

**Российская научная периодика:
от печати до online шаг длиной в ...**

**Russian Scientific Periodicals From Print to Online:
a Step of Undefined Length**

**Російська наукова періодика:
від друку до online крок довжиною у...**

Петрова С. В.

Научная Электронная Библиотека eLIBRARY.RU, Москва, Россия

Svetlana Petrova

Scientific Electronic Library eLIBRARY.RU, Moscow, Russia

Петрова С. В.

Наукова Електронна Бібліотека eLIBRARY.RU, Москва, Росія

В рамках создаваемого Научной Электронной Библиотекой (www.elibrary.ru) проекта – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ) – был проведен анализ состояния отечественного издательского рынка научной периодики. Цель данного исследования – определить уровень технологической готовности российских издающих организаций к переходу от тиражирования на бумаге до распространения электронных версий изданий, выявление тенденций в развитии российской периодики в эпоху Интернет-технологий (ИТ). Массивом для выборки журналов послужил список ВАК.

Проведенный анализ показывает, что текущий уровень готовности издательств к работе в online невысок, хотя положительные тенденции есть. Издательствам необходима технологическая поддержка и обучение ИТ, получить которые они смогут, участвуя в крупных проектах, например, РИНЦ.

Within the framework of the e-library project (www.elibrary.ru) - Russian Science Citation Index - the library staff studied the current Russian scientific periodicals market. The aim of the study was to determine the level of the technological readiness of Russian publishing organizations to transfer from printed editions to dissemination of electronic versions; to reveal the tendencies in the development of Russian periodicals in the era of Internet technologies. The list of periodicals compiled by the Russian Attestation Commission served as a basis of the selection. The study showed that Russian publishing houses are not ready to work online, though some positive tendencies are obvious. Russian publishing houses need technological assistance and information training which they may receive through participation in the major projects of the type of the Russian Science Citation Index.

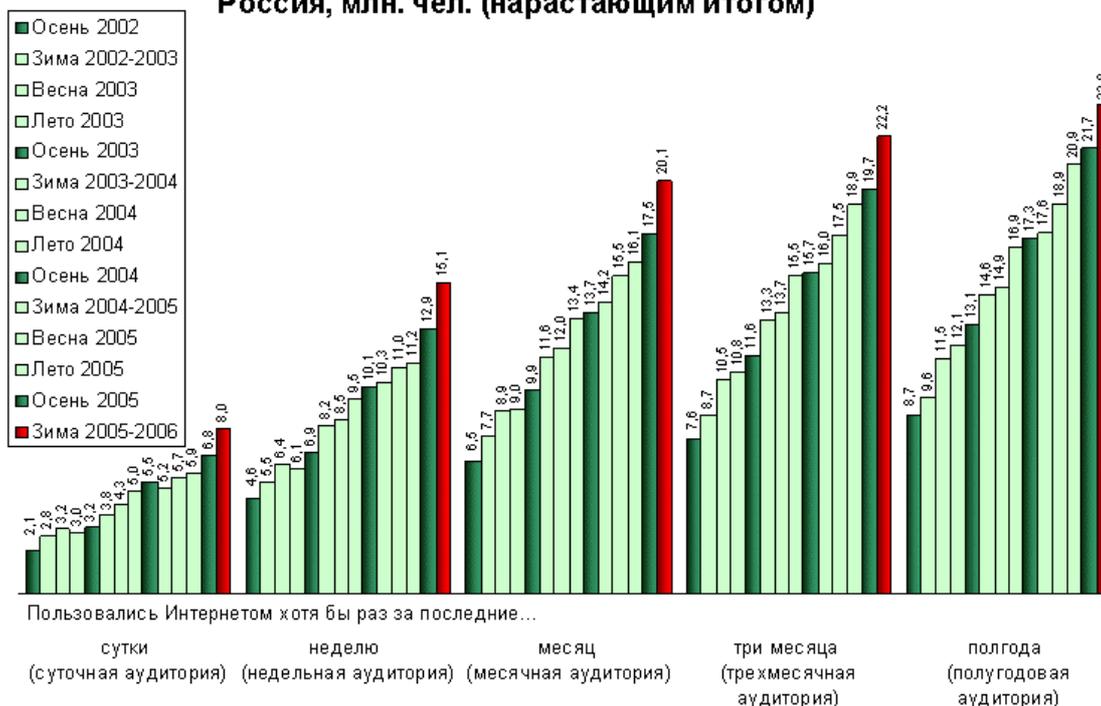
У рамках створюваного Науковою Електронною Бібліотекою (www.elibrary.ru) проекту – Російський індекс наукового цитування (РІНЦ) – було проведено аналіз стану вітчизняного видавничого ринку наукової періодики. Мета даного дослідження – визначити рівень технологічної готовності російських видавничих організацій до переходу від тиражування на папері до розповсюдження електронних версій видань, виявлення тенденцій у розвитку російської періодики в епоху Інтернет-технологій (ІТ). Масивом для вибірки журналів став список ВАК.

Проведений аналіз показує, що поточний рівень готовності видавництв до роботи в online невисокий, хоча є позитивні тенденції. Видавництвам необхідна технологічна підтримка і навчання ІТ, отримати яке вони зможуть, якщо будуть брати участь у великих проектах, наприклад, РІНЦ.

В настоящее время, как отмечают многие исследовательские компании, наблюдается масштабный рост числа пользователей Интернет, этот канал связи становится все более доступным для россиян и востребованным, прослеживается тенденция к его глобальному использованию. Данные, предоставленные Фондом «Общественное мнение»¹, свидетельствуют: зимой 2006 г. количество разовых пользователей Интернет в России увеличилось до 23,8 млн. человек, что составляет 22 % взрослого населения страны. При этом активная аудитория постоянных пользователей составляет 8 млн. человек.

¹ <http://bd.fom.ru/report/map/projects/internet/internet14/int060101#Abs1>¹

Динамика активности пользования Интернетом. Россия, млн. чел. (нарастающим итогом)



В 2005 г. самая большая доля пользователей Сети приходилась на категории студентов, руководителей и квалифицированных специалистов. Именно эта аудитория является наиболее активным потребителем научной информации. Именно она нуждается в новых информационно-образовательных ресурсах и онлайн-сервисах: возможность многоаспектного поиска; мгновенный доступ к полному содержанию документа (библиография + полный текст) в режиме открытого или платного доступа; средства для обработки найденных документов (сохранение, печать, отправка по e-mail и др.).

Но готовы ли издательства организовать доступ к своим электронным материалам и предоставить необходимый online-сервис? Ответить на эти вопросы помогут результаты проведенного исследования.

Цели и задачи исследования

1. Определить количественные показатели представления научных изданий в Интернет;
2. Проанализировать, насколько российские издатели готовы технологически к переходу от бумажных носителей к электронным версиям своих изданий, как используется сеть Интернет для распространения журналов;
3. Выявить тенденции в развитии российской научной периодики в современных условиях.

Из генеральной совокупности научной и технической периодики объемом более 3100 наименований было выбрано **1112** журналов из списка ВАК, относящихся к научным, научно-практическим, научно-техническим, научно-производственным изданиям. Основными источниками для сбора информации служили Интернет, печатные справочники, онлайн-каталоги и корпоративная база данных eLIBRARU.RU.

Основные индикаторы, используемые в исследовании

1. Издающий орган
2. Дата создания журнала
3. Предметная направленность

4. Наличие ISSN, eISSN, DOI
5. Форма представления в Интернет
6. Формат представления электронных версий журнала
7. Информационно-поисковые возможности
8. Возможность online-подписки на электронную версию журнала.

При этом именно индикаторы 5-8 являются основными для определения уровня готовности издательства к работе в сети Интернет.

1) Кто издает?

Этот индикатор дает распределение по организациям – кто издает научную периодику в России, субъект хозяйственной деятельности. Большая часть журналов принадлежит коммерческим издательствам, которые являются более продвинутыми в техническом плане, более устойчивы финансово, имеют необходимый штат сотрудников. Журналы, выпускаемые вузами, уступают коммерческим издательствам и составляют 23 %. Особенностью данного издательского сегмента рынка является, как правило, хорошая техническая оснащенность, но зачастую они не нацелены на коммерческое продвижение своих изданий. Равные маркетинговые доли по 18 % имеют академические институты и отраслевые организации. Отраслевыми организациями названы нами те хозяйственные субъекты, для которых исследовательская и издательская деятельность не является профилирующей. И наименьший процент занимают редакционные коллегии журналов, как самостоятельные юридические лица. Как правило, самое сложное положение у них – нехватка средств, финансирования и квалифицированных специалистов в области ИТ.

2) Дата создания журнала

Среди обработанных журналов были представлены как очень старые журналы (например, «Военно-медицинский журнал» – 1823 год основания, «Горный журнал» – 1825 г., «Железнодорожный транспорт» – 1826 г., Народное образование – 1803), так и журналы, основанные всего несколько лет назад. С точки зрения развития электронных версий журналов не выявлено явной зависимости от года основания. По-видимому, это связано с тем, что, с одной стороны, более старые журналы, как правило, более известны и финансово устойчивы, но, с другой стороны – более традиционны и привязаны к устоявшимся технологиям издательского производства. Новые же журналы, часто сразу ориентируются на возможность распространения электронных версий наряду с печатными.

3) Предметная направленность журналов

Лучше всего представлены технические издания – 31% от общего числа. Естественнонаучные – 17 %, социально-гуманитарные 27 % и медицинские журналы – 21 % и политематические – 4 % .

4) Наличие ISSN

Из обработанных 1112 изданий ISSN имеют только чуть больше половины. Несмотря на то, что процедура получения ISSN для журнала достаточно простая и бесплатная, многие издатели либо не знают об этой возможности, либо не понимают, зачем необходим ISSN.

Отсутствие eISSN и DOI отражают тот факт, что эти издательства пока еще не работают активно в направлении распространения электронных версий своих журналов, поскольку eISSN и DOI являются уникальными кодами, используемыми для однозначной идентификации журнала в большинстве широко распространенных электронных баз данных и поисковых систем.

5) Форма представления в Интернет

Под формами представления в Интернет мы подразумеваем наличие у изданий собственных Веб-сайтов (зарегистрированные доменные имена от II уровня и ниже), или же веб-страниц.

Почти 40 % изданий никак не представлены в Интернет. Из тех журналов, которые представлены в Сети, 77 % имеют только Веб-страницы, 23 % имеют свой собственные Веб-сайты.

6) Формат представления электронных версий журнала

Более половины изданий ограничиваются общей информацией о журнале: «визитка» журнала, содержащая сведения о тематической направленности, составе редколлегии, контактной информации, и т.д. Как правило, эта задача решается просто путем размещения этой информации в онлайн-справочниках и каталогах.

Веб-сайты и веб-страницы журналов в большинстве своем предоставляют возможность ознакомления с содержанием выпусков журнала, чуть большее количество изданий делают выкладку содержания с аннотациями, только 11 % предлагают ознакомиться с полными текстами выпусков.

7) Информационно-поисковые возможности

Информационно-поисковая система – важный параметр, определяющий технологический уровень организации, предоставляющий уже не только электронные версии журналов, но и возможность поиска. Это один из основных и необходимых пользователю сервисов при работе в Сети. Но данная возможность имеется только у 89 изданий из 1112.

8) Возможность подписки на электронную версию журнала

Возможность подписки на электронную версию журнала, либо доступ к отдельным статьям организованы у 7 % изданий. Это говорит о том, что Интернет-маркетинг в данное время не развивается и возможность реализации электронных изданий не используется.

Анализируя содержание переговоров с представителями научных издательств, можно выделить ряд сдерживающих факторов, мешающих развитию электронных версий изданий и возможности распространения их при помощи новых Интернет-технологий:

- **Финансовый** (недостаточность оборотных средств, отсутствие инвестиций и прибыли)
- **Организационный** (отсутствие четкого стратегического плана развития, бизнес-планирования)
- **Технологический** (отсутствие необходимого аппаратного и программного обеспечения)
- **Кадровый** (отсутствие квалифицированного персонала, нехватка знаний, навыков)
- **Психологический** (Интернет-фобия)

Проведенное исследование показало, что уровень готовности российских издательств к переходу на электронные версии не высокий, что необходимо учитывать при планировании перспектив развития любых проектов, ориентированных на работу с научными электронными информационными ресурсами. Однако положительные тенденции есть и их нужно развивать далее. Издательствам необходима технологическая поддержка и обучение ИТ, получить которую они смогут приняв участие в крупных национальных проектах, например, РИНЦ. Информационные компании, осуществляющие подобные проекты обладают достаточным опытом, квалифицированным штатом, технологическими возможностями для того, чтобы передать необходимые разработки издательствам, обучить персонал работе с новыми программными продуктами.