

KINGA CIERESZKO*

Hierarchiczna struktura akademii w mediach społecznościowych dla naukowców: studium przypadku Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

1. Wprowadzenie

Media społecznościowe dla naukowców są jednym z ważniejszych kanałów komunikacji naukowej. Ich głównym przeznaczeniem jest upowszechnianie wiedzy wytwarzanej w obrębie wspólnoty akademickiej oraz tworzenie przestrzeni do dyskusji nad bieżącymi badaniami naukowymi (Thelwall, Kousha, 2014; 2016). Podczas gdy struktura wspólnoty akademickiej jest jednoznacznie hierarchiczna (Clark, 1989), to struktury Internetu – stanowiącej otwartą przestrzeń wymiany myśli – nie można określić takim mianem (Willis, Tranter, 2006). Oznacza to, że media społecznościowe dla naukowców są przestrzenią komunikacji silnie zhierarchizowanego środowiska akademickiego i jednocześnie usytuowane są w rozproszonej strukturze, tj. Internecie, dążącej do demokratyzacji dostępu do danych, narzędzi i funkcji. Pojawia się zatem pytanie: czy hierarchiczna struktura akademii reprodukuje się w demokratycznej przestrzeni Internetu w mediach społecznościowych dla naukowców?

Korzystanie przez naukowców z naukowych serwisów społecznościowych (w tym mediów społecznościowych) stało się integralną częścią pracy naukowej (Gruzd, Staves, Wilk, 2011). Wciąż żywa jest jednak dyskusja nad wykorzystaniem mediów społecznościowych w działalności naukowej. Przeprowadzono liczne badania poruszające zagadnienia takie, jak: sposoby wykorzystywania mediów społecznościowych przez naukowców (Rowlands, Nicholas, Russell, Canty, Watkinson, 2011; Gruzd, Staves, Wilk, 2011; Gruzd, Staves, Wilk, 2012; Van Noorden, 2014), różnice dyscyplinarne w użytkowaniu mediów społecznościowych dla naukowców (Ortega, 2015; Thelwall, Kousha, 2014) czy możliwości wykorzystania alternatywnych metryk pochodzących z serwisów społecznościowych dla naukowców (Orduna-Malea, Martín-Martín, Thelwall, Delgado López-Cózar, 2017; Copiello, Bonifaci, 2017). Badano także, jaki jest profil naukowca (na podstawie charakterystyk takich, jak: wiek, płeć, afiliacja oraz tytuł/stopień naukowy), który posiada profile w serwisach społecznościowych dla naukowców (Mikki, Zygmuntowska, Gjesdal, Ruwehy, 2015).

* Kinga Ciereszko (kinga.ciereszko@amu.edu.pl), Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Badanie Mikki i in. (2015) przeprowadzone na Uniwersytecie w Bergen wykazało, że hierarchiczna struktura akademii, w odniesieniu do posiadanych przez naukowców stopni i tytułów naukowych, odzwierciedla się w przestrzeni mediów społecznościowych dla naukowców. Wniosek ten wysunęli na podstawie liczby profili należących do pracowników z poszczególnymi stopniami/tytułami naukowymi w analizowanych serwisach społecznościowych dla naukowców. Warto jednakże zauważyć, że hierarchiczna struktura akademii w odniesieniu do stopni i tytułów naukowych jest ściśle związana z kategorią prestiżu (Mills, 1961). Oznacza to, że można poszukać bardziej adekwatnych wskaźników (np. wskaźników prestiżu), aby zbadać, czy w mediach społecznościowych dla naukowców odzwierciedla się taka hierarchiczna struktura.

Celem artykułu jest zbadanie, czy hierarchiczna struktura akademii reprodukuje się w mediach społecznościowych dla naukowców. Przez reprodukcję struktury rozumiem jej odtwarzanie w innych warunkach (tj. w Internecie), gdzie informacje o stopniach i tytule naukowym nie muszą być prezentowane tak, jak ma to miejsce w tradycyjnej przestrzeni akademickiej, w murach uniwersytetów. Przedmiotem moich analiz są profile pracowników naukowych Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu w dwóch serwisach społecznościowych dla naukowców: Academia.edu oraz ResearchGate.

Struktura artykułu jest następująca: w rozdziale drugim prezentuję, w jaki sposób rozumiana jest hierarchiczność akademii, a w rozdziale trzecim przedstawiam charakterystykę mediów społecznościowych dla naukowców. Następnie prezentuję sposób gromadzenia i analizy danych. W rozdziale piątym prezentuję wyniki, koncentrując się na wcześniej zdefiniowanych wskaźnikach prestiżu występujących w serwisach społecznościowych. Artykuł kończę dyskusją wyników.

2. Hierarchia w akademii

Tradycyjnie rozumiane społeczeństwa zorganizowane są hierarchiczne w oparciu o podział na (1) zinstytucjonalizowane elity, które dzięki zakumulowanemu kapitałowi ekonomicznemu i społecznemu posiadają moc decyzyjną w sprawach publicznych, oraz (2) masy będące uprzedmiotowionym polem realizacji postulatów elit (Mills, 1961). Społeczna organizacja w ramach struktury akademii również jest hierarchiczna – zarówno w odniesieniu do uniwersytetów (Clark, 1989), jak i funkcjonujących w jego ramach jednostek, w tym pracowni i laboratoriów (Stephan, 2012). Jak wskazuje Stephan (2012), struktura ta przypomina piramidę, której podstawę tworzą studenci, wyżej znajdują się doktoranci, następnie doktorzy, a wieńczę ją profesorzy. Zajmowanie poszczególnych szczebli na drabinie akademickiej hierarchii niesie za sobą liczne konsekwencje. Profesorzy, którzy znajdują się na szczycie struktury akademii, posiadają najwyższy prestiż (Merton, 1968), zarabiają najwięcej (Kwiek, 2017), a także posiadają największą autonomię badawczą – co w Polsce połączone jest z tzw. samodzielnością naukową.

Hierarchiczność struktury akademickiej widoczna jest także w odmiennych praktykach podejmowanych przez naukowców będących przedstawicielami różnych szczebli akademickiej hierarchii (Todorovsky, 2014). Różnice te obejmują na przykład stopień produktywności naukowej mierzonej liczbą artykułów naukowych napisanych w określonym czasie (Rørstad, Aksnes, 2015), podejście do promowania swojego dorobku naukowego w Internecie (Gruzd i in., 2011) czy responsywność na postulaty publikacjonizmu (ang. *publicationism*) (Husemann, Rogers, Meyer, Habel, 2017).

Potwierdzenia hierarchicznej struktury akademii, w której profesorowie stoją na szczycie hierarchii, szukać można w efektach związanych z otrzymaniem tytułu naukowego. Do takich efektów należą na przykład: wzrost wynagrodzenia, zwiększenie autonomii badawczej czy wzrost prestiżu. Aby zbadać hierarchiczność struktury uniwersytetu, wykorzystać można dwa główne wskaźniki:

- *wysokość rocznych zarobków pracowników akademii na poszczególnych etapach ścieżki naukowej* – jest to wskaźnik obserwowalny i łatwo poddający się analizie, jednak jednowymiarowy, a przez to nieumożliwiający przeprowadzenia kompleksowego badania hierarchiczności akademii;
- *stopień autonomii badawczej* – w przypadku naukowców pracujących w Polsce można zmierzyć tzw. samodzielność naukową rozumianą jako posiadanie stopnia naukowego doktora habilitowanego, która pozwala na dowolność w wybieraniu tematów badawczych. Taka dychotomiczna struktura (samodzielni/niesamodzielni naukowcy) umożliwia jednak wyłącznie ograniczoną dwustopniową hierarchizację akademii. Podział ten nie uwzględnia zatem każdego z poszczególnych stopni i tytułu, a całościowe ujęcie struktury akademii wraz ze wszystkimi stopniami naukowymi i tytułem naukowym jest istotne w kontekście głównego pytania badawczego stawianego w niniejszym artykule.

Trudniej jest natomiast badać hierarchiczność struktury akademii, posługując się kategorią *prestiżu* badaczy, określanego również renomą czy wybitnością (por. de Solla Price, 1967). Do badania *prestiżu*, który jest nie konstruktem obserwowalnym i mierzalnym w sposób bezpośredni, niezbędne jest przeprowadzenie operacjonalizacji wskaźników, które mogą zostać uznane za zmienne wskazujące na prestiż naukowców (Wegener, 1992). Za takie wskaźniki można uznać między innymi liczbę cytowań danego naukowca, liczbę osób obserwujących jego profil w mediach społecznościowych czy też indeks Hirscha.

3. Serwisy społecznościowe dla naukowców

Do serwisów społecznościowych dla naukowców i witryn internetowych sprofilowanych naukowo zalicza się takie platformy, jak: ResearchGate, Academia.edu, Mendeley czy Google Scholar (Van Noorden, 2014). Ich głównym przeznaczeniem jest dzie-

lenie się wytwarzaną wiedzą w obrębie wspólnoty akademickiej oraz tworzenie przestrzeni do dyskusji nad bieżącymi badaniami naukowymi (Thelwall, Kousha, 2014; 2016).

Platformy, które miały służyć zrzeszaniu społeczności akademickiej, powstawały już na początku XXI wieku – należały do nich między innymi: Scientist Solutions, SciLinks, Epernicus, 2collab czy Nature Network. Serwisy te jednak nigdy nie zyskały dużej popularności, co mogło być spowodowane obawą naukowców przed dzieleniem się swoimi dokonaniem na zasadach określonych przez prywatnych przedsiębiorców lub niedojrzałością społeczności akademickiej do uprawiania nauki w tak innowacyjnych warunkach (Van Noorden, 2014).

Koniec pierwszej dekady XXI wieku okazał się jednak przychylny dla otwarcia granic uniwersyteckich poprzez przeniesienie debaty akademickiej również do Internetu. Przyczyn można upatrywać w upowszechnieniu się serwisów społecznościowych skierowanych do ogółu społeczności. Powodem przewrotu mogła być również chęć zaoszczędzenia czasu przez naukowców: funkcjonowanie w świecie nauki wymaga śledzenia najnowszych wyników badań w ramach danej dyscypliny, a prenumerowanie, gromadzenie i przeszukiwanie wszystkich czasopism naukowych z danej dziedziny ze względu ich ilość oraz ograniczenia czasowe właśnie w tamtym okresie zaczęło wydawać się niemożliwe. Serwisy społecznościowe dla naukowców mogą dostarczać treści, które naukowcy musieli wcześniej samodzielnie wyszukiwać w naukowych czasopismach (Van Noorden, 2014).

Celem serwisów społecznościowych dla naukowców jest przede wszystkim wspieranie praktyk akademickich i badawczych poprzez otwieranie dostępu do tekstów naukowych, wzmacnianie relacji pomiędzy przedstawicielami społeczności akademickiej oraz dostarczanie alternatywnych wskaźników reputacji naukowej (Manca, 2018). Powodem rosnącej popularności serwisów społecznościowych dla naukowców jest przede wszystkim nowa, niedostępna wcześniej forma globalnej dyskusji naukowej; treści, które przed pojawieniem się tego typu serwisów musiałyby przyjąć formę komunikacji jednostronnej, w erze serwisów społecznościowych dla naukowców mogą już być przestrzenią otwartej dyskusji (Moran, Seaman, Tinti-Kane, 2011).

Mimo że społeczność zrzeszona w serwisach społecznościowych dla naukowców wciąż rośnie, to istnieją czynniki ograniczające ich ekspansję. Do powodów takiego stanu należą przede wszystkim: obawa przed utratą kontroli nad treściami zamieszczanymi w serwisach społecznościowych dla naukowców (Gruzd i in., 2012), lęk przed utraceniem praw autorskich (Manca, 2018), kampania wydawców przeciwko umieszczaniu w serwisach społecznościowych dla naukowców tekstów na zasadzie otwartego dostępu (Van Noorden, 2014) czy niechęć do wnoszenia opłat za użytkowanie serwisów (Bond, 2017). Brak czasu i umiejętności również wydają się mieć znaczenie w procesie decyzyjnym dotyczącym założenia profilu w serwisie społecznościowym dla naukowców.

Relacja między wizerunkiem naukowym w przestrzeni uniwersyteckiej a wizerunkiem naukowca wytwarzanym w serwisach społecznościowych dla naukowców jest dwustronna (na zasadzie sprzężenia zwrotnego dodatniego). Oznacza to, że dorobek publikacyjny pozwala naukowcom zdobyć popularność i uznanie w serwisach społecznościowych dla naukowców, natomiast działalność w tych serwisach wspiera prężne funkcjonowanie w rzeczywistych strukturach akademii i może być również narzędziem zarządzania i organizacji misji badawczej uczelni. Potwierdzenie tego stanowiska można odnaleźć w wypowiedzi prorektor Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu podczas „IX Konferencji Badania Naukowe na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu” z 7 maja 2018 roku, która wskazała, że rozpatrując wnioski składane przez pracowników o finansowanie konferencji, sprawdza, czy aplikujący pracownik ma konto w ResearchGate lub Google Scholar. Takie działanie ma się przyczynić do tego, aby dorobek uczonych był widoczny.

4. Materiały i metody

W tym badaniu przeanalizowałam profile pracowników naukowych jednego polskiego uniwersytetu klasycznego, tj. Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu (UAM). Według rankingu „Times Higher Education 2018” UAM jest trzecim uniwersytetem klasycznym w Polsce¹. W 2017 roku na Uniwersytecie studiowało 40 358 studentów, natomiast zatrudnionych było 2995 pracowników naukowych (w tym: pracowników zatrudnionych na etatach dydaktycznych, naukowo-dydaktycznych oraz naukowych)².

4.1. Dane pracowników naukowych

Na potrzeby badania zbudowałam bazę zawierającą dane o pracownikach naukowych³ UAM. Dane pracowników pobrałam ze stron internetowych poszczególnych wydziałów właściwych ze względu na miejsce zatrudnienia pracowników. Uwzględniłam wszystkich 15 wydziałów. Ze stron internetowych poszczególnych wydziałów UAM zgromadziłam dla każdego z pracowników naukowych następujące dane: *imiona, nazwisko, stopień/tytuł naukowy*.

¹ World University Rankings, „Times Higher Education (THE)”, 2018, https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2018/world-ranking#!/page/0/length/25/sort_by/rank/sort_order/asc/cols/stats [dostęp 2018-11-20].

² Stan zatrudnienia i liczba studiujących w Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, <https://bip.amu.edu.pl/stan-zatrudnienia-i-liczba-studiujacych-w-uam/stan-zatrudnienia-i-liczba-studiujacych-uam> [dostęp 2018-11-20].

³ Pracownika naukowego definiuję jako osobę zatrudnioną na stanowisku naukowo-dydaktycznym albo naukowo-badawczym, albo naukowo-inżynierskim, albo lektorskim lub jako osobę pracującą w projekcie naukowym realizowanym w jednej z jednostek UAM.

Baza pracowników naukowych UAM ($N= 2661$) posłużyła mi do wyszukiwania profili tych pracowników w dwóch poddanych badaniu serwisach mediów społecznościowych dla naukowców, tj. Academia.edu oraz ResearchGate.

4.2. Profile pracowników naukowych w Academia.edu i ResearchGate

Na potrzeby badania zebrałam oraz przeanalizowałam dane pochodzące z dwóch platform serwisów społecznościowych dla naukowców: Academia.edu oraz ResearchGate. Oba serwisy umożliwiają użytkownikom samodzielne założenie profilu i zorientowane są przede wszystkim na społeczny wymiar akademii, umożliwiając uczestnictwo w dyskusjach oraz obserwowanie profili innych naukowców.

Korzystając z przygotowanej bazy pracowników naukowych UAM, przeszukiwałam serwisy Academia.edu oraz ResearchGate, aby sprawdzić, czy dany pracownik posiada profil lub profile w wymienionych serwisach. Dla każdego z pracowników imiona i nazwiska wpisywałam w obszar wyszukiwania obu platform. W przypadku, gdy imię lub nazwisko zawierało znaki diakrytyczne, wpisywałam do okna wyszukiwawczego wersję oryginalną. Jeśli serwis nie wyszukiwał profilu dla wskazanych danych, stosowałam wersję pozbawioną znaków diakrytycznych.

Jeżeli strona internetowa UAM wskazywała dwuczłonowe nazwisko zatrudnionych naukowczyń, w obu serwisach wyszukiwałam początkowo profile opisane oryginalną wersją danych osobowych zaczerpniętych z powyższego źródła, by następnie – po ewentualnym niepowodzeniu tej procedury – wyszukiwać zatrudnionych w UAM kobiet zgodnie z deklarowanym przez UAM imieniem i kolejno pierwszym oraz ewentualnie drugim z członów nazwiska danej naukowczynie.

Profil kwalifikowałam jako należący do danego naukowca zatrudnionego na UAM tylko w dwóch przypadkach:

- gdy pracownik umieścił w serwisie dane o swojej afiliacji zawierającej nazwę uczelni (Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu lub Uniwersytet im. Adama Mickiewicza lub UAM itd.) oraz nazwę Wydziału i/lub Instytutu, zgodną z danymi pozyskanymi z oficjalnych stron wydziałowych,
- gdy brakowało afiliacji zawierającej nazwę uczelni, lecz przynajmniej jeden z tekstów dodanych przez naukowca do profilu zawierał informację o afiliacji tego naukowca zgodną z warunkami wskazanymi w powyższym przypadku.

Gdy w wyniku wyszukiwania profili naukowców w serwisach społecznościowych dla naukowców otrzymywałam dwa wyniki spełniające co najmniej jeden z opisanych wyżej warunków, uznawałam za profil główny ten, który wskazywał na większą liczbę osób śledzących profil.

Z profili pracowników UAM w serwisie Academia.edu pobierałam następujące dane: *posiadanie profilu, liczba śledzących* (ang. *followers*), *liczba wyświetleń profilu*.

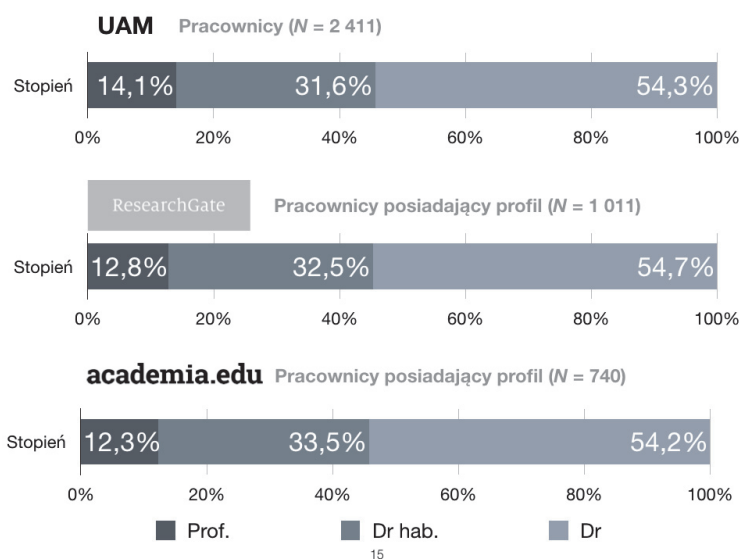
Z profili pracowników UAM w serwisie ResearchGate pobierałam następujące dane: posiadanie profilu, liczba śledzących (ang. *followers*), liczba wyświetleń dokumentów.

Informacje wygenerowane na podstawie danych ze wskaźników: *Liczba śledzących* oraz *Liczba wyświetleń profilu*, *Liczba wyświetleń dokumentów* posłużyły mi do zoperacjonalizowania *prestżu*. Innymi słowy: prestiż danego naukowca wyrażany był wysokością tych trzech wskaźników: im wyższa była wartość tych wskaźników w profilach naukowca w badanych serwisach, tym większy prestiż charakteryzuje danego naukowca.

Dane gromadziłam od 23 października 2017 roku do 11 kwietnia 2018 roku. Do przetwarzania i analizy ilościowej danych korzystałam z pakietu IBM SPSS Statistics 24.

5. Wyniki

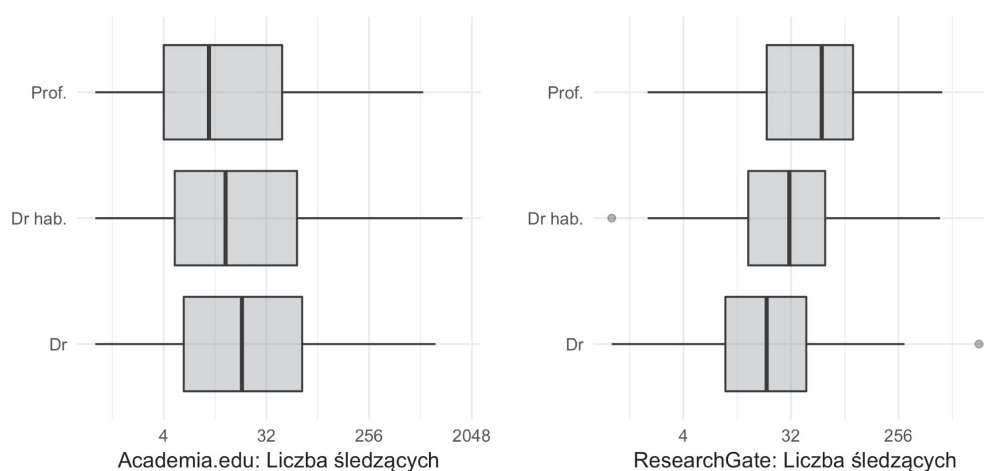
Struktura zatrudnienia pracowników naukowych UAM jest następująca: największy odsetek pracowników posiada stopień naukowy doktora (54,3%), mniej pracowników posiada stopień naukowy doktora habilitowanego (31,6%), natomiast najmniej pracowników posiada tytuł naukowy profesora (14,1%).



Ryc. 1. Struktura zatrudnienia UAM ze względu na posiadany przez naukowca stopień/tytuł naukowy oraz rozkład profili w mediach społecznościowych dla naukowców ze względu na posiadany przez naukowca stopień/tytuł naukowy

Rycina 1 zestawia te wyniki z wynikami analizy struktury użytkowników (pracowników UAM) serwisów Academia.edu i ResearchGate według stopni naukowych i tytułu naukowego. W obu poddanych badaniu serwisach, spośród wszystkich pracowników UAM, którzy posiadają profil lub profile w analizowanych serwisach, struktura pracow-

ników posiadających profile w odniesieniu do stopnia lub tytułu naukowego naukowca jest bardzo zbliżona do struktury zatrudnienia UAM w odniesieniu do stopnia lub tytułu naukowego. W serwisie ResearchGate kształtuje się to następująco: pracownicy ze stopniem doktora (54,7%), pracownicy ze stopniem doktora habilitowanego (32,5%) oraz pracownicy z tytułem profesora (12,8%), natomiast w serwisie Academia.edu struktura rozkłada się w następujący sposób: pracownicy ze stopniem doktora (54,2%), pracownicy ze stopniem doktora habilitowanego (33,5%) oraz pracownicy z tytułem profesora (12,3%).

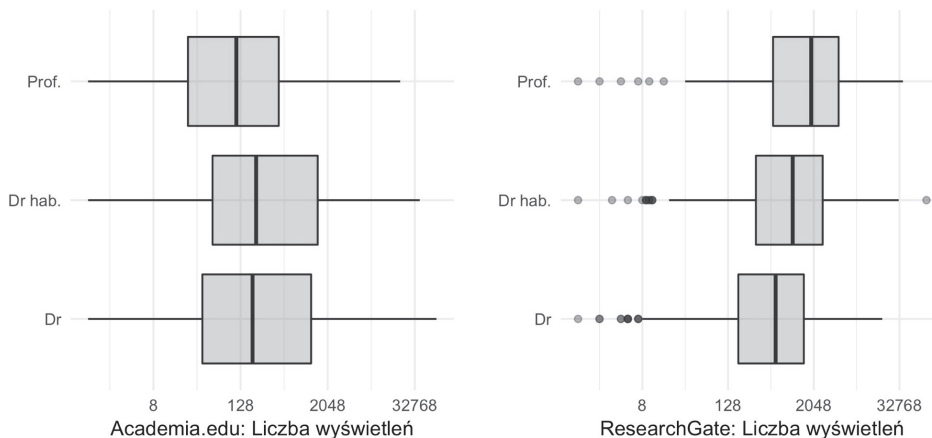


Ryc. 2. Liczba śledzących profil w podziale na stopnie naukowe i tytuł naukowy użytkowników

Ryciny 2 i 3 z wykresami pudełkowymi z rozkładami liczby osób śledzących profile oraz liczby wyświetleń dokumentów pokazują, że wśród pracowników UAM posiadających profil w serwisie Researchgate ($N = 1011$) wartości mediany wskaźników *Liczba śledzących*, *Liczba wyświetleń dokumentów* w odniesieniu do stopni naukowych i tytułu naukowego rosły dla każdego z wyższych stopni i tytułów naukowych. To znaczy, że wartość mediany tych wskaźników była najniższa w przypadku profili należących do pracowników naukowych UAM posiadających stopień naukowy doktora, wyższa w przypadku profili pracowników naukowych UAM ze stopniem doktora habilitowanego, natomiast najwyższa dla pracowników naukowych UAM posiadających tytuł naukowy profesora.

Natomiast wśród pracowników UAM posiadających profil w serwisie Academia.edu ($N = 740$) wartości mediany wskaźników *Liczba śledzących*, *Liczba wyświetleń profilu* w odniesieniu do stopni naukowych i tytułu naukowego była najniższa w przypadku profili należących do pracowników naukowych UAM posiadających tytuł naukowy profesora, wyższa w przypadku profili pracowników naukowych UAM ze stopniem doktora,

natomiast najwyższa dla pracowników naukowych UAM posiadających stopień naukowy doktora habilitowanego.



Ryc. 3. Liczba wyświetleń profilu w podziale na stopnie naukowe i tytuł naukowy użytkowników

6. Dyskusja

Niniejszy artykuł pokazuje, że charakterystyczna dla akademickiej społeczności hierarchiczna struktura uniwersytetu (Clark, 1989) jest zauważalna w ResearchGate. Oznacza to, że tradycyjna organizacja struktury akademickiej, w której profesori stoją na szczycie hierarchii (Stephan, 2012) i, tym samym, że są oni naukowcami o najwyższym prestiżu i renomie, reprodukuje się również w tym serwisie.

Niniejsze badanie pokazało, że wśród pracowników naukowych UAM największy odsetek stanowią osoby ze stopniem naukowym doktora, mniejszy – ze stopniem naukowym doktora habilitowanego, natomiast najmniejszy – pracownicy z tytułem naukowym profesora. Analogiczny rozkład dotyczy struktury zatrudnienia pracowników naukowych 14 z 15 wydziałów UAM. Spośród pracowników naukowych UAM w obu poddanych badaniu serwisach rozkład liczby profili ze względu na posiadany stopień lub tytuł naukowy przedstawiał się analogicznie. W obu serwisach spośród pracowników naukowych UAM największą grupę stanowili użytkownicy ze stopniem doktora, mniejszą – użytkownicy ze stopniem doktora habilitowanego, natomiast najmniejszą grupę stanowili użytkownicy posiadający tytuł profesora. W przypadku UAM nie sprawdza się zatem zależność: im wyższy prestiż posiada grupa z danym stopniem/tytułem naukowym, tym liczniejsza jego reprezentacja (Mikkie i in., 2015).

Moje badanie pokazuje również, że w serwisie Academia.edu tradycyjna hierarchia uniwersytecka nie reprodukuje się, a przywilej bycia aktywnym i respektowanym człon-

kiem społeczności tego serwisu nie jest uzależniony od posiadanego stopnia albo tytułu naukowego. Wskazuje to na to, że platforma ta może stanowić nieoligarchiczną i demokratyczną (bardziej niż ResearchGate) przestrzeń komunikacji naukowej w Internecie. Na ten wynik mógł jednak wpłynąć fakt, że społeczność zrzeszona w serwisie ResearchGate stanowi w całości społeczność akademicką (aby założyć profil w ResearchGate konieczne jest podanie adresu e-mail w domenie edukacyjnej lub domenie zarejestrowanej na instytucję naukową, a zatem wskazanie swojej naukowej afiliacji), natomiast użytkownicy serwisu Academia.edu nie muszą posiadać adresu e-mail w domenie edukacyjnej lub domenie zarejestrowanej na instytucję naukową, a co za tym idzie także afiliacji w instytucji naukowej, aby pełnoprawnie korzystać z serwisu. W konsekwencji społeczność zgromadzona na platformie Academia.edu jest bardziej zróżnicowana ze względu na profil naukowy. Oznacza to, że społeczność serwisu ResearchGate, a zatem społeczność wyłącznie akademicka, odwzorowuje w Internecie strukturę, której doświadcza podczas codziennego funkcjonowania w przestrzeni uniwersytetu. Natomiast w przypadku serwisu Academia.edu, którego użytkownicy potencjalnie pochodzą także z pozaakademickich środowisk, hierarchiczność struktury uniwersytetu nie jest zauważalna. Istnieją zatem przesłanki, aby twierdzić, że osoby spoza struktury akademii przy wyborze naukowca, którego teksty będą czytać, a profil śledzić, nie wartościują najwyżej posiadanego przez niego wysokiego stopnia lub tytułu naukowego, ale cenią wyżej inne wartości (na przykład merytoryczne, takie jak umiejętność formułowania ciekawych wniosków, czy formalne, takie jak styl pisarski).

Serwisy społecznościowe dla naukowców są miejscem realizacji różnych praktyk. Jak pokazał Todorovsky (2014), naukowcy będący na poszczególnych etapach kariery zawodowej, a zatem posiadający różne stopnie i tytuły naukowe, oraz znajdujący się na odmiennych szczeblach akademickiej hierarchii, podejmują różne działania zawodowe. Naukowcy będący użytkownikami serwisów społecznościowych dla naukowców i posiadający różne stopnie i tytuły naukowe mogą zatem korzystać z odmiennych funkcji i narzędzi oferowanych w obu serwisach.

Zarówno serwis Academia.edu, jak i serwis ResearchGate udostępniają narzędzia, które pozwalają użytkownikom wpływać na liczbę wyświetleń swojego profilu, a w konsekwencji potencjalnie także na liczbę śledzących. Do takich narzędzi, w przypadku serwisu Academia.edu, należy między innymi tagowanie tekstów, czyli podpinanie tekstów do słów kluczowych, które są (1) wyszukiwalne, (2) wyświetlane użytkownikom, którzy śledzą dane słowo kluczowe. Serwis ResearchGate daje również możliwość dodawania do tekstów tagów, jednak ogranicza ich liczbę do pięciu. ResearchGate umożliwia zastosowanie także innej metody zwiększania zasięgu swojego profilu (a tym samym również materiałów w nim zamieszczonych), która to metoda polega na uczestniczeniu w dyskusjach.

Interesujące byłoby przeprowadzenie badania śledzącego wykorzystanie przez naukowców narzędzi zwiększających zasięg profilu w odniesieniu do posiadanego przez nich stopnia lub tytułu naukowego, a następnie odniesienie wyników do wskaźników takich jak *Liczba wyświetleń profilu* / *Liczba wyświetleń dokumentów* oraz *Liczba śledzących*.

Mikkie i in. (2015) na podstawie badania profili naukowców z Uniwersytetu w Bergen zauważyli, że spośród naukowców z różnymi stopniami i tytułami naukowymi, to profesorscy najczęściej posiadali profil w serwisach społecznościowych dla naukowców. Uznali zatem, że hierarchiczna struktura akademii odwzorowuje się w serwisach społecznościowych dla naukowców. Wskaźnik ten wydaje się miarą nieadekwatną do oceny hierarchii naukowców, ponieważ to nie z dużej liczby badaczy z tytułem naukowym profesora w strukturze zatrudnienia uniwersytetów wynika prestiż tej grupy. Co więcej, sama koncepcja hierarchiczności jako piramidy (Stephan, 2012) zakłada, że najwyższy stopień reprezentowany jest przez najmniejszą liczbę osób.

W związku z nieadekwatnością wykorzystywania rozkładu profili w serwisach społecznościowych w odniesieniu do posiadanego stopnia lub tytułu naukowego, tym bardziej zasadne wydaje się korzystanie ze wskaźnika prestiżu, zoperacjonalizowanego na podstawie zmiennych *Liczba wyświetleń profilu* / *Liczba wyświetleń dokumentów* oraz *Liczba śledzących*. Użyte zmienne wskazują na odbiór umieszczonych przez użytkownika materiałów przez społeczność serwisu. Zawierają zatem element oceny koleżeńskiej (*peer review*), ponieważ to poszczególni przedstawiciele społeczności serwisu społecznościowego dla naukowców decydują się śledzić profil innego naukowca, albo go nie śledzić, lub czytać teksty w jego profilu, albo ich nie czytać, a tym samym wyznaczają jego wartość. Zmienne te w przypadku serwisu ResearchGate stanowią także składowe wskaźnika prestiżu obliczanego przez ten serwis, tj. RGScore.

Zaprezentowane wyniki pokazują, że serwis ResearchGate jest wyraźnie zhierarchizowany ze względu na posiadany stopień/tytuł naukowy użytkowników. Z kolei serwis Academia.edu wymyka się tradycyjnemu rozumieniu hierarchii akademickiej ze względu na posiadany przez naukowców stopień/tytuł naukowy. Wyniki mojego badania mogą być przydatne przy wyborze serwisu społecznościowego dla naukowców, z którego badacz będzie korzystał, ponieważ pozwalają dobrać odpowiedni serwis w zależności od tego, czy naukowiec pragnie być członkiem społeczności oligarchicznej czy demokratycznej lub dobrać serwis, w którym potencjalnie łatwiej uzyskać jak największy prestiż, posiadając dany stopień/tytuł naukowy.

Podziękowania

Oryginalne wyniki zaprezentowane w tym artykule zostały oparte na danych zgromadzonych na potrzeby pracy magisterskiej pod kierunkiem Emanuela Kulczyckiego, realizo-

wanej w ramach projektu pt. „Współczesna polska humanistyka wobec wyzwań nauko-metrii”, finansowanego ze środków Narodowego Programu Rozwoju Humanistyki, nr decyzji 0057/NPHR3/H11/82/2014.

Literatura

- Bond S. (2017). *Dear Scholars, Delete Your Account At Academia*. Forbes, 1–5.
- Clark B.R. (1989). *The Academic Life: Small Worlds, Different Worlds*. Educational Researcher, 18(5), 4–8. <https://doi.org/10.3102/0013189X018005004>
- Copiello S., Bonifaci P. (2017). *A few remarks on ResearchGate score and academic reputation*. Scientometrics, 1–6. <https://doi.org/10.1007/s11192-017-2582-9>
- de Solla Price D.J. (1967). *Mała Nauka – Wielka Nauka*. PWN, Warszawa.
- Gruzd A., Staves K., Wilk A. (2011). *Tenure and promotion in the age of online social media*. Proceedings of the ASIST Annual Meeting, 48. <https://doi.org/10.1002/meet.2011.14504801154>
- Gruzd A., Staves K., Wilk A. (2012). *Connected scholars: Examining the role of social media in research practices of faculty using the UTAUT model*. Computers in Human Behavior, 28(6), 2340–2350. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.07.004>
- Husemann M., Rogers R., Meyer S., Habel J.C. (2017). *“Publicationism” and scientists’ satisfaction depend on gender, career stage and the wider academic system*. Palgrave Communications, 3(May 2016), 17032. <https://doi.org/10.1057/palcomms.2017.32>
- Kwiek M. (2017). *Academic top earners: Research productivity, prestige generation, and salary patterns in European universities*. Science and Public Policy, (2015), 1–13. <https://doi.org/10.1093/scipol/scx020>
- Manca S. (2018). *ResearchGate and Academia.edu as networked socio-technical systems for scholarly communication: a literature review*. Research in Learning Technology, 26 (1063519), 1–16. <https://doi.org/10.25304/rlt.v26.2008>
- Merton R.K. (1968). *The Matthew Effect in Science*. Science, 1593810(3810), 56–63. <https://doi.org/http://doi.org/10.1126/science.159.3810.56>
- Mikki S., Zygmuntowska M., Gjesdal Y.L., Ruwehy H.A.Al. (2015). *Digital Presence of Norwegian Scholars on Academic Network Sites – Where and Who Are They?* PLoS ONE, 10(11), 1–17. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0142709>
- Mills C.W. (1961). *Elita władzy*. Warszawa: Książka i Wiedza.
- Moran M., Seaman J., Tinti-Kane H. (2011). *Teaching, Learning, and Sharing: How Today’s Higher Education Faculty Use Social Media*. Babson Survey Research Group, (April), 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.06.015>
- Orduna-Malea E., Martín-Martín A., Thelwall M., Delgado López-Cózar E. (2017). *Do Research Gate Scores create ghost academic reputations?* Scientometrics, 112(1), 443–460. <https://doi.org/10.1007/s11192-017-2396-9>
- Ortega J.L. (2015). *Disciplinary differences in the use and population of academic social network sites*, Online Information Review, vol. 39(4), s. 520–536. <https://doi.org/10.1108/OIR-03-2015-0093>
- Rørstad K., Aksnes D.W. (2015). *Publication rate expressed by age, gender and academic position – A large-scale analysis of Norwegian academic staff*. Journal of Informetrics, 9(2), 317–333. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2015.02.003>

- Rowlands I., Nicholas D., Russell B., Canty N., Watkinson A. (2011). *Social media use in the research workflow*. *Learned Publishing*, 24(3), 183–195. <https://doi.org/10.1087/20110306>
- Stephan P. (2012). *How economics shapes science*. Cambridge, MA, London, England: Harvard University Press.
- Thelwall M., Kousha K. (2014). *Academia.edu: social network or academic network?* *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 65(4), 721–731. <https://doi.org/10.1002/asi>
- Thelwall M., Kousha K. (2016). *ResearchGate articles: Age, discipline, audience size, and impact*. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, n/a-n/a. <https://doi.org/10.1002/asi.23675>
- Todorovsky D. (2014). *Follow-up study: On the working time budget of a university teacher. 45 years self-observation*. *Scientometrics*, 101(3), 2063–2070. <https://doi.org/10.1007/s11192-014-1284-9>
- Van Noorden R. (2014). *Online collaboration: Scientists and the social network*. *Nature*, 512(7513), 126–129. <https://doi.org/10.1038/512126a>
- Wegener B. (1992). *Concepts and measurement of prestige*. *Annual Review of Sociology*, 18, 253–280.
- Willis S., Tranter B. (2006). *Beyond the 'digital divide': Internet diffusion and inequality in Australia*. *Journal of Sociology*, 42(1), 43–59. <https://doi.org/10.1177/1440783306061352>

Hierarchical structure of academia in academic social networking sites: the case study of Adam Mickiewicz University in Poznań

This article analyses a hierarchical structure of academia within two academic social media networking sites, i.e. Academia.edu and ResearchGate. In this study, I investigate profiles (in these two services) of all academic staff members of Adam Mickiewicz University in Poznań ($N=2661$). I use the concept of prestige to analyse whether the hierarchical structure of academia is being reproduced in analysed services. Since prestige is an unobservable construct, I use two indicators to measure it: *the number of followers* and *the number of views*. My findings show that the hierarchical structure differs between Academia.edu and ResearchGate. While the structure of ResearchGate is explicitly hierarchical in reference to degrees of the researchers (a higher degree is related to a higher value of the prestige indicators), the structure of Academia.edu resembles a reversed pyramid (a higher degree is related to a lower value of the prestige indicators). The article concludes with a discussion concerning possible causes of differences between services in terms of reproducing the hierarchical structure. Moreover, I provide potential implications of the results as well as the justification of the necessity of using the concept of prestige to determine hierarchical structure of academia.

Key words: academic social networking sites, Academia.edu, ResearchGate, hierarchy in academia

