



Оригинальная статья / Original paper

<https://doi.org/10.24069/SEP-22-03>

Приоритеты трансформации редакционной политики научного журнала в условиях международных санкций*

И.Д. Тургель  

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина,
г. Екатеринбург, Российская Федерация

 i.d.turgel@urfu.ru

Резюме. Актуальность исследования обусловлена кардинальным изменением условий взаимодействия научного сообщества в ситуации санкционного давления и международной изоляции. Предложено рассматривать данную ситуацию в рамках теории внешних шоков. Это позволило выделить критерии, позволяющие охарактеризовать современный внешний шок и провести анализ трансформации редакционной политики в контексте теории антикризисного управления. В статье обоснованы приоритеты трансформации редакционной политики научного журнала, позволяющие в краткосрочной перспективе минимизировать последствия международной изоляции в условиях ограниченности ресурсов. В качестве таких приоритетов рассмотрены: трансформация географического фокуса редакционной политики; реструктуризация редакционного портфеля в пользу обзорных статей и спецвыпусков; переосмысление роли электронных рассылок; продвижение в альтернативных социальных медиа. В рамках каждого приоритета предложен конкретный инструментарий для его реализации, сформулированы особенности и условия использования. Подчеркнута важность мониторинга появляющихся новых типов статей, перспективных с точки зрения повышения видимости и узнаваемости журнала (например, статей, рассматривающих формулировки перспективных направлений исследования). Особо отмечено, что трансформация редакционной политики не означает радикальной смены фокуса и содержательных приоритетов журнала. В заключении намечены перспективы развития исследования. Подчеркнуто, что предлагаемый комплекс мер не является перечнем универсальных рецептов и должен модифицироваться с учетом специфики конкретных журналов.

Ключевые слова: редакционная политика, антикризисное управление, внешние шоки, географические приоритеты, редакционный портфель, каналы продвижения, социальные медиа

Для цитирования: Тургель И.Д. Приоритеты трансформации редакционной политики научного журнала в условиях международных санкций. *Научный редактор и издатель.* 2022;7(1):28–38. <https://doi.org/10.24069/SEP-22-03>

Transformation priorities in the editorial policy of a Russian scientific journal in the context of international sanctions

I. D. Turgel  

Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin,
Yekaterinburg, Russian Federation

 i.d.turgel@urfu.ru

Abstract. The current sanctions introduced against Russian science are imposing serious consequences on interactions between researchers all over the world. In order to analyse approaches to mitigating the resulting negative effects, the author turns to the theories of external shocks and crisis management.

* По результатам исследования был представлен доклад на 10-й Международной научно-практической конференции «Научное издание международного уровня – 2022: от настоящего к будущему», которая прошла 26–29 апреля 2022 г. в Московском государственном университете имени О. Е. Кутафина (МГЮА) (см. <https://rassep.ru/upload/iblock/26f/Turgel-1.pptx.pdf> [презентация]).

Criteria that characterise modern external shocks are distinguished, on which basis transformations in the editorial policy of a Russian journal aimed at minimising the effects of international isolation under the conditions of limited resources are proposed. Priority directions in the editorial policy include shifting the geographical focus of editorial activities, restructuring the editorial portfolio in favour of review articles and special issues, rethinking the role of email marketing strategies and promoting journals through alternative social networking resources. Each transformation direction is discussed in terms of feasible implementation tools. The importance of monitoring emerging types of articles that are promising from the standpoint of increasing the visibility and recognition of a journal (such as those outlining frontier research directions) is emphasized. The author argues that the proposed transformations in the editorial policy of a journal entails no radical changes in the thematic scope or content selection process. Moreover, these measures can be tailored to meet the specific needs of a particular publisher. Directions for future research are outlined.

Keywords: editorial policy, crisis management, external shocks, geographical priorities, editorial portfolio, promotion channels, social media

For citation: Turgel I.D. Transformation priorities in the editorial policy of a Russian scientific journal in the context of international sanctions. *Science Editor and Publisher*. 2022;7(1):28–38. <https://doi.org/10.24069/SEP-22-03>

Введение

Российские научные журналы не в первый раз сталкиваются с качественно новыми задачами. Значительные усилия были приложены по приведению научных журналов в соответствие с мировыми издательскими стандартами и требованиями, предъявляемыми международными наукометрическими базами данных. С 2014 г. эта задача рассматривалась в качестве одного из ключевых приоритетов государственной научной политики¹. Благодаря объединению усилий государства и научного сообщества были достигнуты значительные успехи [1]. Например, из 21 вуза, вошедшего в «Проект 5-100», 17 являются издателями 64 журналов, индексируемых в Scopus. Причем 55 журналов, или 86 % от общего количества, были приняты в эту базу данных, начиная с 2014 г. Более половины (36 из 64 журналов) издаются региональными вузами, расположенными вне Москвы и Санкт-Петербурга. Свыше трети (23 из 64) уже сейчас относятся к первому и второму квартилю по SCImago Journal Rank (SJR).

¹ В период 2014–2016 и 2017–2019 гг. было проведено два конкурса по государственной поддержке про-грамм развития и продвижения журналов в международные индексы цитирования Web of Science и Scopus в рамках федеральной целевой программы «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса России на 2014–2020 годы» (утв. Постановлением Правительства РФ от 21 мая 2013 г. № 426). Задача развития научных журналов была важной частью «Проекта 5-100», направленного на поддержку ведущих университетов РФ (Постановление Правительства РФ от 16 марта 2013 г. № 211 «О мерах государственной поддержки ведущих университетов Российской Федерации в целях повышения их конкурентоспособности среди ведущих мировых научно-образовательных центров»).

Особо следует отметить, что почти две трети, или 63 %, этих журналов относятся к предметной области гуманитарных и общественных наук, предметом исследования которых являются человек, текст, общество². В данных предметных областях российские ученые чаще сталкивались с проблемами межкультурных коммуникаций и искусственных ограничений для представления результатов исследования международному сообществу. Именно поэтому формирование пула российских журналов международного уровня в данных предметных областях имеет особое значение для развития отечественной гуманитарной науки.

Однако поступательное органичное развитие российских научных журналов внезапно оказалось под угрозой в силу беспрецедентного санкционного давления. Внешнеполитическая обстановка стала не просто одним из очередных вызовов, но серьезной угрозой свободному распространению нового научного знания. Закономерное неприятие и отторжение вызывают односторонний разрыв сложившихся научных связей, ограничение доступа к профессиональным ресурсам, необходимым для работы научных редакторов, издателей и исследователей. Но когда проходит первая эмоциональная реакция, приходит осознание необходимости продолжать работу, несмотря на внешние обстоятельства.

В рамках этой установки внешнюю ситуацию более продуктивно рассматривать не как непреодолимое препятствие, а как повод для поиска

² Рассчитано автором на основе данных БД Scopus.

нестандартных решений, позволяющих по-новому посмотреть на приоритеты и инструменты редакционной политики. Именно рациональное осмысление возникших проблем, поиск релевантных стратегий адаптации, умение увидеть не только новые угрозы, но и новые возможности, может стать основой для повышения жизнестойкости и устойчивости российских научных изданий на современном этапе развития. Вышеназванные обстоятельства стали стимулом для подготовки данного комплекса рекомендаций по трансформации редакционной политики, позволяющих, по мнению автора, сохранить достигнутые результаты работы и преодолеть внезапно возникшие барьеры.

Теория и методология исследования

Отказ от эмоционального восприятия в пользу рационального осмысления позволяет рассмотреть сложившуюся ситуацию с точки зрения теории кризисов и антикризисного управления, и на этой основе сформулировать направления модификации редакционной политики научного журнала в новых обстоятельствах. В рамках данной парадигмы внешний курс на международную изоляцию можно интерпретировать как внешний шок, т. е. как внешнее по отношению к рассматриваемой системе событие, которое приводит к негативным или позитивным изменениям внутри системы [2; 3]. Это классический внешний шок, так как в его основе – события, лежащие вне российской системы научных журналов, да и российской науки в целом. В теории источником шока могут быть действия разнообразных внешних агентов – индивидуумов, организаций, государств. Шоки различаются по направлениям воздействия, длительности, источникам, отношению к ожиданиям агентов [4; 5].

В текущей ситуации мы столкнулись с негативным, внезапным внешним шоком, особенностями которого являются: невозможность точной прогнозной оценки длительности, множественность источников воздействия и лавинообразные кумулятивные эффекты. Односторонние решения об ограничении и разрыве связей с российскими учеными принимаются как на общегосударственном уровне, так и на уровне организаций (университетов, институтов), профессиональных ассоциаций, отдельных индивидуумов. Взаимодействие внутри страны ограничивается факторами экономического характера (удорожание переездов, сокращение количества авиарейсов, финансовая неопределенность, отток производств зарубежных компаний).

Теория антикризисного управления постулирует ряд методологических подходов, позволяющих сформулировать стратегию поведения в кризисной ситуации. Это преодоление конфликтов и сопротивление изменениям, реструктуризация затрат, выявление новых ожиданий внешней и внутренней среды и т. д. [6]. Но прежде чем начинать действовать, необходимо определить, в чем главная причина кризиса. Именно это позволяет правильно выстроить цепочку антикризисных мер от главных к второстепенным. И если главной причиной кризисной ситуации является внезапный изоляционный шок, ядром антикризисной политики должен стать комплекс мер, направленных на преодоление внешней изоляции.

С учетом вышесказанного целью статьи является обоснование приоритетов и инструментов трансформации редакционной политики научного журнала, позволяющих в краткосрочной перспективе минимизировать последствия международной изоляции в условиях ограниченности ресурсов. Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- предложить подходы для модификации географических приоритетов редакционной политики;
- рассмотреть варианты реструктуризации редакционного портфеля;
- обосновать предложения по обновлению информационных рассылок;
- предложить подходы для переосмысления роли социальных медиа в продвижении научных журналов.

В состав анализируемой совокупности вошли журналы вузов – участников проекта 5-100, индексируемые в международной наукометрической базе данных Scopus.

Предложенные приоритеты трансформации редакционной политики направлены на преодоление ключевых последствий внешнего изоляционного шока для научного журнала:

- негативное отношение к сотрудничеству в странах, проводящих недружественную политику по отношению к России;
- падение интереса научного сообщества к российским журналам;
- потеря уже сложившихся контактов сформировавшейся аудиторией журнала (авторы, читатели, рецензенты);
- ограничение доступа к социальным медиа.

Концептуальное видение процесса трансформации редакционной политики представлено на рис. 1.

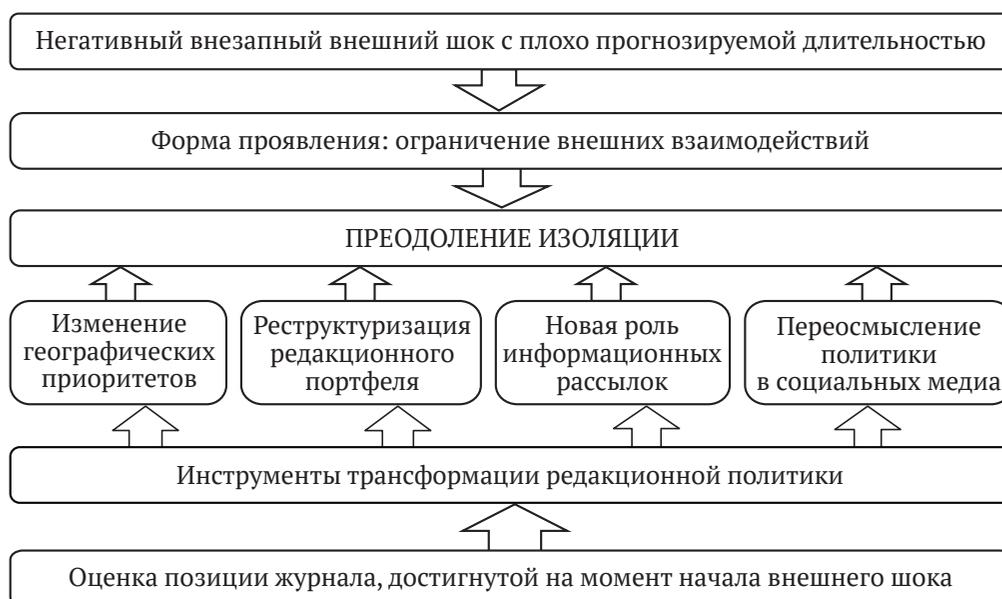


Рис. 1. Трансформация редакционной политики научного журнала в условиях международной изоляции
Fig. 1. Transformations in the editorial policy of a scholarly journal under the conditions of international isolation

Следует особо подчеркнуть три аспекта.

1. Действиям по изменению редакционной политики должен предшествовать честный и непредвзятый анализ позиции журнала как по формальным наукометрическим показателям, так и по более сложным, многофакторным содержательным критериям: актуальность тематики, сложившиеся географические приоритеты, научные биографии привлекаемых авторов и т. д.³

2. Объективно необходимая трансформация в краткосрочной перспективе не требует изменения содержательного ядра редакционной политики. Разработанные концепции журналов уже получили высокую профессиональную оценку, одним из подтверждений которой является вхождение в международные наукометрические базы данных, завоевали признание читательской аудитории. В данном случае речь идет об адаптации, а не о глобальной ревизии содержательных приоритетов.

3. Предложенные направления трансформации редакционной политики в большей степени применимы к журналам, специализирующимся в сфере общественных и гуманитарных наук.

³ Разнообразный и эффективный инструментарий для проведения подобного анализа предоставляют наукометрические базы данных Scopus и Web of Science, а также их аналитические платформы, соответственно, SciVal и InCites. В данном случае выводы, сделанные на основе опыта и интуиции редакционной коллегии, обязательно должны быть дополнены результатами данной комплексной оценки.

При подготовке статьи использовались следующие данные и источники информации:

– нормативно-правовые и программные документы в сфере государственной поддержки развития науки, высшего образования и научных журналов;

– наукометрические показатели индексируемых в Scopus журналов, издателями которых являются вузы-участники проекта 5-100;

– информация о распространении и развитии языков мира, представленная на портале *Ethnologue. Languages of the World*, электронной версии справочника по языкам мира, выпускаемого организацией *SIL International* (<https://www.ethnologue.com>);

– данные о социальных медиа общего и профессионального характера, аккумулируемые компанией *SimilarWeb*, которая входит в состав мировых лидеров в сфере веб-аналитики и анализа больших данных (<https://www.similarweb.com>).

Результаты

Изменение географических приоритетов редакционной политики

Для обоснования новых географических приоритетов необходимо четко понимать уже сложившуюся ситуацию: представители каких стран и организаций являются авторами журнала и составляют его читательскую аудиторию, в каких странах журнал чаще всего цитируется. Это по-

зволит оценить риски снижения интереса к журналу и его материалам. При выборе новых географических приоритетов необходимо принимать во внимание два фактора. С одной стороны, представителям каких стран могла бы быть интересна тематика данного журнала. С другой стороны, насколько широкой может быть новая аудитория. В этом случае необходимо оценить современную «лингвистическую карту мира», динамику распространения различных языков (табл. 1). Этот вопрос не может быть решен механически, – например, начать использовать китайский язык в силу того, что этот язык является вторым по распространенности после английского, или же опираться на какие-либо официальные перечни (перечень официальных языков ООН, Евросоюза и т.п.). Выбор языка осложнен тем, что, хотя большинство статей публикуется на английском языке, распределение статей в зависимости от языка публикации и распределение языков по степени распространенности существенным образом отличаются [7; 8]. При выборе дополнительного языка для публикаций, на наш взгляд, следует учитывать:

- число носителей языка в мире;
- число людей, говорящих на данном языке (не носителей);
- страны, в которых распространен данный язык.

С учетом этих факторов выбор китайского языка, несмотря на второе место по количеству носителей, уже не является бесспорным, так как большинство его носителей сконцентрировано в одной стране. Интересная ситуация складыва-

ется с французским языком. Он занимает 5-е место по числу носителей языка, из которых только 23 % проживают во Франции. Французский язык широко распространен еще в 54 странах. При этом наибольшее число франкоговорящих в мире сосредоточено в Африке, где французский язык в силу исторических причин выполняет важную функцию межэтнического общения. С учетом данных обстоятельств, французский вполне может быть выбран в качестве дополнительного языка, используемого в журнале, если наблюдается интерес к его тематике со стороны исследователей, изучающих проблемы африканского континента, и/или данный географический фокус является важным для развития журнала.

Внимательного изучения требует ситуация с использованием испанского и арабского языков. Здесь тоже могут открываться новые возможности в силу их распространения в большом количестве стран. Интересной выглядит связка языков «испанский-португальский», позволяющая охватить практически всю Латинскую Америку. А вот хинди, подобно китайскому, несмотря на 3-е место по числу носителей, является менее привлекательным в силу высокой концентрации в единственной стране и широкого распространения в стране в силу колониального прошлого английского языка.

Практическое воплощение идеи о модификации географических приоритетов может осуществляться с помощью следующих инструментов.

1. Увеличение количества языков, на которых представлены метаданные статей журнала. Не-

Таблица 1. Распространение языков
Table 1. Distribution of world languages

Язык	Носители языка, млн чел.	Страна – родина языка	Количество стран, в которых проживают свыше 500 тыс. носителей языка	Доля носителей в стране – родине языка в общем числе носителей, %	Доля тех, для кого язык является родным, в общем числе носителей, %
Английский	1 452,5	Великобритания	83	4,1	25,7
Китайский	1 118,6	Китай	9	97,0	82,2
Хинди	602,2	Индия	5	99,0	57,1
Испанский	548,3	Испания	33	8,5	8,7
Французский	274,1	Франция	47	23,3	29,1
Арабский	274,0	Саудовская Аравия	25	9,1	н. д.
Бенгали	272,7	Бангладеш	5	58,3	85,7
Русский	258,2	Россия	23	53,5	59,7
Португальский	257,7	Португалия	5	3,8	90,2
Урду	231,3	Пакистан	4	70,9	30,4

Составлено и рассчитано автором по <https://www.ethnologue.com/guides/ethnologue200>

смотря на то, что подавляющее число публикаций в мире выходит на английском языке, уровень владения им в разных странах не одинаков. Использование дополнительных языков при подготовке метаданных позволяет сократить время исследователя – не носителя английского языка для знакомства с ключевыми характеристиками статьи, облегчает принятие решения о знакомстве с ее полным текстом. Публикация метаданных не только на английском языке является и своеобразным подтверждением интереса журнала к определенному региону, а также сигналом для авторов о заинтересованности в их материалах.

2. Привлечение в состав редакционной коллегии новых членов из стран и регионов, которые рассматриваются в качестве перспективных направлений редакционной политики. Эта мера, с одной стороны, представляется одной из наиболее эффективных, а с другой стороны, она в наибольшей степени сложна для реализации. Вряд ли ее можно будет реализовать на начальном этапе трансформации географических приоритетов журнала. Однако в среднесрочной перспективе накопление опыта взаимодействия с новыми авторами, знакомство с научным сообществом интересующего макрорегиона, безусловно, поможет выявить ученых, заинтересованных в такой форме сотрудничества.

3. Включение полных текстов публикаций на языках, отличных от английского. Данная мера является наиболее дискуссионной из всех предложенных. Тем не менее, она также заслуживает внимания. В данном случае при принятии решения целесообразно учитывать уровень цитирования статей, опубликованных не на английском языке, в тех предметных областях, на которых специализируется журнал. Вряд ли целесообразно полное дублирование содержания журнала. В качестве промежуточного варианта на нескольких языках может быть подготовлена вступительная редакционная статья с представлением общей концепции номера и входящих в него материалов.

Обновление структуры редакционного портфеля

Основным инструментом реализации этого приоритета трансформации редакционной политики в данном случае является повышение многообразия типов публикуемых статей. Каждый тип статьи (оригинальная научная статья, обзорная статья, краткое сообщение и др.) важен и нужен для трансляции научного знания и при этом имеет свою специфику с точки зрения потенциала продолжительности читательского

внимания и охвата аудитории. Так, обзорные статьи занимают особое место в системе научного знания, так как позволяют быстро познакомиться с текущим состоянием определенной научной области и трендами ее развития, применяемыми методами и результатами ключевых исследований. Многие отечественные и зарубежные авторы аргументированно относят обзоры к самым востребованным видам статей [9–11]. Результаты анализа статей, индексируемых в международных наукометрических базах данных, показывают, что обзорные статьи демонстрируют более высокий уровень цитирования [10; 12]. В ситуации обновления редакционной политики, изменения ее географических приоритетов обзорные статьи, по мнению автора, могут стать триггером для привлечения новой аудитории и повышения узнаваемости журнала в новых макрорегионах.

При этом необходимо учитывать, что сам жанр обзорной статьи постоянно развивается. Это уже далеко не только вторичное научное произведение в форме литературного обзора первичных источников. Например, Г. Паре с соавторами классифицируют и систематизируют литературные обзоры исходя из следующих целей: обобщение предшествующих данных, их агрегация, интерпретация или критическая оценка [11]. С учетом особенностей анализируемых первоисточников можно выделить теоретический, критический, систематический обзоры. Развивается жанр обзоров, которые представляют собой описание и анализ ранее сделанных обзоров: например, метаанализ или “зонтичный” обзор [12]. Понимание этого многообразия поможет организовать индивидуальную работу с авторами по подготовке статей в формате определенных типов обзоров, сформирует интересный, запоминающийся контент, обеспечит уникальное позиционирование журнала.

Еще один аспект в реструктуризации редакционного портфеля – мониторинг появляющихся новых перспективных типов статей. Так, сегодня мы наблюдаем формирование такого типа статей, который рассматривает формулировки перспективных направлений исследования (*research agenda*), концентрируется на описании исследовательских лакун (*research gaps*) в определенных предметных областях. Появление данного типа статей можно рассматривать и как результат развития жанра статей в форме научных обзоров. Каждая обзорная статья так или иначе завершалась оценкой перспектив развития исследований в анализируемой области знаний. В определенный момент роль и функции раздела, посвященного

характеристике исследовательских перспектив, стала расширяться и приобрела самостоятельное значение. Развитие данного жанра статей сегодня можно наблюдать в экономических, социальных, политических науках [13–15].

Другим инструментом модификации редакционного портфеля может стать использование специальных выпусков журнала по наиболее актуальной тематике. К сожалению или к счастью, нет универсального алгоритма выбора тематики специализированных разделов и выпусков. Специальные выпуски являются высокоэффективным инструментом для увеличения выпуска высококачественного контента в журнале и продвижения журнала среди более широкой аудитории. При этом фокус спецвыпуска также является разнообразным. Это может быть не только определенная предметная область, но и тенденция, «горячая» общественно-политическая тема в контексте ее научного осмысления, научное мероприятие, наследие выдающегося ученого. Подготовка спецвыпуска это еще и инструмент привлечения к работе приглашенного редактора, репутация которого окажет положительное влияние на узнаваемость журнала. Так как подготовка спецвыпуска достаточно сложная и трудоемкая задача, в качестве промежуточного варианта можно использовать включение в журнал тематических специализированных разделов.

E-mail рассылки

Электронные рассылки используются редакцией, как правило, по ограниченному числу поводов: чаще всего это информирование о выходе авторской статьи, очередного номера журнала, анонс спецвыпуска. Данный тип рассылок носит событийный характер. В базу данных адресов для рассылки в этом случае попадают e-mail адреса авторов, статьи которых ранее были опубликованы в журнале. Такой подход позволяет сохранять и поддерживать контакты с теми, кто ранее уже являлся автором, но вряд ли поможет расширить аудиторию. Модификация данного канала продвижения может идти в следующих направлениях.

1. Дополнение событийных рассылок контентными с интересной и важной информацией для их получателей.

2. Расширение круга лиц, которые получают рассылку журнала, за счет новых читателей.

3. Включение в список рассылки контактов людей, с которыми шло взаимодействие в рамках тематических групп в социальных сетях, в настоящее время запрещенных в Российской Феде-

рации⁴. Это особенно важно для англоязычных журналов, которые в ближайшей перспективе, по мнению автора, не смогут найти альтернативные площадки в социальных медиа для информирования аудитории.

Контентные рассылки создают ощущение личного общения с редакционной коллегией, делают журнал более узнаваемым, позволяют привлечь новых авторов и читателей. Их нецелесообразно делать слишком длинными. На стадии внедрения данного инструмента информация должна быть максимально привязана к содержанию журнала. Например, одним из вариантов регулярной рассылки может стать рассылка, включающая 5–7 статей по определенной тематике, опубликованных в журнале за последние несколько лет. В такой минидайджест можно включить аннотации статей, ссылки на статьи на сайте журнала, PDF-файлы статей, оформленные в разных стилях ссылки для цитирования статьи. Другой постоянной темой может стать информация непосредственно о журнале: редакционная политика и содержательные приоритеты издания, требования к представляемым статьям, организация рецензирования, представление членов редколлегии и т. п.

Другая важная задача – расширение круга лиц, получающих e-mail рассылку. Данные о новых контактах можно получить, изучая работу профессиональных экспертных ассоциаций, действующих в интересующем редакцию предметном поле, и анализируя информацию об участниках профильных научных мероприятий в России и за рубежом. Использование аналитических инструментов международных наукометрических баз данных позволяет выделить ведущих ученых и ведущие исследовательские организации в релевантных предметных областях.

И наконец, никогда не нужно отказываться от традиционных алгоритмов ручного поиска контактов. Например, в случае поиска контактов в определенной стране это может быть работа с сайтами нескольких ведущих национальных университетов и знакомство с личными страницами специалистов профильных департаментов. Несмотря на трудоемкость, данный тип поиска может оказаться достаточно эффективным. Знакомство с деятельностью подразделения может стать стимулом для развития сотрудничества в рамках не только журнальных проектов, но и других сфер научно-образовательной деятель-

⁴ Социальные сети, отмеченные в данной статье *, на момент публикации статьи запрещены на территории Российской Федерации.

ности. В этом случае важно не количество изученных сайтов зарубежных университетов, а именно глубина и системность работы с информацией.

Периодичность рассылок не должна быть слишком высокой. Оптимальной представляется частота один раз в месяц. Так как какое-то время рассылка становится основным каналом взаимодействия с аудиторией журнала, следует уделить внимание ее оформлению, разработать узнаваемый, привлекательный дизайн.

Переосмысление работы журнала в социальных медиа

Социальные медиа все активнее используются как инструмент продвижения результатов научных исследований. Например, крупнейшие международные научные издательства сегодня представлены в следующих социальных медиа: *Elsevier* (Facebook*, Instagram*, Twitter*, Youtube), *Taylor and Francis* (Facebook*, LinkedIn*, Twitter*, Youtube, Weibo), *Wiley* (Twitter*), *Sage* (Facebook*, LinkedIn*, Twitter*, Social Science Space), *Springer* (Facebook*, LinkedIn*, Twitter*, Youtube, XING). Реализуя политику материнских издательств, собственные аккаунты на ведущих социальных платформах создают издаваемые ими научные журналы. При этом выбор конкретных социальных медиа не является унифицированным. Так, *Taylor and Francis* развивает «площадку» на китайской платформе *Weibo*. Есть примеры, когда издательства создают собственные социальные медиа. Например, издательство *Sage* развивает собственную социальную сеть SSP (Social Science Space), объединяющую ученых в сфере социальных наук, *Springer* – сеть XING, объединяющую ученых и компании, которые сотрудничают с издательством.

В России научные журналы также начинают использовать социальные медиа в целях продвижения, повышения узнаваемости и видимости. И хотя эта деятельность пока не получила массового распространения, ее важность и необходимость была признана профессиональным сообществом [16; 17]. Возникает вопрос, реально ли продолжать эту работу сегодня, в ситуации ограничения доступа к ведущим зарубежным социальным сетям? Ситуация осложняется тем, что большинство журналов, продвигаемых через соцсети – англоязычные, а именно вышеупомянутые соцсети концентрировали наибольшую долю англоговорящих пользователей.

Нужно признать, что автоматически «перенести» аудиторию в другую социальную сеть не получится. Предварительные экспертные оценки и личный опыт автора свидетельствуют,

что процент «перешедших» в наиболее популярные в России медиа Telegram и VK составляет примерно 20–30% от аудитории журнала в Facebook*⁵. Более того, вряд ли появится некий универсальный рецепт решения указанной проблемы. Однако, можно рекомендовать алгоритм действий и расставить предупредительные знаки, указывающие на риски и опасности.

1. Проанализировать состав, географическое распределение, активность пользователей различных социальных сетей, которые могут стать альтернативной «площадкой» для журнала. Наряду с профессиональными обзорами, экспертными мнениями при принятии решения крайне необходимо использовать данные веб-аналитики. Эти данные, как правило, платные и вряд ли были доступны для журналов и в более благоприятные времена. Однако есть и общедоступные ресурсы. Так, компания *SimilarWeb*, один из мировых лидеров рынка web- и app-аналитики, считает важным повышение доступности результатов своей работы для широкого круга пользователей. Ряд данных постоянно находятся в открытом доступе, с более широким массивом информации можно ознакомиться, запросив доступ к демо-версии. В бесплатной версии о любом сайте доступна такая информация, как: визиты, страны, ключевые слова; распределение пользователей по полу и возрасту; доли трафика по каналам (поиск, прямой, дисплей и т.д.); доли трафика по устройствам: мобильные и настольные; отчеты о трафике из социальных медиа и рассылок по электронной почте. Есть возможность использовать визуальные диаграммы и графики, самостоятельно выполнять сравнение показателей по интересующим сайтам. Сайты классифицируются по видам индустрий. Это позволяет выбрать и углубленно проанализировать именно те ресурсы, которые относятся к индустрии «Социальные сети и онлайн-коммуникации» (*Social Networks and Online Communities*). Значительный массив открытых данных предоставляет пользователям и компания *Alexa Internet* – дочерняя компания *Amazon*. Однако 8 декабря 2021 г. прием подписки на этот сервис прекращен, и размещено предупреждение о прекращении работы сайта с 1 мая 2022 г. На момент подготовки статьи аналитические данные компании были доступны для пользователей.

⁵ <https://vc.ru/social/380590-smm-v-usloviyah-krizisapereezhaem-iz-facebook-i-instagram-v-vkontakte-i-odnoklassniki>;

<https://smmplanner.com/blog/kak-mieniaiutsia-sotsietiviesnoi-2022-ghoda-i-kuda-idti-biznesu-otviechaiet-intiernietmarkietologh-dmitrii-rumiantsev/>

2. Не принимать решения о выборе новых социальных медиа на основе исключительно такого критерия, как число пользователей. Так, сравнение географического распределения трафика соцсетей, входящих в пятерку соцсетей общего характера с наибольшим количеством пользователей в общемировом масштабе, демонстрирует, что лидерство по числу пользователей может сочетаться с высокой географической концентрацией (табл. 2). В этой связи следует еще раз сделать акцент на том, что выход в китайский сегмент соцсетей целесообразен лишь тогда, когда это связано с тематическим фокусом журнала.

3. Более гибко подходить к выбору типа социальных медиа, в которых будет представлен журнал. Новые возможности открываются, если более гибко подходить к выбору вида индустрий, к которым относятся конкретные соцсети, и к выбору соцсетей по типу размещаемого контента. Так, при выборе типа индустрий (например, при использовании платформы *SimilarWeb*) целесообразно включить в анализ социальные медиа не только в рамках категории *Social Networks and Online Communications*, но и *Computers Electronics and Technology*, а также *Science and Education*.

При сравнении соцсетей с разными видами контента следует обратить внимание на *блог-платформы*, аккумулирующие авторские тексты экспертов определенного профиля. Это, безусловно, потребует реформатирования размещаемого контента в сторону его персонализации, повышения связи с персонами, с которыми отождествляется редакционная политика журнала (в первую очередь с личностью главного редактора).

Вот только несколько возможных примеров альтернативных медиа. Быстро развивается сеть *Discord*. Это бесплатное медиа для голосового, видео- и текстового общения, сначала созданное для геймеров. Теперь оно становится все более популярным, в том числе у студенческой моло-

дежи, широко распространено не только в англоговорящих странах, но и в Южной Америке, есть русифицированный интерфейс. Сеть *Medium* – это социальное англоязычное медиа для публикации информативного, объемного текстового контента, объединенного общей темой. В силу акцента на содержание используется минималистичный дизайн, отсутствует реклама. Следует рассмотреть и варианты медиа с более специализированным контентом. Например, *Habr* – популярный русскоязычный ресурс (в настоящее время также формируется англоязычная версия), созданный для публикаций в области информационных технологий, бизнеса и интернета, в формате системы тематических коллективных блогов с элементами новостного сайта⁶.

Еще один инструмент – использование для продвижения журнала профессиональных социальных сетей ученых (*ResearchGate*, *Mendeley*, *Academia*, *Social Science Research Network* и др.). Здесь деятельность может вестись в двух направлениях. Во-первых, это целенаправленная работа с авторами, убеждение в необходимости ведения профиля в профессиональных социальных сетях, представление необходимой справочной информации, рекомендации по оперативному размещению статей, опубликованных в журнале в личном профиле автора. В данном случае рост узнаваемости и видимости обеспечивается в первую очередь для конкретных статей и авторов. Эффекты для журнала носят опосредованный характер. Во-вторых, это использование возможностей профессиональных социальных сетей ученых для продвижения именно журнала. Например, сеть *ResearchGate* предоставляет возможность веде-

⁶ По данным *SimilarWeb*, сайт *Discord* в первом квартале 2021 г. имел 3,7 трлн уникальных посетителей, занимал 23 место в глобальном рейтинге; сайт *Medium* 23,7 млн уникальных посетителей, 250 место; сайт *Habr* – 86,3 млн посетителей, 2 563 место в глобальном рейтинге интернет-сайтов и 166 – в российском рейтинге.

Таблица 2. Распределение трафика ведущих мировых социальных сетей по странам, %
Table 2. Distribution of the desktop traffic of leading social networking sites by countries, %

Страна	Доля трафика	Facebook*	Twitter*	VK	Weibo
США	21,0	70,7	28,7	0,2	0,1
Россия	6,9	8,1	4,0	87,8	0,0
Китай	4,4	2,5	2,9	0,1	70,3
Великобритания	4,0	67,3	32,0	0,5	0,1
Бразилия	4,0	76,7	22,8	0,4	0,0

Источник: данные аналитической платформы *SimilarWeb* <https://similarweb.com/>

ния персонального блога. Это может быть блог главного редактора, члена редакционной коллегии или редакционного совета. *Social Science Research Network* позволяет журналам размещать для открытого доступа статьи, которые находятся в статусе *In press*. Функцию микроблогинга предоставляет и социальная сеть *Academia.edu*, которая позиционирует себя как ресурс для распространения собственных исследований авторов, а также для поиска ученых и исследователей со схожими интересами.

При выборе приоритетных профессиональных социальных медиа необходимо обязательно учитывать предметную область журнала. Среди профессиональных медиа также есть своя специализация. Наряду с ресурсами, объединяющими ученых разных специальностей, выделяются сети, ориентированные на представителей социальных, технических, медицинских и других наук. Другой важный аспект – территориальное распределение пользователей. Так, сеть *ResearchGate* наибольшее распространение получила в США, Великобритании, Германии, Индии. Сеть *Academia.edu*, хотя редко обходит *ResearchGate* по популярности, однако достаточно массово представлена в странах Латинской Америки, Азии, Восточной Европы.

Заключение

По результатам проведенного анализа можно сделать следующие выводы.

1. Период 2014–2020 гг. оказался достаточно продуктивным с точки зрения вхождения российских журналов в международные наукометрические базы данных. Особо следует отметить успехи по продвижению журналов, специализирующихся на публикациях в сфере гуманитарных и общественных наук. Этот момент имеет особое значение, так как именно в сфере этих наук российские ученые сталкивались с расхождениями в трактовке ключевых культурных ценностей со своими зарубежными коллегами.

2. Модификация редакционной политики не означает радикальной смены фокуса и содержательных приоритетов журнала. Речь идет о том, чтобы понять, кому еще будет интересна данная концепция, какие элементы в ее содержании являются универсальными инвариантами, а какие могут иметь специфическую (пространственную, социальную и т. п.) проекцию. От ответа на данный вопрос будет зависеть подход к реструктуризации редакционного портфеля, использованию в публикациях новых языков, выбор приоритетных каналов продвижения и т. п.

3. Для стабильной работы редакционной коллегии сейчас очень важно понимание, какие нематериальные и материальные ресурсы организации-учредителя могут быть задействованы для поддержки журнала. Так, при формировании перечня специалистов для информационных рассылок можно использовать базы контактов, сформированные при организации работы по продвижению в предметных рейтингах, проведении международных научных мероприятий. Социальные медиа, которые ведет организация-учредитель, могут стать дополнительной площадкой для продвижения журнала, обеспечить сохранение его видимости и узнаваемости в период перенстройки каналов продвижения. В свою очередь, контакты авторов интересных статей могут быть полезны HR-службам, руководителям программ привлечения ученых и преподавателей на внешнем рынке труда.

4. Наибольшая степень неопределенности сегодня сложилась в сфере общедоступных зарубежных социальных медиа. Это затрудняет работу в первую очередь англоязычных журналов. В ситуации ограничения доступа к наиболее популярным социальным сетям им необходимо одновременно решать задачи сохранения, насколько это возможно и целесообразно, сложившейся аудитории и привлечения новых участников, которые могут стать постоянными читателями и авторами журнала. В этом случае может быть реализована смешанная стратегия, включающая: поддержку, насколько это технически и юридически возможно, существующих аккаунтов; использование инструментов web-аналитики и экспертных оценок для поиска альтернативных социальных сетей; активизация работы редакционной коллегии с профессиональными социальными сетями ученых.

5. Предлагаемый комплекс мер не является перечнем универсальных рецептов. Он рассчитан на то, чтобы помочь выбрать инструменты редакционной политики в ситуации внешнего шока, связанного, с одной стороны, с высокой неопределенностью, и, с другой стороны, – с ограниченностью ресурсов. Но если факторы, вызывающие внешний шок, являются уникальными, и в силу этого недоступными для прогноза, то логика развертывания последовательных фаз кризиса достаточно глубоко осмыслена. Следует понимать, что острая фаза любого кризиса является крайне болезненной, но, тем не менее, ограниченной по времени. Затем неизбежно наступит стабилизация, которая, в свою очередь, может потребовать пересмотра применяемых антикризисных инструментов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

1. Казимирчик Л.В., Полихина Н.А., Тростянская И.Б. Продвижение научных журналов в международные наукометрические базы данных: сравнительный анализ показателей журналов ведущих вузов России и журналов зарубежных стран (2013–2018 годы). *Научный редактор и издатель*. 2019;4(3-4):151–168. <https://doi.org/10.24069/2542-0267-2019-3-4-151-168>
2. Almansour A., Aslam A., Bluedorn J., Duttagupta R. How vulnerable are emerging markets to external shocks? *Journal of Policy Modeling*. 2015;37(3):460–483. <https://doi.org/10.1016/j.jpolmod.2015.03.009>
3. Frankenberg E., Smith J. P., Thomas D. Economic shocks, wealth, and welfare. *Journal of Human Resources*. 2003;38(2):280–321. <https://doi.org/10.2307/1558746>
4. Zheng S., Li H., Sun H. Crisis lifecycle, policy response, and policy effectiveness. *Public Management Review*. September 2021. <https://doi.org/10.1080/14719037.2021.1972683>
5. Медушевский А.Н. Глобальный конституционализм: интеграция или фрагментация международных отношений в условиях экономического кризиса? *Вопросы теоретической экономики*. 2020;(3):96–115. <https://doi.org/10.24411/2587-7666-2020-10305>
6. Кочеткова А., Кочетков П. Антикризисное управление. Инструментарий. М.: Юрайт; 2017. 440 с. URL: <https://urait.ru/bcode/434579> (дата обращения: 19.03.2022).
7. Кириллова О.В. О влиянии языка статей на показатели научных журналов в международных наукометрических базах данных. *Научный редактор и издатель*. 2019;4(1-2):21–33. <https://doi.org/10.24069/2542-0267-2019-1-2-21-33>
8. Москалева О.В., Акоев М.А. Публикации на разных языках в индексах цитирования, или Есть ли шанс у русского языка в науке? *Университетская книга*. 2018;(3):42–45. URL: <http://www.unkniga.ru/kultura/8295-publikatsii-na-raznyh-yazykah-v-indeksah-tsitirvaniya-est-li-shans.html>? (дата обращения: 19.03.2022).
9. Ho Y.S., Kahn M. A bibliometric study of highly cited reviews in the Science Citation Index expanded. *Journal of the Association for Information Science and Technology*. 2014;65(2):372–385. <https://doi.org/10.1002/asi.22974>
10. Гуськов А.Е., Косяков Д.В., Багирова А.В., Блинов П.Ю. Факторы цитируемости обзоров. *Вестник Российской академии наук*. 2020;90(12):1128–1140. <https://doi.org/10.31857/S086958732012021X>
11. Paré G., Trudel M.-C., Jaana M., Kitsiou S. Synthesizing information systems knowledge: A typology of literature reviews. *Information & Management*. 2015;52(2):183–199. <https://doi.org/10.1016/j.im.2014.08.008>
12. Раицкая Л.К., Тихонова Е.В. Обзор обзоров как инструмент выявления трендов в исследуемой области знания. *Высшее образование в России*. 2020;29(3):37–57. <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2020-29-3-37-57>
13. Loureiro S.M.C., Guerreiro J., Tussyadiah I. Artificial intelligence in business: State of the art and future research agenda. *Journal of Business Research*. 2021;129:911–926. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.001>
14. Phelps N.A., Silva C. Mind the gaps! A research agenda for urban interstices. *Urban Studies*. 2018;55(6):1203–1222. <https://doi.org/10.1177/0042098017732714>
15. Fuentenebro P., Acuto M. The gifted city: Setting a research agenda for philanthropy and urban governance. *Urban Studies*. July 2021. <https://doi.org/10.1177/00420980211024158>
16. Snelson C.L. Qualitative and mixed methods social media research: A review of the literature. *International Journal of Qualitative Methods*. 2016;15(1):1–15. <https://doi.org/10.1177/1609406915624574>
17. Terras M. The impact of social media on the dissemination of research: Results of an experiment. *Journal of Digital Humanities*. 2012;1(3). URL: <https://www.research.ed.ac.uk/en/publications/the-impact-of-social-media-on-the-dissemination-of-research-resul> (accessed: 19.03.2022).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Ирина Дмитриевна Тургель, доктор экономических наук, профессор, главный редактор журнала *R-Economy*, директор школы экономики и менеджмента Института экономики и управления, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Российская Федерация; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8647-7739>; e-mail: i.d.turgel@urfu.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Irina D. Turgel, Dr. Sci. (Econ.), Prof., Editor-in-Chief *R-Economy*; Director of the School of Economics and Management, Graduate School of Economics and Management, Ural Federal University, Yekaterinburg, Russian Federation; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8647-7739>; e-mail: i.d.turgel@urfu.ru

Поступила в редакцию 28.03.2022

Поступила после рецензирования 17.06.2022

Принята к публикации 23.06.2022

Received 28.03.2022

Revised 17.06.2022

Accepted 23.06.2022