

Социальные исследования

Отрасли социологии – популярность в интернете и число публикаций

Фархад Назипович Ильясов ^a

^a – независимый исследователь
E-mail: iliassov.farkhad@yahoo.com

АННОТАЦИЯ

В статье анализируются распределения по отраслям социологии: а) числа запросов в поиск Яндекса; б) числа публикаций, находящихся в Научной электронной библиотеке (eLibrary.ru). Рассматривались такие показатели как степень равномерности распределения числа запросов и публикаций по отраслям социологии, а также степень сходства интереса к отраслям социологии в интернете и количества публикаций по отраслям социологии. Коэффициент равномерности распределения числа запросов в Яндекс по отраслям социологии составил 67%. Коэффициент равномерности распределения числа публикаций по отраслям социологии составил 87%. То есть у авторов статей интерес к разным отраслям социологии распределен более равномерно, чем у пользователей интернета. Коэффициент совпадения (корреляция) частоты запросов в Яндекс по отраслям социологии и частоты публикаций по отраслям социологии составил 77%, т.е. интересы пользователей интернета и авторов статей схожи в существенной степени.

Ключевые слова: отрасли социологии; число публикаций; социология науки; наукометрия

Прохождение статьи: получена: 2018-11-26, опубликована онлайн: 2018-12-27

Правильная ссылка на статью:

Ильясов Ф. Н. Отрасли социологии – популярность в интернете и число публикаций // Социальные исследования. 2018. № 2. С. 36-44.

For citation:

Iliassov, Farkhad N. Branches of sociology – popularity on the Internet and the number of publications. *Journal of Social Research*. 2018. No. 2. P. 36-44.

1. Введение

Проблема интереса ученых, СМИ и обывателей к различным отраслям социологии привлекала внимание исследователей, см., например: [Батыгин, 2002; Извольский, 2008]. Как представляется, особый интерес представляет изучения соотношения популярности отраслей социологии в интернете с популярностью отраслей социологии у ученых, проявляемой в форме активности публикаций. Пока нет достоверной информации о социальном составе лиц, ищущих в поисковых системах публикации по различным отраслям социологии. Вероятно, кроме обывателей, интересующихся социологией, и учащихся, это также аспиранты, научные сотрудники, преподаватели, социологи различных организаций. Профессиональные социологи обычно чаще ищут литературу на сайтах научных журналов, в специализированных базах данных, таких, например, как: eLibrary.ru, cyberleninka.ru, scholar.google.ru, academia.edu и др. Потому можно предполагать, что в поиске Яндекса значительную долю составляют учащиеся и обыватели.

Цели исследования:

– Измерить и сравнить степень равномерности распределения по отраслям социологии: а) числа запросов в поиск Яндекса; б) числа научных публикаций, находящихся в базе данных Научной электронной библиотеки (eLibrary.ru).

– Измерить степень сходства частоты запросов по отраслям социологии в поиск Яндекса и числа научных публикаций.

2. Методы сбора информации

Популярность отраслей социологии в интернете определялась по количеству запросов, сделанных в течение последнего месяца в поиск Яндекса (сервис «подбор слов»), по состоянию на 2018-12-24. В окошко «Подобрать» вводилось слово «социология» и отбирались все отрасли социологии, набравшие более 900 запросов за месяц (или более 30 в день). Общее количество запросов на слово «социология» составило 391 518. Количество запросов по отраслям приведено в табл. и рис. 1.

Существуют различные подходы к классификации отраслей социологии, см., например: [Ильясов, 2018]. Для дальнейшего анализа формулировки отраслей

социологии оставались те же, что и были в поиске Яндекса, они не изменялись, не приводились в соответствие с существующими подходами к классификации, схожие запросы («для чистоты эксперимента») не объединялись.

Число публикаций по отраслям социологии определялось по состоянию на 2018-12-24 на основе базы данных Научной электронной библиотеки (БД НЭБ), находящейся на ресурсе eLibrary.ru, на основании которой рассчитывается Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). В разделе «Поисковые запросы» в окошко «Что искать» вводились именно те формулировки запросов, которые были получены из сервиса Яндекса, т.е. в редакции посетителей интернета. Количество публикаций по отраслям приведено в табл. и рис. 1.

Следует отметить, что сервис НЭБ осуществляет поиск не в точной формулировке запроса, а по словосочетаниям, т.е. выделяет большее число единиц, нежели было бы при точном следовании формулировке запроса.

3. Число запросов в Яндекс и число публикаций в НЭБ

Оказалось, что число запросов по отраслям социологии в Яндекс и число публикаций по отраслям социологии в НЭБ – величины сопоставимые, см. табл. и рис. 1. Например, число запросов в Яндекс и число публикаций по теме «социология образования» практически совпадают.

Приведенные на рис. 1 и в табл. данные показывают степень того, насколько равномерно \неравномерно распределено внимание к различным отраслям социологии со стороны посетителей интернета и равномерность распределения числа публикаций по отраслям социологии. Однако по этим данным сложно понять количественные характеристики равномерности \неравномерности анализируемых распределений.

Под равномерным здесь понимается распределение, при котором число запросов в Яндекс (число публикаций в НЭБ) по всем отраслям социологии является одинаковым, равным.

Коэффициент равномерности («конкурентности») распределения в данном случае вычисляется как обратная величина коэффициента монопольности (максимальной неравномерности) распределения. Под монопольным распределением понимается такое условное, умозрительное распределение, в котором вся сумма наблюдений приходится на одно деление шкалы, а величины признаков по другим делениям шкалы равны нулю. В рассматриваемом случае, все запросы в Яндекс

приходилось бы на одну отрасль социологии, или все публикации в НЭБ были бы по одной отрасли социологии.

Коэффициент монопольности распределения вычисляется на основе показателя среднего линейного отклонения \bar{d} , – как отношение \bar{d} эмпирического распределения к \bar{d} теоретического монопольного распределения, выраженное в процентах, подробнее о методике расчета см.: [Ильясова, 2018].

Табл. 1. Соотношения количества запросов по отраслям социологии в Яндекс и количества научных публикаций в НЭБ (eLibrary.ru) на 2018-12-24

Формулировки запросов	Запросы в Яндекс		Публикации в НЭБ		% совпадений
	Число	%	Число	%	
социология революции	901	0,67	239	0,4	0,4
социология журналистики	924	0,69	300	0,5	0,5
социология спорта	948	0,7	327	0,54	0,54
социология медицины	997	0,74	1095	1,81	0,74
социология профессии	1041	0,77	1053	1,7	0,77
социология времени	1077	0,8	1657	2,7	0,8
социология познания	1082	0,81	659	1	0,81
методы исследования +в социологии	1112	0,83	1584	2,6	0,83
социология города	1125	0,84	1196	2	0,84
гендерная социология	1179	0,88	315	0,52	0,52
социология власти	1274	0,95	778	1,3	0,95
социология массовых коммуникаций	1344	1	993	1,6	1
этносоциология	1571	1,1	229	0,38	0,38
социология девиантного поведения	1618	1,2	104	0,17	0,17
юридическая социология	1882	1,4	497	0,82	0,82
социология политики	2337	1,7	1523	2,5	1,7
социология коммуникаций	2470	1,8	1695	2,8	1,8
социология религии	2809	2	1384	2,3	2
социология молодежи	2932	2,2	1976	3,3	2,2
социология жизни	3132	2,3	2443	4	2,3
социология организаций	3294	2,4	1900	3,2	2,4

социология знания	3963	2,9	2775	4,6	2,9
политическая социология	4171	3,1	2108	3,5	3,1
социология образования	4357	3,2	4291	7,1	3,2
социология конфликта	4533	3,3	482	0,8	0,8
социология поведения	4675	3,5	1170	1,9	1,9
социология групп	4976	3,7	2369	3,9	3,7
социология экономики	5455	4	3130	5,2	4
экономическая социология	6161	4,6	2750	4,5	4,5
социология семьи	6548	4,9	2576	4,3	4,3
социология труда	6844	5	2370	3,9	3,9
социология права	7815	5,8	2077	3,4	3,4
социология культуры	8117	6	4376	7,2	6
социология личности	8465	6,3	2089	3,4	3,4
социология управления	10553	7,8	3005	5	5
социология метод	12641	9,4	2751	4,6	4,6

Коэффициент монопольности распределения числа запросов по отраслям социологии в Яндекс по данным приведенным в табл. составил 33%. Соответственно, коэффициент равномерности распределения числа запросов по отраслям социологии составил 67%. Если распределение числа запросов в Яндекс по отраслям было бы абсолютно равномерным, т.е. все отрасли имели бы одинаковое число запросов, то этот коэффициент был бы равен 100%. А если бы все запросы относились лишь к одной отрасли, а все остальные отрасли вообще не имели запросов, то коэффициент равномерности был бы равен нулю.

Коэффициент равномерности распределения публикаций НЭБ по отраслям социологии составил около 87%.

Следовательно, можно сделать вывод, что распределение статей по отраслям социологии происходит на 20% более равномерно, нежели распределение интереса по отраслям социологии у пользователей интернета. У посетителей интернета интерес к отдельным отраслям социологии смещен существенным образом в сторону отдельных отраслей (см. рис. 1).

Рис. 1. Соотношения числа запросов по отраслям социологии в Яндекс и числа научных публикаций в НЭБ (eLibrary.ru) на 2018-12-24

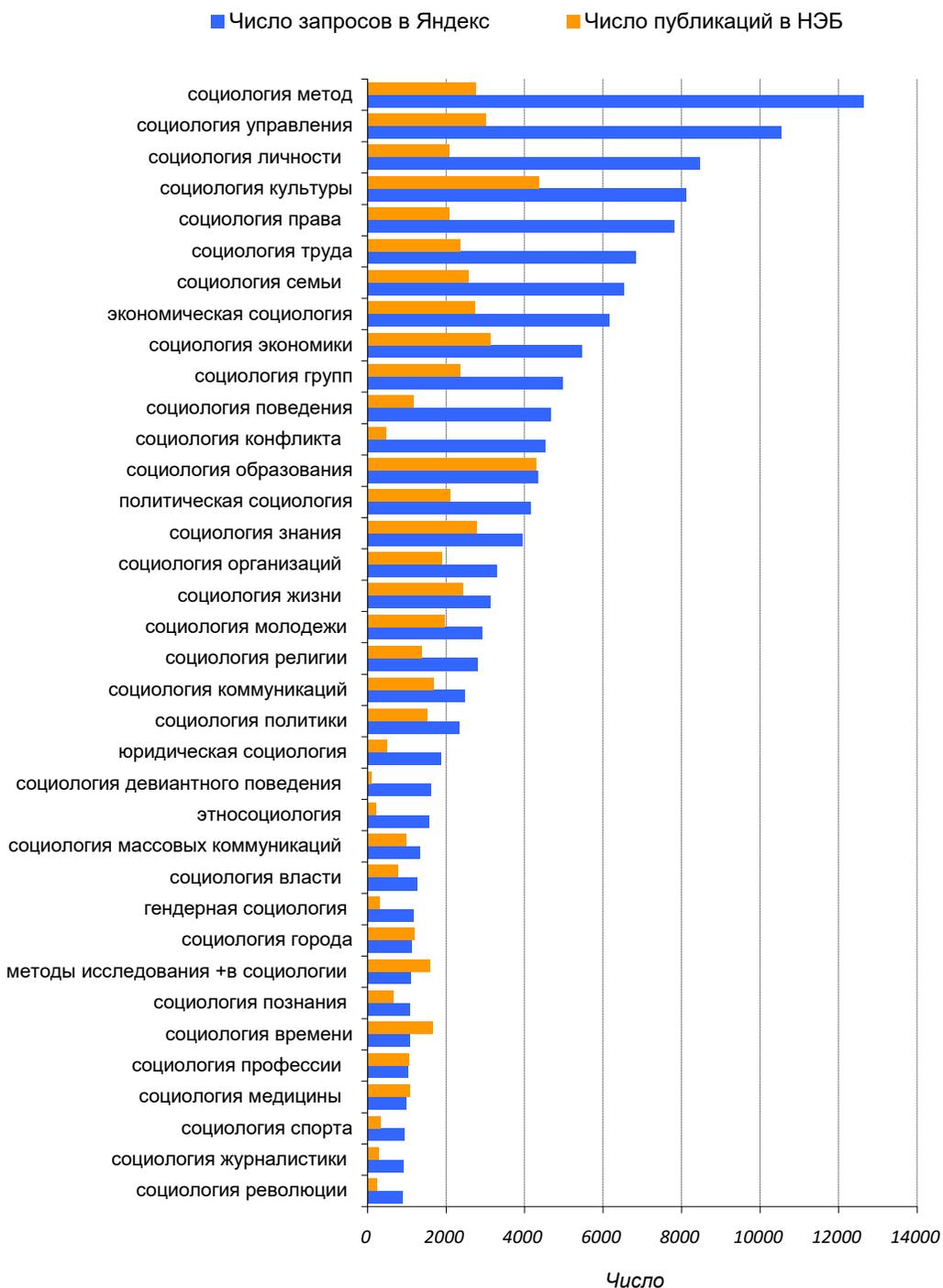
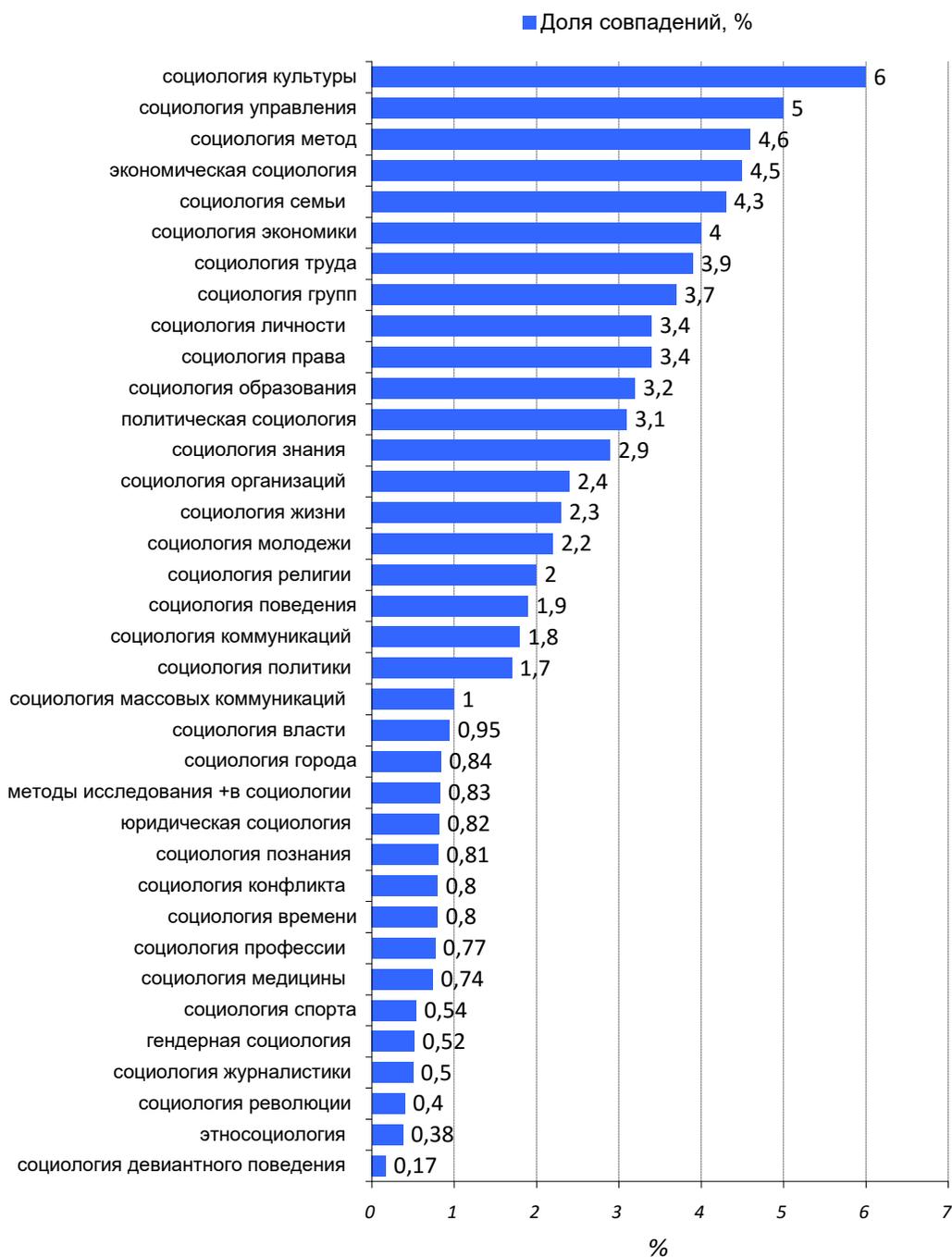


Рис. 2. Совпадения по отраслям социологии процентов запросов в Яндекс с процентами научных публикаций в НЭБ (eLibrary.ru) на 2018-12-24



4. Совпадение интереса к отраслям социологии в интернете и активности публикаций

Следующий рассматриваемый вопрос: какова величина сходства интереса к различным отраслям социологии со стороны пользователей интернета и авторов статей по социологии. Для ответа на этот вопрос необходимо число запросов и число публикаций перевести в проценты, см. табл. (крайняя справа колонка) и рис. 2.

В качестве меры сходства поведения двух групп – пользователей интернета и авторов публикаций, использовался коэффициент совпадения (coefficient of coincidence – С.о.с.). В данном случае он представляет собой простую сумму процентов запроса в интернет и процентов статей в НЭБ по определенной отрасли социологии, имеющих одинаковые значения. Например, если доля запросов «социология конфликта» в интернет составила 3,33%, а доля количества статей на эту тему составила 0,8%, то доля совпадений составляет 0,8% (см. табл. 1). Сумма процентов совпадений по всем градациям шкалы и есть коэффициент совпадения ответов.

По полученным данным коэффициент совпадения составил около 77%. Следовательно, интерес к различным отраслям социологии у лиц, обращающихся к поиску Яндексa, и пишущих статьи, обладает существенной мерой общности.

Ссылки

Батыгин Г. С. Тематический репертуар и язык социальных наук. В кн.: Россия реформирующаяся. М.: Academia, 2002. С. 91-102.

Извольский С. В. Анализ тематического репертуара социологических публикаций в печатных СМИ: на примере федеральных изданий за 2003-2007 гг. // Социологический журнал. 2008. № 2. С. 71-80.

Ильясов Ф. Н. Классификация отраслей социологии по основанию объекта и предмета исследования // Социальные исследования. 2018. №1. С. 46-54.

Ильясова С. Ф. Измерение конкурентности рынка по индикатору равномерности распределения долей рынка // Социальные исследования. 2018. № 2. С. 18-26.

Branches of sociology - popularity on the Internet and the number of publications

Farkhad Nazipovich Iliassov *

* – an independent researcher
E-mail: iliassov.farkhad@yahoo.com

Abstract

The article analyzes the distribution by branches of sociology: a) the number of queries in a Yandex search; b) the number of publications in the Scientific Electronic Library (eLibrary.ru). Considered such indicators as the degree of uniform distribution of requests and publications by branches of sociology, as well as the degree of similarity of interest to the branches of sociology on the Internet and the number of publications. The coefficient of uniform distribution of the number of requests in Yandex by branches of sociology was 67%. The coefficient of uniform distribution of publications by branches of sociology was 87%. That is, the authors of articles have an interest in different branches of sociology more evenly distributed than Internet users. The coefficient of coincidence of the frequency of requests in Yandex by branches of sociology and the frequency of publications was 77%, i.e. the interests of Internet users and authors of articles are substantially similar.

Keywords: branches of sociology; publication counts; sociology of science; scientometry

References

- Batygin G. S. Thematic repertoire and language of social sciences. In: *Russia is being reformed*. Moscow: Academia, 2002. p. 91-102. (In Russ.)
- Izvolsky S. V. Analysis of thematic repertoire of sociological publications in the print media: on the example of federal publications for 2003-2007. *Sociological journal*. 2008. No. 2. P. 71-80. (In Russ.)
- Iliassov, Farkhad N. Classification of branches of sociology on the basis of the object of research. *Journal of Social Research*. 2018. No.1. P. 46-54. (In Russ.)
- Iliassova, Selbi F. Measuring the degree of market competition by indicator of uniform distribution of shares of market. *Journal of Social Research*. 2018. No. 2. P. 18-26. (In Russ.)

Received: 2018-11-26. Published online: 2018-12-27