах демографических групп нет - результаты совершенно одинаковы для людей в академических кругах. В странах с высоким уровнем дохода, независимо от предметной области, около 20% респондентов часто ищут контент открытого доступа (Figure 16, p. 20).

#### 2.4. Анализ ответов на вопрос «Если у вас возникает необходимость найти статьи в открытом доступе, где вы начинаете свои поиски?»

При ответе на вопрос «Если у вас возникает необходимость найти статьи в открытом доступе, где вы начинаете свои поиски?» фиксировались следующие варианты ответов: «Неважно», «Относительно неважно», «Нейтрально», «Относительно важно», «Очень важно» были переведены в условные баллы от 1 («Неважно») до 5 («Очень важно»). Далее эти баллы анализировались как «относительные баллы», показывающие степень важности того или иного инструмента поиска. В этой порядковой шкале 1 соответствует минимальной важности, 5 - максимальной, среднее - 3 балла.

Оценивались следующие варианты источников: Специализированная библиографическая база данных (далее сокращенно ББД); Сайты библиотек, библиотечный поиск, поисковые системы (далее сокращенно СБ); Базы данных журналов (далее сокращенно БДЖ); Репозитории тематических препринтов (далее сокращенно Репозитории); Социальные сети, в том числе деловые/профессиональные (далее сокращенно Социальные сети); Сайты издательств; Архив электронных оповещений о новых выпусках журналов (далее сокращенно Оповещения); Сайт журнала; Поисковая система; Сайт научного общества; Другое.

#### Анализ выборки в целом

Так как ответы на этот вопрос были необязательными, часть респондентов пропустила оценки одного или нескольких источников. В таблице 19 приведены доли заполненных и пропущенных ответов.

Таблица 19. Доля пропущенных ответов на вопрос для каждого из инструментов поиска статей в открытом доступе

Источник	Доля заполненных ответов	Доля пропущенных ответов
Специализированная библиографическая база данных	84.7%	15.3%
Сайты библиотек, библиотечный поиск, поисковые системы	83.5%	16.5%
Базы данных журналов	77.1%	22.9%
Репозитории тематических препринтов	74%	26%
Социальные сети, в том числе деловые/профессиональные	77.9%	22.1%



Источник	Доля заполненных ответов	Доля пропущенных ответов
Сайты издательств	80.5%	19.5%
Архив электронных оповещений о новых выпусках журналов	72.7%	27.3%
Сайт журнала	84.4%	15.6%
Поисковая система	86.4%	13.6%
Сайт научного общества	74.2%	25.8%
Другое	18.4%	81.6%

Средние относительные баллы частоты использования различных инструментов поиска, полученные по всей выборке респондентов, представлены на рисунке 25.

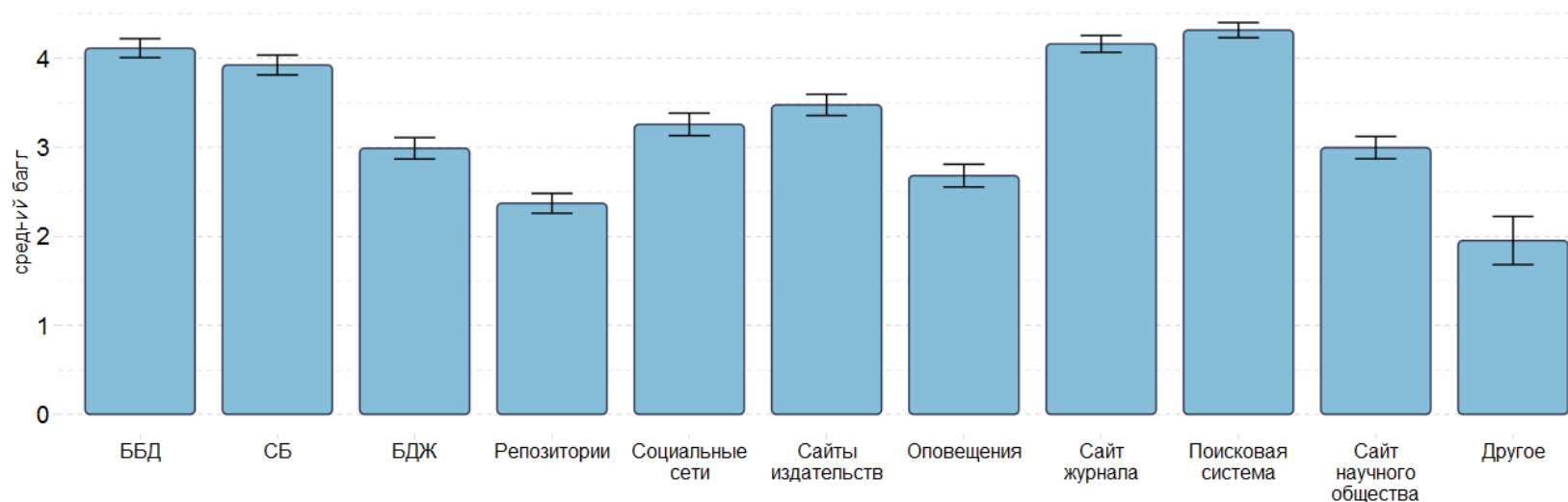


Рисунок 25. Относительные баллы частоты использования источников при поиске статей в открытом доступе

Результаты опроса показали, что максимальный балл в поиске статей открытого доступа получила *Поисковая система* (средний балл - 4.32), на втором месте *Сайт журнала* (средний балл - 4.16), на третьем - *Специализированная библиографическая база данных* (средний балл - 4.11), затем - *Сайты библиотек, библиотечный поиск, поисковые системы* (средний балл - 3.92). Третий вариант с конца – *Архив электронных оповещений о новых выпусках журналов* (средний балл - 2.68), на предпоследнем месте - *Репозитории тематических препринтов* (средний балл - 2.37), а наименее популярен вариант *Другое* (средний балл - 1.95). Более подробная статистика приведена в таблице 12 приложения.

### Анализ групп по сектору деятельности

Средние оценки предпочтительности поисковых систем у респондентов, указавших разные секторы деятельности приведены на рис. 26 и в таблице 13 приложения.

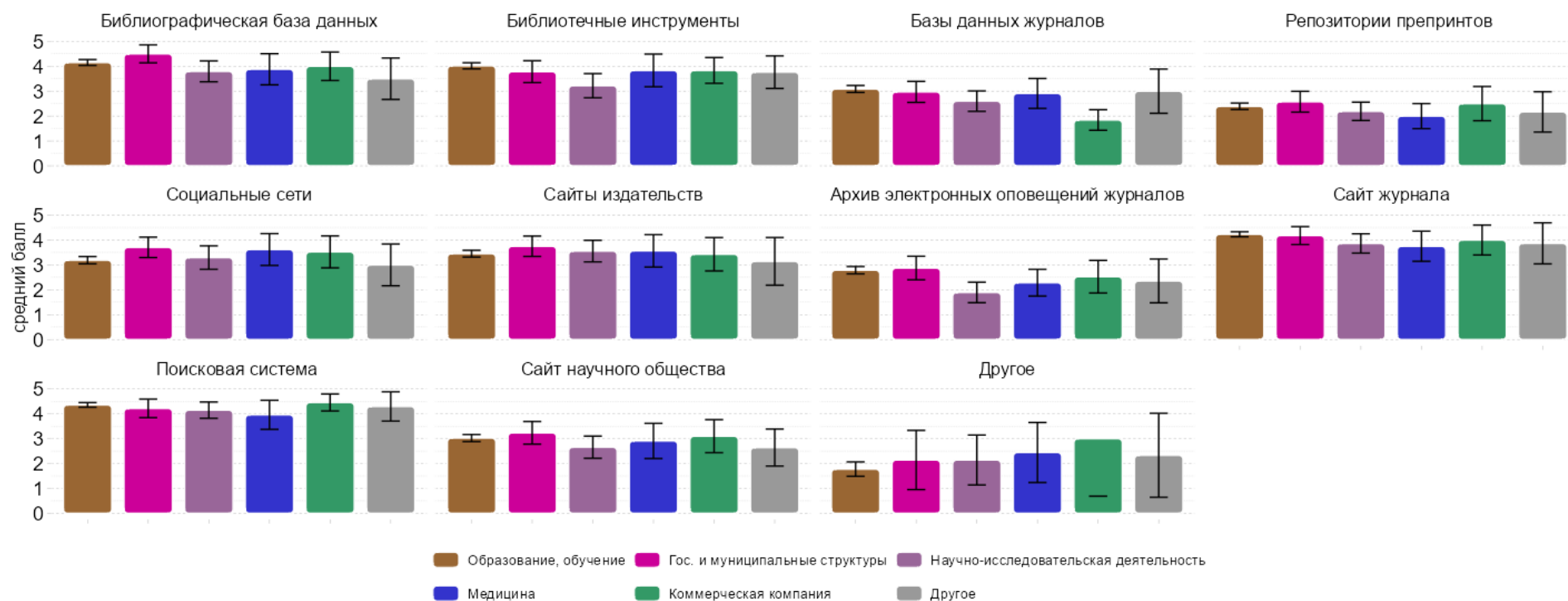


Рис. 26. Относительные баллы частоты использования источников при поиске статей в открытом доступе в зависимости от сектора деятельности респондентов

Источник *Специализированная библиографическая база данных* получила наиболее высокие оценки в группе «Гос. и муниципальные структуры» (средний относительный балл - 4.5), а наиболее низкие - в группе «Другое» (средний относительный балл - 3.5).

Источник *Сайты библиотек, библиотечный поиск, поисковые системы* получила наиболее высокие оценки в группе «Образование, обучение» (средний относительный балл - 4.02), а наиболее низкие - в группе «Научно-исследовательская деятельность» (средний относительный балл - 3.22).

Источник *Базы данных журналов* получила наиболее высокие оценки в группе «Образование, обучение» (средний относительный балл - 3.09), а наиболее низкие - в группе «Коммерческая компания» (средний относительный балл - 1.84).

Источник *Репозитории тематических препринтов* получила наиболее высокие оценки в группе «Гос. и муниципальные структуры» (средний относительный балл - 2.58), а наиболее низкие - в группе «Медицина» (средний относительный балл - 2).

Источник *Социальные сети, в том числе деловые/профессиональные* получила наиболее высокие оценки в группе «Гос. и муниципальные структуры» (средний относительный балл - 3.71), а наиболее низкие - в группе «Другое» (средний относительный балл - 3).

Источник *Сайты издательств* получила наиболее высокие оценки в группе «Гос. и муниципальные структуры» (средний относительный балл - 3.75), а наиболее низкие - в группе «Другое» (средний относительный балл - 3.14).

Источник *Архив электронных оповещений о новых выпусках журналов* получила наиболее высокие оценки в группе «Гос. и муниципальные структуры» (средний относительный балл - 2.88), а наиболее низкие - в группе «Научно-исследовательская деятельность» (средний относительный балл - 1.89).

Источник *Сайт журнала* получила наиболее высокие оценки в группе «Образование, обучение» (средний относительный балл - 4.23), а наиболее низкие - в группе «Медицина» (средний относительный балл - 3.75).

Источник *Поисковая система* получила наиболее высокие оценки в группе «Коммерческая компания» (средний относительный балл - 4.45), а наиболее низкие - в группе «Медицина» (средний относительный балл - 3.96).

Источник *Сайт научного общества* получила наиболее высокие оценки в группе «Гос. и муниципальные структуры» (средний относительный балл - 3.24), а наиболее низкие - в группе «Другое» (средний относительный балл - 2.64).

Источник *Другое* получила наиболее высокие оценки в группе «Коммерческая компания» (средний относительный балл - 3), а наиболее низкие - в группе «Образование, обучение» (средний относительный балл - 1.78).

## Анализ групп по видам занятости

Средние оценки поисковых систем в ответах респондентов указавших разные виды занятости приведены на рис. 27 и в таблице 14 приложения.

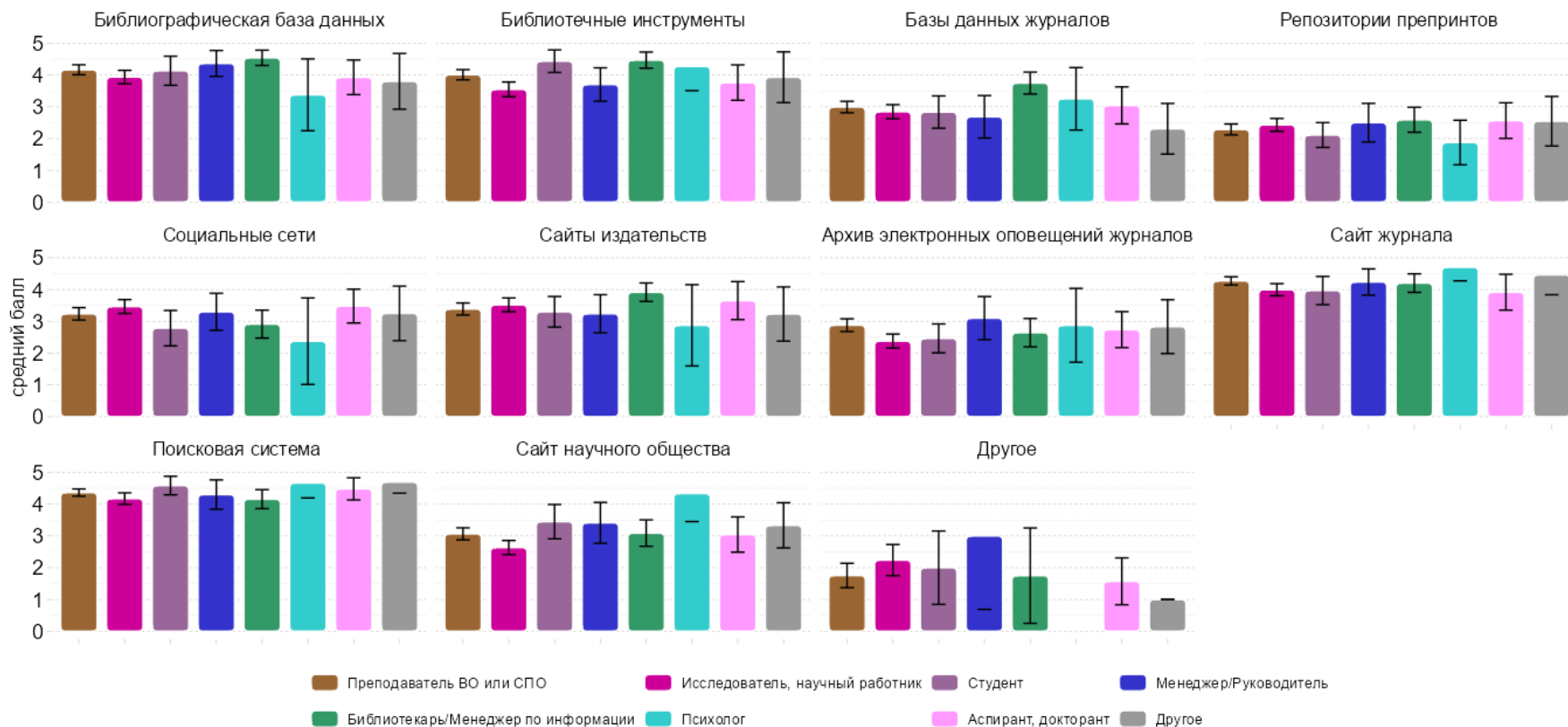


Рис. 27. Относительные баллы частоты использования источников при поиске статей в открытом доступе в зависимости от вида занятости респондентов

Источник *Специализированная библиографическая база данных* получила наиболее высокие оценки в группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» (средний относительный балл - 4.54), а наиболее низкие - в группе «Психолог» (средний относительный балл - 3.38).

Источник *Сайты библиотек, библиотечный поиск, поисковые системы* получила наиболее высокие оценки в группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» (средний относительный балл - 4.47), а наиболее низкие - в группе «Исследователь, научный работник» (средний относительный балл - 3.55).

Источник *Базы данных журналов* получила наиболее высокие оценки в группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» (средний относительный балл - 3.75), а наиболее низкие - в группе «Другое» (средний относительный балл - 2.31).

Источник *Репозитории тематических препринтов* получила наиболее высокие оценки в группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» (средний относительный балл - 2.59), а наиболее низкие - в группе «Психолог» (средний относительный балл - 1.88).

Источник *Социальные сети, в том числе деловые/профессиональные* получила наиболее высокие оценки в группе «Аспирант, докторант» (средний относительный балл - 3.48), а наиболее низкие - в группе «Психолог» (средний относительный балл - 2.38).

Источник *Сайты издательств* получила наиболее высокие оценки в группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» (средний относительный балл - 3.92), а наиболее низкие - в группе «Психолог» (средний относительный балл - 2.88).

Источник *Архив электронных оповещений о новых выпусках журналов* получила наиболее высокие оценки в группе «Менеджер/Руководитель» (средний относительный балл - 3.1), а наиболее низкие - в группе «Исследователь, научный работник» (средний относительный балл - 2.38).

Источник *Сайт журнала* получила наиболее высокие оценки в группе «Психолог» (средний относительный балл - 4.7), а наиболее низкие - в группе «Аспирант, докторант» (средний относительный балл - 3.92).

Источник *Поисковая система* получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (средний относительный балл - 4.69), а наиболее низкие - в группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» (средний относительный балл - 4.16).

Источник *Сайт научного общества* получила наиболее высокие оценки в группе «Психолог» (средний относительный балл - 4.33), а наиболее низкие - в группе «Исследователь, научный работник» (средний относительный балл - 2.63).

Источник *Другое* получила наиболее высокие оценки в группе «Менеджер/Руководитель» (средний относительный балл - 3), а наиболее низкие - в группе «Другое» (средний относительный балл - 1).

## Анализ групп по области специализации

Средние оценки поисковых систем в ответах респондентов, указавших разные области специализации приведены на рис. 28 и в таблице 15 приложения.

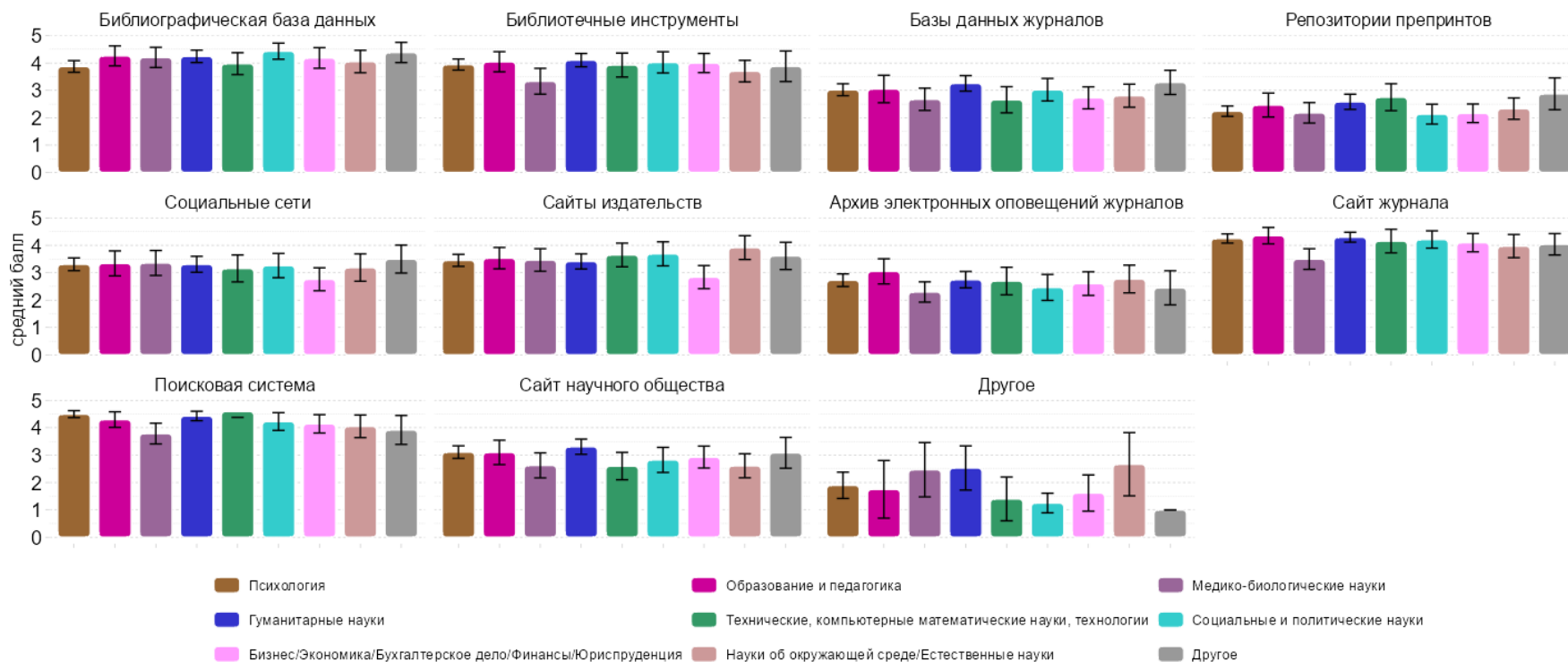


Рис. 28. Относительные баллы частоты использования источников при поиске статей в открытом доступе в зависимости от рода деятельности респондентов

Источник *Специализированная библиографическая база данных* получила наиболее высокие оценки в группе «Социальные и политические науки» (средний относительный балл - 4.43), а наиболее низкие - в группе «Психология» (средний относительный балл - 3.87).

Источник *Сайты библиотек, библиотечный поиск, поисковые системы* получила наиболее высокие оценки в группе «Гуманитарные науки» (средний относительный балл - 4.1), а наиболее низкие - в группе «Медико-биологические науки» (средний относительный балл - 3.33).

Источник *Базы данных журналов* получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (средний относительный балл - 3.29), а наиболее низкие - в группе «Технические, компьютерные математические науки, технологии» (средний относительный балл - 2.66).

Источник *Репозитории тематических препринтов* получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (средний относительный балл - 2.88), а наиболее низкие - в группе «Социальные и политические науки» (средний относительный балл - 2.13).

Источник *Социальные сети, в том числе деловые/профессиональные* получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (средний относительный балл - 3.5), а наиболее низкие - в группе «Бизнес/Экономика/Бухгалтерское дело/Финансы/Юриспруденция» (средний относительный балл - 2.76).

Источник *Сайты издательств* получила наиболее высокие оценки в группе «Науки об окружающей среде/Естественные науки» (средний относительный балл - 3.92), а наиболее низкие - в группе «Бизнес/Экономика/Бухгалтерское дело/Финансы/Юриспруденция» (средний относительный балл - 2.84).

Источник *Архив электронных оповещений о новых выпусках журналов* получила наиболее высокие оценки в группе «Образование и педагогика» (средний относительный балл - 3.05), а наиболее низкие - в группе «Медико-биологические науки» (средний относительный балл - 2.3).

Источник *Сайт журнала* получила наиболее высокие оценки в группе «Образование и педагогика» (средний относительный балл - 4.36), а наиболее низкие - в группе «Медико-биологические науки» (средний относительный балл - 3.5).

Источник *Поисковая система* получила наиболее высокие оценки в группе «Технические, компьютерные математические науки, технологии» (средний относительный балл - 4.6), а наиболее низкие - в группе «Медико-биологические науки» (средний относительный балл - 3.79).

Источник *Сайт научного общества* получила наиболее высокие оценки в группе «Гуманитарные науки» (средний относительный балл - 3.31), а наиболее низкие - в группе «Технические, компьютерные математические науки, технологии» (средний относительный балл - 2.6).

Источник *Другое* получила наиболее высокие оценки в группе «Науки об окружающей среде/Естественные науки» (средний относительный балл - 2.67), а наиболее низкие - в группе «Другое» (средний относительный балл - 1).

## Резюме



Результаты опроса показали, что максимальный балл в поиске статей открытого доступа получила Поисковая система, на втором месте Сайт журнала, на третьем - Специализированная библиографическая база данных, затем - Сайты библиотек, библиотечный поиск, поисковые системы. Наименее популярны – Архив электронных оповещений о новых выпусках журналов и Репозитории тематических препринтов. При этом чаще всего источником Поисковая система пользуются в коммерческом секторе, источником Сайт журнала в секторе «Образование, обучение», а Специализированная библиографическая база данных в секторе «Гос. и муниципальные структуры».

Опрос англоязычных респондентов также показал, что существует приоритет поиска статей открытого доступа, но есть разница по секторам деятельности. Отчет “How Readers Discover Content in Scholarly Publications 2021” показывает, что люди в корпоративном секторе специально ищут статьи в открытом доступе значительно чаще, чем люди в академических кругах или медицинском секторе. Что может свидетельствовать либо о том, что корпоративные организации меньше подписываются на научный контент, либо о том, что их доступ хуже организован (Figure 17, p. 21).



## Раздел 3. Возможности сайта научного журнала

### 3.1. Анализ ответов на вопрос «Какие функции на издательских сайтах журналов кажутся вам полезными?»

При ответе на вопрос «Какие функции на издательских сайтах журналов кажутся вам полезными?» фиксировались следующие предпочтения возможностей сайтов издателей: Функция *Новости*; Функция *Возможность скачивать изображения*; Функция *Избранные статьи/Выбор редактора*; Функция *Оповещения о цитированиях*; Функция *Оповещения о содержании новых номеров*; Функция *Поиск*; Функция *Возможность сохранить поиск*; Функция *Поиск связанных статей*; Функция *Просмотр материалов, цитирующих публикацию*; Функция *Персонализация*; Функция *Презентации*; Функция *Подача статей*; Функция *Информация для авторов*; Функция *Связывание ссылок*; Функция *Постатейные метрики (такие, как Altmetrics)*; Функция *Ссылки на обосновывающие данные*; Функция *Возможность поделиться в социальных сетях*; Функция *Специализированные расширения и инструменты*.

#### Анализ ответов по выборке в целом

Частота выбора различных функций представлены в таблице 16 приложения и на рис. 25.

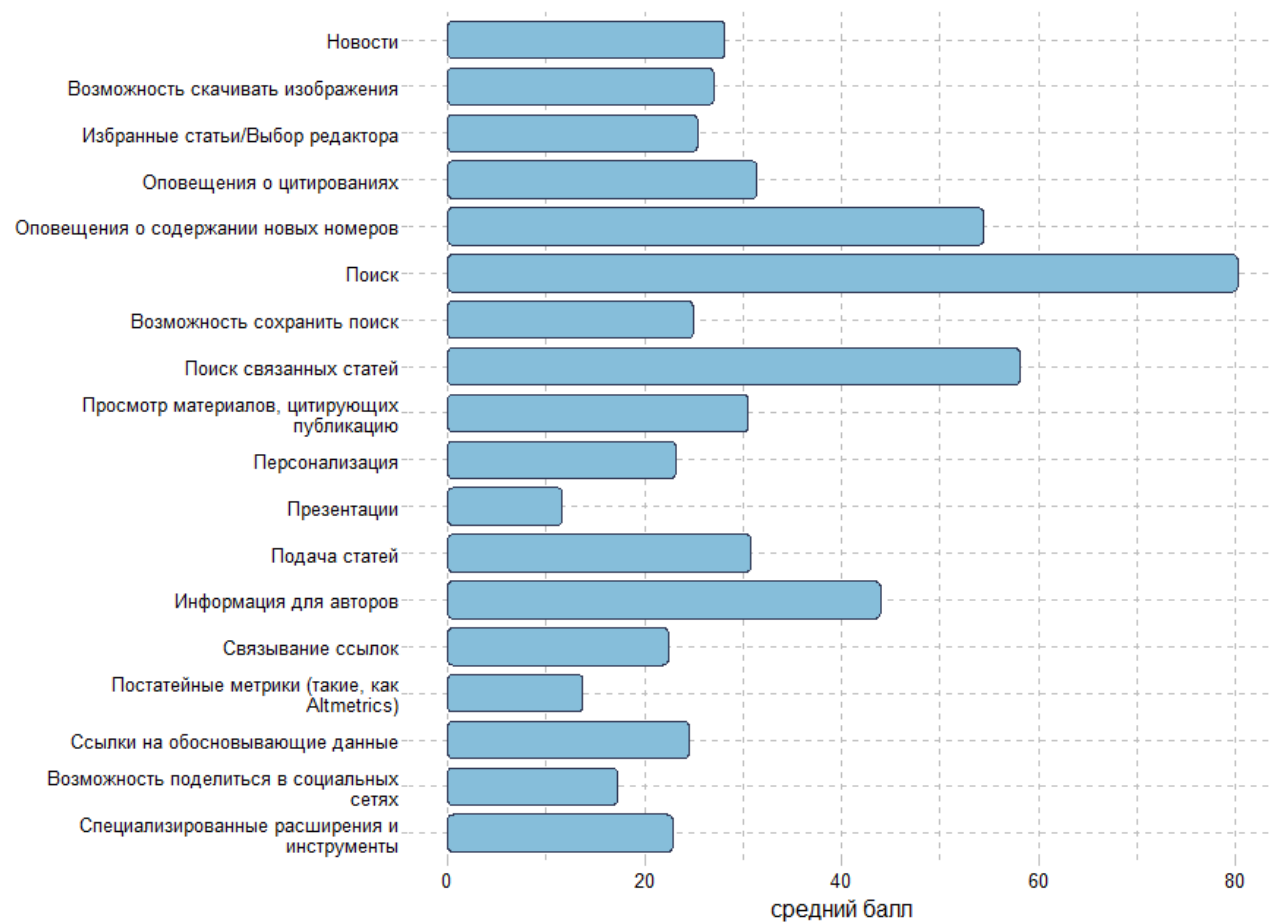


Рис. 29. Частота (в процентах) выбора различных функций издательских сайтов публикаций

Как видно из рис. 29, подавляющее большинство (80%) респондентов указало в качестве важной функции поиск по сайту/системе, также высокую популярность имеют поиск связанных статей и оповещения о содержании новых номеров журналов (эти функции отметили более 50% респондентов). Наименее популярные функции – презентации, пристатейные метрики и возможность поделиться в социальных сетях – эти функции выбрали меньше 20% респондентов.

## Анализ групп по сектору деятельности

Частота выбора различных функций респондентами, указывающими разный род деятельности, представлены в таблице 17 приложения и на рис. 30.



Рис. 30. Частота (в процентах) выбора различных функций издательских сайтов публикаций респондентами, указавшими различный род деятельности

Функция *Новости* получила наиболее высокие оценки в группе «Коммерческая компания» (доля - 33.3%), а наиболее низкие - в группе «Медицина» (доля - 20.7%).

Функция *Возможность скачивать изображения* получила наиболее высокие оценки в группе «Коммерческая компания» (доля - 37.5%), а наиболее низкие - в группе «Образование, обучение» (доля - 25.8%).

Функция *Избранные статьи/Выбор редактора* получила наиболее высокие оценки в группе «Коммерческая компания» (доля - 37.5%), а наиболее низкие - в группе «Научно-исследовательская деятельность» (доля - 22.6%).

Функция *Оповещения о цитированиях* получила наиболее высокие оценки в группе «Медицина» (доля - 34.5%), а наиболее низкие - в группе «Другое» (доля - 23.5%).

Функция *Оповещения о содержании новых номеров* получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (доля - 58.8%), а наиболее низкие - в группе «Гос. и муниципальные структуры» (доля - 47.7%).

Функция *Поиск* получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (доля - 88.2%), а наиболее низкие - в группе «Образование, обучение» (доля - 78.7%).

Функция *Возможность сохранить поиск* получила наиболее высокие оценки в группе «Образование, обучение» (доля - 26.6%), а наиболее низкие - в группе «Научно-исследовательская деятельность» (доля - 17%).

Функция *Поиск связанных статей* получила наиболее высокие оценки в группе «Гос. и муниципальные структуры» (доля - 61.4%), а наиболее низкие - в группе «Коммерческая компания» (доля - 50%).

Функция *Просмотр материалов, цитирующих публикацию* получила наиболее высокие оценки в группе «Коммерческая компания» (доля - 50%), а наиболее низкие - в группе «Другое» (доля - 23.5%).

Функция *Персонализация* получила наиболее высокие оценки в группе «Коммерческая компания» (доля - 25%), а наиболее низкие - в группе «Другое» (доля - 17.6%).

Функция *Презентации* получила наиболее высокие оценки в группе «Образование, обучение» (доля - 13.1%), а наиболее низкие - в группе «Научно-исследовательская деятельность» (доля - 3.8%).

Функция *Подача статей* получила наиболее высокие оценки в группе «Гос. и муниципальные структуры» (доля - 43.2%), а наиболее низкие - в группе «Медицина» (доля - 17.2%).

Функция *Информация для авторов* получила наиболее высокие оценки в группе «Научно-исследовательская деятельность» (доля - 56.6%), а наиболее низкие - в группе «Образование, обучение» (доля - 41.3%).

Функция *Связывание ссылок* получила наиболее высокие оценки в группе «Гос. и муниципальные структуры» (доля - 40.9%), а наиболее низкие - в группе «Другое» (доля - 17.6%).

Функция *Постатейные метрики (такие, как Altmetrics)* получила наиболее высокие оценки в группе «Коммерческая компания» (доля - 29.2%), а наиболее низкие - в группе «Образование, обучение» (доля - 11.5%).

Функция *Ссылки на обосновывающие данные* получила наиболее высокие оценки в группе «Гос. и муниципальные структуры» (доля - 29.5%), а наиболее низкие - в группе «Другое» (доля - 23.5%).

Функция *Возможность поделиться в социальных сетях* получила наиболее высокие оценки в группе «Коммерческая компания» (доля - 29.2%), а наиболее низкие - в группе «Научно-исследовательская деятельность» (доля - 9.4%).

Функция *Специализированные расширения и инструменты* получила наиболее высокие оценки в группе «Коммерческая компания» (доля - 33.3%), а наиболее низкие - в группе «Научно-исследовательская деятельность» (доля - 13.2%).

### **Анализ групп по видам занятости**

Частота выбора различных функций респондентами, указывающими разные виды занятости, представлены в таблице 18 приложения и на рис. 31.

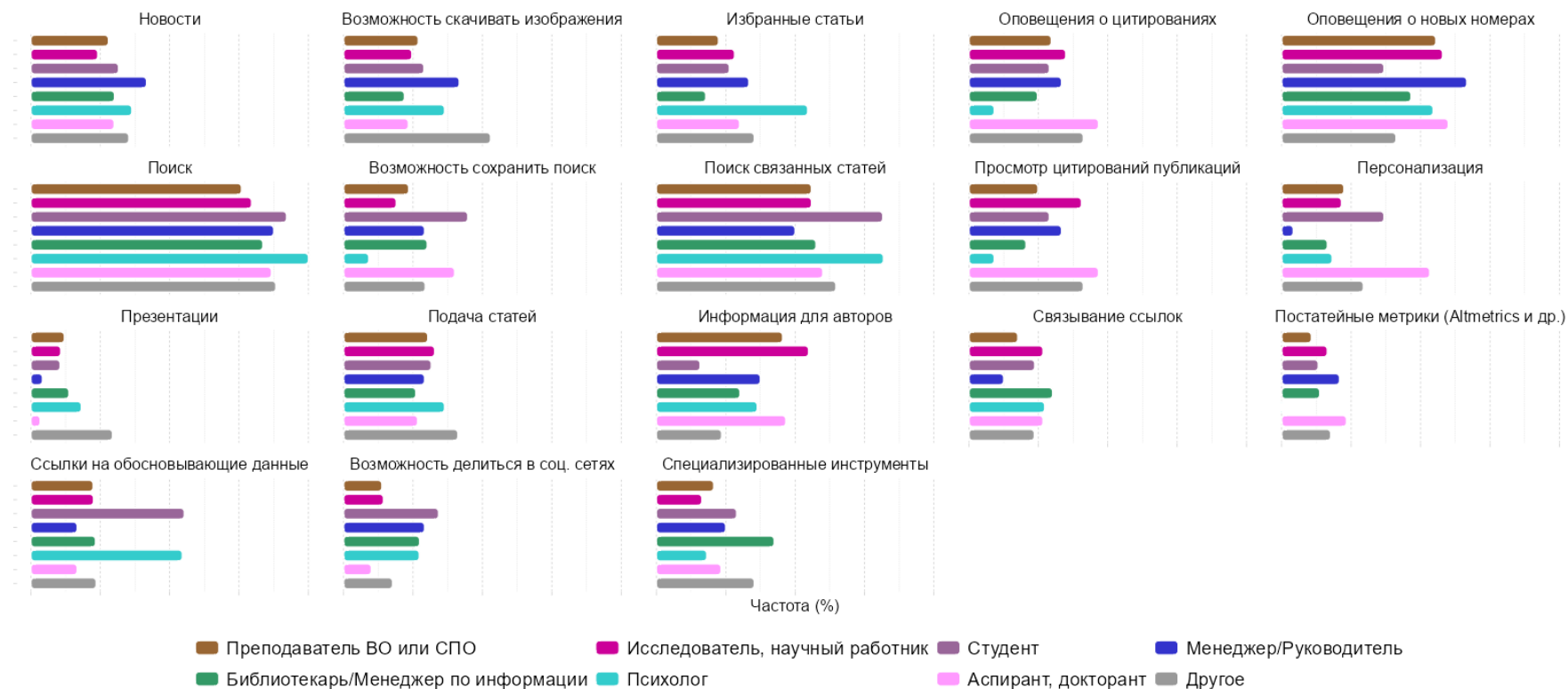


Рис. 31. Частота (в процентах) выбора различных функций издательских сайтов публикаций респондентами, указавшими различные виды занятости

Функция *Новости* получила наиболее высокие оценки в группе «Менеджер/Руководитель» (доля - 41.7%), а наиболее низкие - в группе «Исследователь, научный работник» (доля - 24.1%).

Функция *Возможность скачивать изображения* получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (доля - 52.9%), а наиболее низкие - в группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» (доля - 21.9%).

Функция *Избранные статьи/Выбор редактора* получила наиболее высокие оценки в группе «Психолог» (доля - 54.5%), а наиболее низкие - в группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» (доля - 17.8%).

Функция *Оповещения о цитированиях* получила наиболее высокие оценки в группе «Аспирант, докторант» (доля - 46.7%), а наиболее низкие - в группе «Психолог» (доля - 9.1%).

Функция *Оповещения о содержании новых номеров* получила наиболее высокие оценки в группе «Менеджер/Руководитель» (доля - 66.7%), а наиболее низкие - в группе «Студент» (доля - 36.8%).

Функция *Поиск* получила наиболее высокие оценки в группе «Психолог» (доля - 100%), а наиболее низкие - в группе «Преподаватель ВО или СПО» (доля - 75.9%).

Функция *Возможность сохранить поиск* получила наиболее высокие оценки в группе «Студент» (доля - 44.7%), а наиболее низкие - в группе «Психолог» (доля - 9.1%).

Функция *Поиск связанных статей* получила наиболее высокие оценки в группе «Психолог» (доля - 81.8%), а наиболее низкие - в группе «Менеджер/Руководитель» (доля - 50%).

Функция *Просмотр материалов, цитирующих публикацию* получила наиболее высокие оценки в группе «Аспирант, докторант» (доля - 46.7%), а наиболее низкие - в группе «Психолог» (доля - 9.1%).

Функция *Персонализация* получила наиболее высокие оценки в группе «Аспирант, докторант» (доля - 53.3%), а наиболее низкие - в группе «Менеджер/Руководитель» (доля - 4.2%).

Функция *Презентации* получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (доля - 29.4%), а наиболее низкие - в группе «Аспирант, докторант» (доля - 3.3%).

Функция *Подача статей* получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (доля - 41.2%), а наиболее низкие - в группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» (доля - 26%).

Функция *Информация для авторов* получила наиболее высокие оценки в группе «Исследователь, научный работник» (доля - 54.9%), а наиболее низкие - в группе «Студент» (доля - 15.8%).

Функция *Связывание ссылок* получила наиболее высокие оценки в группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» (доля - 30.1%), а наиболее низкие - в группе «Менеджер/Руководитель» (доля - 12.5%).

Функция *Постатейные метрики (такие, как Altmetrics)* получила наиболее высокие оценки в группе «Аспирант, докторант» (доля - 23.3%), а наиболее низкие - в группе «Психолог» (доля - 0%).

Функция *Ссылки на обосновывающие данные* получила наиболее высокие оценки в группе «Студент» (доля - 55.3%), а наиболее низкие - в группе «Менеджер/Руководитель» (доля - 16.7%).

Функция *Возможность поделиться в социальных сетях* получила наиболее высокие оценки в группе «Студент» (доля - 34.2%), а наиболее низкие - в группе «Аспирант, докторант» (доля - 16.7%).

Функция *Специализированные расширения и инструменты* получила наиболее высокие оценки в группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» (доля - 42.5%), а наиболее низкие - в группе «Аспирант, докторант» (доля - 10%).

### Анализ групп по области специализации

Частота выбора различных функций респондентами, указавшими разную специализацию, представлены в таблице 19 приложения и на рис. 32.

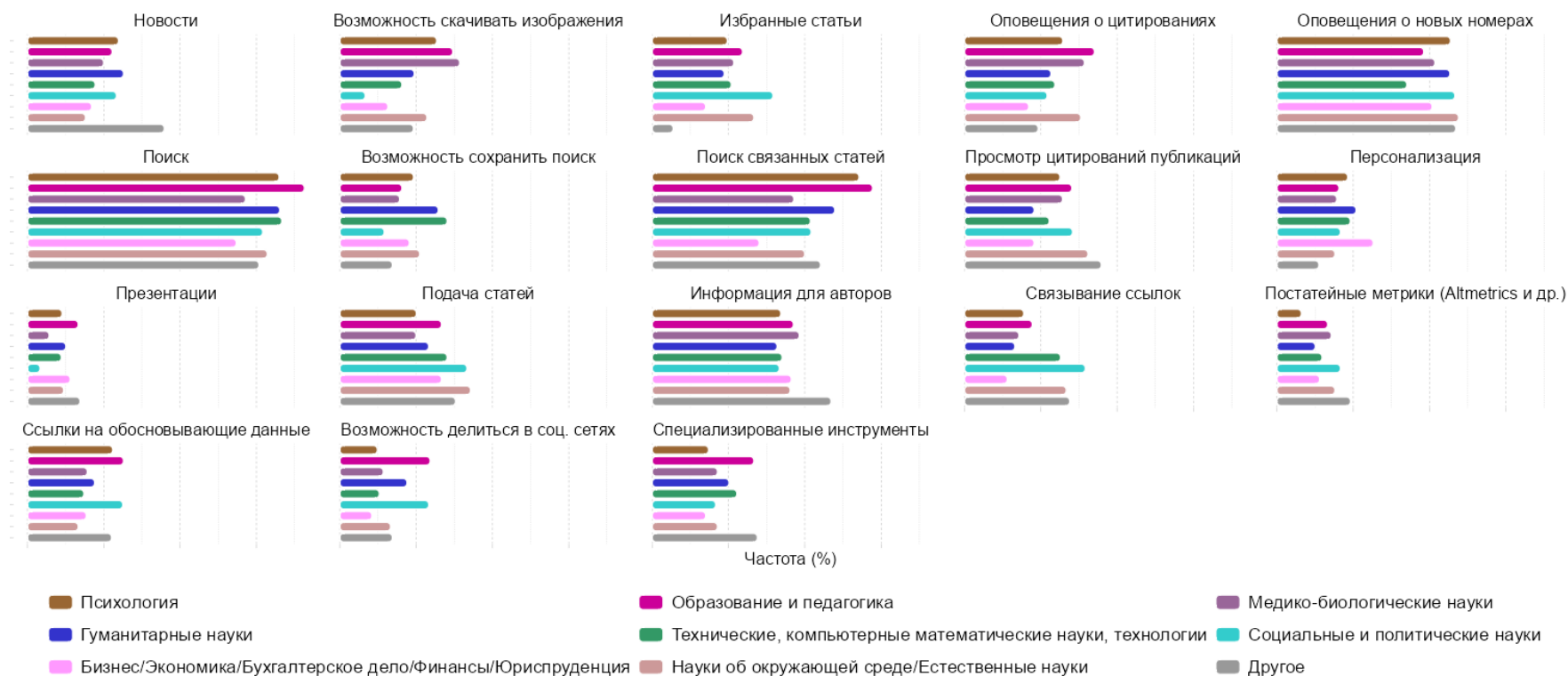


Рис. 32. Частота (в процентах) выбора различных функций издательских сайтов публикаций респондентами, указывающими различную специализацию



Функция *Новости* получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (доля - 44.8%), а наиболее низкие - в группе «Науки об окружающей среде/Естественные науки» (доля - 19%).

Функция *Возможность скачивать изображения* получила наиболее высокие оценки в группе «Медико-биологические науки» (доля - 39.3%), а наиболее низкие - в группе «Социальные и политические науки» (доля - 8.3%).

Функция *Избранные статьи/Выбор редактора* получила наиболее высокие оценки в группе «Социальные и политические науки» (доля - 39.6%), а наиболее низкие - в группе «Другое» (доля - 6.9%).

Функция *Оповещения о цитированиях* получила наиболее высокие оценки в группе «Образование и педагогика» (доля - 42.6%), а наиболее низкие - в группе «Бизнес/Экономика/Бухгалтерское дело/Финансы/Юриспруденция» (доля - 21.1%).

Функция *Оповещения о содержании новых номеров* получила наиболее высокие оценки в группе «Науки об окружающей среде/Естественные науки» (доля - 59.5%), а наиболее низкие - в группе «Технические, компьютерные математические науки, технологии» (доля - 42.6%).

Функция *Поиск* получила наиболее высокие оценки в группе «Образование и педагогика» (доля - 90.7%), а наиболее низкие - в группе «Бизнес/Экономика/Бухгалтерское дело/Финансы/Юриспруденция» (доля - 68.4%).

Функция *Возможность сохранить поиск* получила наиболее высокие оценки в группе «Технические, компьютерные математические науки, технологии» (доля - 35.2%), а наиболее низкие - в группе «Социальные и политические науки» (доля - 14.6%).

Функция *Поиск связанных статей* получила наиболее высокие оценки в группе «Образование и педагогика» (доля - 72.2%), а наиболее низкие - в группе «Бизнес/Экономика/Бухгалтерское дело/Финансы/Юриспруденция» (доля - 35.1%).

Функция *Просмотр материалов, цитирующих публикацию* получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (доля - 44.8%), а наиболее низкие - в группе «Бизнес/Экономика/Бухгалтерское дело/Финансы/Юриспруденция» (доля - 22.8%).

Функция *Персонализация* получила наиболее высокие оценки в группе «Бизнес/Экономика/Бухгалтерское дело/Финансы/Юриспруденция» (доля - 31.6%), а наиболее низкие - в группе «Другое» (доля - 13.8%).

Функция *Презентации* получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (доля - 17.2%), а наиболее низкие - в группе «Социальные и политические науки» (доля - 4.2%).

Функция *Подача статей* получила наиболее высокие оценки в группе «Науки об окружающей среде/Естественные науки» (доля - 42.9%), а наиболее низкие - в группе «Медико-биологические науки» (доля - 25%).

Функция *Информация для авторов* получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (доля - 58.6%), а наиболее низкие - в группе «Гуманитарные науки» (доля - 40.9%).

Функция *Связывание ссылок* получила наиболее высокие оценки в группе «Социальные и политические науки» (доля - 39.6%), а наиболее низкие - в группе «Бизнес/Экономика/Бухгалтерское дело/Финансы/Юриспруденция» (доля - 14%).

Функция *Постатейные метрики (такие, как Altmetrics)* получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (доля - 24.1%), а наиболее низкие - в группе «Психология» (доля - 8.1%).

Функция *Ссылки на обосновывающие данные* получила наиболее высокие оценки в группе «Образование и педагогика» (доля - 31.5%), а наиболее низкие - в группе «Науки об окружающей среде/Естественные науки» (доля - 16.7%).

Функция *Возможность поделиться в социальных сетях* получила наиболее высокие оценки в группе «Образование и педагогика» (доля - 29.6%), а наиболее низкие - в группе «Бизнес/Экономика/Бухгалтерское дело/Финансы/Юриспруденция» (доля - 10.5%).

Функция *Специализированные расширения и инструменты* получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (доля - 34.5%), а наиболее низкие - в группе «Бизнес/Экономика/Бухгалтерское дело/Финансы/Юриспруденция» (доля - 17.5%).

## Резюме



*Подавляющее большинство респондентов указало в качестве полезных функций веб-сайта издателя поиск статей, а также высокую популярность имеют поиск связанных статей и оповещения о содержании новых номеров журналов.*

*По данным отчета “How Readers Discover Content in Scholarly Publications 2021” англоязычные респонденты во всех предметных областях оценивают связанные статьи как самую популярную функцию веб-сайта издателя. При этом респонденты, работающие в научно-технической сфере, ценят ссылки на вспомогательные данные больше, чем люди в медицине и гуманитарной и социальной сфере. Людям в гуманитарной и социальной сфере изображения нужны не так сильно, как людям, работающим в других областях (Figure 34, p. 37).*

## Раздел 4. Видеоконтент

### 4.1. Анализ ответов на вопрос «Насколько часто вы целенаправленно ищете видео-статьи, прошедшие рецензирование?»

При ответе на вопрос «Насколько часто вы целенаправленно ищете видео-статьи, прошедшие рецензирование?» ответы варианты ответов: «Часто», «Иногда», «Никогда». Ниже приведен анализ частот этих вариантов ответов. Также эти ответы были переведены в условные баллы от 0 («Никогда») до 2 («Часто»). Эти баллы анализировались как «относительные баллы», показывающие склонность респондентов к поиску видеостатей.

#### Анализ выборки в целом

Таблица 20. Частота ответов о поиске видеостатей

Вариант ответа	Частота ответа
Часто	6.5%
Иногда	22.3%
Никогда	<b>71.2%</b>

Средний балл (ст. откл.) = 0.35 (0.6)

Частота ответов о целенаправленном поиске видеостатей показывает, что большинство респондентов никогда не ищет видеостатьи, прошедшие рецензирование (доля - 71.2%). Только 6.5% респондентов делает это часто.

#### Анализ групп по сектору деятельности

Средние оценки предпочтительности источников в ответах респондентов с разным родом деятельности приведены в таблице 21 и на рис. 33.

Таблица 21. Частота оценок поиска видеостатей в зависимости от рода деятельности

Вариант ответа	Образование, обучение	Гос. и муниципальные структуры	Научно- исследовательская деятельность	Медицина	Коммерческая компания	Другое
Часто	7.4%	6.8%	1.9%	0 (0%)	0 (0%)	11.8%
Иногда	23.1%	25%	13.2%	20.7%	25%	17.6%
Никогда	69.5%	68.2%	<b>84.9%</b>	79.3%	75%	70.6%
Средний балл (ст. откл.)	0.38 (0.62)	0.39 (0.62)	0.17 (0.43)	0.21 (0.41)	0.25 (0.44)	0.41 (0.71)

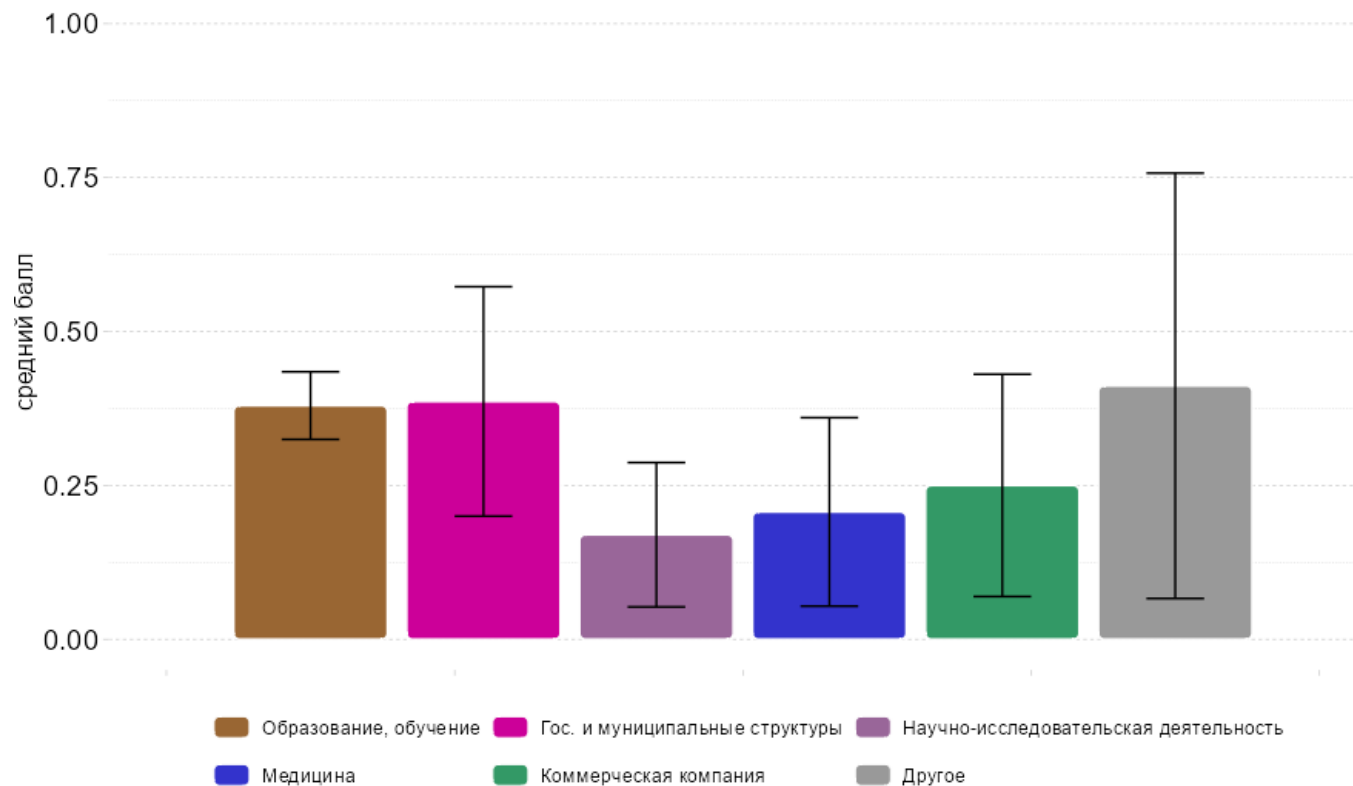


Рис. 33. Относительный балл частоты поиска видеостатей у респондентов из различных секторов деятельности

Относительный балл частоты поиска видеостатей у респондентов из различных секторов деятельности показывает наиболее высокие оценки в группе “Другое” (средний относительный балл - 0.41). Респонденты из групп “Гос. и муниципальные структуры” (средний относительный балл - 0.39) и “Образование, обучение” (средний относительный балл - 0.38) ищут видеоконтент примерно одинаково.

### Анализ групп по виду занятости

Средние оценки предпочтительности источников в ответах респондентов, указавших разные виды занятости приведены в таблице 22 и на рис. 34.

Таблица 22. Частота оценок для каждого из источников

Вариант ответа	Преподаватель ВО или СПО	Исследователь, научный работник	Студент	Менеджер/Руководитель	Библиотекарь/Менеджер по информации	Психолог	Аспирант, докторант	Другое
Часто	7.9%	3.1%	<b>10.5%</b>	8.3%	8.2%	9.1%	3.3%	5.9%
Иногда	23.4%	17.4%	21.1%	20.8%	28.8%	36.4%	20%	29.4%
Никогда	68.6%	79.5%	68.4%	70.8%	63%	54.5%	76.7%	64.7%
Средний балл (ст. откл.)	0.39 (0.63)	0.24 (0.49)	0.42 (0.68)	0.38 (0.65)	0.45 (0.65)	0.55 (0.69)	0.27 (0.52)	0.41 (0.62)

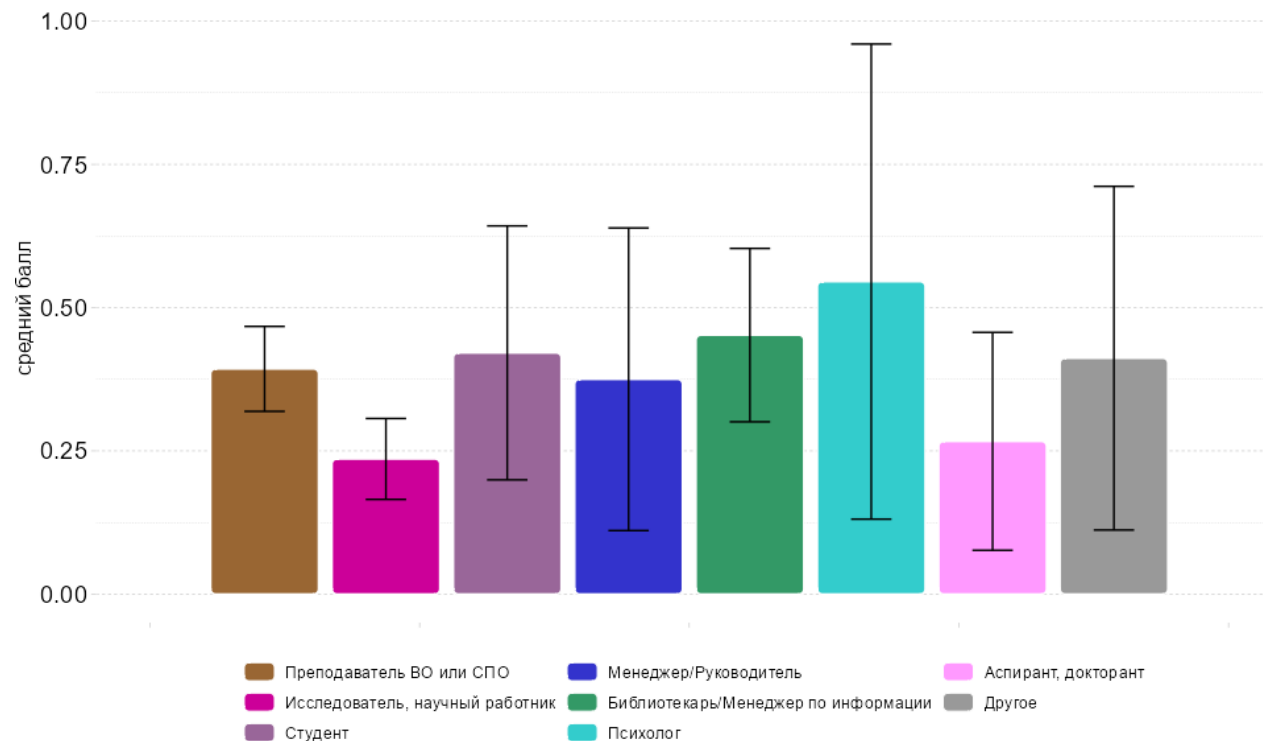


Рис. 34. Относительный балл частоты поиска видеостатей у респондентов с различными видами занятости

Наиболее выраженная группа по различным видам занятости из предпочитающих видеоконтент являются психологи (средний относительный балл - 0.55). Ближе к ним по предпочтениям находятся респонденты из группы «Библиотекарь/Менеджер по информации» (средний относительный балл - 0.45).

### Анализ групп по области специализации

Средние оценки предпочтительности источников в ответах респондентов, указавших разные области специализации приведены в таблице 23 и на рис. 35.

Таблица 23. Частота поиска видео статей по специализации

Вариант ответа	Психология	Образование и педагогика	Медико-биологические науки	Гуманитарные науки	Технические, компьютерные математические науки, технологии	Социальные и политические науки	Бизнес/ Экономика/ Бухгалтерское дело/ Финансы/ Юриспруденция	Науки об окружающей среде/ Естественные науки	Другое
Часто	5.7%	<b>11.1%</b>	3.6%	10.2%	1.9%	<b>10.4%</b>	3.5%	2.4%	6.9%
Иногда	19%	35.2%	23.2%	22.8%	22.2%	22.9%	26.3%	9.5%	27.6%
Никогда	75.4%	53.7%	73.2%	66.9%	75.9%	66.7%	70.2%	88.1%	65.5%
Средний балл (ст. откл.)	0.3 (0.57)	<b>0.57 (0.69)</b>	0.3 (0.54)	0.43 (0.67)	0.26 (0.48)	0.44 (0.68)	0.33 (0.55)	0.14 (0.42)	0.41 (0.63)



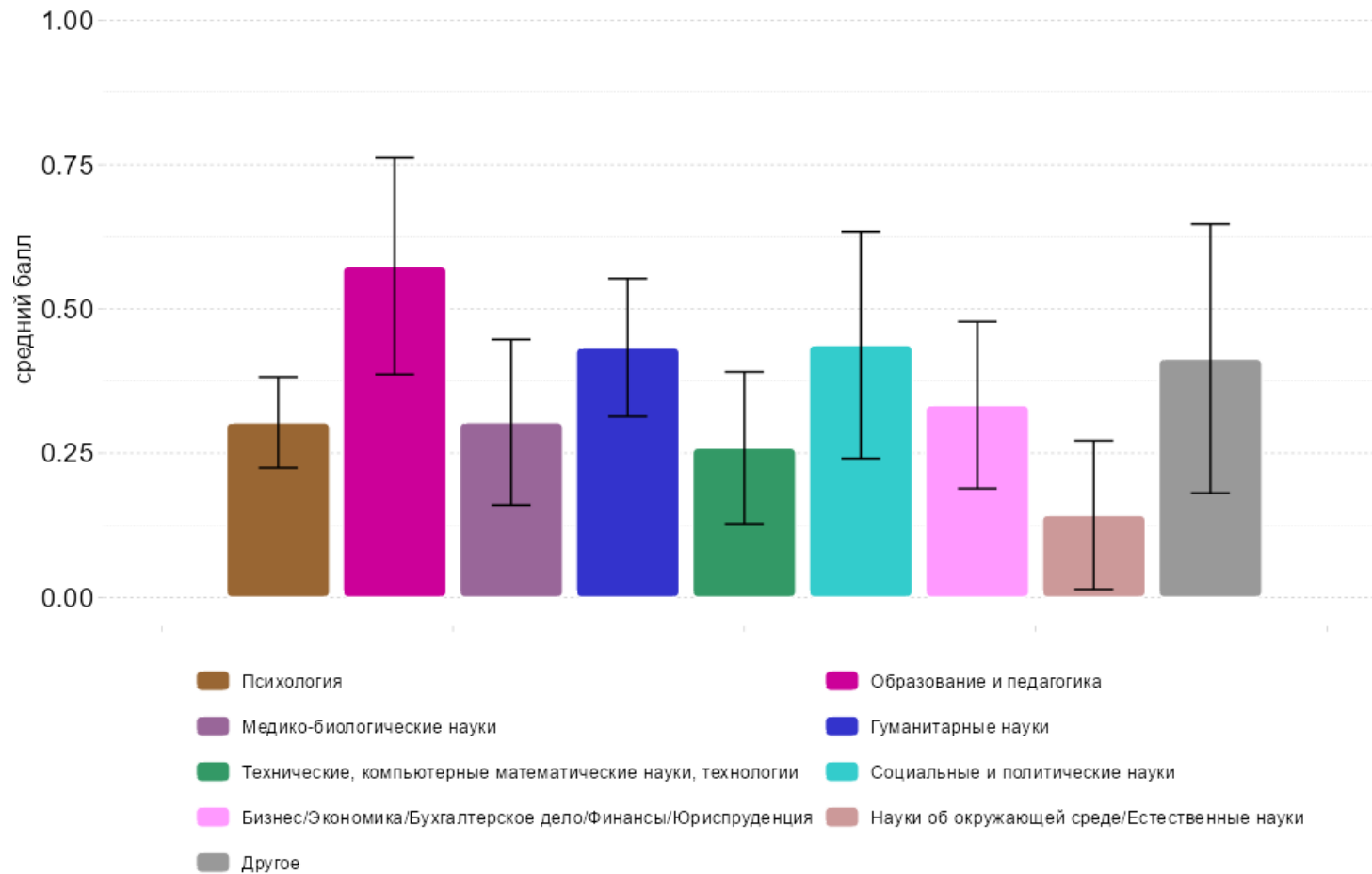


Рис. 35. Относительный балл частоты поиска видеостатей у респондентов с разной специализацией

Наиболее выраженные предпочтения поиску видеоконтента в группах респондентов показан в группе со специализацией “Образование и педагогика” (средний относительный балл - 0.57).

## Резюме



Большинство респондентов никогда не ищет научные видеостатьи. А из тех, кто ищет это респонденты из групп «Гос. и муниципальные структуры» и «Образование, обучение». И среди них наиболее выраженной группой являются психологи, к которым близки по предпочтениям респонденты из группы «Библиотекарь/Менеджер по информации».

Сравнивая с результатами опроса англоязычных респондентов, можно отметить, что респонденты из научно-технической области и медицины находят видео как часть журнальной статьи примерно в 20% случаев, в то время как это верно только для 10% респондентов из гуманитарно-социальной сферы.

### 4.2. Анализ ответов на вопрос «Если вам нужно найти отрецензированную видео-статью, где вы начинаете свой поиск?»

При ответе на вопрос «Если вам нужно найти отрецензированную видео-статью, где вы начинаете свой поиск?» ответы варианты ответов: «Неважно», «Относительно неважно», «Нейтрально», «Относительно важно», «Очень важно» были переведены в условные баллы от 1 («Неважно») до 5 («Очень важно»). Далее эти баллы анализировались как «относительные баллы», показывающие степень важности того или иного инструмента поиска. В этой шкале 1 соответствует минимальной важности, 5 - максимальной, среднее - 3 балла.

Источники начала поиска видео-статей предлагались следующие: Библиографическая база данных; Библиотечные системы; Базы данных журналов; Репозитории тематических препринтов; Базы данных научно-образовательных видео; Социальные сети; Сайты издательств; Оповещения о новых выпусках журналов; Сайты журналов; Поисковая система; Видеохостинг; Сайт научного общества; Другое.

#### Анализ выборки в целом

Так как этот вопрос респонденты могли пропустить, был проведен анализ числа пропусков, доля пропусков представлена в таблице 24.

Таблица 24. Доля ответов и пропусков в вопросах про предпочитаемый инструмент поиска видеостатей

Источник	Доля заполненных ответов	Доля пропущенных ответов
Библиографическая база данных	62.2%	37.8%

Источник	Доля заполненных ответов	Доля пропущенных ответов
Библиотечные системы	59.6%	40.4%
Базы данных журналов	58.6%	41.4%
Репозитории тематических препринтов	55.2%	44.8%
Базы данных научно-образовательных видео	57.8%	42.2%
Социальные сети	58.8%	41.2%
Сайты издательств	58.1%	41.9%
Оповещения о новых выпусках журналов	55.5%	44.5%
Сайты журналов	62.8%	37.2%
<b>Поисковая система</b>	<b>62.4%</b>	<b>37.6%</b>
Видеохостинг	57.7%	42.3%
Сайт научного общества	58%	42%
Другое	21.7%	78.3%

Практически у всех вариантов ответов показана большая доля пропуска ответа. Можно отметить, что это говорит о низкой популярности такого вида поиска научной информации.

Средние относительные баллы частоты использования различных инструментов поиска, полученные по всей выборке респондентов представлены на рисунке 36.

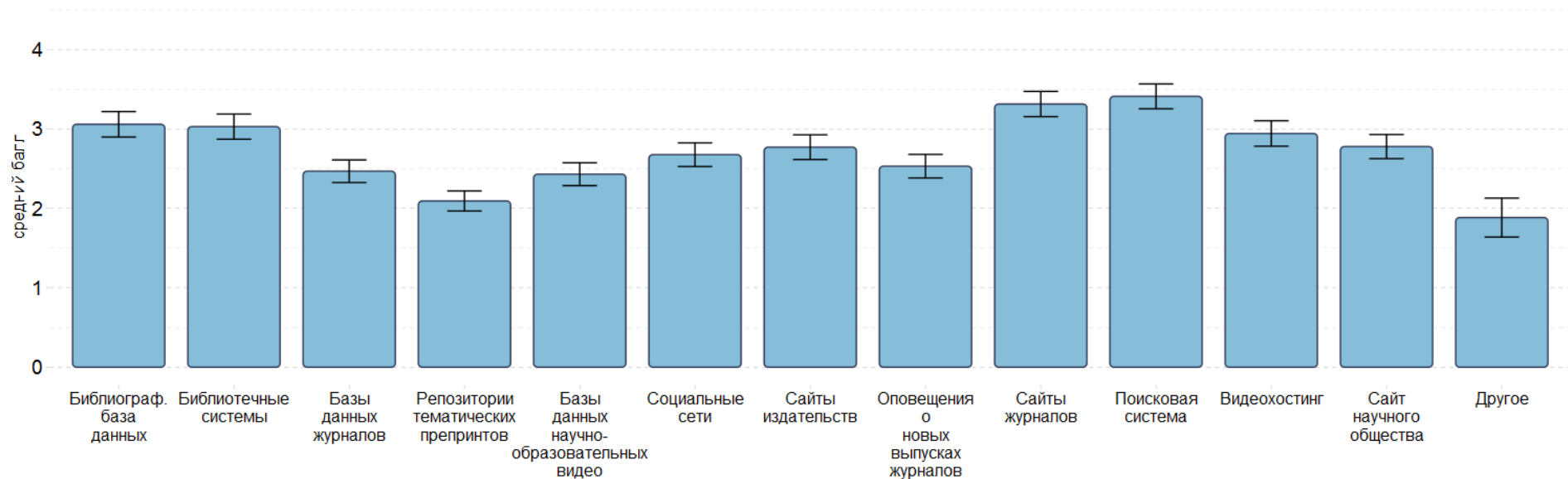


Рисунок 36. Относительные баллы частоты использования поисковых систем при поиске видеостатей

Из тех вариантов, на которые был получен ответ, наиболее популярным источником для начала поиска видеостатей является Поисковая система (средний балл - 3.41), на втором месте Сайты журналов (средний балл - 3.31), на третьем - Библиографическая база данных (средний балл - 3.06), затем - Библиотечные системы (средний балл - 3.03). Третий вариант с конца – Оповещение о новых выпусках журналов (средний балл - 2.43), на предпоследнем месте – Репозитории тематических препринтов (средний балл - 2.09), а наименее популярен вариант «Другое» (средний балл - 1.88).

Подробная статистика баллов приведена в таблице 20 приложения.

### Анализ групп по сектору деятельности

Средние оценки предпочтительности источников при поиске у респондентов с разным родом деятельности приведены на рис. 37.

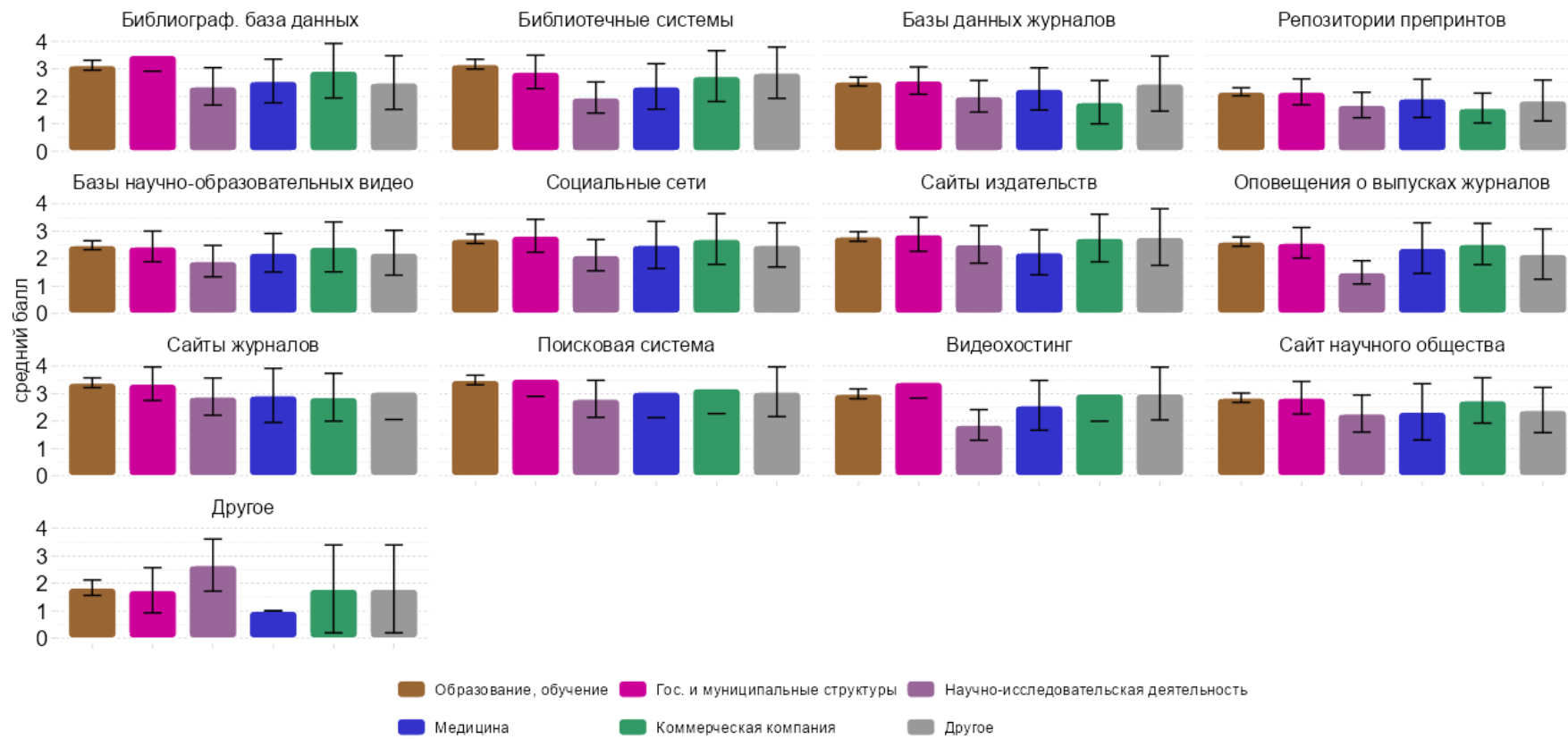


Рис. 37. Относительный балл важности инструментов при поиске видеостатей в зависимости от рода деятельности респондентов

Источник *Специализированная библиографическая база данных* получила наиболее высокие оценки в группе «Гос. и муниципальные структуры» (средний относительный балл - 4.5), а наиболее низкие - в группе «Другое» (средний относительный балл - 3.5).

Источник *Сайты библиотек, библиотечный поиск, поисковые системы* получила наиболее высокие оценки в группе «Образование, обучение» (средний относительный балл - 3.4), а наиболее низкие - в группе «Научно-исследовательская деятельность» (средний относительный балл - 2.36).

Источник *Библиотечные системы* получила наиболее высокие оценки в группе «Образование, обучение» (средний относительный балл - 3.17), а наиболее низкие - в группе «Научно-исследовательская деятельность» (средний относительный балл - 1.95).

Источник *Базы данных журналов* получила наиболее высокие оценки в группе «Гос. и муниципальные структуры» (средний относительный балл - 2.57), а наиболее низкие - в группе «Коммерческая компания» (средний относительный балл - 1.79).

Источник *Репозитории тематических препринтов* получила наиболее высокие оценки в группе «Образование, обучение» (средний относительный балл - 2.16), а наиболее низкие - в группе «Коммерческая компания» (средний относительный балл - 1.57).

Источник *Базы данных научно-образовательных видео* получила наиболее высокие оценки в группе «Образование, обучение» (средний относительный балл - 2.49), а наиболее низкие - в группе «Научно-исследовательская деятельность» (средний относительный балл - 1.91).

Источник *Социальные сети* получила наиболее высокие оценки в группе «Гос. и муниципальные структуры» (средний относительный балл - 2.83), а наиболее низкие - в группе «Научно-исследовательская деятельность» (средний относительный балл - 2.12).

Источник *Сайты издательств* получила наиболее высокие оценки в группе «Гос. и муниципальные структуры» (средний относительный балл - 2.88), а наиболее низкие - в группе «Медицина» (средний относительный балл - 2.23).

Источник *Оповещения о новых выпусках журналов* получила наиболее высокие оценки в группе «Образование, обучение» (средний относительный балл - 2.62), а наиболее низкие - в группе «Научно-исследовательская деятельность» (средний относительный балл - 1.5).

Источник *Сайты журналов* получила наиболее высокие оценки в группе «Образование, обучение» (средний относительный балл - 3.39), а наиболее низкие - в группе «Коммерческая компания» (средний относительный балл - 2.87).

Источник *Поисковая система* получила наиболее высокие оценки в группе «Гос. и муниципальные структуры» (средний относительный балл - 3.54), а наиболее низкие - в группе «Научно-исследовательская деятельность» (средний относительный балл - 2.81).

Источник *Видеохостинг* получила наиболее высокие оценки в группе «Гос. и муниципальные структуры» (средний относительный балл - 3.42), а наиболее низкие - в группе «Научно-исследовательская деятельность» (средний относительный балл - 1.86).

Источник *Сайт научного общества* получила наиболее высокие оценки в группе «Образование, обучение» (средний относительный балл - 2.85), а наиболее низкие - в группе «Научно-исследовательская деятельность» (средний относительный балл - 2.27).

Источник *Другое* получила наиболее высокие оценки в группе «Научно-исследовательская деятельность» (средний относительный балл - 2.67), а наиболее низкие - в группе «Медицина» (средний относительный балл - 1).

Подробная описательная статистика относительных баллов по роду деятельности приведена в таблице 21 приложения.

### **Анализ групп по видам занятости**

Средние оценки источников при поиске видеостатей в ответах респондентов, указавших разные виды занятости приведены на рис. 38.

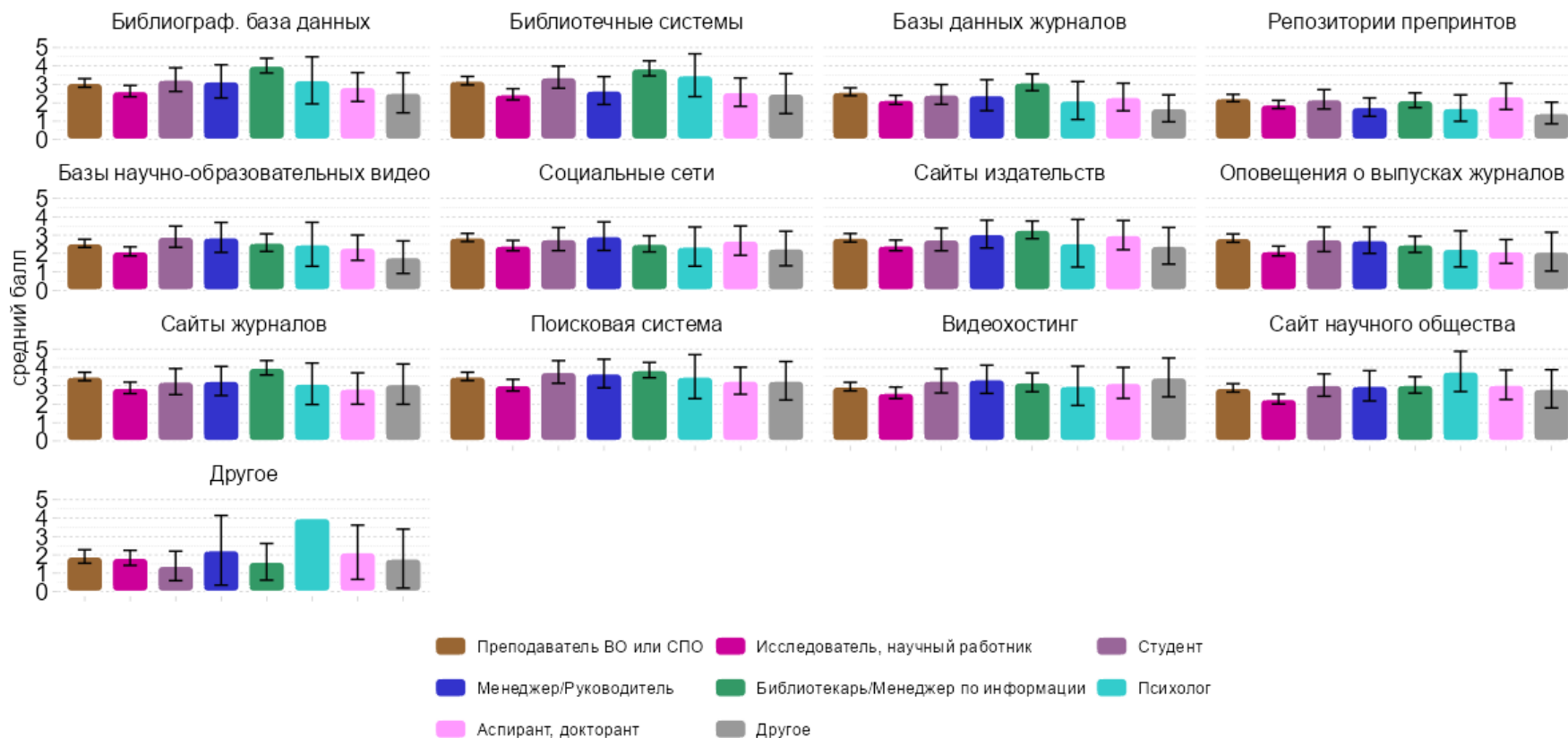


Рис. 38. Относительный балл важности источников при поиске видеостатей в зависимости от занятости респондентов

Источник *Библиографическая база данных* получила наиболее высокие оценки в группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» (средний относительный балл - 4.02), а наиболее низкие - в группе «Другое» (средний относительный балл - 2.55).

Источник *Библиотечные системы* получила наиболее высокие оценки в группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» (средний относительный балл - 3.87), а наиболее низкие - в группе «Исследователь, научный работник» (средний относительный балл - 2.46).

Источник *Базы данных журналов* получила наиболее высокие оценки в группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» (средний относительный балл - 3.11), а наиболее низкие - в группе «Другое» (средний относительный балл - 1.7).



Источник *Репозитории тематических препринтов* получила наиболее высокие оценки в группе «Аспирант, докторант» (средний относительный балл - 2.35), а наиболее низкие - в группе «Другое» (средний относительный балл - 1.44).

Источник *Базы данных научно-образовательных видео* получила наиболее высокие оценки в группе «Студент» (средний относительный балл - 2.91), а наиболее низкие - в группе «Другое» (средний относительный балл - 1.8).

Источник *Социальные сети* получила наиболее высокие оценки в группе «Менеджер/Руководитель» (средний относительный балл - 2.94), а наиболее низкие - в группе «Другое» (средний относительный балл - 2.27).

Источник *Сайты издательств* получила наиболее высокие оценки в группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» (средний относительный балл - 3.29), а наиболее низкие - в группе «Другое» (средний относительный балл - 2.42).

Источник *Оповещения о новых выпусках журналов* получила наиболее высокие оценки в группе «Преподаватель ВО или СПО» (средний относительный балл - 2.84), а наиболее низкие - в группе «Другое» (средний относительный балл - 2.1).

Источник *Сайты журналов* получила наиболее высокие оценки в группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» (средний относительный балл - 3.98), а наиболее низкие - в группе «Аспирант, докторант» (средний относительный балл - 2.85).

Источник *Поисковая система* получила наиболее высокие оценки в группе «Библиотекарь/Менеджер по информации» (средний относительный балл - 3.85), а наиболее низкие - в группе «Исследователь, научный работник» (средний относительный балл - 3.03).

Источник *Видеохостинг* получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (средний относительный балл - 3.45), а наиболее низкие - в группе «Исследователь, научный работник» (средний относительный балл - 2.62).

Источник *Сайт научного общества* получила наиболее высокие оценки в группе «Психолог» (средний относительный балл - 3.78), а наиболее низкие - в группе «Исследователь, научный работник» (средний относительный балл - 2.28).

Источник *Другое* получила наиболее высокие оценки в группе «Психолог» (средний относительный балл - 4), а наиболее низкие - в группе «Студент» (средний относительный балл - 1.4).

Подробная описательная статистика относительных баллов для респондентов, указавших разные виды занятости, приведена в таблице 22 приложения.

## Анализ групп по области специализации

Средние оценки поисковых систем в ответах респондентов, указавших разные области специализации приведены на рис. 30.

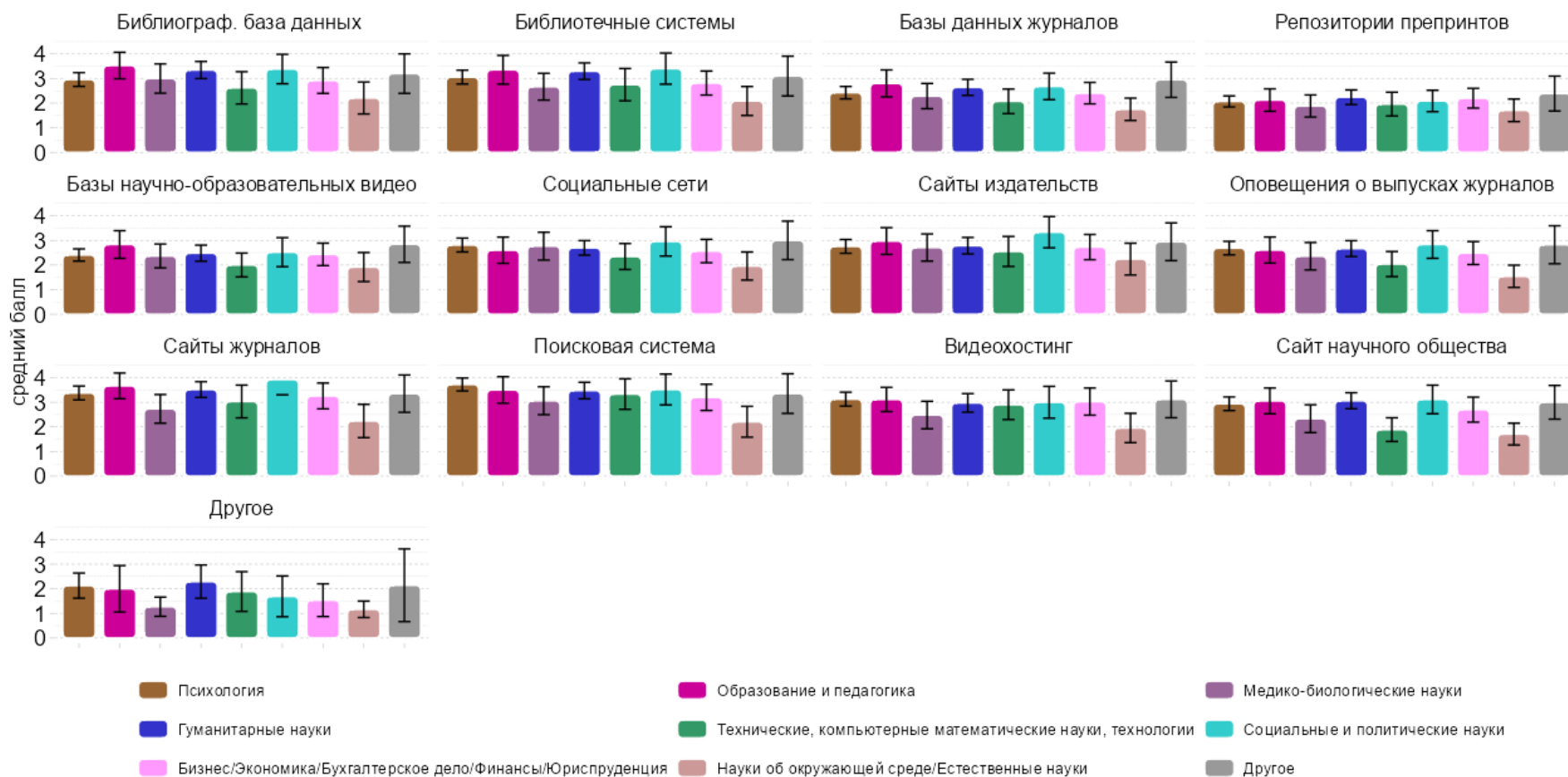


Рис. 39. Относительный балл важности поисковых систем при поиске видеостатей в зависимости от рода деятельности респондентов

Источник Библиографическая база данных получила наиболее высокие оценки в группе «Образование и педагогика» (средний относительный балл - 3.53), а наиболее низкие - в группе «Науки об окружающей среде/Естественные науки» (средний относительный балл - 2.21).

Источник *Библиотечные системы* получила наиболее высокие оценки в группе «Социальные и политические науки» (средний относительный балл - 3.4), а наиболее низкие - в группе «Науки об окружающей среде/Естественные науки» (средний относительный балл - 2.09).

Источник *Базы данных журналов* получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (средний относительный балл - 2.95), а наиболее низкие - в группе «Науки об окружающей среде/Естественные науки» (средний относительный балл - 1.75).

Источник *Репозитории тематических препринтов* получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (средний относительный балл - 2.39), а наиболее низкие - в группе «Науки об окружающей среде/Естественные науки» (средний относительный балл - 1.71).

Источник *Базы данных научно-образовательных видео* получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (средний относительный балл - 2.84), а наиболее низкие - в группе «Науки об окружающей среде/Естественные науки» (средний относительный балл - 1.92).

Источник *Социальные сети* получила наиболее высокие оценки в группе «Другое» (средний относительный балл - 3), а наиболее низкие - в группе «Науки об окружающей среде/Естественные науки» (средний относительный балл - 1.96).

Источник *Сайты издательств* получила наиболее высокие оценки в группе «Социальные и политические науки» (средний относительный балл - 3.33), а наиболее низкие - в группе «Науки об окружающей среде/Естественные науки» (средний относительный балл - 2.24).

Источник *Оповещения о новых выпусках журналов* получила наиболее высокие оценки в группе «Социальные и политические науки» (средний относительный балл - 2.83), а наиболее низкие - в группе «Науки об окружающей среде/Естественные науки» (средний относительный балл - 1.54).

Источник *Сайты журналов* получила наиболее высокие оценки в группе «Социальные и политические науки» (средний относительный балл - 3.92), а наиболее низкие - в группе «Науки об окружающей среде/Естественные науки» (средний относительный балл - 2.24).

Источник *Поисковая система* получила наиболее высокие оценки в группе «Психология» (средний относительный балл - 3.72), а наиболее низкие - в группе «Науки об окружающей среде/Естественные науки» (средний относительный балл - 2.21).

Источник *Видеохостинг* получила наиболее высокие оценки в группе «Психология» (средний относительный балл - 3.13), а наиболее низкие - в группе «Науки об окружающей среде/Естественные науки» (средний относительный балл - 1.96).

Источник *Сайт научного общества* получила наиболее высокие оценки в группе «Социальные и политические науки» (средний относительный балл - 3.12), а наиболее низкие - в группе «Науки об окружающей среде/Естественные науки» (средний относительный балл - 1.71).

Источник *Другое* получила наиболее высокие оценки в группе «Гуманитарные науки» (средний относительный балл - 2.29), а наиболее низкие - в группе «Науки об окружающей среде/Естественные науки» (средний относительный балл - 1.17).

Подробная описательная статистика относительных баллов для респондентов, указавших разную специализацию, приведена в таблице 23 приложения.

## Резюме



*Можно отметить низкую популярность такого вида поиска научной информации у респондентов. Из респондентов, которые ищут отрецензированные видео-статьи, наиболее популярными источниками для начала поиска являются Поисковая система, Сайты журналов и Библиографические базы данных. При этом источник Поисковая система и Специализированная библиографическая база данных получила наиболее высокие оценки в группе «Гос. и муниципальные структуры», а Сайты журналов - в группе «Образование, обучение».*

### 4.3. Анализ ответов на вопрос «Если говорить о последнем научно-образовательном видеоролике, который вы просматривали, то вы...»

Варианты ответов:

- Смотрели видео, которое было частью статьи в журнале?
- Смотрели видео, опубликованное в Twitter, Facebook, Mendeley, ResearchGate, Academia. edu или другой социальной сети?
- Искали видео по конкретной тематике?
- Смотрели видеоролик, имеющий отношение к учебнику по тому или иному учебному курсу?
- Смотрели видеоролики из списка учебной литературы или рекомендованные преподавателем/тьютором?
- Перешли по ссылке из Википедии?
- Смотрели видео, рекомендованное коллегой?
- Не помню / нерелевантный вопрос

## Анализ выборки в целом

На этот вопрос ответили 96.9% респондентов, а 3.1% — не ответили.

Частота выборов разных источников при просмотре видеостатей приведены в таблице 25 и на рис. 40.

Таблица 25. Частота выбора вариантов источника последней видеостатьи

Источник	Доля
Смотрел часть статьи в журнале	4.7%
Смотрел видео из социальной сети	16.9%
<b>Искал видео по конкретной тематике</b>	<b>27.2%</b>
Смотрел учебное видео по курсу	11.4%
Смотрел видео рекомендованное преподавателем	3.5%
Перешел по ссылке из Википедии	1.2%
Смотрел видео, рекомендованное коллегой?	8.4%
<b>Не помню / нерелевантный вопрос</b>	<b>26.6%</b>

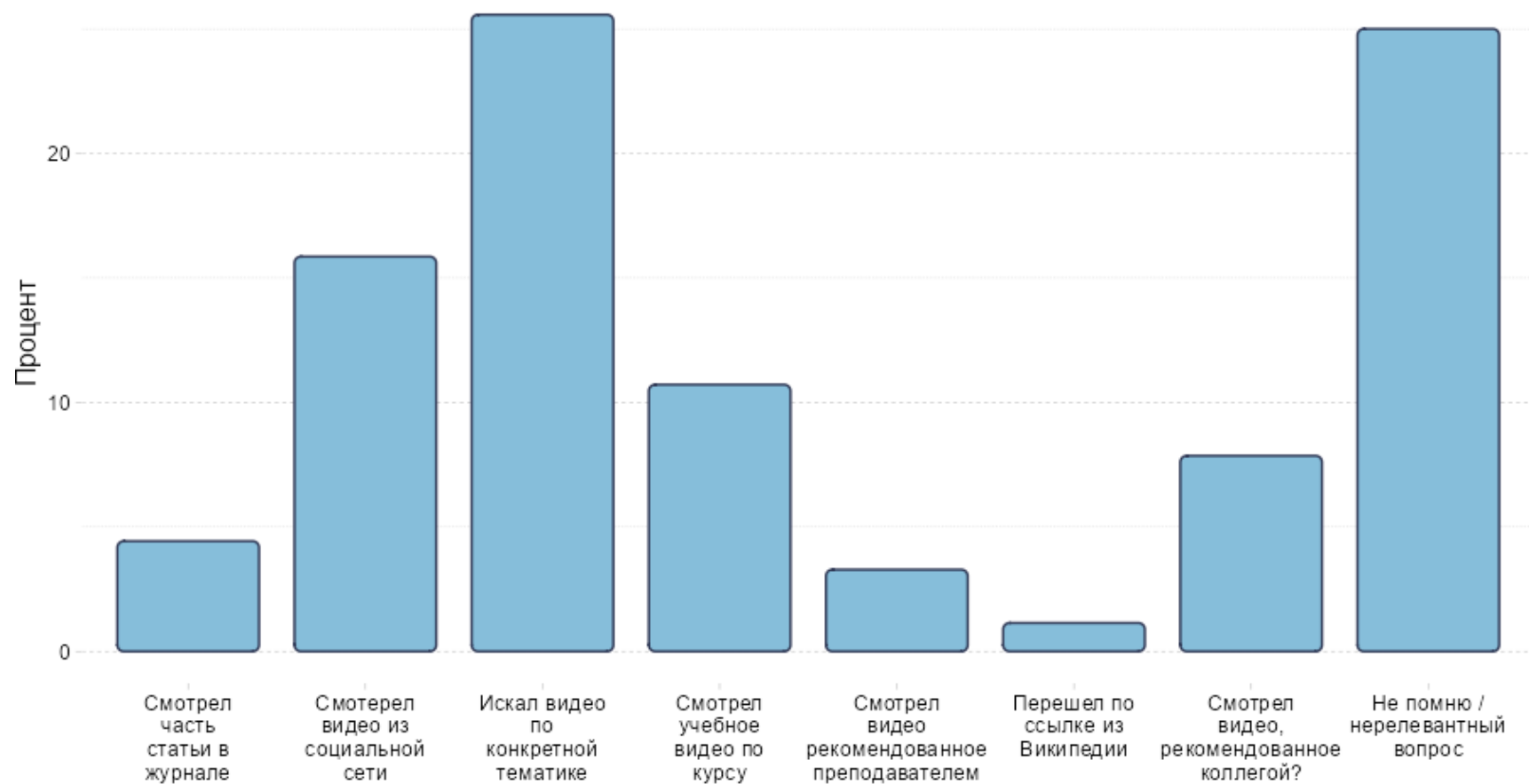


Рисунок 40. Распределение ответов на вопрос об источнике последней просмотренной видеостатьи

## Распределение ответов по сектору деятельности

Частота выборов разных источников последней просмотренной видеостатьи респондентами с разным родом деятельности приведены в таблице 26 и на рис. 41.

Таблица 26. Частота выбора вариантов источника последней видеостатьи по роду деятельности респондентов

Источник	Образование, обучение	Гос. и муниципальные структуры	Научно-исследовательская деятельность	Медицина	Коммерческая компания	Другое
Смотрел часть статьи в журнале	5.01%	2.5%	5.88%	7.14%	0 (0%)	0 (0%)
Смотрел видео из социальной сети	16.83%	25%	13.73%	14.29%	18.18%	11.76%
Искал видео по конкретной тематике	27.66%	22.5%	23.53%	28.57%	22.73%	41.18%
Смотрел учебное видео по курсу	12.22%	10%	3.92%	10.71%	9.09%	17.65%
Смотрел видео рекомендованное преподавателем	3.41%	2.5%	1.96%	3.57%	13.64%	0 (0%)
Перешел по ссылке из Википедии	1.6%	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
Смотрел видео, рекомендованное коллегой?	9.62%	2.5%	3.92%	7.14%	4.55%	5.88%
Не помню / нерелевантный вопрос	23.65%	35%	47.06%	28.57%	31.82%	23.53%

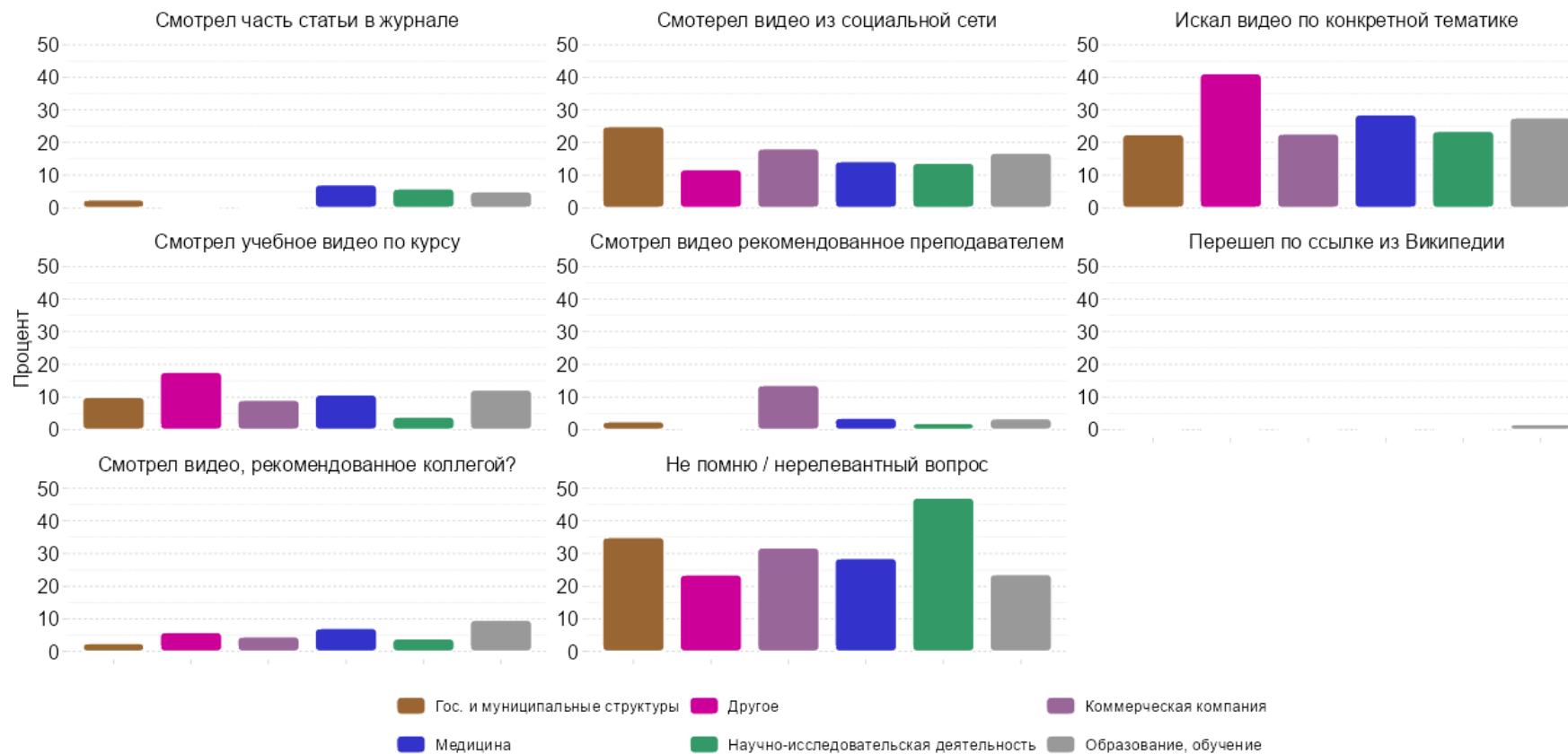


Рисунок 41. Распределение ответов на вопрос об источнике последней просмотренной видеостатьи респондентами с разным родом деятельности

### Распределение ответов по виду занятости

Частота указания разных источников при просмотре видеостатей респондентами, указывающими разные виды занятости приведены в таблице 27 на рис. 42.



Таблица 27. Частота выбора вариантов источника последней видеостатьи в зависимости от занятости респондентов

Источник	Преподаватель ВО или СПО	Исследователь, научный работник	Студент	Менеджер/ Руководитель	Библиотекарь/ Менеджер по информации	Психолог	Аспирант, докторант	Другое
Смотрел часть статьи в журнале	3.58%	3.17%	7.89%	8.7%	7.14%	9.09%	3.33%	17.65%
Смотрел видео из социальной сети	15.41%	15.87%	31.58%	21.74%	15.71%	0 (0%)	23.33%	17.65%
<b>Искал видео по конкретной тематике</b>	<b>30.11%</b>	<b>25.4%</b>	<b>10.53%</b>	<b>17.39%</b>	<b>32.86%</b>	<b>54.55%</b>	<b>20%</b>	<b>23.53%</b>
Смотрел учебное видео по курсу	15.41%	7.41%	5.26%	0 (0%)	12.86%	9.09%	13.33%	11.76%
Смотрел видео рекомендованное преподавателем	2.51%	3.17%	10.53%	8.7%	2.86%	0 (0%)	6.67%	0 (0%)
Перешел по ссылке из Википедии	1.43%	0.53%	0 (0%)	0 (0%)	1.43%	0 (0%)	0 (0%)	11.76%
Смотрел видео, рекомендованное коллегой?	7.89%	8.47%	13.16%	4.35%	14.29%	0 (0%)	3.33%	0 (0%)
Не помню / нерелевантный вопрос	23.66%	35.98%	21.05%	39.13%	12.86%	27.27%	30%	17.65%

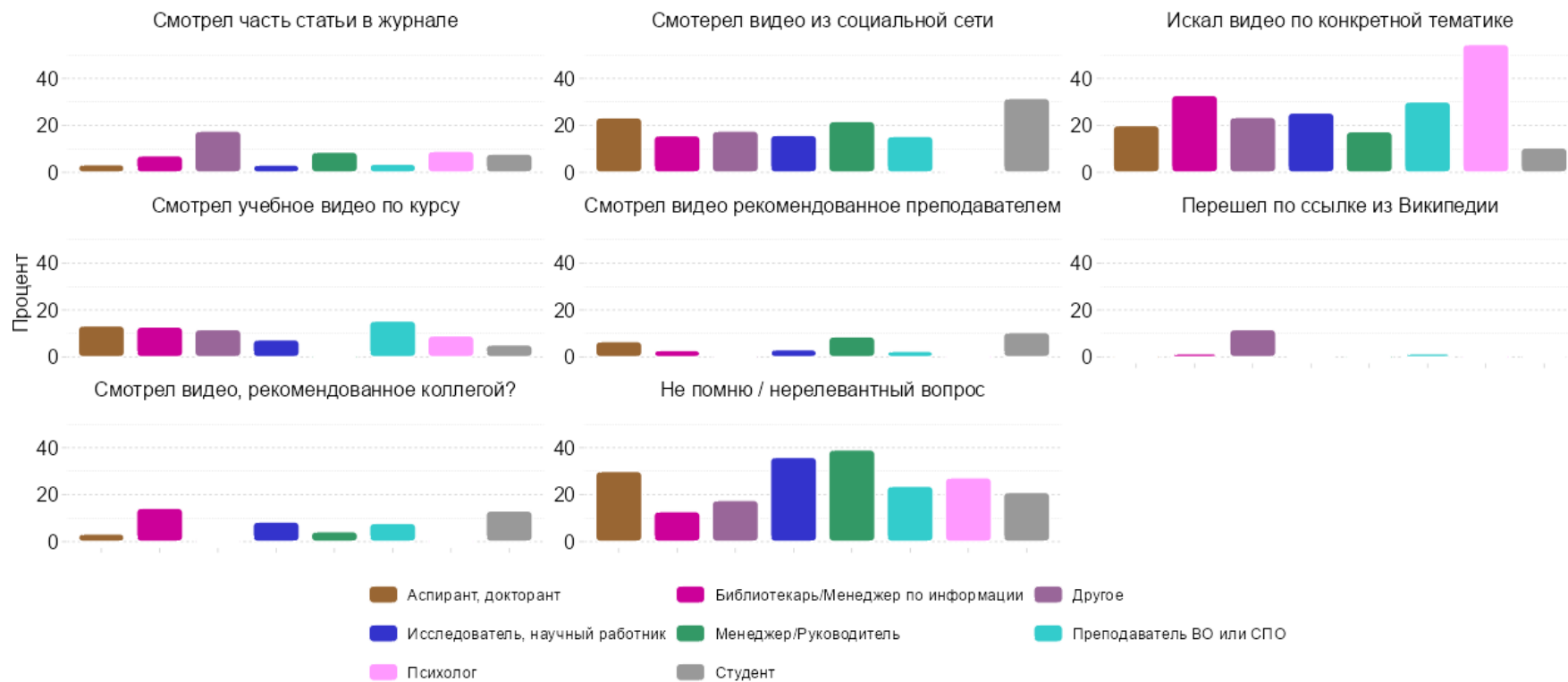


Рисунок 42. Распределение ответов на вопрос об источнике последней просмотренной видеостатьи респондентами с разными видами занятости

### Распределение ответов по специализации

Частота указания разных источников при просмотре последней видеостатьи респондентами, указавшими разную специализацию, приведены в таблице 28 и на рис. 43.

Таблица 28. Частота выбора вариантов источника последней видеостатьи у респондентов с разной специализацией

Источник	Психология	Образование и педагогика	Медико-биологические науки	Гуманитарные науки	Технические, компьютерные математические науки, технологии	Социальные и политические науки	Бизнес/ Экономика/ Бухгалтерское дело/ Финансы/ Юриспруденция	Науки об окружающей среде/ Естественные науки	Другое
Смотрел часть статьи в журнале	4.37%	3.92%	5.36%	6.5%	6.12%	2.17%	1.75%	5%	6.9%
Смотрел видео из социальной сети	16.99%	19.61%	23.21%	13.01%	18.37%	19.57%	8.77%	17.5%	24.14%
Искал видео по конкретной тематике	23.79%	25.49%	23.21%	32.52%	32.65%	23.91%	24.56%	27.5%	41.38%
Смотрел учебное видео по курсу	13.11%	11.76%	10.71%	10.57%	4.08%	17.39%	17.54%	7.5%	0 (0%)
Смотрел видео рекомендованное преподавателем	3.88%	1.96%	3.57%	2.44%	4.08%	4.35%	8.77%	0 (0%)	0 (0%)
Перешел по ссылке из Википедии	0.49%	5.88%	1.79%	1.63%	0 (0%)	2.17%	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
Смотрел видео, рекомендованное коллегой?	11.65%	9.8%	5.36%	7.32%	8.16%	4.35%	8.77%	5%	3.45%
Не помню / нерелевантный вопрос	25.73%	21.57%	26.79%	26.02%	26.53%	26.09%	29.82%	37.5%	24.14%

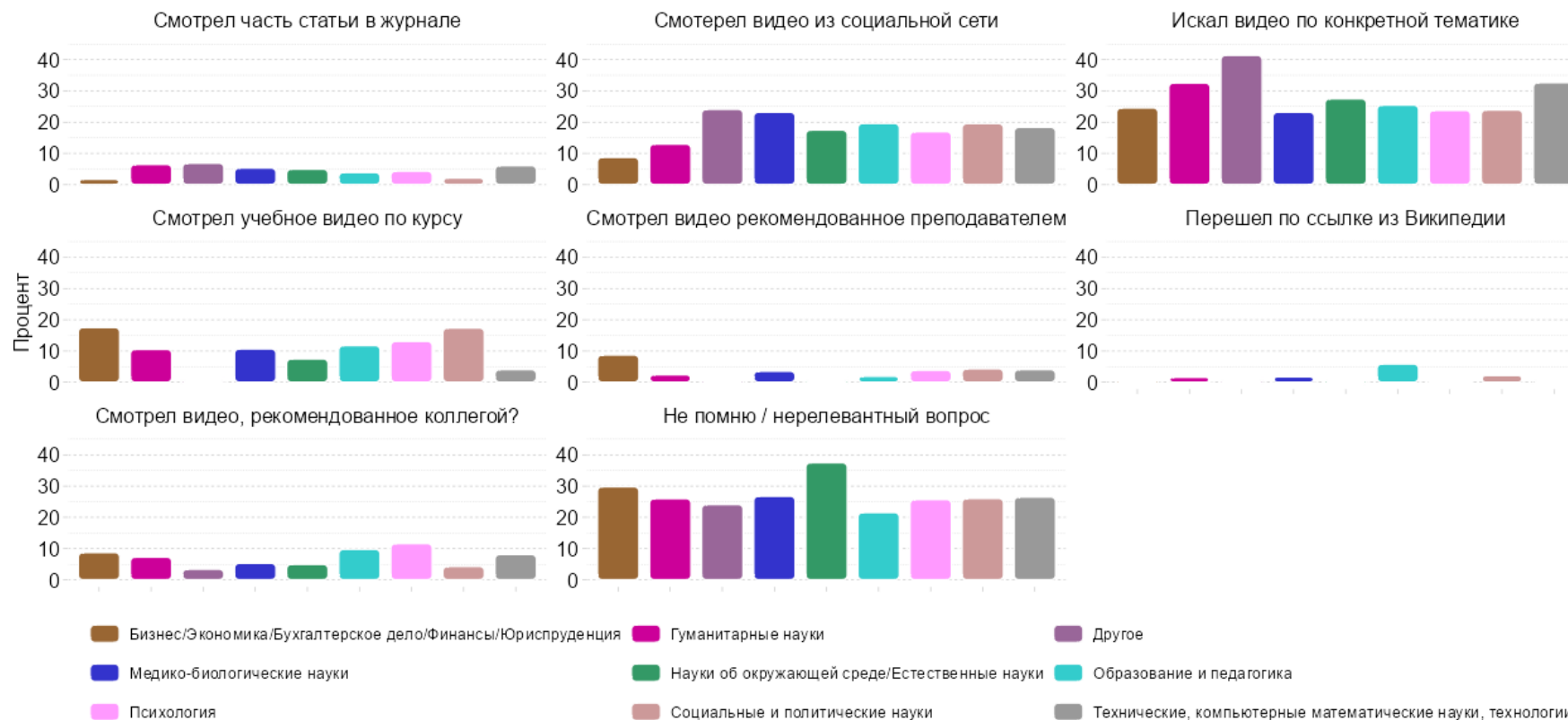


Рисунок 43. Распределение ответов на вопрос об источнике последней просмотренной видеостатьи респондентами с разной специализацией

## Резюме



Просмотр научно-образовательных видеороликов является более приемлемым вариантом взаимодействия с видеоконтентом для респондентов, в отличие от поиска и просмотра отрецензированных видео-статей. Большинство респондентов ответили на данный вопрос. Но при этом доли преобладающих по выборке ответов демонстрируют в равной степени как самостоятельную поисковую активность респондентов (“Искал видео по конкретной тематике”), так и отсутствие стратегии поиска или привычных источников (“Не помню / нерелевантный вопрос”). Третьим по выраженности источником видеоконтента для респондентов являются социальные сети. Данный вариант более свойственен представителям гос. и муниципальных структур. Интересно отметить, что среди групп по видам занятости ищут образовательные видео по конкретной тематике чаще психологи.

Сравнивая результаты с опросом англоязычных респондентов, можно отметить иное распределение - около 20% просмотров видео приходится на респондентов, перешедших по ссылке в социальных сетях и 10% пришлось на просмотр видео, рекомендованного коллегой (Figure 26, p. 28).

## Избранные комментарии

В конце опроса мы дали возможность респондентам в свободной форме поделиться своими соображениями относительно того, как они осуществляют поиск научного контента. Респонденты делились своими пожеланиями к поиску в целом. Некоторые из них:



меньше регистраций, открытый доступ к полным текстам, максимально простой и короткий путь к содержимому;

нужно разрабатывать более четкий, легко работающий алгоритм поиска статей;

создайте полное руководство для исследователей, какими источниками можно пользоваться и доверять, а какими нельзя.

А также поделились своими стратегиями поиска, среди которых многие говорили о важных источниках - бумажные носители в библиотеках, база РИНЦ, списки литературы диссертационных исследований.

Приводим некоторые из комментариев (в авторских вариантах):

*Читаю материалы научно-практических конференций, сборники материалов международных конференций, симпозиумов, конгрессов.*

*Начинаю поиск, используя ключевые слова, далее - по ссылкам в контенте.*

*Первым делом захожу в google scholar. Если статья есть в открытом доступе, читаю там. Если нет - sci-hub.*

*Пытаюсь понять Персоналии (ФИО, страну, язык) и/или Институты, которые работают по данной теме. Через обзор Wiki, через ссылки в референсах. Затем ищу работы персоналий и персоналии, которые упомянуты в их работах. И т.п.*

*На самом деле все зависит от конкретной науки - например, «моя» геология предельно консервативна: поиск часто осуществляется через библиотеку, «Реферативный журнал», большое значение имеет рассылка отписок (в т.ч. печатных) коллегами. Многие коллеги-геологи, в т.ч. из ведущих мировых университетов, до сих пор не имеют понятия о WoS и Scopus. Важный инструмент - поиск литературы среди статей, на которые в своих статьях ссылаются коллеги. А вот в других науках - например, в экономике - все намного современнее и динамичнее.*

*Странно, что здесь никак не был упомянут традиционный способ поиска публикаций - а именно, работа в библиотеке. До сих пор оцифровано далеко не всё и без этого этапа работы не обойтись. Что касается моей области деятельности (геология), то тут есть еще специфический тип публикаций, который иногда содержит исключительно важные данные - отчеты и записки к геологическим картам. Сейчас эти типы публикаций нередко доступны в электронном виде (это касается и отечественных, и зарубежных работ). Ещё стоит упомянуть специфический тип публикаций - диссертации, в т.ч. старые, в которых тоже могут содержаться совершенно уникальные сведения. Существенная часть репозиториев с диссертациями открытого доступа не индексируется сторонними поисковыми системами, и для них единственный вариант доступа - это тем или иным способом выйти на сам сайт и искать там. В России из-за совершенно непродуманного законодательства в области охраны авторских и смежных прав (которое давно нуждается в коренном пересмотре) сложилась ненормальная ситуация, когда относительно старые диссертации в РГБ доступны только для просмотра в читальных залах, но любой желающий может купить те же диссертации на специализированных сайтах за очень умеренную цену. Ну а новые диссертации удобнее всего искать на сайте ВАК по специальности / ключевым словам.*

*Первичный поиск - google, google scholar. Читаю абстракт, если интересно - дальше ищу полный текст. Чаще всего на сайте издательства, подписки у Университета есть почти на все. Если нет - прошу коллег, иногда пользуюсь researchgate, если статья там есть. Дальше ссылки вверх (те, что цитирований, если релевантны, исходя из текста статьи) и вниз (те, что цитируют; поиск через google scholar или сайты издательств).*

*Поиск англоязычных и русскоязычных статей сильно отличается. Чаще всего язык не важен или нужны зарубежные источники, тогда поиск в целом соответствует моим ответам в опросе. Но если нужны именно русскоязычные источники, то стратегия немного другая, в этом случае проще искать в содержании конкретных журналов (тематических и уже проверенных) или спросить у коллег.*

*Если говорить о последовательности: 1) google (именно он, тк у него иные механизмы поиска, чем у российских поисковиков) 2) google scholar 3) поиск по университетской подписке через внутренний сайт библиотеки 4) базы данных 5) если статья находится, но нет полнотекстового варианта -> researchgate по автору и запрос у него статьи*

*Платные версии сайтов журналов и БД (особенно зарубежных) не интересны на 97%, т.к. кроме оплаты требуется гораздо большее количество времени потратить на доступ к статье. Проще за это же время найти аналогичную статью на сайте открытого доступа.*

*В первую очередь я ищу статьи на сайте e-library, если мне нужны русскоязычные статьи. Англоязычные статьи я ищу через обычные поисковики по ключевым словам или тематике.*

*Ищу личные странички авторов, проектов на сайтах университетов.*

*Изучаю библиографии защищенных диссертаций.*

*РИНЦ отдельная важная поисковая система.*

## **Выводы**

Исследование показало, что существуют значительные различия в том, как русскоговорящие читатели находят академический контент. Выборка в основном касалась жителей РФ и представителей гуманитарных областей знаний - образование, психология.

Наиболее популярными вариантами начала поиска научной информации являются универсальные и максимально доступные. Респонденты предпочитают использовать поисковые системы общего характера, среди которых наиболее предпочтительна поисковая система Google, на втором месте Yandex, сайты журналов и библиографические системы. Наименее популярные – специализированные репозитории тематических препринтов, базы данных журналов, а также оповещения о новых выпусках журнала, которые обычно приходят респондентам в виде почтовой рассылки. Невысокую популярность в целом имеют поисковые системы по научным публикациям (по типу *Google Scholar*). Тематические репозитории и препринты вообще пользуются минимальной популярностью среди респондентов. Подавляющее большинство респондентов читают финальную версию, статьи, вне зависимости от сектора деятельности, вида занятости (должности) или специализации и самый значимый вариант источника получения научных статей – «Сайты издательства, журнала, агрегаторы полнотекстовых статей или базы журналов». При этом нужно отметить, что источник *Sci-Hub* получил наиболее высокие оценки среди аспирантов и докторантов, а *PubMedCentral* имеет наиболее высокие оценки в медицинском секторе.

Основные поисковые системы, такие как Google и Yandex имеют решающее значение при поиске, но существуют различия в том, насколько они важны в зависимости от предметных областей и секторов деятельности респондентов. Поисковая система

Google наиболее широко используется в медицинском секторе, Google Scholar в секторе «Научно-исследовательская деятельность», а Yandex получил наиболее высокие оценки в группе «Коммерческая компания» и наиболее низкие в группе «Медицина».

При этом мы видим, что читатели научных статей предпочитают активный самостоятельный поиск научной информации, причем вне зависимости от рода деятельности, занятости или специализации. Подавляющее число респондентов просматривали/читали статью, найденную в связи с поиском нужной информации по теме работы или исследования, а не пользовались чьими-то рекомендациями.

Мы видим также, что подавляющее число респондентов активно ищут контент с открытым доступом. Причем поиск статей в открытом доступе фактически не связан со сферой деятельности респондентов.

В сфере научного видеоконтента необходимо констатировать, что большинство респондентов никогда не ищет научные видеостатьи. При этом просмотр научно-образовательных видеороликов является более приемлемым вариантом взаимодействия с видеоконтентом для респондентов. Но и здесь поиск контента происходит чаще активно и самостоятельно.

В завершении можно привести один из выводов, который сделали наши коллеги в отчете “How Readers Discover Content in Scholarly Publications 2021” и с которым мы солидарны. Ключевым моментом современной карты научного знания является то, что до сих пор нет ни одного доминирующего игрока в поиске научного контента. А это значит, что различия в предметных областях, специализации и сфере занятости, будут влиять на то, как научный контент будет обнаружен потенциальным читателем.



## Приложение

Анализ ответов на вопрос «Если вам нужно найти научные статьи, откуда вы начинаете свой поиск?»	115
Анализ ответов на вопрос «Как часто вы пользуетесь каждой из нижеперечисленных поисковых систем для поиска журнальных статей?»	119
Анализ ответов на вопрос «Какой процент научных статей, которые вы читаете, вы берёте из каждого из нижеперечисленных источников?»	123
Анализ ответов на вопрос «Если у вас возникает необходимость найти статьи в открытом доступе, где вы начинаете свои поиски?»	126
Анализ ответов на вопрос «Какие функции на издательских сайтах журналов кажутся вам полезными?»	130
Анализ ответов на вопрос «Если вам нужно найти отрецензированную видео-статью, где вы начинаете свой поиск?»	135

## Анализ ответов на вопрос «Если вам нужно найти научные статьи, откуда вы начинаете свой поиск?»

Таблица 1. Описательная статистика оценки важности инструментов поиска при поиске научных статей

Инструмент	N <sup>1</sup>	Средний балл	Стандартное отклонение
Библиографическая база данных	629	3.93	1.31
Библиотечные системы	625	3.71	1.32
Базы данных журналов	589	3.00	1.32
Репозитории тематических препринтов	576	2.35	1.19
Социальные сети	613	3.02	1.38
Сайты издательств	600	3.36	1.36
Оповещения о новых выпусках журналов	590	2.66	1.40
Сайты журналов	620	3.98	1.15
Поисковая система	639	4.07	1.16
Поисковая система по научным публикациям	608	3.84	1.20
Сайт научного общества	591	3.10	1.38

<sup>1</sup>У респондентов была возможность пропустить ответ, в силу чего N варьируется

Таблица 2. Описательная статистика оценки важности инструментов поиска при поиске научных статей по секторам деятельности

Род деятельности	Образование, обучение		Гос. и муниципальные структуры		Научно-исследовательская деятельность -		Медицина		Коммерческая компания		Другое -	
	N	Средн. (ст. откл.)	N	Средн. (ст. откл.)	N	Средн. (ст. откл.)	N	Средн. (ст. откл.)	N	Средн. (ст. откл.)	N	Средн. (ст. откл.)
Библиографическая база данных	470	3.85 (1.36)	44	4.23 (1.05)	50	4.24 (1.06)	28	4.57 (0.69)	21	3.48 (1.4)	16	3.88 (1.41)
Библиотечные системы	475	3.83 (1.26)	42	3.67 (1.2)	47	2.72 (1.47)	24	3.29 (1.63)	21	3.57 (1.25)	16	3.75 (1.48)
Базы данных журналов	444	3.08 (1.33)	41	3 (1.1)	45	2.49 (1.27)	24	2.88 (1.26)	19	2.26 (1.15)	16	3.12 (1.45)
Репозитории тематических препринтов	434	2.38 (1.19)	38	2.34 (1.12)	45	2.16 (1.02)	24	2.33 (1.24)	19	2.58 (1.54)	16	2.06 (1.39)
Социальные сети	461	2.98 (1.36)	40	3.1 (1.39)	49	3.18 (1.5)	24	3 (1.47)	23	3.52 (1.34)	16	2.81 (1.42)
Сайты издательств	450	3.36 (1.34)	41	3.37 (1.37)	48	3.46 (1.32)	24	3.42 (1.47)	21	3.1 (1.61)	16	3.31 (1.78)
Оповещения о новых выпусках журналов	445	2.73 (1.4)	39	2.69 (1.42)	45	2.07 (1.27)	24	2.71 (1.3)	21	2.71 (1.45)	16	2.12 (1.54)
Сайты журналов	466	4.05 (1.1)	41	4.05 (1.18)	49	3.59 (1.35)	26	3.88 (1.21)	22	3.64 (1.26)	16	3.56 (1.41)
Поисковая система	481	4.09 (1.14)	42	3.93 (1.09)	50	3.92 (1.35)	27	3.93 (1.21)	22	4.23 (1.07)	17	4.12 (1.32)
Поисковая система по научным публикациям	455	3.91 (1.16)	42	3.67 (1.24)	48	3.69 (1.37)	25	3.48 (1.45)	22	3.18 (1.26)	16	4.25 (1.13)
Сайт научного общества	446	3.14 (1.37)	40	3.28 (1.32)	45	2.6 (1.48)	23	3.04 (1.52)	21	3.14 (1.28)	16	3 (1.55)

Таблица 3. Описательная статистика оценки важности инструментов поиска при поиске научных статей по виду занятости

Работа	Преподаватель ВО или СПО		Исследователь, научный работник		Студент		Менеджер/ Руководитель		Библиотекарь/ Менеджер по информации		Психолог		Аспирант, докторант		Другое	
	N	Средн. (ст. откл.)	N	Средн. (ст. откл.)	N	Средн. (ст. откл.)	N	Средн. (ст. откл.)	N	Средн. (ст. откл.)	N	Средн. (ст. откл.)	N	Средн. (ст. откл.)	N	Средн. (ст. откл.)
Библиографическая база данных	266	3.71 (1.38)	184	4.18 (1.16)	35	3.74 (1.4)	22	3.91 (1.48)	69	4.19 (1.18)	10	3.1 (1.37)	29	4.28 (1.22)	14	3.64 (1.34)
Библиотечные системы	267	3.77 (1.26)	177	3.3 (1.42)	35	4.03 (1.15)	22	3 (1.31)	71	4.28 (1.12)	11	4.09 (1.22)	28	3.93 (1.21)	14	4.21 (1.12)
Базы данных журналов	252	2.98 (1.27)	174	2.75 (1.32)	31	3.48 (1.34)	22	2.55 (1.3)	62	3.66 (1.13)	10	2.8 (1.4)	26	3.31 (1.38)	12	2.75 (1.48)
Репозитории тематических препринтов	248	2.28 (1.17)	172	2.39 (1.18)	31	2.19 (1.05)	22	1.86 (0.83)	56	2.75 (1.24)	10	2.3 (1.42)	26	2.65 (1.32)	11	2.27 (1.49)
Социальные сети	259	2.93 (1.4)	182	3.15 (1.37)	36	2.83 (1.4)	22	3.14 (1.32)	62	2.77 (1.26)	10	3 (1.94)	27	3.56 (1.15)	15	3.47 (1.13)
Сайты издательств	255	3.27 (1.36)	176	3.39 (1.31)	33	3.18 (1.47)	23	2.7 (1.29)	62	3.77 (1.34)	10	3.1 (1.6)	27	3.67 (1.33)	14	3.79 (1.42)
Оповещения о новых выпусках журналов	251	2.76 (1.46)	175	2.46 (1.34)	34	2.53 (1.35)	23	2.96 (1.46)	56	2.61 (1.32)	10	2.8 (1.48)	27	2.85 (1.26)	14	3 (1.52)
Сайты журналов	266	4.12 (1.07)	178	3.71 (1.28)	35	3.83 (1.12)	24	3.83 (1.2)	65	4.08 (1.11)	10	4.4 (1.07)	27	4.04 (1.13)	15	4.47 (0.83)
Поисковая система	271	4.14 (1.12)	188	3.96 (1.21)	37	4.22 (1.16)	23	3.87 (1.22)	65	3.86 (1.1)	11	4.27 (1.27)	29	4.1 (1.18)	15	4.67 (0.82)
Поисковая система по научным публикациям	257	3.8 (1.18)	183	3.87 (1.27)	34	3.85 (1.16)	22	3.14 (1.42)	60	3.65 (1.2)	10	4.3 (0.82)	27	4.48 (0.64)	15	4.33 (0.9)
Сайт научного общества	252	3.13 (1.39)	172	2.85 (1.41)	33	3.52 (1.3)	23	3.17 (1.47)	59	3.1 (1.12)	10	4.1 (1.29)	28	3.32 (1.39)	14	3.57 (1.45)

Таблица 4. Описательная статистика оценки важности инструментов поиска при поиске научных статей по области специализации

Специализация	Психология		Образование и педагогика		Медико-биологические науки		Гуманитарные науки		Технические, компьютерные математические науки, технологии		Социальные и политические науки		Бизнес/Экономика/ Бухгалтерское дело/ Финансы/ Юриспруденция		Науки об окружающей среде/Естественные науки		Другое	
	N	Средн. (ст. откл.)	N	Средн. (ст. откл.)	N	Средн. (ст. откл.)	N	Средн. (ст. откл.)	N	Средн. (ст. откл.)	N	Средн. (ст. откл.)	N	Средн. (ст. откл.)	N	Средн. (ст. откл.)	N	Средн. (ст. откл.)
Библиографическая база данных	198	3.85 (1.31)	46	4.13 (1.28)	54	4.61 (0.79)	118	3.69 (1.41)	46	3.78 (1.25)	46	3.72 (1.34)	52	3.62 (1.52)	41	4.29 (1.15)	28	4.43 (1)
Библиотечные системы	199	3.66 (1.3)	44	4.2 (1.05)	48	2.9 (1.51)	116	3.91 (1.22)	50	3.92 (1.32)	46	3.57 (1.47)	55	3.69 (1.27)	39	3.51 (1.27)	28	3.96 (1.29)
Базы данных журналов	192	3.04 (1.33)	42	3.21 (1.28)	48	2.65 (1.34)	109	3.24 (1.42)	40	2.72 (1.13)	42	3 (1.01)	50	2.64 (1.38)	38	2.97 (1.24)	28	3.11 (1.26)
Репозитории тематических препринтов	188	2.29 (1.11)	40	2.33 (1.23)	48	2.21 (1.11)	106	2.46 (1.31)	40	2.48 (1.24)	43	2.37 (1.09)	48	2.06 (1.14)	36	2.42 (1.3)	27	2.89 (1.28)
Социальные сети	195	3.08 (1.37)	45	2.93 (1.29)	50	2.92 (1.48)	114	3.22 (1.27)	47	2.79 (1.4)	43	2.91 (1.51)	52	2.63 (1.33)	39	3.21 (1.45)	28	3.21 (1.42)
Сайты издательств	195	3.33 (1.35)	41	3.54 (1.29)	49	3.14 (1.44)	110	3.13 (1.34)	44	3.5 (1.41)	44	3.66 (1.38)	49	2.88 (1.32)	40	3.92 (1.16)	28	3.89 (1.26)
Оповещения о новых выпусках журналов	194	2.68 (1.37)	43	3 (1.54)	48	2.31 (1.29)	107	2.7 (1.4)	41	2.49 (1.36)	43	2.67 (1.49)	49	2.29 (1.26)	38	2.97 (1.44)	27	2.93 (1.52)
Сайты журналов	196	3.98 (1.16)	44	4.18 (1.11)	50	3.42 (1.31)	117	4.06 (1.07)	48	3.94 (1.33)	45	4 (1.13)	51	4.04 (1.02)	40	4.1 (1.06)	29	4.07 (1.16)
Поисковая система	205	4.16 (1.14)	49	4.06 (1.2)	53	3.62 (1.29)	117	4.21 (0.98)	49	4.2 (1.1)	45	4.02 (1.22)	54	3.93 (1.2)	39	4.08 (1.2)	28	3.75 (1.29)
Поисковая система по научным публикациям	196	3.91 (1.2)	44	3.98 (1.07)	51	3.47 (1.41)	104	3.83 (1.23)	48	3.9 (0.97)	44	4.16 (0.91)	52	3.25 (1.41)	40	3.95 (1.18)	29	4.14 (0.99)
Сайт научного общества	192	3.17 (1.42)	43	3.21 (1.44)	46	2.48 (1.3)	108	3.26 (1.36)	42	2.93 (1.39)	43	3.16 (1.36)	51	2.94 (1.39)	37	3.11 (1.22)	29	3.38 (1.35)

**Анализ ответов на вопрос «Как часто вы пользуетесь каждой из нижеперечисленных поисковых систем для поиска журнальных статей?»**

Таблица 5. Описательная статистика относительных баллов важности поисковых систем

Поисковая система	N <sup>1</sup>	Средний балл	Стандартное отклонение
Google	649	3.72	0.98
Google Scholar	579	3.06	1.29
Bing	518	1.33	0.71
Yandex	631	3.25	1.32
Mail.ru	558	1.85	1.19
Другое	185	1.65	1.14

<sup>1</sup>У респондентов была возможность пропустить ответ, в силу чего N варьируется

Таблица 6. Описательная статистика относительных баллов важности поисковых систем по секторам деятельности

Поисковая система	Google		Google Scholar		Bing		Yandex		Mail.ru		Другое	
Род занятий	N	средний балл (ст. откл.)	N	средний балл (ст. откл.)	N	средний балл (ст. откл.)	N	средний балл (ст. откл.)	N	средний балл (ст. откл.)	N	средний балл (ст. откл.)
Образование, обучение	486	3.7 (0.99)	430	3.1 (1.29)	386	1.35 (0.77)	479	3.28 (1.34)	417	1.91 (1.25)	129	1.6 (1.13)
Гос. и муниципальные структуры	43	3.72 (1.08)	41	2.88 (1.35)	38	1.34 (0.58)	42	3.26 (1.08)	41	1.93 (1.17)	12	1.33 (0.65)
Научно-исследовательская деятельность	53	3.75 (0.9)	47	3.23 (1.35)	38	1.08 (0.27)	49	3.1 (1.39)	43	1.47 (0.8)	19	1.68 (1.2)
Медицина	28	4 (0.98)	24	3.08 (1.18)	21	1.43 (0.51)	21	2.43 (1.03)	21	1.76 (1.04)	11	2.27 (1.42)
Коммерческая компания	23	3.65 (0.93)	21	2.48 (1.08)	20	1.2 (0.52)	24	3.54 (0.88)	20	1.4 (0.68)	8	2.25 (1.39)
Другое	16	4 (0.89)	16	2.81 (1.11)	15	1.2 (0.41)	16	3.31 (1.58)	16	1.56 (0.89)	6	1.17 (0.41)

Таблица 7. Описательная статистика относительных баллов важности поисковых систем по виду занятости

Работа	Google		Google Scholar		Bing		Yandex		Mail.ru		Другое	
	N	средний балл (ст. откл.)	N	средний балл (ст. откл.)	N	средний балл (ст. откл.)	N	средний балл (ст. откл.)	N	средний балл (ст. откл.)	N	средний балл (ст. откл.)
Преподаватель ВО или СПО	272	3.72 (1)	240	3.05 (1.31)	215	1.41 (0.78)	273	3.38 (1.33)	234	2.03 (1.27)	73	1.58 (1.07)
Исследователь, научный работник	190	3.72 (0.96)	184	3.23 (1.28)	168	1.25 (0.58)	188	2.92 (1.36)	179	1.56 (0.95)	71	1.68 (1.14)
Студент	38	3.61 (1.17)	32	2.78 (1.43)	31	1.16 (0.73)	35	3.37 (1.14)	30	1.5 (1.04)	12	1.25 (0.87)
Менеджер/Руководитель	23	3.96 (0.88)	20	2.6 (1.43)	19	1.11 (0.32)	23	3.43 (1.04)	19	1.95 (1.13)	5	2.2 (1.3)
Библиотекарь/Менеджер по информации	70	3.73 (0.99)	50	2.94 (1.24)	41	1.27 (0.59)	61	3.48 (1.25)	49	2 (1.29)	10	2.1 (1.6)
Психолог	11	3.64 (1.21)	10	2.4 (0.97)	9	1.44 (0.73)	10	3.8 (1.14)	10	2.8 (1.69)	2	1.5 (0.71)
Аспирант, докторант	29	3.83 (0.8)	28	3.32 (0.94)	22	1.45 (1.1)	26	2.92 (1.41)	23	1.78 (1.31)	8	1.88 (1.64)
Другое	16	3.69 (0.87)	15	2.8 (1.32)	13	1.54 (0.78)	15	3.8 (0.94)	14	1.93 (1.21)	4	1.5 (1)



Таблица 8. Описательная статистика относительных баллов важности поисковых систем по специализации

Поисковая система	Google		Google Scholar		Bing		Yandex		Mail.ru		Другое	
	N	средний балл (ст. откл.)	N	средний балл (ст. откл.)	N	средний балл (ст. откл.)	N	средний балл (ст. откл.)	N	средний балл (ст. откл.)	N	средний балл (ст. откл.)
Психология	203	3.77 (0.96)	188	3.04 (1.3)	170	1.34 (0.73)	200	3.12 (1.36)	178	1.83 (1.26)	70	1.51 (1.02)
Образование и педагогика	48	3.69 (0.99)	44	3.07 (1.23)	40	1.48 (0.68)	50	3.5 (1.18)	46	1.93 (1.16)	8	1.38 (0.52)
Медико-биологические науки	54	3.65 (0.95)	51	3.08 (1.16)	44	1.27 (0.5)	48	2.71 (1.46)	44	1.48 (0.88)	14	1.93 (1.14)
Гуманитарные науки	122	3.84 (0.87)	99	2.92 (1.21)	89	1.47 (0.93)	118	3.45 (1.26)	100	2.08 (1.34)	24	1.58 (1.28)
Технические, компьютерные математические науки, технологии	52	3.73 (0.97)	44	2.93 (1.3)	37	1.16 (0.44)	48	3.52 (1.29)	41	1.63 (0.92)	22	2.05 (1.4)
Социальные и политические науки	47	3.74 (0.99)	41	3.44 (1.29)	38	1.18 (0.51)	47	3.17 (1.36)	41	1.68 (1.11)	15	1.27 (0.46)
Бизнес/Экономика/Бухгалтерское дело/Финансы/Юриспруденция	55	3.55 (1.1)	47	2.91 (1.5)	43	1.16 (0.43)	53	3.51 (1.14)	45	2.04 (1.21)	18	2.06 (1.55)
Науки об окружающей среде/Естественные науки	41	3.61 (1.12)	41	3.24 (1.37)	38	1.32 (0.77)	41	2.93 (1.37)	39	1.51 (0.72)	10	1.4 (0.97)
Другое	27	3.59 (1.28)	24	3.38 (1.28)	19	1.37 (0.83)	26	3.46 (1.17)	24	2.29 (1.43)	4	2 (1.41)

**Анализ ответов на вопрос «Какой процент научных статей, которые вы читаете, вы берёте из каждого из нижеперечисленных источников?»**

Таблица 9. Описательная статистика относительных баллов частоты использования разных источников по сектору деятельности

Род деятельности	Образование, обучение		Гос. и муниципальные структуры		Научно-исследовательская деятельность		Медицина		Коммерческая компания		Другое	
	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)
Сайты публикаций	486	2.38 (0.74)	42	2.4 (0.77)	52	2.23 (0.78)	28	1.96 (0.79)	23	2.22 (1)	17	1.94 (0.97)
Sci-Hub	293	0.85 (1.07)	32	1.03 (0.97)	34	1.15 (1.08)	22	1.73 (1.12)	13	1.08 (1.26)	12	1.42 (1.24)
Препринты	289	0.36 (0.59)	30	0.53 (0.78)	34	0.38 (0.55)	13	0.62 (0.96)	13	0.62 (0.96)	11	0.55 (0.93)
РМС	296	0.51 (0.86)	30	0.5 (0.94)	35	0.51 (0.74)	23	1.91 (1.08)	10	0.2 (0.42)	11	0.82 (1.17)
Репозиторий университета	357	1.01 (0.95)	33	0.61 (0.9)	32	0.44 (0.76)	15	0.53 (0.74)	15	0.47 (0.64)	13	0.92 (0.95)
Научные соц. сети	370	1.21 (1)	34	1.38 (0.99)	42	1.29 (1.04)	21	1.48 (0.93)	17	1.24 (0.97)	12	1.42 (1)
Присланная копия	356	0.92 (0.86)	36	1.28 (0.91)	40	0.92 (0.89)	18	0.61 (0.61)	15	0.67 (0.72)	12	1.67 (1.15)
Другое	52	0.81 (1.19)	4	0.75 (0.96)	6	1 (1.55)	4	1 (0.82)	1	0 (NA)	4	1.5 (1.73)

Таблица 10. Описательная статистика относительных баллов частоты использования разных источников по виду занятости

Работа	Преподаватель ВО или СПО		Исследователь, научный работник		Студент		Менеджер/ Руководитель		Библиотекарь/ Менеджер по информации		Психолог		Аспирант, докторант		Другое	
	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)
Сайты публикаций	275	2.37 (0.77)	191	2.14 (0.81)	35	2.4 (0.74)	24	2.5 (0.72)	69	2.59 (0.58)	10	2.5 (0.71)	28	2.43 (0.69)	16	2.31 (0.87)
Sci-Hub	160	0.77 (1.07)	149	1.25 (1.12)	22	0.95 (1.21)	11	0.91 (0.94)	32	0.47 (0.57)	5	0 (0)	19	1.63 (1.21)	8	0.62 (0.74)
Препринты	159	0.3 (0.58)	140	0.48 (0.67)	18	0.28 (0.75)	12	0.33 (0.49)	34	0.41 (0.56)	5	0.4 (0.89)	17	0.65 (0.79)	5	0.8 (1.1)
РМС	159	0.48 (0.83)	148	0.72 (1)	22	0.68 (1.21)	14	0.57 (1.02)	34	0.47 (0.75)	5	0.6 (0.89)	17	0.59 (1.06)	6	0.83 (0.98)
Репозиторий университета	196	1.03 (0.97)	146	0.58 (0.79)	24	1.04 (0.81)	15	1.13 (1.06)	43	1.35 (0.95)	7	1.14 (1.21)	23	0.61 (0.84)	11	1.09 (1.04)
Научные соц. сети	204	1.34 (0.98)	172	1.28 (0.99)	25	0.92 (1.22)	16	0.94 (0.93)	39	0.87 (0.8)	7	1.43 (1.4)	24	1.25 (1.03)	9	1.33 (1)
Присланная копия	197	0.93 (0.82)	166	1.02 (0.89)	26	1 (1.06)	14	1 (0.96)	37	0.76 (0.89)	6	0.83 (1.17)	23	0.87 (0.87)	8	1 (0.93)
Другое	27	1 (1.24)	30	0.63 (1.1)	5	0.6 (1.34)			5	1.4 (1.34)			3	1.67 (1.53)	1	0 (NA)

Таблица 11. Описательная статистика относительных баллов частоты использования разных источников по специализации

Специализация	Психология		Образование и педагогика		Медико-биологические науки		Гуманитарные науки		Технические, компьютерные математические науки, технологии		Социальные и политические науки		Бизнес/ Экономика/ Бухгалтерское дело/ Финансы/ Юриспруденция		Науки об окружающей среде/ Естественные науки		Другое	
Источник	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)
Сайты публикаций	203	2.33 (0.76)	49	2.49 (0.71)	54	2.07 (0.82)	121	2.38 (0.74)	50	2.26 (0.85)	46	2.48 (0.69)	55	2.31 (0.81)	41	2.37 (0.8)	29	2.34 (0.72)
Sci-Hub	127	0.91 (1.08)	28	0.68 (0.98)	43	1.6 (1.12)	69	0.67 (1)	20	1.15 (1.09)	33	1.18 (1.1)	35	0.49 (0.89)	34	1.32 (1.12)	17	1 (1.17)
Препринты	122	0.35 (0.56)	30	0.27 (0.52)	31	0.48 (0.77)	70	0.37 (0.54)	23	0.48 (0.79)	28	0.36 (0.62)	36	0.44 (0.81)	30	0.43 (0.57)	20	0.65 (0.99)
PMC	133	0.59 (0.85)	27	0.37 (0.69)	47	1.94 (0.99)	65	0.34 (0.69)	21	0.14 (0.36)	26	0.42 (0.7)	37	0.27 (0.8)	31	0.13 (0.34)	18	0.61 (1.04)
Репозиторий университета	155	1.08 (0.94)	40	1.1 (0.84)	33	0.33 (0.54)	84	1.05 (0.99)	30	0.6 (0.77)	32	0.84 (1.05)	38	0.63 (0.79)	35	0.66 (0.87)	18	1.06 (1.21)
Научные соц. сети	160	1.35 (1.01)	40	1.27 (0.91)	41	1.32 (0.93)	87	1.15 (1.03)	31	1.23 (0.99)	37	1.11 (0.97)	43	1 (1)	36	1.14 (1.02)	21	1.57 (0.98)
Присланная копия	157	0.97 (0.86)	33	0.91 (0.84)	36	0.69 (0.58)	80	1.09 (1)	32	0.91 (0.86)	34	0.71 (0.91)	44	0.89 (0.75)	37	1.05 (0.88)	24	1.17 (1.05)
Другое	25	0.56 (0.96)	6	0.83 (1.17)	6	0.5 (0.84)	8	1.75 (1.49)	4	1.5 (1.73)	8	0.62 (1.19)	10	1.3 (1.42)	2	0.5 (0.71)	2	0 (0)

**Анализ ответов на вопрос «Если у вас возникает необходимость найти статьи в открытом доступе, где вы начинаете свои поиски?»**

Таблица 12. Описательная статистика относительных баллов при оценке инструментов поиска статей в открытом доступе

Инструмент	N <sup>1</sup>	Средний балл	Стандартное отклонение
Специализированная библиографическая база данных	574	4.11	1.27
Сайты библиотек, библиотечный поиск, поисковые системы	566	3.92	1.33
Базы данных журналов	523	2.99	1.38
Репозитории тематических препринтов	502	2.37	1.25
Социальные сети, в том числе деловые/профессиональные	528	3.26	1.45
Сайты издательств	546	3.48	1.39
Архив электронных оповещений о новых выпусках журналов	493	2.68	1.42
Сайт журнала	572	4.16	1.13
Поисковая система	586	4.32	1.02
Сайт научного общества	503	3.00	1.40
Другое	125	1.95	1.51

<sup>1</sup>У респондентов была возможность пропустить ответ, в силу чего число ответов варьируется

Таблица 13. Описательная статистика относительных баллов при оценке инструментов поиска статей в открытом доступе по сектору деятельности

Род деятельности	Образование, обучение		Гос. и муниципальные структуры		Научно-исследовательская деятельность		Медицина		Коммерческая компания		Другое							
	Источник	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)					
Специализированная библиографическая база данных	436	4.15	(1.24)	36	4.5	(1.08)	44	3.8	(1.39)	25	3.88	(1.56)	19	4	(1.25)	14	3.5	(1.56)
Сайты библиотек, библиотечный поиск, поисковые системы	429	4.02	(1.28)	37	3.78	(1.34)	41	3.22	(1.56)	24	3.83	(1.61)	18	3.83	(1.1)	17	3.76	(1.35)
Базы данных журналов	395	3.09	(1.39)	35	2.97	(1.25)	40	2.6	(1.3)	22	2.91	(1.41)	19	1.84	(0.9)	12	3	(1.54)
Репозитории тематических препринтов	375	2.39	(1.25)	33	2.58	(1.2)	42	2.19	(1.19)	20	2	(1.12)	20	2.5	(1.54)	12	2.17	(1.4)
Социальные сети, в том числе деловые/профессиональные	394	3.19	(1.45)	34	3.71	(1.19)	44	3.3	(1.56)	21	3.62	(1.47)	21	3.52	(1.47)	14	3	(1.57)
Сайты издательств	407	3.45	(1.37)	36	3.75	(1.23)	45	3.56	(1.45)	23	3.57	(1.56)	21	3.43	(1.54)	14	3.14	(1.79)
Архив электронных оповещений о новых выпусках журналов	369	2.79	(1.42)	32	2.88	(1.34)	38	1.89	(1.27)	21	2.29	(1.23)	19	2.53	(1.43)	14	2.36	(1.65)
Сайт журнала	429	4.23	(1.05)	39	4.18	(1.12)	44	3.86	(1.29)	24	3.75	(1.48)	21	4	(1.38)	15	3.87	(1.6)
Поисковая система	438	4.36	(0.98)	37	4.22	(1.13)	48	4.15	(1.13)	24	3.96	(1.43)	22	4.45	(0.8)	17	4.29	(1.21)
Сайт научного общества	372	3.02	(1.39)	34	3.24	(1.33)	41	2.66	(1.42)	22	2.91	(1.66)	20	3.1	(1.48)	14	2.64	(1.39)
Другое	85	1.78	(1.33)	7	2.14	(1.57)	14	2.14	(1.88)	9	2.44	(1.81)	4	3	(2.31)	6	2.33	(2.07)

Таблица 14. Описательная статистика относительных баллов при оценке инструментов поиска статей в открытом доступе для респондентов с разным видом занятости

Страна	Преподаватель ВО или СПО		Исследователь, научный работник		Студент		Менеджер/ Руководитель		Библиотекарь/ Менеджер по информации		Психолог		Аспирант, докторант		Другое	
	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)
Специализированная библиографическая база данных	238	4.16 (1.21)	169	3.93 (1.37)	30	4.13 (1.25)	22	4.36 (0.95)	65	4.54 (0.97)	8	3.38 (1.6)	27	3.93 (1.41)	15	3.8 (1.7)
Сайты библиотек, библиотечный поиск, поисковые системы	238	4.01 (1.24)	168	3.55 (1.5)	30	4.43 (0.97)	20	3.7 (1.17)	60	4.47 (0.98)	11	4.27 (1.27)	25	3.76 (1.39)	14	3.93 (1.49)
Базы данных журналов	218	2.99 (1.33)	161	2.84 (1.41)	30	2.83 (1.39)	19	2.68 (1.45)	51	3.75 (1.23)	8	3.25 (1.39)	23	3.04 (1.4)	13	2.31 (1.44)
Репозитории тематических препринтов	206	2.29 (1.23)	163	2.43 (1.29)	27	2.11 (1.01)	20	2.5 (1.36)	44	2.59 (1.3)	8	1.88 (0.99)	23	2.57 (1.34)	11	2.55 (1.29)
Социальные сети, в том числе деловые/профессиональные	221	3.24 (1.46)	170	3.46 (1.43)	28	2.79 (1.47)	20	3.3 (1.3)	46	2.91 (1.49)	8	2.38 (1.92)	23	3.48 (1.27)	12	3.25 (1.48)
Сайты издательств	219	3.39 (1.4)	172	3.52 (1.42)	30	3.3 (1.32)	21	3.24 (1.37)	60	3.92 (1.12)	8	2.88 (1.81)	23	3.65 (1.43)	13	3.23 (1.54)
Архив электронных оповещений о новых выпусках журналов	207	2.88 (1.44)	153	2.38 (1.37)	28	2.46 (1.2)	20	3.1 (1.52)	42	2.64 (1.45)	8	2.88 (1.64)	23	2.74 (1.36)	12	2.83 (1.47)
Сайт журнала	246	4.27 (1.02)	172	3.99 (1.26)	32	3.97 (1.26)	21	4.24 (0.94)	54	4.2 (1.07)	10	4.7 (0.67)	24	3.92 (1.38)	13	4.46 (1.13)
Поисковая система	253	4.36 (0.91)	179	4.17 (1.21)	36	4.58 (0.87)	20	4.3 (1.03)	51	4.16 (1.07)	9	4.67 (0.71)	25	4.48 (0.87)	13	4.69 (0.63)
Сайт научного общества	212	3.07 (1.38)	156	2.63 (1.39)	29	3.45 (1.45)	17	3.41 (1.33)	45	3.09 (1.4)	9	4.33 (1.32)	23	3.04 (1.33)	12	3.33 (1.23)
Другое	53	1.75 (1.4)	46	2.24 (1.66)	7	2 (1.53)	4	3 (2.31)	4	1.75 (1.5)	0	—	7	1.57 (0.98)	4	1 (0)

Таблица 15. Описательная статистика относительных баллов при оценке инструментов поиска статей в открытом доступе у респондентов с разной специализацией

Специализация	Психология		Образование и педагогика		Медико-биологические науки		Гуманитарные науки		Технические, компьютерные математические науки, технологии		Социальные и политические науки		Бизнес/ Экономика/ Бухгалтерское дело/ Финансы/ Юриспруденция		Науки об окружающей среде/ Естественные науки		Другое	
	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)
Специализированная библиографическая база данных	174	3.87 (1.4)	46	4.26 (1.24)	49	4.2 (1.29)	107	4.24 (1.17)	42	3.98 (1.3)	44	4.43 (0.97)	49	4.18 (1.32)	37	4.05 (1.25)	2	4.38 (0.94)
Сайты библиотек, библиотечный поиск, поисковые системы	177	3.94 (1.35)	44	4.05 (1.22)	45	3.33 (1.58)	105	4.1 (1.25)	40	3.92 (1.38)	44	4.02 (1.28)	49	4 (1.22)	37	3.7 (1.2)	2	3.88 (1.39)
Базы данных журналов	168	3.02 (1.41)	4	3.05 (1.58)	4	2.67 (1.29)	94	3.26 (1.38)	35	2.66 (1.41)	42	3.02 (1.33)	44	2.73 (1.34)	36	2.81 (1.26)	24	3.29 (1.08)
Репозитории тематических препринтов	158	2.24 (1.19)	41	2.46 (1.4)	39	2.18 (1.17)	91	2.58 (1.33)	32	2.75 (1.39)	38	2.13 (1.12)	43	2.16 (1.11)	36	2.33 (1.17)	24	2.88 (1.42)
Социальные сети, в том числе деловые/профессиональные	168	3.31 (1.5)	41	3.34 (1.46)	42	3.36 (1.48)	94	3.31 (1.41)	38	3.16 (1.52)	42	3.26 (1.43)	42	2.76 (1.36)	37	3.19 (1.52)	24	3.5 (1.25)
Сайты издательств	170	3.45 (1.43)	45	3.53 (1.31)	43	3.47 (1.35)	99	3.41 (1.38)	40	3.65 (1.37)	42	3.69 (1.42)	44	2.84 (1.4)	37	3.92 (1.32)	2	3.62 (1.27)
Архив электронных оповещений о новых выпусках журналов	158	2.73 (1.44)	39	3.05 (1.43)	37	2.3 (1.13)	87	2.75 (1.4)	33	2.7 (1.45)	41	2.46 (1.52)	43	2.6 (1.42)	35	2.77 (1.5)	2	2.45 (1.39)
Сайт журнала	186	4.25 (1.15)	45	4.36 (1)	44	3.5 (1.25)	104	4.3 (0.92)	38	4.16 (1.33)	42	4.21 (1.02)	5	4.1 (1.18)	38	3.97 (1.3)	2	4.04 (0.98)
Поисковая система	187	4.5 (0.86)	47	4.3 (0.98)	47	3.79 (1.3)	107	4.43 (0.89)	42	4.6 (0.7)	44	4.23 (1.08)	49	4.14 (1.17)	38	4.05 (1.27)	2	3.92 (1.32)
Сайт научного общества	155	3.11 (1.43)	4	3.1 (1.41)	4	2.62 (1.44)	91	3.31 (1.32)	35	2.6 (1.48)	4	2.83 (1.45)	42	2.93 (1.3)	36	2.61 (1.32)	24	3.08 (1.38)
Другое	39	1.9 (1.5)	8	1.75 (1.49)	15	2.47 (1.92)	17	2.53 (1.66)	10	1.4 (1.26)	12	1.25 (0.62)	13	1.62 (1.19)	9	2.67 (1.73)	2	1 (0)



## Анализ ответов на вопрос «Какие функции на издательских сайтах журналов кажутся вам полезными?»

Таблица 16. Частота выбора различных функций издательских сайтов

Функционал	Доля выборов (%)
Новости	28.2%
Возможность скачивать изображения для использования в PowerPoint	27%
Избранные статьи/Выбор редактора	25.4%
Оповещения о цитированиях	31.4%
Оповещения о содержании новых номеров	54.4%
Поиск	80.2%
Возможность сохранить поиск, оповещения о сохраненных поисках	24.9%
Поиск связанных статей или других материалов по той же теме	58.1%
Функция Cited By	30.5%
Персонализация; история поисков, просмотров и скачанных статей	23.2%
Презентации	11.7%
Подача статей	30.8%
Информация для авторов	44%
Связывание ссылок	22.4%
Постатейные метрики	13.7%
Ссылки на обосновывающие данные	24.5%
Возможность поделиться в социальных сетях	17.3%
Специализированные расширения и инструменты для работы с PDF и библиографической информацией	22.9%

Таблица 17. Частота выбора различных функций издательских сайтов по роду деятельности

Функционал	Образование, обучение	Гос. и муниципальные структуры	Научно-исследовательская деятельность	Медицина	Коммерческая компания	Другое
Новости	28.6%	27.3%	28.3%	20.7%	33.3%	23.5%
Возможность скачивать изображения для использования в PowerPoint	25.8%	27.3%	30.2%	31%	37.5%	29.4%
Избранные статьи/Выбор редактора	24.1%	34.1%	22.6%	27.6%	37.5%	29.4%
Оповещения о цитированиях	32.1%	31.8%	26.4%	34.5%	29.2%	23.5%
Оповещения о содержании новых номеров	54.6%	47.7%	56.6%	55.2%	54.2%	58.8%
Поиск	78.7%	84.1%	86.8%	82.8%	83.3%	88.2%
Возможность сохранить поиск, оповещения о сохраненных поисках	26.6%	18.2%	17%	24.1%	20.8%	23.5%
Поиск связанных статей или других материалов по той же теме	58.3%	61.4%	58.5%	58.6%	50%	52.9%
Функция Cited By	28.2%	27.3%	43.4%	41.4%	50%	23.5%
Персонализация; история поисков, просмотров и скачанных статей	23.7%	18.2%	22.6%	24.1%	25%	17.6%
Презентации	13.1%	11.4%	3.8%	6.9%	4.2%	11.8%
Подача статей	29.5%	43.2%	37.7%	17.2%	33.3%	35.3%
Информация для авторов	41.3%	52.3%	56.6%	41.4%	54.2%	52.9%
Связывание ссылок	20.4%	40.9%	30.2%	20.7%	20.8%	17.6%
Постатейные метрики	11.5%	20.5%	18.9%	13.8%	29.2%	23.5%
Ссылки на обосновывающие данные	23.9%	29.5%	26.4%	24.1%	25%	23.5%
Возможность поделиться в социальных сетях	17.4%	18.2%	9.4%	13.8%	29.2%	23.5%
Специализированные расширения и инструменты для работы с PDF и библиографической информацией	23.9%	15.9%	13.2%	20.7%	33.3%	29.4%

Таблица 18. Частота выбора различных функций издательских сайтов по виду занятости респондентов

Функционал	Преподаватель ВО или СПО	Исследователь, научный работник	Студент	Менеджер/ Руководитель	Библиотекарь/ Менеджер по информации	Психолог	Аспирант, докторант	Другое
Новости	27.9%	24.1%	31.6%	41.7%	30.1%	36.4%	30%	35.3%
Возможность скачивать изображения для использования в PowerPoint	26.9%	24.6%	28.9%	41.7%	21.9%	36.4%	23.3%	52.9%
Избранные статьи/Выбор редактора	22.4%	28.2%	26.3%	33.3%	17.8%	54.5%	30%	35.3%
Оповещения о цитированиях	29.7%	34.9%	28.9%	33.3%	24.7%	9.1%	46.7%	41.2%
Оповещения о содержании новых номеров	55.5%	57.9%	36.8%	66.7%	46.6%	54.5%	60%	41.2%
Поиск	75.9%	79.5%	92.1%	87.5%	83.6%	100%	86.7%	88.2%
Возможность сохранить поиск, оповещения о сохраненных поисках	23.4%	19%	44.7%	29.2%	30.1%	9.1%	40%	29.4%
Поиск связанных статей или других материалов по той же теме	55.9%	55.9%	81.6%	50%	57.5%	81.8%	60%	64.7%
Функция Cited By	24.8%	40.5%	28.9%	33.3%	20.5%	9.1%	46.7%	41.2%
Персонализация; история поисков, просмотров и скачанных статей	22.4%	21.5%	36.8%	4.2%	16.4%	18.2%	53.3%	29.4%
Презентации	12.1%	10.8%	10.5%	4.2%	13.7%	18.2%	3.3%	29.4%
Подача статей	30.3%	32.8%	31.6%	29.2%	26%	36.4%	26.7%	41.2%
Информация для авторов	45.5%	54.9%	15.8%	37.5%	30.1%	36.4%	46.7%	23.5%
Связывание ссылок	17.6%	26.7%	23.7%	12.5%	30.1%	27.3%	26.7%	23.5%
Постатейные метрики	10.7%	16.4%	13.2%	20.8%	13.7%	0%	23.3%	17.6%
Ссылки на обосновывающие данные	22.4%	22.6%	55.3%	16.7%	23.3%	54.5%	16.7%	23.5%
Возможность поделиться в социальных сетях	13.8%	14.4%	34.2%	29.2%	27.4%	27.3%	10%	17.6%
Специализированные расширения и инструменты для работы с PDF и библиографической информацией	20.7%	16.4%	28.9%	25%	42.5%	18.2%	23.3%	35.3%

Таблица 19. Частота выбора различных функций издательских сайтов по специализации

Функционал	Психология	Образование и педагогика	Медико-биологические науки	Гуманитарные науки	Технические, компьютерные математические науки, технологии	Социальные и политические науки	Бизнес/ Экономика/ Бухгалтерское дело/ Финансы/ Юриспруденция	Науки об окружающей среде/ Естественные науки	Другое
Новости	29.9%	27.8%	25%	31.5%	22.2%	29.2%	21.1%	19%	44.8%
Возможность скачивать изображения для использования в PowerPoint	31.8%	37%	39.3%	24.4%	20.4%	8.3%	15.8%	28.6%	24.1%
Избранные статьи/Выбор редактора	24.6%	29.6%	26.8%	23.6%	25.9%	39.6%	17.5%	33.3%	6.9%
Оповещения о цитированиях	32.2%	42.6%	39.3%	28.3%	29.6%	27.1%	21.1%	38.1%	24.1%
Оповещения о содержании новых номеров	56.9%	48.1%	51.8%	56.7%	42.6%	58.3%	50.9%	59.5%	58.6%
Поиск	82.5%	90.7%	71.4%	82.7%	83.3%	77.1%	68.4%	78.6%	75.9%
Возможность сохранить поиск, оповещения о сохраненных поисках	24.2%	20.4%	19.6%	32.3%	35.2%	14.6%	22.8%	26.2%	17.2%
Поиск связанных статей или других материалов по той же теме	67.8%	72.2%	46.4%	59.8%	51.9%	52.1%	35.1%	50%	55.2%
Функция Cited By	31.3%	35.2%	32.1%	22.8%	27.8%	35.4%	22.8%	40.5%	44.8%
Персонализация; история	23.2%	20.4%	19.6%	26%	24.1%	20.8%	31.6%	19%	13.8%

Функционал	Психология	Образование и педагогика	Медико-биологические науки	Гуманитарные науки	Технические, компьютерные математические науки, технологии	Социальные и политические науки	Бизнес/ Экономика/ Бухгалтерское дело/ Финансы/ Юриспруденция	Науки об окружающей среде/ Естественные науки	Другое
поисков,просмотров и скачанных статей									
Презентации	11.4%	16.7%	7.1%	12.6%	11.1%	4.2%	14%	11.9%	17.2%
Подача статей	25.1%	33.3%	25%	29.1%	35.2%	41.7%	33.3%	42.9%	37.9%
Информация для авторов	42.2%	46.3%	48.2%	40.9%	42.6%	41.7%	45.6%	45.2%	58.6%
Связывание ссылок	19.4%	22.2%	17.9%	16.5%	31.5%	39.6%	14%	33.3%	34.5%
Постатейные метрики	8.1%	16.7%	17.9%	12.6%	14.8%	20.8%	14%	19%	24.1%
Ссылки на обосновывающие данные	28%	31.5%	19.6%	22%	18.5%	31.2%	19.3%	16.7%	27.6%
Возможность поделиться в социальных сетях	12.3%	29.6%	14.3%	22%	13%	29.2%	10.5%	16.7%	17.2%
Специализированные расширения и инструменты для работы с PDF и библиографической информацией	18.5%	33.3%	21.4%	25.2%	27.8%	20.8%	17.5%	21.4%	34.5%

## Анализ ответов на вопрос «Если вам нужно найти отрецензированную видео-статью, где вы начинаете свой поиск?»

Таблица 20. Описательная статистика относительных баллов при оценке инструментов поиска видеостатей.

Инструмент	N <sup>1</sup>	Средний балл	Стандартное отклонение
Библиографическая база данных	422	3.06	1.65
Библиотечные системы	404	3.03	1.59
Базы данных журналов	397	2.47	1.42
Репозитории тематических препринтов	374	2.09	1.22
Базы данных научно-образовательных видео	392	2.43	1.42
Социальные сети	399	2.68	1.49
Сайты издательств	394	2.77	1.54
Оповещения о новых выпусках журналов	376	2.53	1.44
Сайты журналов	426	3.31	1.64
Поисковая система	423	3.41	1.61
Видеохостинг	391	2.94	1.58
Сайт научного общества	393	2.78	1.50
Другое	147	1.88	1.49

Таблица 21. Описательная статистика относительных баллов при оценке инструментов поиска видеостатей по родам деятельности

Род деятельности	Образование, обучение		Гос. и муниципальные структуры		Научно-исследовательская деятельность		Медицина		Коммерческая компания		Другое	
	Источник	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	
Библиографическая база данных	321	3.13 (1.61)	30	3.5 (1.61)	25	2.36 (1.7)	18	2.56 (1.69)	14	2.93 (1.86)	14	2.5 (1.83)
Библиотечные системы	312	3.17 (1.57)	27	2.89 (1.58)	22	1.95 (1.33)	14	2.36 (1.55)	15	2.73 (1.79)	14	2.86 (1.75)
Базы данных журналов	304	2.54 (1.4)	28	2.57 (1.32)	23	2 (1.38)	15	2.27 (1.49)	14	1.79 (1.48)	13	2.46 (1.81)
Репозитории тематических препринтов	287	2.16 (1.23)	25	2.16 (1.18)	22	1.68 (1.09)	13	1.92 (1.26)	14	1.57 (1.02)	13	1.85 (1.34)
Базы данных научно-образовательных видео	301	2.49 (1.42)	27	2.44 (1.45)	22	1.91 (1.34)	14	2.21 (1.31)	14	2.43 (1.7)	14	2.21 (1.53)
Социальные сети	309	2.72 (1.48)	24	2.83 (1.46)	24	2.12 (1.39)	14	2.5 (1.61)	14	2.71 (1.73)	14	2.5 (1.51)
Сайты издательств	300	2.81 (1.5)	26	2.88 (1.58)	25	2.52 (1.71)	13	2.23 (1.48)	16	2.75 (1.73)	14	2.79 (1.93)
Оповещения о новых выпусках журналов	290	2.62 (1.43)	26	2.58 (1.42)	20	1.5 (0.95)	13	2.38 (1.66)	15	2.53 (1.46)	12	2.17 (1.59)
Сайты журналов	327	3.39 (1.61)	28	3.36 (1.62)	27	2.89 (1.76)	15	2.93 (1.91)	15	2.87 (1.68)	14	3.07 (1.9)
Поисковая система	325	3.49 (1.56)	26	3.54 (1.63)	26	2.81 (1.72)	15	3.07 (1.83)	16	3.19 (1.83)	15	3.07 (1.75)
Видеохостинг	302	2.99 (1.56)	26	3.42 (1.5)	21	1.86 (1.28)	14	2.57 (1.7)	14	3 (1.88)	14	3 (1.8)
Сайт научного общества	302	2.85 (1.48)	26	2.85 (1.52)	22	2.27 (1.58)	12	2.33 (1.78)	16	2.75 (1.65)	15	2.4 (1.59)
Другое	108	1.84 (1.45)	8	1.75 (1.16)	15	2.67 (1.84)	6	1 (0)	5	1.8 (1.79)	5	1.8 (1.79)

Таблица 22. Описательная статистика относительных баллов при оценке инструментов поиска видеостатей по виду занятости

Источник	Работа		Преподаватель ВО или СПО		Исследователь, научный работник		Студент		Менеджер/Руководитель		Библиотекарь/ Менеджер по информации		Психолог		Аспирант, докторант		Другое	
	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)	N	среднее (ст. откл.)
Библиографическая база данных	172	3.08 (1.54)	118	2.64 (1.67)	23	3.26 (1.54)	18	3.17 (1.92)	50	4.02 (1.41)	9	3.22 (1.92)	21	2.86 (1.8)	11	2.55 (1.81)		
Библиотечные системы	169	3.2 (1.51)	108	2.46 (1.59)	23	3.39 (1.44)	18	2.67 (1.61)	47	3.87 (1.39)	10	3.5 (1.84)	19	2.58 (1.68)	10	2.5 (1.72)		
Базы данных журналов	164	2.6 (1.38)	113	2.16 (1.31)	22	2.45 (1.26)	17	2.41 (1.73)	44	3.11 (1.51)	8	2.12 (1.46)	19	2.32 (1.63)	10	1.7 (1.16)		
Репозитории тематических препринтов	154	2.26 (1.24)	110	1.91 (1.17)	21	2.19 (1.21)	17	1.76 (1.03)	36	2.14 (1.2)	7	1.71 (0.95)	20	2.35 (1.6)	9	1.44 (0.88)		
Базы данных научно-образовательных видео	163	2.55 (1.41)	114	2.11 (1.33)	23	2.91 (1.38)	16	2.88 (1.63)	39	2.59 (1.5)	8	2.5 (1.69)	19	2.32 (1.49)	10	1.8 (1.4)		
Социальные сети	170	2.87 (1.45)	112	2.43 (1.49)	23	2.78 (1.51)	17	2.94 (1.6)	38	2.53 (1.35)	8	2.38 (1.51)	20	2.7 (1.78)	11	2.27 (1.56)		
Сайты издательств	158	2.85 (1.46)	114	2.44 (1.54)	21	2.76 (1.41)	19	3.05 (1.65)	42	3.29 (1.55)	9	2.56 (1.94)	19	3 (1.73)	12	2.42 (1.73)		
Оповещения о новых выпусках журналов	159	2.84 (1.43)	105	2.13 (1.36)	22	2.77 (1.57)	18	2.72 (1.53)	36	2.5 (1.32)	8	2.25 (1.39)	18	2.11 (1.37)	10	2.1 (1.66)		
Сайты журналов	181	3.5 (1.56)	116	2.89 (1.69)	22	3.23 (1.66)	19	3.26 (1.73)	48	3.98 (1.36)	9	3.11 (1.69)	20	2.85 (1.9)	11	3.09 (1.81)		
Поисковая система	181	3.51 (1.54)	118	3.03 (1.72)	24	3.75 (1.51)	18	3.67 (1.64)	41	3.85 (1.33)	8	3.5 (1.69)	22	3.27 (1.72)	11	3.27 (1.74)		
Видеохостинг	166	2.96 (1.51)	110	2.62 (1.63)	22	3.27 (1.55)	17	3.35 (1.58)	38	3.18 (1.57)	8	3 (1.51)	19	3.16 (1.83)	11	3.45 (1.75)		
Сайт научного общества	165	2.88 (1.47)	107	2.28 (1.39)	24	3.04 (1.49)	17	3 (1.7)	40	3.05 (1.41)	9	3.78 (1.64)	19	3.05 (1.75)	12	2.83 (1.8)		
Другое	68	1.91 (1.51)	49	1.84 (1.43)	5	1.4 (0.89)	4	2.25 (1.89)	8	1.62 (1.41)	1	4 (NA)	7	2.14 (1.95)	5	1.8 (1.79)		



Таблица 23. Описательная статистика относительных баллов при оценке инструментов поиска видеостатей по специализации

Специализация	Психология		Образование и педагогика		Медико-биологические науки		Гуманитарные науки		Технические, компьютерные математические науки		Социальные и политические науки		Бизнес/ Экономика/ Бухгалтерское дело/ Финансы/ Юриспруденция		Науки об окружающей среде. Естественные науки		Другое	
	число оценок	среднее (ст. откл.)	число оценок	среднее (ст. откл.)	число оценок	среднее (ст. откл.)	число оценок	среднее (ст. откл.)	число оценок	среднее (ст. откл.)	число оценок	среднее (ст. откл.)	число оценок	среднее (ст. откл.)	число оценок	среднее (ст. откл.)	число оценок	среднее (ст. откл.)
Библиографическая база данных	125	2.96 (1.57)	36	3.53 (1.61)	37	3 (1.81)	87	3.34 (1.62)	29	2.62 (1.76)	26	3.38 (1.53)	38	2.92 (1.62)	24	2.21 (1.59)	20	3.2 (1.79)
Библиотечные системы	125	3.06 (1.58)	34	3.35 (1.7)	27	2.67 (1.41)	84	3.3 (1.53)	28	2.75 (1.73)	25	3.4 (1.58)	38	2.82 (1.5)	23	2.09 (1.41)	20	3.1 (1.8)
Базы данных журналов	120	2.42 (1.38)	35	2.8 (1.62)	28	2.29 (1.36)	81	2.64 (1.47)	27	2.07 (1.3)	25	2.68 (1.35)	37	2.41 (1.32)	24	1.75 (1.11)	20	2.95 (1.61)
Репозитории тематических препринтов	116	2.07 (1.21)	32	2.12 (1.29)	26	1.88 (1.14)	75	2.24 (1.28)	25	1.96 (1.21)	23	2.09 (1.04)	35	2.2 (1.18)	24	1.71 (1.12)	18	2.39 (1.5)
Базы данных научно-образовательных видео	118	2.41 (1.34)	36	2.83 (1.68)	30	2.37 (1.33)	79	2.48 (1.46)	26	2 (1.23)	23	2.52 (1.41)	37	2.43 (1.39)	24	1.92 (1.44)	19	2.84 (1.61)
Социальные сети	122	2.81 (1.55)	35	2.6 (1.58)	30	2.77 (1.55)	79	2.7 (1.31)	29	2.34 (1.42)	24	2.96 (1.46)	37	2.57 (1.44)	24	1.96 (1.4)	19	3 (1.7)
Сайты издательств	115	2.76 (1.5)	36	2.97 (1.63)	31	2.71 (1.53)	79	2.78 (1.48)	29	2.55 (1.64)	24	3.33 (1.55)	37	2.73 (1.56)	25	2.24 (1.61)	18	2.94 (1.63)
Оповещения о новых выпусках журналов	115	2.69 (1.47)	33	2.61 (1.52)	28	2.36 (1.47)	75	2.67 (1.4)	25	2.04 (1.27)	24	2.83 (1.37)	35	2.49 (1.38)	24	1.54 (1.1)	17	2.82 (1.59)
Сайты журналов	130	3.38 (1.61)	36	3.67 (1.57)	30	2.73 (1.6)	89	3.52 (1.51)	31	3.03 (1.85)	26	3.92 (1.57)	39	3.26 (1.63)	25	2.24 (1.69)	20	3.35 (1.69)
Поисковая система	130	3.72 (1.5)	36	3.5 (1.61)	32	3.06 (1.61)	84	3.48 (1.54)	33	3.33 (1.78)	27	3.52 (1.63)	40	3.2 (1.68)	24	2.21 (1.53)	17	3.35 (1.66)
Видеохостинг	119	3.13 (1.54)	35	3.11 (1.45)	29	2.48 (1.5)	77	2.97 (1.65)	30	2.9 (1.65)	26	3 (1.65)	35	3.03 (1.64)	23	1.96 (1.43)	17	3.12 (1.54)
Сайт научного общества	118	2.94 (1.5)	35	3.06 (1.55)	27	2.33 (1.47)	80	3.06 (1.45)	27	1.89 (1.25)	26	3.12 (1.48)	37	2.7 (1.54)	24	1.71 (1.08)	19	3 (1.49)
Другое	39	2.13 (1.59)	10	2 (1.49)	11	1.27 (0.65)	24	2.29 (1.65)	18	1.89 (1.71)	13	1.69 (1.49)	13	1.54 (1.2)	12	1.17 (0.58)	7	2.14 (1.95)

## Отчет

### Исследование читательских стратегий поиска научных публикаций

#### «Поиск научных публикаций – 2021»

#### Результаты опроса

Шведовская А.А., Корнеев А.А.

Перевод - Виноградова Е.М.

Верстка сетевых форм опроса - Рыженков К.С.

Дизайн и верстка - Степаненкова М.Ю.

Полный набор данных представлен: 10.25449/ruspsydata.19064786

Отчет размещен в свободном доступе на портале психологических изданий PsyJournals.ru

Сетевой адрес: <https://psyjournals.ru>