

# Оглавление

Введение .....	6
Опросник .....	8

---

## *Раздел А. Редакционное качество*

<b>Глава 1. Редакционная стратегия и политика .....</b>	<b>10</b>
Онлайн-ресурсы и источники .....	10
1А. Разработка стратегии журнала .....	11
1В. Редакционная политика .....	13
<b>Глава 2. Редакционная структура .....</b>	<b>15</b>
Онлайн-ресурсы и источники .....	15
2А. Редакционные обязанности .....	16
2В. Работа с редакционной командой .....	17
2С. Договор с редактором журнала .....	19
2D. Редакционная коллегия — состав .....	21
<b>Глава 3. Редакционный отдел .....</b>	<b>22</b>
Онлайн-ресурсы и источники .....	22
3А. Работа редакционного отдела (редакции) .....	23
<b>Глава 4. Регулярность публикаций .....</b>	<b>25</b>
Онлайн-ресурсы и источники .....	25
4А. Планирование выпуска журнала .....	26

---

## *Раздел В. Качество контента*

<b>Глава 5. Количество и качество публикации .....</b>	<b>32</b>
Онлайн-ресурсы и источники .....	32
5А. Стратегии привлечения авторов .....	33
5В. Стратегии работы с неравномерным объемом контента .....	35
<b>Глава 6. Поддержка автора .....</b>	<b>36</b>
Онлайн-ресурсы и источники .....	37
6А. Работа с авторами — общепринятая практика .....	38
6В. Инструкция для авторов .....	40
6С. Отношения издатель — автор .....	42
6D. Как опубликовать исследование .....	46

<b>Глава 7. Политика рецензирования</b> .....	51
Онлайн-ресурсы и источники .....	52
7А. Различные методы рецензирования .....	53
7В. Работа с рецензентами — надлежащая практика .....	55
<b>Глава 8. Стандарты качества принятых статей</b> .....	57
Онлайн-ресурсы и источники .....	57
8А. Стиль и корректура — повышение качества статьи .....	58
8В. Техническое редактирование — необходимые навыки и рабочий процесс .....	60
8С. Гиперссылки и DOI .....	62
<b>Глава 9. Политика в области этики</b> .....	64
Онлайн-ресурсы и источники .....	65
9А. Этические вопросы. Каковы они и как их решать? .....	66
<b>Глава 10. Политика в области авторского права</b> .....	69
Онлайн-ресурсы и источники .....	69
10А. Ресурс JISC Copyright .....	70
10В. Ресурс INASP: форма переуступки авторского права .....	72
10С. Лицензия на публикацию вместо переуступки авторских прав .....	74

---

### **Раздел С. Качество представления**

<b>Глава 11. Требования к сайту</b> .....	76
Онлайн-ресурсы и источники .....	77
11А. Планирование перехода в онлайн: чек-лист .....	78
11В. Онлайн-издание — различные варианты размещения .....	80
11С. Веб-сайты журналов — ключевые элементы .....	88
11D. Журналы открытого доступа .....	90
<b>Глава 12. Требования к печатной версии журнала</b> .....	95
Онлайн-ресурсы и источники .....	96
12А. Форматирование текста: рекомендации .....	97
12В. Оформление журнала .....	103

---

### **Раздел D. Устойчивость издания журнала**

<b>Глава 13. Устойчивость и издательская политика</b> .....	108
Онлайн-ресурсы и источники .....	108
13А. Управление бизнесом и финансами журнала .....	109
13В. Оценка журнала (ключевые вопросы и показатели) .....	113
13С. Развитие журнала — предложения .....	116
13D. Модели для выпуска полнотекстовой онлайн-версии журнала .....	118

---

## Раздел Е. Продвижение журнала

Глава 14. Стратегии продвижения .....	124
Онлайн-ресурсы и источники .....	124
14А. Повышение привлекательности журнала: тактики продвижения .....	125
14В. Общие рекомендации для написания и представления рекламного материала .....	128
14С. Рекламная рассылка .....	130
14D. Продвижение через социальные сети .....	132
14Е. Сервисы индексации .....	135
14F. Блоги .....	139
14G. Методы измерения .....	141
14Н. Пресс-релиз .....	144
14I. Научные сети для исследователей .....	146

# Глава 1. Редакционная стратегия и политика

Разработана ли редакционная стратегия и политика в вашем журнале? Оцените ваш журнал, проверяя его по следующему перечню вопросов.

		Да	Можно улучшить	Нет
1	Продумали ли вы стратегию и основные цели своего журнала?			
2	Регулярно ли вы пересматриваете свою стратегию?			
Разработали ли вы политику (которая доступна на вашем сайте) по следующим направлениям:				
3	Цели и область научных интересов журнала			
4	Критерии авторства			
5	Процесс принятия решений для заключений (рецензирование, редакторские решения)			
6	Работа с обращениями			
7	Работа с исправлениями и опечатками			
8	Политика в области этики			
9	Авторские права			
10	Реклама (при необходимости)			
11	Модели распространения			
12	Финансирование журнала и ценообразование (при необходимости)			

## Онлайн-ресурсы и источники

Помимо указанной информации вам могут быть полезны следующие сайты и ссылки:

- Committee on Publication Ethics (COPE). [publicationethics.org](http://publicationethics.org) (дата доступа: 17 января 2017 г.).
- Council of Science Editors. CSE's White Paper on Promoting Integrity in Scientific Journal Publications, 2012. Update. [www.councilscienceeditors.org/i4a/pages/index.cfm?pageid=3331](http://www.councilscienceeditors.org/i4a/pages/index.cfm?pageid=3331) (дата доступа: 17 января 2017 г.).
- DOAJ. Principles of Transparency and Best Practice in Scholarly Publishing. 2015. [doaj.org/bestpractice](http://doaj.org/bestpractice) (дата доступа: 15 февраля 2017 г.).
- Eastern Mediterranean Association of Medical Editors (EMAME). The Manual for Editors of Health Science Journals. World Health Organization. 2011. [www.emro.who.int/entity/emame/](http://www.emro.who.int/entity/emame/) (дата доступа: январь 2017 г.).
- European Association of Science Editors (EASE). [www.ease.org.uk](http://www.ease.org.uk) (дата доступа: январь 2017 г.).
- Hames I. Peer Review and Manuscript Management in Scientific Journals: Guidelines for Good Practice. Blackwell Publishers in association with ALPSP. 2007.
- International Committee of Medical Journal Editors (ICMJE). [www.icmje.org/ethical\\_1author.html](http://www.icmje.org/ethical_1author.html) (дата доступа: январь 2017 г.).
- Smart P., Maisonneuve H., Polderman A. EASE Science Editors' Handbook. 2<sup>nd</sup> ed. European Association of Science Editors. 2013. [www.ease.co.uk](http://www.ease.co.uk).
- World Association of Medical Editors (WAME). [www.wame.org](http://www.wame.org) (дата доступа: январь 2017 г.).

# 1А. Разработка стратегии журнала

**Резюме:** Методология планирования и пересмотра стратегии журнала.

## Разработка стратегии для вашего журнала

Независимо от того, новый у вас журнал, или вы собираетесь внести изменения в уже существующий, вам необходимо иметь четкое представление о целях журнала.

Некоторые вопросы к размышлению:

- К какой области относится журнал?
- Какие недостатки есть на сегодняшний день?
- Какую проблему вы хотите решить?
- На каких авторов и читателей нацелен журнал?

Запишите цели и задачи вашего журнала. Составьте небольшой текст, резюмирующий ваши ответы на вышеприведенные вопросы. Это станет основой для раздела «Цели и область научных интересов» на вашем сайте (более подробную информацию о сайтах см. в разделе С). Работа с указанными вопросами также поможет, когда вы перейдете к продвижению журнала (см. главу 14).

## Пересмотр вашей стратегии

1. Планирование стратегии — это непрерывный процесс, но обычно серьезные решения принимают не чаще раза в год (а зачастую и еще реже!)
2. Стратегия подразумевает два вопроса:
  - устранение проблем;
  - новые разработки.

## Устранение проблем

1. Какие проблемы вы хотите решить?
2. Взгляните еще раз на проблемы, которые вы сформулировали — добрались ли вы до сути? (Иногда задача, которую вы определили, на самом деле является свойством, а не самой проблемой.) Вам необходимо убедиться, что вы правильно определили проблему перед тем, как будете ее решать.

Например:

*Проблема:* представлено слишком много научных статей по таксономии.

*Ответ:* отклоните их все.

*Проблема:* слишком мало подано статей.

Так, реальной проблемой было то, что журнал воспринимался как хорошее издание для публикации научных статей по таксономии, но не для других типов исследований. Следовательно, может потребоваться другое решение — не просто отклонение научных статей, — возможно, это шанс развить журнал в издание, специализирующееся в таксономии. Или можно разбить его на разделы, четко показывающие, что таксономия является лишь одной из многих тем, рассматриваемых в журнале.

3. Следует понять, почему вы хотите решить проблему — какую пользу от ее решения получит журнал (это способствует определению важности решения любой проблемы).
4. Кроме того, необходимо определить срочность решения проблем — у вас может не быть возможности бороться со всеми проблемами, поэтому надо расставить приоритеты. (Вы можете найти быстрое решение для некоторых проблем, и, даже если они не очень важны, включите их в свой список. Хорошо для поднятия морального духа приобрести опыт быстрого решения возникающих вопросов!)
5. Вам нужно выбрать действия, с помощью которых будете решать ту или иную проблему. Бывает, что требуется выполнить несколько действий за определенный период времени.
6. И наконец, вам необходимо найти человека, который будет отвечать за процесс работы с проблемой.

## Новые разработки

1. Внешние факторы могут предоставить новые возможности для журнала; их исследование должно стать частью стратегического плана.

2. Новые разработки могут также включать «список желаний» того, каким бы вы хотели видеть журнал в будущем (например, через пять лет).
3. Важно быть прагматичными — но быть креативными тоже важно. Сбалансированность — лучший подход!
4. Оценка рисков более важна, чем решение проблем, поскольку необходимо найти баланс между ценой новых разработок и выгодой для журнала (или, возможно, для издающего его научного общества).
5. Новые разработки следует осуществлять, только если они полезны журналу; важно представлять, какие дивиденды они принесут. Это поможет определить срочность того, что и когда должно быть выполнено.
6. В связи с тем что решение проблем часто подразумевает относительно простой план действий, новые разработки требуют более комплексного планирования, продумывания и анализа.

### Процесс и мониторинг

Идеального или правильного способа управления процессом разработки стратегии не существует. Предлагаемая методология может включать один (или более) из следующих пунктов.

1. Определите проблемы и возможности, с которыми вы хотите работать.
  - Это можно сделать на собрании редакторов и владельцев/издателей или решается редактором самостоятельно.
2. Создайте список проблем (возможностей), четко обозначая, почему стратегические планы должны предусматривать их решение.
  - Это можно сделать в виде письменного документа, представленного владельцам журнала. Включите в него требования по инвестициям (например, укомплектованность штата), чтобы на основе этого документа владельцы могли создать и подписать бизнес-план.
  - Или же это может быть просто неофициальный документ, используемый для внутренних целей, но в котором будет четко определено — что, почему, кто и когда.
3. После согласования целей необходимо сформировать план действий.
  - В плане должна быть зафиксирована персональная ответственность за выполнение конкретных действий, прописаны сроки их выполнения и т. д.
  - Он может также содержать неофициальные мероприятия, которые следует провести в данной ситуации при помощи ресурсов, имеющихся в вашем арсенале.

Мониторинг может потребовать официальных заседаний совета, или деловых встреч, или неофициальной оценки редакторами/владельцами или специальными сотрудниками журнала (например, лицо, ответственное за маркетинг, редактирование или производство).

### Форма, предлагаемая для решения проблем

Проблема	Причина проблемы	Выгода при решении	Требующиеся действия	Временной интервал (или конечная дата)	Ответственность



### Форма, предлагаемая для определения новых разработок

Новая разработка	Обоснование целесообразности	Выгода журналу	Риски	Приоритет	Действия	Временной интервал (или конечная дата)	Ответственность

#### КЛЮЧЕВЫЕ МОМЕНТЫ

Не игнорируйте стратегическое планирование! Оно может принести огромные выгоды журналу без значительных усилий.

## Глава 13. Устойчивость и издательская политика

Есть ли у журнала проработанная политика устойчивого развития и издания? Запустить журнал просто, но гораздо сложнее последовательно поддерживать высокий стандарт издания. Придерживаетесь ли вы четко сформулированной политики и стратегии (глава 1) и работают ли они?

Сверьтесь со списком.

		Да	Можно улучшить	Нет
1	Достаточно ли у вас кадровых ресурсов для работы журнала?			
2	Есть ли у вас план преемственности для любого редакционного или производственного персонала или волонтеров, которые могут уйти на пенсию или уволиться вскоре или в течение следующих двух лет?			
3	Достаточно ли у вас финансов для продолжения деятельности журнала?			
4	Обладаете ли вы детальной информацией о доходах и расходах журнала?			
5	Существует ли у вас план издательской или редакционной стратегии?			
6	Проводили ли вы анализ редакционной или издательской стратегии журнала в последние два года?			
7	Анализировали ли вы сильные и слабые стороны журнала за последние три года?			
8	Подвергали ли вы анализу издательскую модель журнала (например, печатный формат, онлайн-версия, версия по подписке, доступ и т. д.) за последние три года?			
9	Если вы предоставляете доступ к журналу по подписке, рассматриваете ли вы возможность публикации в открытом доступе?			
10	Предусмотрена ли у вас процедура для работы со статьями, предоставленными для открытого доступа?			

### Онлайн-ресурсы и источники

Помимо указанной информации вам могут быть полезны следующие сайты и ссылки:

Armstrong C., de Beer J., Kawooya D., et al. (eds). *Access to Knowledge in Africa: The Role of Copyright*. UCT Press; 2010. [www.idrc.ca/en/book/access-knowledge-africa-role-copyright](http://www.idrc.ca/en/book/access-knowledge-africa-role-copyright) (дата доступа: февраль 2017 г.)

Campbell R., Pentz E., Borthwick I. (eds). *Academic and Professional Publishing*. Oxford: Chandos Publishing; 2012.

Cope B., Phillips A. (eds). *The Future of the Academic Journal*. 2<sup>nd</sup> ed. Elsevier; 2014.

Cox J., Cox L. *Scholarly Publishing Practice 3: Academic Journals Publishers*. *Learned Publishing*. 2009;22:75-77

Directory of Open Access Journals DOAJ. [www.doaj.org](http://www.doaj.org) (дата доступа: август 2013 г.).

Eastern Mediterranean Association of Medical Editors (EMAME). The Manual for Editors of Health Science Journals. World Health Organization. 2011. [www.emro.who.int/entity/emame](http://www.emro.who.int/entity/emame) (дата доступа: август 2013 г.).

Morris S., Barnas E., La Frenier D., Reich M. The Handbook of Journal Publishing. Cambridge: Cambridge University Press; 2013.

Scholarly Kitchen blog. [scholarlykitchen.sspnet.org](http://scholarlykitchen.sspnet.org) (дата доступа: август 2013 г.).

Smart P., Maisonneuve H., Polderman A. Science Editors' Handbook. 2<sup>nd</sup> edn. European Association of Science Editors. 2013. [www.ease.co.uk](http://www.ease.co.uk).

## 13А. Управление бизнесом и финансами журнала

**Резюме:** Хотя управляющий редактор может и не заниматься финансовыми вопросами, он все равно может влиять на ситуацию в журнале, принося этим большую пользу. Журнал не будет иметь перспектив в развитии, если у него нет финансов для продолжения существования.

### Доходы журнала

Доходы в журнал могут поступать из самых разных источников.

**Реклама** (оплачивается при размещении) зависит от тиража журнала (рекламодатели хотят, чтобы рекламу увидели как можно больше заинтересованных потенциальных потребителей) и от репутации журнала (журнал высокого качества привлекает больше рекламы, чем журнал с плохой репутацией).

**Подписка** — читатели или организации оплачивают подписку заранее, до получения журнала. В идеале оплату производят в сентябре/октябре предшествующего года, однако многие задерживают оплату до начала календарного года. На это влияют бюджетные правила библиотек, которым, впрочем, легче сохранить существующие подписки, чем получать новые.

**Продажа прошлых выпусков** — оплачивается при заказе (для большинства журналов это убывающий источник дохода).

**Продажа отдельных выпусков** — некоторые журналы продают отдельные выпуски и таким образом получают некоторый доход.

**Спонсорская помощь, гранты и т. д.** — можно получить в любое время в течение года.

**Авторские взносы** (хотя их может оплачивать работодатель автора, а не сам автор). Если журнал взимает плату с авторов в виде взноса за подачу или принятие статьи или взноса за некоторые типы контента (например, цветная печать), то оплата поступает после принятия статьи, но до ее публикации.

**Банковская комиссия** — также может быть включена в строку доходов, несмотря на то что это будет отрицательная сумма!

Доходы журнала — это область с огромным потенциалом для инновационных идей по увеличению прибыльности журнала.

### Влияние на доходы

Можете ли вы найти новые способы получения финансирования? Например:

- оплаченные выпуски;
- оплаченные статьи;
- оплаченная рассылка;
- для одного выпуска, для многих выпусков.

Можете ли вы получить финансирование не в денежном выражении? Например, использование:

- секретаря организации-учредителя;
- временного персонала для рассылки, набора и т. д.;
- внутриорганизационной рассылки (для экономии почтовых расходов);



- сайта организации-учредителя для размещения онлайн-журнала;
- технического персонала и оборудования организации-учредителя.

### Идеи для повышения доходов

- Специальные предложения:
  - «Подпишитесь на 2018 год и получите все номера за 2017 год бесплатно».
  - «Купи журнал X и книгу Y по специальной цене Z».
- Выход на новые рынки:
  - целевой маркетинг;
  - изменение контента журнала.
- Связь с другими ассоциациями, чтобы их члены подписались на журнал.
- Коммерческие спонсорские предложения.
- Специальные предложения для рекламодателей: «Разместите рекламное объявление — и получите еще одно бесплатно».
- Продажа статей:
  - выход на компании с конкретными статьями;
  - размещение статей (приглашение компаний к подаче статей).
- Специальные выпуски, имеющих спонсорскую поддержку.
 

Дополнительные выпуски, опубликованные в течение года, обычно по результатам конференций или по конкретным темам. Оплачиваются организатором конференции или конкретными компаниями или организациями.
- Материалы конференций.
 

Специальные выпуски, иногда только с тезисами докладов конференции. Оплачиваются организатором конференции или конкретными компаниями или организациями.
- Тематические выпуски.
 

Часто привлекают больше рекламы, их можно продавать крупными партиями, они могут спонсироваться сторонней компанией.
- Цена подписки — оптимальна ли она?
 

Расчет минимальной стоимости подписки:  
*Общая стоимость* производства журнала *Минус* любое финансирование, *деленное на количество* экземпляров, которое вы собираетесь продать (не путайте с количеством напечатанных экземпляров).

Нужно помнить, что финансирование может быть прекращено, и это повлияет на минимальную плату, которую можно взимать за подписку.
- Обеспечьте точный контроль над количеством подписчиков и получаемыми доходами.
  - Посылаете ли вы письма об обновлениях?
  - Посылаете ли вы письма об обновлениях подписчикам, которые не платят?
  - Когда вы выставяете счет (достаточно ли заблаговременно)?
  - Отслеживаете ли вы неоплаченные счета?
  - Отменяете ли вы подписку при неоплате счетов?
- Предлагаете ли вы рассрочку?
  - Предлагаете ли вы рассрочку за неопубликованные выпуски?
  - Предлагаете ли вы рассрочку за позднюю публикацию?
- Партнерство.
  - Продавайте комплекты с предложениями другого издателя (по льготным ценам, если подписчик покупает группу публикаций).
  - Привлекайте коммерческого издателя для продажи/распространения по его списку.
  - Пригласите специалиста по продажам (оплата на основании процента от продаж).
  - Привлекайте международных агентов и их отдел продаж.