

Баранова Ирина Андреевна

магистрант

ФГБОУ ВО «Московский технологический университет»

г. Москва

Назаренко Максим Анатольевич

канд. физ.-мат. наук, доцент

ГБОУ ВО МО «Университет «Дубна»

г. Дубна, Московская область

доцент

ФГБОУ ВО «Московский технологический университет»

г. Москва

НАУКОМЕТРИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ И РЕКЛАМАЦИЯ НАУЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

***Аннотация:** в данной статье рассмотрены наукометрические технологии. Представлена связь наукометрических технологий с претензиями к уровню научных исследований, которые могут выражаться в виде рекламаций от заказчиков. Перечислены основные заказчики научного исследования. Отмечены особенности оценки качества результатов научного труда.*

***Ключевые слова:** научные исследования, рекламация, науковедение, наукометрия.*

Основным результатом научно-исследовательской деятельности, как правило, являются публикации, отражающие полученные в результате проведенных исследований результаты. Указанные публикации могут существенно отличаться своими характеристиками, включающими, например, квалификацию публикации по принадлежности к научным статьям в научных журналах или тезисам в трудах научных конференций, по принадлежности научного журнала к перечню ВАК, по включению этого журнала в индексирующие системы, такие как Российский индекс научного цитирования, RSCI, Chemical Abstracts, Scopus,

Web of Science или другие базы данных, а также по различным наукометрическим показателям [1].

Современное науковедение учитывает различные наукометрические показатели [2–4], к наиболее популярным относятся индекс Хирша (так называемый h-индекс), характеризующий индивидуальные достижения ученого или достижения научной организации или коллектива, а также импакт-фактор, характеризующий уровень популярности научного журнала в современном (или ограниченном незначительным историческим сроком) научном дискурсе. Индекс Хирша и импакт-фактор могут вычисляться по ограниченной библиографической базе, причем ограничение может быть не только по времени или историческому периоду, но и по охвату учитываемых изданий, например, только по ядру РИНЦ.

Заказчиком научного исследования могут выступать различные организации или, если научные изыскания проводятся в пределах одной организации, другие подразделения. При этом в университетах очень широко распространена практика выполнения инициативных научных исследований лицами из числа профессорско-преподавательского состава, указанные исследования, как правило, не имеют внешнего по отношению к соответствующей кафедре финансирования, а учитываются в индивидуальном плане работы преподавателя как научная работа (так называемая «правая часть» или «вторая половина дня», если использовать сохранившиеся с прошлого века термины).

Оценка качества результатов научного труда – это во все годы крайне сложная задача, что доказывается активным обсуждением этой темы в любой момент времени. Претензии к качеству научной продукции могут оформляться заказчиком (в описанном выше случае с профессорско-преподавательским составом – руководством кафедры, факультета, института или университета) в виде рекламаций в отношении соответствующего продукта или услуги. Основанием для рекламации могут служить как экспертные оценки (наиболее точный и общепринятый метод), так и наукометрические показатели, которые в современных условиях являются наиболее быстрым и дешевым методом. Следует отметить, что никакие наукометрические показатели, рассматриваемые даже в совокупности,

в настоящий момент не могут квалифицировать уровень научного исследования, но невысокие или нулевые значения этих показателей дают основания считать, что работа соответствующего исследователя, группы или организации должна быть рассмотрена более пристально методом экспертных оценок.

В частности, отсутствие цитирования опубликованной работы в течение среднесрочного периода (в настоящий момент используются разные значения: от двух до пяти лет) может служить основанием для более тщательного рассмотрения результатов этой работы, про которую можно условно сказать следующее: если эта работа ни разу не цитировалась (очень мало цитировалась в соответствующей области), то результаты этой работы никому не понадобились (очень мало кому понадобились) и деятельность соответствующего исследователя (группы исследователей) имеет смысл дополнительно рассмотреть.

Список литературы

1. Назаренко М.А. Наукометрические показатели рейтинга Российского индекса научного цитирования // Успехи современного естествознания. – 2013. – №7. – С. 178.
2. Назаренко М.А. Н-индекс (индекс Хирша) и I-индекс российских вузов // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2013. – №10–3. – С. 511–512.
3. Назаренко М.А. Н-индекс (индекс Хирша) и I-индекс Российской Федерации // Международный журнал экспериментального образования. – 2014. – №5–2. – С. 14–16.
4. Назаренко М.А. Н-индекс (индекс Хирша) и G-индекс в современных научных исследованиях // Международный журнал экспериментального образования. – 2013. – №7. – С. 186–187.