

Семененко Л. П., Главчев М. І., Главчева Ю. М.

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

## ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ ВЧЕНОГО

**Розглянуто комплекс заходів щодо представлення наукового доробку українських учених у світовому інформаційному просторі задля підтвердження їх високого професійного рівня, налагодження комунікацій українських науковців з ученими світу, підвищення індивідуальних рейтингових показників авторів, видань та установ.**

**Ключові слова:** бренд ученого, наукові комунікації, взаємодія, авторський профіль, авторський ідентифікатор, система управління бібліографією, сервіси інтернет для науковця, куратор змісту, стратегія публікацій, відкритий доступ до наукової інформації, інформаційні ресурси.

Semenenko L., Glavchev M., Glavcheva Y.

## FORMATION OF THE SCIENTIST BRAND

**This article examines complex action plan regarding the representation of the scientific achievements of Ukrainian scientists in the global information space in order to confirm their high professional level, strengthen the communication with scientists from all over the world, and improve rating parameters of authors, publications and institutions.**

**Keywords:** brand of scientists, scientific communication, collaboration, interaction, author profile, author identifier, ORCID, DOI, bibliography management system, Internet for scholar, curator of content, publication strategy, open access to scientific information, information resources.

Упровадження цифрових технологій призвело до радикальних змін усіх напрямів діяльності сучасної бібліотеки: від традиційного інструментарію до методів обслуговування, доступу до ресурсів, форм надання інформації, залучення до управління науковими продуктами і, навіть, науковими процесами.

Зважаючи на активний рух українських наукових організацій та сфери вищої освіти до світового наукового співтовариства та зміцнення української наукової позиції у світовій науці, бібліотеки вищих навчальних закладів мають надати своїм користувачам увесь комплекс наукових та сервісних послуг для успішного подолання цього шляху.

Упровадження нових моделей наукової комунікації передбачає переміщення взаємодії в площину цифрових комунікацій. Переважно саме там сьогодні формується та поширюється світове наукове знання й відбувається обмін інформацією в процесах спілкування [1, с. 147]. Глобалізація пронизує усі сфери людської діяльності, є потужним чинником впливу на результати діяльності ученого, на динаміку його розвитку як інформаційного донора. «Сучасний світ побудований на зв'язках між глобальними містами. Ці зв'язки є основним капіталом планети. Включеність в ці зв'язки є основою розвитку. Виключність – причиною занепаду. Так виглядає екзистенційне питання «Бути чи не бути?» в 21 столітті». (Тарас Данько НТУ «ХПІ» <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=903349933055409&set=a.167510069972736.42916.100001412322484&type=3&theater>)

Сформований бренд є запорукою такої «включеності». Бренд (англ. Brand, [brænd] – клеймо) – торгова марка, яка в уявленні споживача має певні характерні цінні властивості і атрибути [2].

«Бренд – це сукупність уявлень, асоціацій, образів, ідей і обіцянок, які складаються в умах людей». Тобто явище, що володіє стійкими асоціаціями (іміджем) і має широку популярність [3].



Рис. 1. Мана усіх зв'язків

Бренд – це відмінна репутація, імідж і асоціації, що виникають у свідомості людей, коли вони чують ту чи іншу назву або бачать якісь атрибути. Це невловима сума властивостей, що складається з назви, його історії, гарних вражень, довіри, які воно викликає [4].

На формування бренду впливають:

- доступність інформації про вченого і академічну або наукову організацію, до якої він належить;
- наукометричні індекси;
- використання глобальних ідентифікаторів для підвищення точності при розрахунку показників;
- наявність публікацій в журналах з високим імпаکت-фактором;
- наявність публікацій в ресурсах, для яких забезпечено видимість у світовому інформаційному просторі;
- залучення до світової системи комунікацій;
- рівень компетентності.

Бібліотека як соціальна інституція вирішує державні завдання. Наукові бібліотеки України мають долучитися до формування бренду учених та наукових установ регіону, а бібліотеки вищих навчальних закладів – до формування бренду університету, його науковців та видань задля представлення наукового доробку українських учених у світовому інформаційному просторі. Це дозволить продемонструвати високий рівень наукових досліджень українських науковців, допоможе їм налагодити комунікації з ученими світу, яких цікавить розробка наукових напрямків, предметів дослідження, підвищити рівень упізнання у світі, отримати інвестиції у фундаментальну науку та конкретні прикладні дослідження. Цей напрямок діяльності особливо важливий на фоні розриву наукових контактів з ученими Росії.

Така дієва підтримка з боку бібліотек дозволить пришвидшити визнання наукового доробку українців у світі, продемонструвавши при цьому значущість і кваліфікацію і самих бібліотек у сучасному інформаційному середовищі.

Для Інтернет аудиторії видимість інформації про вченого можна підвищити завдяки:

- формуванню авторських профілів;
- використанню професійних мереж;

- використанню соціальних мереж;
- застосуванню сервісів для збору, обробки, поширення та зберігання інформації;
- використання глобальних ідентифікаторів (однозначна ідентифікація авторів і документів);
- представлення інформації на сайтах бібліотек.

**Авторські профілі** за типом реєстрації поділяються на ретроспективні – після факту публікації (*Scopus*) та вільної реєстрації – за бажанням автора (*ResearcherID*, *ORCID*, *Google Scholar*, *eLIBRARY (SCIENCE INDEX)*, *інші*).

Існує багато ресурсів, у яких автор має можливість створити свій профіль. Деякі з них:

- ORCID <http://orcid.org>;
- ResearcherID <http://www.researcherid.com>;
- Google Scholar <http://scholar.google.com/intl/ru/scholar/citations.html>;
- ResearchGate <https://www.researchgate.net>;
- eLIBRARY (SCIENCE INDEX) [http://elibrary.ru/project\\_author\\_tools.asp](http://elibrary.ru/project_author_tools.asp);
- Ukrainian Scientists Worldwide <http://usw.com.ua>;
- Microsoft Academic Search <http://academic.research.microsoft.com>;
- Index Copernicus <http://en.indexcopernicus.com/pages/view/id/27>;
- Scientific Social Community <http://www.science-community.org>;

При створенні профілю необхідно надати основні відомості:

- прізвище, ім'я, по батькові;
- інші варіанти прізвища, ім'я, по батькові;
- місце роботи, підрозділ, посада;
- учений ступінь, звання;
- інші ідентифікатори автора;
- предметна область досліджень;
- ключові слова;
- список публікацій (з ресурсу або з можливістю додавати усі публікації за бажанням автора).

**Цифрові ідентифікатори.** Назви організацій, партнерів, співавторів впливають на взаємний імідж та допомагають у формуванні бренду ученого. Оскільки прізвища не є унікальними, у статтях транслітеруються їх різні мовні варіанти то виникає проблема ідентифікації автора та визначення його публікацій. Унікальний ідентифікатор автора вирішує проблему правильного визначення документів конкретного автора. Для публікації застосовується DOI (Digital Object Identifier, цифровий ідентифікатор об'єкта), стандарт представлення в мережі інформації про об'єкт.

Задля економії часу є доцільним проведення обміну інформацією між профілями та імпорту–експорту бібліографічних записів з профілів та інших ресурсів, використання можливостей спеціалізованих систем управління бібліографією (*EndNote*, *Mendeley*). Наприклад, між авторськими профілями *ResearcherID* та *ORCID* реалізовано три рівні обміну:

- перенос даних профілю;
- відправка публікацій *ResearcherID* в *ORCID*;
- відправка публікацій *ORCID* в *ResearcherID*.

У новій редакції *Ranking Web of Repositories* за січень 2015 року введено новий показник *Altmetrics* (25%). *Altmetric* – альтернативні метрики, які побудовані на основі аналізу даних соціального вебу. Це показник видимості за джерелами: *Academia*, *Facebook*, *LinkedIn*, *Mendeley*, *ResearchGate*, *Slideshare*, *Twitter*, інші [5]. Більшість цих мереж та сервісів використовуються студентами і співробітниками для вирішення професійних завдань та задля розваг.

У січні 2015 року *ResearchGate* налічувала 6 млн. науковців, серед яких 71 науковець (129 публікацій) НТУ «ХПІ».

The screenshot displays the ResearchGate profile for Kharkiv Polytechnical Institute. At the top left is the institute's logo. The header includes the name 'Kharkiv Polytechnical Institute' and 'Kharkiv, Ukraine', along with an 'Invite colleagues' button. A navigation menu contains 'OVERVIEW', 'CONTRIBUTIONS', 'DEPARTMENTS', 'MEMBERS', and 'MEMBER STATS'. The main content area is divided into several sections:
 

- Summary:** Total RG Score of 345.85 (from 71 members) and Total Impact Pts of 146.42 (from 129 publications). There are buttons for 'View member stats' and 'Add these stats to your site'.
- DEPARTMENTS:** Lists 'Dynamics and Strength of Machines' with 7 members and a 'View all' link.
- MEMBERS:** A section titled '71 MEMBERS' with a 'View all' link and a grid of member avatars. Below the grid is an 'Invite your colleagues' button.
- Library:** A section with a shield icon and the text 'Update to an official department'.

Рис. 2. Профіль НТУ «ХПІ» в ResearchGate  
[https://www.researchgate.net/institution/Kharkiv\\_Polytechnical\\_Institute](https://www.researchgate.net/institution/Kharkiv_Polytechnical_Institute)

Профіль користувача містить основні відомості про автора, його публікації, доступні для перегляду дані статистики та метрики (RG-line – власна метрика), забезпечує зворотний зв'язок, обговорення своєї роботи. Науковець може розміщувати не лише опубліковані, а й ще не опубліковані матеріали, генерувати DOI.

### Сервіси для збору, обробки, поширення та зберігання інформації.

Існує багато сервісів для відбору, збереження інформації в Інтернет, які допоможуть зробити пошук інформації більш ефективним (Scoop.It, Rebel Mouse, Evernote, Diigo, Symbaloo, Netvibes, інші).

Комплекс хмарних сервісів (описаних вище інструментів та мереж) забезпечують швидкість і комфорт при виконанні звичайних завдань (пошук, консультації, публікації) та формують персональну навчальну мережу.

Персональне навчальне середовище (ПНС) – це набір навчальних інструментів, соціальних сервісів, інформаційних ресурсів, суб'єктів навчальної діяльності, які створюють комфортні умови студенту для навчання, науковцю – для професійної діяльності. Воно є не тільки комфортним середовищем для здійснення діяльності, а й засобом створення персональної навчальної мережі, де ми можемо взаємодіяти не тільки з нашими прямими колегами, але і з їх партнерами по діяльності. Оволодіти хмарними сервісами та отримати навички формування ПНС можна на дистанційному курсі «Куратор змісту», що проводиться бібліотекою разом з проблемною лабораторією дистанційного навчання НТУ «ХПІ» (<http://dl.kharkiv.edu>).

Наукові відкриття прийнято оприлюднювати на конференціях та в наукових журналах. Вибір видання та стратегії публікації залежить від мети, яку ставить перед собою автор [6]. На думку компанії Thomson Reuters умовно визначаються агресивна, помірна і консервативна стратегії.

Агресивна стратегія є найскладнішою, але й найефективнішою (публікації у виданнях з найбільшим рейтингом – Q1). Помірна стратегія більш доступна (Q2, Q3). Консервативна стратегія – публікації в журналах діапазону Q4 потребує більше часу для досягнення результату [7].

Доцільно використовувати одночасно й інші шляхи для підвищення цитування:

- розміщення публікацій у виданнях відкритого доступу;
- залучення зарубіжних співавторів;
- цитування зарубіжних джерел.

У лексикі відкритого доступу є два терміни – «метафори», що відносяться до способів організації відкритого доступу: зелена дорога (the green road) і золота дорога (the golden road).

«Зелена дорога» – це архівування наукових публікацій ученими на власних веб-сайтах або в інституційних репозитаріях. Архівування не виключає публікації цих же статей у комерційних журналах. «Золота дорога» – це публікація статей в електронних журналах відкритого доступу [8].

НТУ «ХП» підтримує рух відкритого доступу. Науково-технічна бібліотека надає можливість науковцям публікувати статті та інші наукові матеріали в інституційному репозитарії, організує науково-методичні та практичні семінари, забезпечує можливість самоархівування.

Володіння навичками роботи з ресурсами відкритого доступу, а саме з достовірними науковими джерелами, дозволяє знайти документ, проаналізувати та зробити посилання. Дискусії та діалоги у професійних мережах допоможуть знайти співавтора.

Створення ефективного інструменту управління наукою, безсумнівно, лягає на плечі фахівців з роботи з інформацією. Тільки вони здатні обробити колосальні обсяги даних, отриманих за результатами наукових досліджень у всьому світі, і обрати надійну та якісну інформацію, придатну для прийняття управлінських рішень у сфері науки. Досвід роботи з інформацією, незалежно від її тематичної спрямованості, є цінним фундаментом при створенні бібліометричної інформації та інформаційно-аналітичних систем, побудованих на ній. Тому саме бібліотека, причому наукова, з високим рівнем використання інформаційних технологій, сьогодні може вирішувати такого роду міждисциплінарні завдання, зберігаючи при цьому об'єктивність. Професійна група бібліотекарів є неупередженою щодо визнання авторитету того чи іншого науковця, академічної установи, наукового видання, оскільки вони не мають матеріальних та інших вигод. Саме бібліотекар є незаангажованим у своїх уподобаннях та спроможний вирішувати проблему системно, комплексно, виробити стратегію просування наукового доробку університету, учених, видань.

Будучи сполучною ланкою між творцями, розповсюджувачами та споживачами наукової інформації, бібліотекарі здатні впливати на будь-яку з ланок, контролювати процес і займати вагомий позицію при роботі з документами. Роль і значення бібліотеки визначаються не тільки обсягом і різноманітністю її фонду, а й якістю пропонованих послуг. Надаючи користувачам широкий спектр інформаційно-бібліографічних та сервісних послуг у будь-який час, у будь-якому місці, з будь-якого пристрою, удосконалюючи свою діяльність, бібліотека впливає і на діяльність університету.

Більшість бібліотек вищих навчальних закладів мають інструменти для створення бібліографічних і повнотекстових баз даних наукових праць, забезпечують стійкий доступ до них, укладають біобібліографію. Але на сьогодні цього вже замало!

Інформаційної, науково-методичної й технологічної підтримки потребують видання університетів. Ресурси власної генерації мають бути інтегровані до світового інформаційного простору. Не можна ігнорувати й необхідність підвищення інформаційної та ІТ-культури користувачів бібліотек. Учені хочуть мати неупереджену оцінку результатів своєї діяльності з авторитетних джерел, розширювати співпрацю зі своїми колегами у різних країнах, оперативно отримувати профільну релевантну інформацію. Окрім того варто застосовувати і форми роботи, що стали вже традиційними (з представленням на сайті бібліотеки): укладання віртуальних біобібліографічних покажчиків, висвітлення наукових подій університету, організація персональних віртуальних виставок, наприклад, проекти «Наукова школа електротехніки «ХП», «Учені НТУ «ХП» – освіти, науці, промисловості: кращі видання». Привернути увагу користувачів сайту бібліотеки до певної події: вітання з нагоди нагороди, отримання учених ступенів та звань, вихід у світ монографії, підручника, ювілей ученого або кафедри, робота конференції, з представленням якісного контенту відповідної події. Актуалізувати публікації у Вікіпедії.

Використовуючи весь арсенал своїх ресурсів, можливостей, а головне, маючи підготовлених фахівців, бібліотеки України, об'єднавши свої зусилля, здатні системно і послідовно виконати увесь комплекс робіт задля формування бренду кожного вченого, що сприяє підвищенню не лише їхньої публікаційної активності, упізнаності та рівня цитування, а ще й підвищенню рейтингових позицій університетів України та іміджу української науки у світі.

Вища бібліотекознавча школа має зважати на розвиток нових напрямів діяльності бібліотек при формуванні навчальних планів підготовки фахівців та забезпечити систему безперервної освіти для

своїх випускників. Ефективним засобом підвищення кваліфікації є відкриті дистанційні курси. Це підтверджує практичний досвід з проведення відкритого дистанційного курсу «Куратор змісту» [9].

Інформування, навчання, допомога в реалізації, моніторинг, аналіз, виправлення помилок, подальша взаємодія. Бібліотека НТУ «ХПІ» не тільки все це реалізує, а й постійно впроваджує нові затребувані часом форми та напрямки взаємодії з читачами. Ми можемо допомогти ученим сформувати їхній бренд, але також маємо розуміти, що основа бренду ученого – це його наукові досягнення.

#### Список використаних джерел:

1. Колесникова Т. О. Цифрові сервіси бібліотек ВНЗ із забезпечення розвитку науки [Електронний ресурс] / Т. О. Колесникова // Бібліотеки ВНЗ України у процесі імплементації Закону «Про вищу освіту» та інформатизації суспільства : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., Івано-Франківськ, 16-19 черв. 2015 р. Івано-Франківськ : НТБ ІФНТУНГ, 2015. – С. 147-160. – Режим доступу: [http://library.univ.kiev.ua/ukr/for\\_lib/konf-2015-5/konf-2015-5.pdf](http://library.univ.kiev.ua/ukr/for_lib/konf-2015-5/konf-2015-5.pdf) (дата звернення: 10.07.2015). – Назва з екрану.
2. Бренд [Електронний ресурс] // Википедія : свободная энциклопедия – Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4> (дата обращения: 10.07.2015). – Загл. с экрана.
3. Крайнюченко О. Ф. Досвід вітчизняних підприємств у створенні корпоративного бренду / О. Ф. Крайнюченко, Ю. І. Максименко, Т. В. Гаврилова // Формування ринкових відносин в Україні : зб. наук. пр. – Київ : НДЕІ, 2011. – Вип. 7 (122) – С. 114–116.
4. Борзих М. Основні недоліки та переваги в управлінні й використанні брендами / М. Борзих // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – 2003. – № 4. – С. 94.
5. JANUARY 2015: New edition with updated info [Electronic resource]. – Mode of access: <http://repositories.webometrics.info/en/node/25> (дата обращения: 10.07.2015). – Title from the screen.
6. Парамонов С. Бренд ученого: как сделать так, чтобы нас цитировали [Электронный ресурс] / С. Парамонов. – Режим доступа: [http://wokinфо.com/media/pdf/ru-researcher\\_brand.pdf](http://wokinфо.com/media/pdf/ru-researcher_brand.pdf) (дата обращения: 10.07.2015). – Загл. с экрана.
7. Бренд ученого–2: расскажите о себе миру [Электронный ресурс] // За кадры. – 2014. – № 8 (3408). – Режим доступа: <http://za-kadry.tpi.ru/article/3408/7959.htm> (дата обращения: 10.07.2015). – Загл. с экрана.
8. Линден И. Л. Открытый доступ: «зеленый путь» и «золотой путь» [Электронный ресурс] / И. Л. Линден, Ф. Ч. Линден // Науч. и техн. б-ки. – 2009. – № 7. – Режим доступа: <http://ellib.gpntb.ru/subscribe/index.php?journal=ntb&year=2009&num=7&art=5> (дата обращения: 10.07.2015). – Загл. с экрана.
9. Семененко Л. П. Дистанционный курс «Куратор содержания» – эффективный инструмент адаптации студентов / Л. П. Семененко, Ю. Н. Главчева, М. М. Червыщико // Дистанційна освіта України – 2013. Інформаційне освітнє середовище у системі дистанційного навчання в закладах освіти: інноваційні та психолого-педагогічні аспекти : міжнар. наук.-практ. конф., 25–27 лист. 2013 р. : зб. наук. пр. / Нац. акад. пед. наук України [та ін.] – Харків : ХНАДУ, 2013. – С. 174–179.