

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. М. В. ЛОМОНОСОВА

Факультет журналистики
Кафедра периодической печати

Доступность как основа успешности научно-популярного издания в России

Курсовая работа студентки
310 группы дневного отделения
Н. Д. Трищенко

Научный руководитель
кандидат филологических наук
Е.С. Козина

Москва, 2015 г. **Содержание**

I. Введение.....	2
II. Теоретическая часть	
1. Научная коммуникация: новые тенденции.....	5
2. Open science: смысл движения за открытость.....	7
3. Перспективы открытой науки в России.....	11
4. Доступность данных и обоснование критериев практической части исследования.....	15
III. Практическая часть	
1. Общий обзор рынка научных медиа.....	18
2. Специализированные СМИ.....	18
3. Научно-популярные издания.....	24
IV. Заключение.....	35
V. Библиографический список.....	36

I. Введение

Актуальность темы. За последние два десятилетия рынок научных и научно-популярных изданий претерпел огромные изменения – как и медиасфера в целом. Интернет, многократно ускоряющий скорость коммуникации, открывает для науки невероятные перспективы: позволяет объединяться ученым из разных стран, проводить исследования в режиме реального времени, мгновенно распространять результаты научных изысканий. Кроме того, интернет-платформы позволяют привлекать к науке множество людей, которым не интересна подписка на толстые специализированные ежемесячники. Выход науки «в массы» способствует повышению статуса ученых в глазах общества и привлекает к данной сфере молодежь, что впоследствии должно послужить интенсификации научного развития.

Научная новизна работы заключается в том, что в ней сделана попытка рассмотреть российский рынок научных и научно-популярных изданий, который очень сегментирован и находится в процессе трансформации, а потому его актуальное состояние можно считать малоизученным.

В качестве **объекта исследования** выступают российские научные и научно-популярные издания – печатные и электронные. **Предметом исследования** является уровень доступности материалов в выделенных медиа, способы представления контента в них, а также взаимосвязь указанных характеристик с объемом аудитории.

Рамки исследования. Для исследования отобрано 15 научных и научно-популярных изданий: 1) 5 журналов из перечня ВАК; 2) 5 печатных научно-популярных изданий (а также их интернет-представительства); 3) 5 онлайн-изданий, никогда не имевших печатного воплощения.

Гипотеза исследования. В цифровую эпоху научно-популярное издание может привлечь интерес широкой аудитории, только если оно имеет качественное интернет-представительство, может предложить пользователю различные типы медиаконтента и готово работать с читателем в социальных сетях.

Методы исследования: наблюдение, измерение и анализ.

В данной работе поставлена **цель** обзорно исследовать российский рынок научно-популярных СМИ и определить взаимосвязь доступности контента и популярности издания. Для этого необходимо решить следующие **задачи**:

- выяснить, каковы актуальные тенденции в развитии научной коммуникации;
- определить, каковы перспективы открытого доступа и открытой науки в России;
- изучить научные и научно-популярные издания, их взаимодействие с интернет-средой, уровень доступности представленного контента, а также форматы его представления;
- выявить взаимосвязь доступности материалов изданий для широкого круга читателей/пользователей и разнообразия форматов контента с объемом аудитории медиа;

- основываясь на собранной информации, сделать выводы об основных характеристиках успешного научно-популярного издания.

Научно-практическая значимость работы состоит в том, что собранные факты и приведенные выводы смогут послужить основой для более глубокого исследования сферы научных и научно-популярных медиа, актуальное состояние которой в настоящее время остается малоизученным.

II. Теоретическая часть

1. Научная коммуникация: новые тенденции

В конце 60-х годов Калифорнийский университет, Стэнфордский исследовательский центр, Университет Юты и Университет штата Калифорния в Санта-Барбаре объединились для создания компьютерной сети, разросшейся впоследствии во Всемирную Паутину. Изначально ориентированный на задачи военных, Интернет родился в университетских стенах, а первым его пользователями стали представители научного сообщества, для которого быстрое распространение информации определяет скорость научного прогресса.

С тех пор подход к распространению информации претерпел значительные изменения, новый этап развития человечества – цифровая эпоха – сделал знание главной ценностью общества. Однако традиционные системы защиты авторских прав не так

просто пошатнуть: на защиту копирайта встают международные корпорации, в т.ч. из издательской сферы. И все же противостоять глобальным тенденциям невозможно, и открытый доступ быстро завоевывает позиции, заставляя международных публишеров считаться с условиями цифровой эпохи.

Главный редактор журнала «Research Information» Том Уилки считает, что главное отличие современной науки от предшествующих практик заключается в двух ключевых характеристиках: «Это политика открытого доступа к результатам исследований и изысканий для обсуждения, воспроизведения и в конечном итоге опровержения. Это заявление о том, что научное знание должно быть общедоступным и не должно быть ни своего рода личным невоспроизводимым опытом (мистицизм), ни эзотерической тайной, доступной только посвященным (как в магии или алхимии, например)»¹.

Со временем меняется не только способ распространения научного знания, но и сам процесс его получения. Возможности поиска информации, огромный массив открытых данных, который становится доступным для исследователей в интернете, меняют подход к науке и дают научному сообществу новые ориентиры:

«Хотя я сказал, что не собираюсь говорить о технологии, стоит проделать хотя бы часть пути с Маршаллом Маклюэном и сказать, что среда может повлиять на идею. В нашем случае характер научного содержания изменился с появлением цифровых технологий»², – утверждает Уилки.

Исследователь также отмечает, что изменился формат подачи информации: большую роль даже в собственно научных материалах начал играть визуальный контент, в т.ч. фотографии, инфографика и видео. В целом, научная коммуникация не отстает от других медиа, развивая технологические платформы и по-своему используя электронные инструменты работы с информацией. В частности, интересен такой пример: «В октябре прошлого года издатель PeerJ сделал интересное сообщение о PeerJ Questions. Эта функция позволяет пользователям продолжать взаимодействие с исследованием и его развитием после публикации. Люди задают вопросы об исследовании, а затем вопросы и ответы публикуются в соответствующем месте статьи и в конечном счете обретают самостоятельные DOI (digital object identifier)»³. DOI – инструмент, помогающий корректно цитировать научные публикации. Следовательно, разработанный сервис позволяет создавать полноценные научные статьи чуть ли не в режиме реального времени, что делает исследование максимально актуальным и полезным для коллег, работающих в том же направлении.

Том Уилки выделяет две ключевые тенденции в распространении научных знаний: во-первых, журнал перестает быть сборником статей, среди которых ученый может случайно найти интересующую его информацию; во-вторых, публикация результатов исследования больше не привязана к одному конкретному моменту времени: материалы

1 Уилки, Т. Тренды в научно-издательской отрасли. Научная периодика: проблемы и решения/ 2014, 4(6), 4-12. URL: <http://nppir.ru/index.php/nppir/article/view/160/198>.

2 Там же.

3 Уилки, Т. Тренды в научно-издательской отрасли. Научная периодика: проблемы и решения/ 2014, 4(6), 4-12. URL: <http://nppir.ru/index.php/nppir/article/view/160/198>.

могут появляться по мере исследования, на глазах формируя научную статью, «отражая бесконечную природу научного исследования»⁴.

Указанные тенденции сказываются и на жанрах научного творчества: монографии, которые требуют длительной подготовки, уступают место сериям научных статей. Кроме того, появляются и новые специфические форматы, характерные именно для цифровой эпохи, – «исследования в натуральную величину», нечто среднее между статьей и монографией.

Не обходит науку и повсеместное распространение социальных сетей, которые значительно упрощают и ускоряют коммуникацию:

«И еще одна мысль о подъеме социальных медиа – это может быть современный путь к счастливым случайностям, заменяющим пролистывание журнала. Вообще просмотр Twitter или подписка на хэштег может принести много неожиданных и (по крайней мере, иногда) полезных вещей, – замечает Том Уилки. – Другая тенденция состоит в увеличении числа дискуссий об исследованиях, проходящих в электронном, но не формальном каналах коммуникации исследователей. Они включают в себя дискуссии в блогах, в Твиттере, в новостных статьях. Altmetrics – растущая тенденция к рассмотрению всех способов обсуждения исследований и определению показателей на уровне статьи»⁵.

Экономические условия и все растущая доступность научных знаний делает традиционные модели издательского бизнеса нежизнеспособными, поэтому Европейский союз и его научные фонды все чаще прибегают к открытой публикации произведений науки, хотя рассмотрение статей специалистами требует немалых ресурсов:

«В Соединенных Штатах Управление правительства по научной и технической политике (Government's Office of Science and Technology Policy, OSTP) в феврале 2013 года поставило перед собой цель: сделать результаты исследований, финансируемых из федерального бюджета, в том числе рецензируемые издания и цифровые данные, общедоступными в максимально возможной степени»⁶.

Логично, что результаты исследований, которые были профинансированы государством (т.е. в т.ч. его налогоплательщиками), должны находиться в открытом доступе, иначе за одно и то же исследование обществу, по сути, приходится платить дважды.

Том Уилки также указывает, что «за последние десять лет произошел крупный социологический сдвиг по мере роста потребности в сохранении и публикации не только результатов, но и самих данных»⁷. Информация, добытая и использованная в ходе исследования, может оказаться полезной и для других ученых, ее доступность без дополнительных затрат значительно сокращает издержки и позволяет направить ресурсы на решение иных задач. Кроме того, иногда смысл подхода заключается в опровержении

4 Там же.

5 Там же.

6 Уилки, Т. Тренды в научно-издательской отрасли. Научная периодика: проблемы и решения/ 2014, 4(6), 4-12. URL: <http://nppir.ru/index.php/nppir/article/view/160/198>.

7 Там же.

концепций, вызывающих споры в научном сообществе (как это происходило, например, с гипотезами об изменениях климата).

Сейчас, как правило, наработки ученых просто теряются: «Объем ежегодно генерируемых научно-исследовательских данных растет ежегодно на 30%, но никто не хранит их или управляет ими сколько-нибудь эффективно или делает их легкодоступными. Одно исследование показало, что шансы на поиск источников данных уменьшаются на 17% ежегодно и что 80% исследовательских данных теряются в течение двух десятилетий. Другое исследование показало, что 54% ресурсов, использованных для проведения экспериментов в 238 опубликованных исследованиях, не могут быть определены, делая проверку данных невозможной»⁸.

Еще один научный тренд XXI века – самопубликация, которая позволяет авторам избежать очереди на публикацию, а также избавляет ученых от финансовых затрат⁹. Однако здесь встает вопрос о качестве представляемых работ. Главным инструментом подтверждения уровня исследования в подобных случаях служит положительная рецензия от авторитетного специалиста.

2. Open science: смысл движения за открытость

Майкл Нильсен в своей книге «Reinventing discovery»¹⁰ рассказывает историю математика Тима Говерса, который, столкнувшись с очередной неразрешенной математической задачей, решил провести эксперимент. Ученый разместил запись в своем блоге с призывом поучаствовать в работе над проблемой. За 37 дней 27 человек (среди них были ученые из разных штатов) написали к посту 800 комментариев. В итоге участники онлайн-дискуссии не только решили более сложную математическую проблему, но и публично продемонстрировали, как выглядит процесс научного исследования, когда в результате взаимодействия люди после множества проб и ошибок совместно находят правильный путь.

Этот пример – отличная иллюстрация того, как коллаборация ученых через Глобальную сеть может ускорить научный прогресс. Мозговой штурм и подключение коллективного разума (на этом этапе уже можно говорить о переходе от «сознания» к более высокой интеллектуальной ступени) позволяет в режиме реального времени производить научные прорывы.

Знания в информационную эпоху – основной ресурс, причем не только для науки, но и для общества в целом. Однако ценность информации заставляет ее производителей изобретать все новые и новые способы охраны авторских прав. Срабатывают привычные механизмы защиты собственности, характерные для предыдущих общественных формаций, и все же постепенно мировое сообщество переходит к новым концепциям распределения ресурсов. Некоторые исследователи говорят о том, что настает время

⁸ Там же.

⁹ Билан И.В. Научная публикация поколения 2.0: перспектива или реальность? // Научная периодика: проблемы и решения. 2012. №2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/nauchnaya-publikatsiya-pokoleniya-2-0-perspektiva-ili-realnost>

¹⁰ Nielsen, Michael A., Reinventing discovery: the new era of networked science. 2012. Chapter 1. URL: <http://bookfi.org/book/1380000>.

«общества избытка», в котором основным механизмом престижа становится sharing – умение делиться информацией.

«Поньше социальные иерархии и экономические системы были основаны на распределении дефицита, – пишет медиа-футурист Андрей Мирошниченко. – У информации есть очень важная черта, отличающая ее от ценностей материального мира: тот, кто делится информацией, не лишается ее... Все общественные и экономические практики, основанные ранее на дефиците, в сетевой среде обречены»¹¹.

Еще в 20-х годах прошлого века появилась теория Владимира Вернадского о ноосфере – «новой, высшей стадии биосферы, связанной с возникновением и развитием в ней человечества, которое, познавая законы природы и совершенствуя технику, начинает оказывать определяющее влияние на ход процессов в охваченной его воздействием сфере Земли (впоследствии и в околоземном пространстве), глубоко изменяя её своей деятельностью»¹². Информационное общество XXI века во многом отвечает концепции академика.

«Модель такого сообщества напоминает самоорганизующуюся нейронную сеть со способностью к обучению, накоплению знаний и умений и решению задач. В подобной модели критическим параметром является скорость и чистота сигналов между «нейронами» — аналог информационного обмена; от него зависит гибкость и жизнеспособность системы, способность оперативно и адекватно реагировать на нетривиальные задачи. В обществе знания таким параметром является информационный обмен — основа общественного благосостояния»¹³, – поясняют в своей статье «Паралич знания» интернет-эксперты Ирина Левова и Глеб Шуклин.

Наука, несмотря на консервативность ученого сообщества, следует тенденциям времени. Если еще 15 лет назад мысль об открытом доступе казалась исследователям и издателям невозможной, то теперь все больше организаций и отдельных людей присоединяются к движению за открытое распространение знаний; появляются новые инструменты управления правами в интернете – например, открытые лицензии типа Creative Commons (с 2014 года закреплены в Гражданском кодексе Российской Федерации). Такой тип лицензий обеспечивает правовой механизм распространения информации с разной степенью защиты. «Сегодня сотни научных журналов публикуются под этими лицензиями, позволяющими свободно использовать результаты научных исследований, в то же время они тщательно охраняют права творца, требуя безусловной атрибуции каждого произведения. По некоторым оценкам, сегодня более 10% всех выпускаемых в мире научных журналов применяют лицензии Creative Commons, – утверждает Юрий Хохлов, председатель совета директоров Института развития информационного общества, академик Российской инженерной академии. – Традиционная система защиты авторских прав, зародившаяся в индустриальном обществе, становится

11 http://www.chaskor.ru/article/o_rol_i_defitsita_i_izbytk_v_media_i_ne_tolko_38589

12 Философский энциклопедический словарь. — М.: Советская энциклопедия. Гл. редакция: Л. Ф. Ильичёв, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалёв, В. Г. Панов. 1983.

13 http://www.chaskor.ru/article/paralich_znaniya_30807

тормозом, а не драйвером развития в информационном обществе. Все чаще раздаются голоса о необходимости ее кардинального пересмотра»¹⁴.

Тенденции к открытой публикации данных в развитых странах поддерживает государство: в частности, в этом направлении работают правительства Великобритании и Соединенных Штатов Америки. Движение за открытый доступ с каждым годом становится все шире: так, в 2014 году «ARL (Ассоциация научных библиотек) получила грант в размере \$1 млн. на развитие проекта SHARE, цель которого заключается в повышении доступности научно-исследовательских архивов и более эффективном использовании научной информации», «издательство Springer отпраздновало рубеж в 200 000 статей в открытом доступе», «80% библиотек Великобритании подписались на сервис Access to Research»¹⁵, его главная задача – обеспечить пользователям доступ к 1,5 миллионам статей. «По плану Европейской комиссии, уже к 2016 году 60% всех публикаций европейских учёных, проводящих свои исследования за государственный счёт, будут размещаться в открытом доступе»¹⁶.

Как правило, для исследователей, искренне преданных науке, большее значение имеет распространение знаний, чем получение материальной выгоды от результатов своей деятельности.

«Наука с момента своего возникновения имела всеобщую природу и характер, работала на благо всего человечества, да и само научное знание в конечном счете принадлежало всему человечеству, – считают создатели электронной научной библиотеки открытого доступа «КиберЛеника». – Для ученого, как правило, гораздо важнее обнародовать результаты своих усилий и зафиксировать свой приоритет как первооткрывателя, чем извлечь прибыль от опубликованной статьи. Культура научной работы подразумевала свободный обмен знаниями и доступ к результатам исследований»¹⁷.

Таким образом, на первый план выходит проблема открытого доступа (Open Access). «Open Access определяется как бесплатный (free), оперативный (immediate), постоянный (permanent), полнотекстовый (fulltext), онлайн-доступ (online) к научным публикациям»¹⁸.

Специалисты «КиберЛеники» поясняют: «В настоящее время можно выделить две тенденции в развитии открытого доступа. Депонирование, или самоархивирование (так называемый «зелёный путь»), заключается в том, что авторы публикуют свои статьи в традиционных журналах, одновременно с этим размещая их в открытом доступе в каком-

14 Там же.

15 Зельдина, Марина. "Итоги 2014." Научная периодика: проблемы и решения [Онлайн], 5.1 (2015): 5-5. Веб. 7 Июн. 2015. <http://nppir.ru/index.php/nppir/article/view/163/85>

16 Семячкин, Д., Сергеев, М., & Кисляк, Е. Возможные пути развития Открытой науки в России. Научная периодика: проблемы и решения. 2015. 5(2), 89-94.

17 Семячкин, Д., Сергеев, М., & Кисляк, Е. Возможные пути развития Открытой науки в России. Научная периодика: проблемы и решения. 2015. 5(2), 89-94.

18 <http://www.unkniga.ru/vishee/2905-otkrytiy-dostup-k-nauke-mify-i-realnost.html>

либо открытом источнике в Интернете (на сайте своей организации, личном сайте или централизованном репозитории)»¹⁹. В России такой подход пока не очень распространен.

Есть и второй способ, называемый «золотым путем», – «публикация авторами своих работ сразу в журналах открытого доступа, которых на сегодняшний день насчитывается уже примерно 10% общего количества рецензируемых изданий. Модель финансируется в основном самими авторами, которые платят за публикацию своих статей (обычно за счёт исследовательских грантов)»²⁰.

Модели открытой публикации бьют по бизнесу крупных издательских компаний типа немецкой Springer, ведь размещение в научных журналах открытого доступа слишком дорого для большинства ученых (услуга может стоить около 2 000 долларов США), поэтому исследователям приходится искать другие пути, в результате чего крупные публицеры теряют доход. Они во многом служат и источником мифов об открытом доступе, которые подрывают доверие к новым системам публикации. С некоторыми из подобных предрассудков можно подробно ознакомиться в статье основателя научной библиотеки открытого доступа «КиберЛенинка» Дмитрия Семячкина «Открытый доступ к науке: мифы и реальность»²¹.

Свою статью Семячкин завершает следующим утверждением: «На наш взгляд, для кардинального решения этой проблемы государству необходимо постепенно менять схему финансирования публикации научных исследований и переходить от дотаций журналам к дотациям учёным. Эта схема естественна – государство вкладывает деньги в учёных, в развитие науки, а учёные сами выбирают площадку для публикации, например, журнал открытого доступа с высоким импакт-фактором, большой посещаемостью и хорошей «видимостью» в Интернете»²².

Надо заметить, что особенности менталитета россиян определяют некоторые особенности обращения с информацией, присущие в т.ч. и научному сообществу. «Иногда какому-то из российских вузов выделяют средства на доступ к западной базе, что воспринимается учёными как праздник: база тут же «сливается» и далее распространяет бесплатно. За это доступ университета надолго блокируется»²³, – читаем в статье Ирины Левовой и Глеба Шуклина «Паралич знания».

Морально-этическая составляющая подобных действий остается спорной, противозаконность – очевидна. И все же обвинять людей за стремления к знаниям, когда финансы не позволяют легально обеспечить доступ к ним, в наше время несколько странно. Достаточно вспомнить историю американского программиста Аарона Шварца, ратовавшего за открытость и свободное распространение информации. Один из создателей RSS, борец против законопроектов SOPA и PIPA, Шварц попал под следствие по обвинению в краже миллионов статей из онлайн-библиотеки JSTOR с целью их дальнейшего размещения в открытых источниках. Несмотря на то, что библиотека

¹⁹ Там же.

²⁰ Там же.

²¹ Там же.

²² <http://www.unkniga.ru/vishee/2905-otkrytiy-dostup-k-nauke-mify-i-realnost.html>

²³ http://www.chaskor.ru/article/paralich_znaniya_30807

отказалась от иска, прокурор Кармен Ортис отказалась закрыть дело: «Воровство есть воровство, неважно, использовали вы компьютер или лом, украли вы документы, данные или доллары»²⁴, – заявила Ортис.

Шварцу грозило 30 лет тюремного заключения и огромный штраф. 11 января 2013 года, за несколько недель до суда, обвиняемый был найден в своей квартире повешенным²⁵. Этот пример свидетельствует о серьезности проблемы распространения научной информации в современном обществе и готовности многих активистов буквально идти до конца в попытке перестроить коммуникационные модели без вовлечения неповоротливой государственной машины.

3. Перспективы открытой науки в России

Открытая наука – научные знания, которые люди могут свободно использовать и распространять без правовых, технологических или социальных ограничений²⁶.

В России «открытая наука» – явление пока только зарождающееся. Огромный массив актуальных научных знаний сосредоточен в многочисленных печатных изданиях, разбросанных по всей стране и зачастую не имеющих электронной версии. Однако существуют организации, которые занимаются активным продвижением ценностей открытого доступа. Среди них, например, электронная научная библиотека «КиберЛенинка», благодаря которой Россия вошла в пятерку европейских стран по количеству статей в открытом доступе (база включает полмиллиона документов)²⁷.

Однако пока ситуация в этой сфере в нашей стране достаточно плачевна: «В настоящий момент в России наблюдается обратная картина, когда государство в лице тех же научных организаций вкладывает деньги не в учёных, а в научные издательства, ставя перед ними задачи по увеличению импакт-фактора журнала, соответствию критериям журнала из Перечня ВАК, попаданию в базы Web of Science, Scopus и др. Эти задачи издательства решают по-разному, в меру своих возможностей. Кто-то считает миссию выполненной, напечатав хороший журнал с представительной редколлегией и качественной рецензией тиражом 200 экземпляров, кто-то – создав на сайте вуза страницу издания и выложив туда архив журнала за последние 10 лет (что формально соответствует требованию об открытом доступе к материалам журнала). В конечном счёте, большое число изданий попросту не справляются со своей главной задачей – облегчить доступ к материалам статей максимально большой аудитории заинтересованных читателей»²⁸.

Библиотека «КиберЛенинка» – один из немногих позитивных примеров. Несмотря на поддержку правительства («неоднократные заявления Д.А. Медведева о необходимости ускорения процесса внедрения в России технологий борьбы с плагиатом в научной и образовательной сфере и создания общедоступного банка знаний с инструментами

24 http://www.nytimes.com/2011/07/20/us/20compute.html?_r=1

25 <http://www.jewish.ru/style/science/2013/01/news994314325.php>

26 <http://science.okfn.org/>

27 <http://open-science.ru/2015/06/russia-top-5-europe-open-access.html>

28 http://www.chaskor.ru/article/otkrytyj_dostup_k_nauke_mify_i_realnost_35775

публичного экспертного обсуждения научных работ»²⁹), процесс упрощения механизма распространения знаний в России идет крайне медленно. Доступ к информации по большей части остается платным, многие произведения просто не оцифрованы, поэтому исследователи в своих изысканиях нередко ограничиваются использованием авторефератов (последние в обязательном порядке размещаются на сайте ВАК³⁰ и доступны в национальных библиотеках).

Оптимизация расходов в научной сфере необходима: «Открытость в перспективе позволит государству повысить прозрачность науки и, как следствие, сократить нерациональные затраты на неё. Станет возможным с одной стороны уйти от финансирования дублирующих исследований, с другой — от двойных затрат: сначала непосредственно на проведение исследования, а затем на доступ к его результатам»³¹.

Сейчас государство сначала платит за проведение исследования, потом за публикацию статьи, а затем еще и за использование результатов исследования российскими учеными.

Последуют и другие положительные эффекты: «Помимо получения прямой финансовой выгоды, реализуя принцип открытости, государство будет способствовать формированию конкурентной среды для развития разнообразных сервисов, основанных на научных данных, в том числе коммерческих (систем идентификации авторов и научных статей таких, как ORCID, DOI, экспертных систем, баз знаний, наукометрических и аналитических сервисов, мобильных приложений и др.). Немаловажным следствием открытости станет развитие общественной экспертизы качества науки в целом и формирование публичной базы экспертов, необходимой государству для качественного рецензирования и экспертного анализа новых научных проектов»³².

В Европе и США подобные сервисы активно развиваются, а России эта ниша до сих пор пустует. Разрозненность научного сообщества и отсутствие на рынке игроков, которые увидели бы перспективу в развитии цифровой инфраструктуры для научно-образовательной сферы, значительно снижает потенциал российского ученого сообщества.

И все же такая ниша не может пустовать вечно: «Бизнес естественным образом также имеет финансовую мотивацию. Он получит возможность обозревать всё поле новейших идей и исследований, в которые можно инвестировать, а также — рынок учёных, которые могли бы помочь в развитии наукоёмких производств. Помимо этого, откроется возможность зарабатывать на коммерческих сервисах, построенных на открытых научных данных»³³.

29 http://www.chaskor.ru/article/kiberbiblioteka_32529

30 <http://vak.ed.gov.ru/77>

31 Семячкин, Д., Сергеев, М., & Кисляк, Е. Возможные пути развития Открытой науки в России. Научная периодика: проблемы и решения. 2015. 5(2), 89-94..

32 Семячкин, Д., Сергеев, М., & Кисляк, Е. Возможные пути развития Открытой науки в России. Научная периодика: проблемы и решения. 2015. 5(2), 89-94..

33 Там же.

Надо заметить, что явление открытых данных уже получило некоторое развитие в России. Одним из примеров служит портал «ГосЗатраты»³⁴, с помощью которого можно следить за деятельностью государственных компаний. Кроме того, госведомства обязаны публиковать информацию о своей деятельности на официальных сайтах (по данным проведенного «Викимедиа РУ» мониторинга³⁵, пока эта сфера тоже оставляет желать лучшего). Конечно, здесь стоит говорить прежде всего об инструментах общественного контроля, но внедрение подобных механизмов на уровне государства говорит о его готовности следовать тенденциям времени. Это дает надежду на то, что вскоре масштабные изменения коснутся и научной сферы.

Положительные эффекты ожидают и собственно научное сообщество: «От открытого доступа выиграют и учёные — они получают возможность не только эффективнее получать, но и передавать научные знания. Согласно многочисленным исследованиям, цитируемость научных статей, опубликованных в открытом доступе, в среднем в несколько раз выше, чем у статей в платном доступе. Кроме этого, размещение научной статьи в журнале открытого доступа позволит учёному оперативно заявить об авторстве на идею и надёжно защититься от плагиата»³⁶.

Естественно, между бесплатным и платным источником – при условии сопоставимого качества – любой здравомыслящий человек выберет первый. Наличие доступных материалов исключит, например, описанные случаи использования авторефератов, которые не представляют полной информации и снижают качество исследования.

«Эффективный обмен знаниями повлечёт за собой развитие междисциплинарных исследований, популярность которых началась в конце прошлого века и в настоящее время только растёт. Со временем, по мере развития открытой науки, станет возможным появление новых форм обмена научными знаниями, позволяющих учёным делиться информацией на всех этапах научного исследования, а не только на этапе публикации научной статьи»³⁷. Подтверждением служит описанная выше история американского математика, вылившаяся во множество похожих проектов, касающихся разных областей науки.

«Научные журналы, в которых публикуется большинство результатов отечественных научных исследований, частично или полностью контролируются государством и финансируются за счёт государственного бюджета, что открывает широкие возможности для их переориентации на открытый доступ и построения на их базе полномасштабной инфраструктуры Открытой науки»³⁸, – утверждают создатели «КиберЛенинки».

34 <http://www.clearspending.ru/>

35 https://ru.wikimedia.org/wiki/Мониторинг_госсайтов/Апрель_2015_года

36 Семячкин, Д., Сергеев, М., & Кисляк, Е. Возможные пути развития Открытой науки в России. Научная периодика: проблемы и решения. 2015. 5(2), 89-94..

37 Семячкин, Д., Сергеев, М., & Кисляк, Е. Возможные пути развития Открытой науки в России. Научная периодика: проблемы и решения. 2015. 5(2), 89-94..

38 Там же.

Однако пока государство предъявляет определенные требования открытости только к научным журналам из перечня ВАК. Причем речь идет не о публикации полных текстов, а лишь о наличии сайтов для указанных изданий и аннотаций к печатаемым статьям.

По мнению экспертов, один из возможных сценариев развития открытой науки требует решительных шагов со стороны государства в отношении научных произведений, которые оно финансирует, а именно: «1) обязать издания размещать полные тексты всех опубликованных научных статей в открытом доступе с минимальным сроком эмбарго в 1-3 месяца; 2) усилить требование введением открытых лицензий на научные публикации»³⁹.

Публикация до признания научной ценности статьи и открытое рецензирование могут стать новыми инструментами контроля качества научных статей, а также дополнительным инструментом мотивации исследователей:

«Очевидным достоинством открытого журнала является возможность публичного рецензирования научной статьи до момента её опубликования, что открывает большие возможности для открытой дискуссии и контроля за решением рецензентов, а также отсеивания некачественных статей и плагиата»⁴⁰.

Представление о возможных позитивных изменениях сформировано не только и не столько из теоретических выкладок – лучшим примером служит реальная деятельность ученых, продвигающих идеи открытого доступа:

«Результаты, полученные в процессе реализации КиберЛенинки, говорят о востребованности отечественных научных изданий прежде всего среди молодежи (студентов, аспирантов, молодых исследователей). Многие из них, следуя принципу «если это нельзя найти в интернете, значит, этого нет», и не подозревали о существовании того или иного научного журнала. С помощью КиберЛенинки материалы журналов стали более доступны как в России, так на Западе, вследствие чего их цитирование увеличилось. Некоторые исследования стали обсуждаться на сайте КиберЛенинки и в социальных сетях. Неожиданным результатом стало то, что некоторые научные статьи оказались востребованы наиболее активной частью интернет-аудитории (18–44 года) для удовлетворения своих интересов, получения справочной информации и др.»⁴¹.

4. Доступность данных и обоснование критериев практической части исследования

Конечно, рынок научных изданий много шире, чем журналы в открытом доступе. Научная коммуникация в России представлена как специализированными изданиями и журналами из перечня ВАК, которые интересны в первую очередь самому научному сообществу, так и СМИ для широкой аудитории, в т.ч. газетами, журналами, радио- и телеканалами, а также многообразием электронных ресурсов.

Сфера науки требует значительного стимулирования: сейчас в мировом рейтинге научно-исследовательской активности⁴² Россия занимает лишь 15-ую строчку (между Тайванем и Бразилией), далеко уступив таким странам, как США, Китай, Япония,

39 Там же.

40 Там же.

41 Семячкин, Д., Сергеев, М., & Кисляк, Е. Возможные пути развития Открытой науки в России. Научная периодика: проблемы и решения. 2015. 5(2), 89-94..

Великобритания и пр. О сложном состоянии рынка научных изданий свидетельствует и статья сотрудников НП «НЭИКОН»: «В связи с тем, что на протяжении нескольких десятков лет государство не уделяло серьезного внимания развитию научных изданий, в т.ч. научных журналов, состояние и качество научного редакционно-издательского комплекса пришло в серьезный упадок, значительно отстав в своем развитии от зарубежного»⁴³.

Сложность изучения рынка научных изданий определяется следующим фактором: «Единого рынка научно-популярных журналов в России не существует. То есть имеется такой сегмент прессы, объединенный схожестью контента, а рынка как конкурентного поля — нет. Он распадается на три изолированные группы журналов. Группа успешных журнальных бизнес-проектов. Лидером этой группы является отечественный журнал «Вокруг света», а основной массив этой лидерской группы составляют лицензионные издания, то есть российские аналоги зарубежных журналов. Вторая группа — это советская научно-популярная классика, которая пытается выжить в современных условиях. Получается трудно и бедно. Третья группа — это журналы РАН, государственные и ведомственные, которые живут практически вне рынка и зависят только от своих учредителей»⁴⁴.

Распространение научных знаний и вовлечение людей в сферу науки невозможны без формирования в обществе определенного отношения к ней, вовлечения молодого поколения – и прежде всего студенческого сообщества (российские вузы ежегодно выпускают сотни тысяч молодых специалистов). Поэтому велика роль научно-популярных изданий (достаточно вспомнить, какое значение им придавали во времена СССР), которые сейчас развиваются и как самостоятельные площадки, и как приложения к общенациональным СМИ.

Образование и наука в России порой оказываются мало связаны, хотя, по идее, каждый студент во время обучения должен попробовать себя в роли исследователя, к чему обязывает написание курсовых и дипломной работ. Весь массив знаний, вырабатываемый за счет студентов чаще всего никак не используется (отчасти в ситуации виновато и качество работ), однако при серьезном отношении к этой теме, можно найти востребованный материал, который более доступен для рядовых пользователей сети, чем статьи «взрослых» исследователей. Конечно, это реально только при должном отборе работ.

В связи со всем вышесказанным, были определены следующие критерии исследования медиа:

1. Доступность

42 <http://gtmarket.ru/ratings/scientific-and-technical-activity/info>

43 Кириллова О.В., Кузнецов А.Ю., Диментов А.В., Лебедев В.В., Шварцман М.Е. Категории и критерии оценки российских журналов и программы их развития // Научная периодика: проблемы и решения . 2014. №5 (23). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kategorii-i-kriterii-otsenki-rossijskih-zhurnalov-i-programmy-ih-razvitiya>.

44 <http://neva-press.com/?p=12296>

Возможность доступа к медиуму через сеть Интернет, определяющая потенциальный размер аудитории, а также возможность использования материалов для переработки и дальнейшего распространения.

2. Периодичность/частота обновлений

Важный критерий, во многом определяющий частоту обращений аудитории к ресурсу/изданию, его способность постоянно держать внимание своих читателей/зрителей.

3. Объем аудитории

Показатель «интересности» медиума, его способности привлечь и удержать внимание широкой аудитории, а также эффективности его инструментов – как представления контента, так и продвижения.

4. Цитируемость (в т.ч. тИЦ Яндекса)/активность аудитории социальных сетей (Twitter, Facebook, ВКонтакте, Одноклассники) и сайта

Уровень вовлеченности соцсетей аудитории очень показателен для медиа вообще, в т.ч. научных и научно-популярных.

Тематический индекс цитирования (тИЦ) Яндекса «определяет «авторитетность» интернет-ресурсов с учетом качественной характеристики ссылок на них с других сайтов»⁴⁵.

5. Качество визуального оформления и юзабилити, разнообразие форматов

Определение, насколько дружелюбен сайт пользователю, насколько понятна структура медиума, какие форматы контента он может предложить.

Исследование охватывает три вида источников научных материалов:

- 1) журналы из перечня ВАК;
- 2) печатные научно-популярные журналы;
- 3) научно-популярные интернет-ресурсы.

45 <http://help.yandex.ru/catalogue/citation-index/tic-about.xml>

III. Практическая часть

1. Общий обзор рынка научных изданий

Научная и научно-популярная информация в российских медиа представлена достаточно многообразно: помимо многочисленных университетских изданий, сборников различных научных организаций и традиционных научных журналов существует целый сектор научно-популярной периодики, часть которой ведет свою историю еще со времен СССР, когда подобные издания были главным инструментом популяризации науки. О высоком интересе к научным знаниям свидетельствует и наличие специального раздела в основном медиа-агрегаторе Рунета «Яндекс.Новости».

«Наличие у издателя сайта и электронной версии журнала или газеты как одного из форматов выдачи контента становится обязательным элементом, уже не требующим обсуждений. Тренды очевидны, читатель мигрирует в Интернет, и уже сегодня готов потреблять и использовать контент в Сети»⁴⁶. Издания без онлайн-представительства – особенно научно-популярные журналы – оказываются попросту нежизнеспособны в эпоху, когда пользователи привыкли к доступному мобильному контенту.

2. Специализированные СМИ

2.1. Обзор

Издания, входящие в перечень ВАК, представлены в исследовании пятью наиболее популярными медиа подобного типа по версии института развития РВК⁴⁷.

1. Газета «ПОИСК»⁴⁸

Издание позиционирует себя как «еженедельную газету для профессионалов в области научной и преподавательской деятельности, информационных технологий, а так же специалистов по управлению в сфере науки и образования»⁴⁹. Помимо новостных дайджестов издание публикует информацию о конкурсах и конференциях.

Учредители газеты – Российская академия наук и издательство «ПОИСК». Большая часть аудитории имеет степень кандидата наук и выше, 1/5 читателей – студенты и аспиранты. Газета привлекает внимание различных благотворительных организаций, а значит, влияет на распределение ресурсов в научной сфере⁵⁰.

1. Доступность

Газета распространяется по подписке, тираж – 10 000 экземпляров. Стоимость подписки на 6 месяцев – около 6,5 тысяч рублей.

Издание имеет официальный сайт, на котором размещены электронные версии всех номеров газеты. Архив обновляется оперативно, поэтому можно говорить о доступности газеты для читателя (сложности могут возникнуть с подписным вариантом, т.к. электронные сервисы «Роспечати» развиты слабо). Доступны не только отсканированные

46 <http://www.unkniga.ru/freemic/702-2012-11-13-16-27-35.html?date=2013-02-01>

47 Исследование коммуникационных практик научно-образовательных организаций РФ. URL: http://www.rusventure.ru/ru/programm/analytics/docs/201409_Study_communication_practices.pdf.

48 <http://www.poisknews.ru/>

49 <http://www.poisknews.ru/about/>

50 Данные приведены в соответствии с информацией на официальном сайте.

страницы хорошего качества, но и полнотекстовые версии материалов с прикрепленными к ним фотографиями, которые сопровождают статьи в газете. При желании номера газеты можно скачать в формате pdf. Рекламы на страницах издания обнаружено не было.

Английская версия сайта заявлена, но не существует. Распространение и переработка материалов ограничены соруight'ом.

2. Периодичность/частота обновлений

Еженедельник (52 номера в год), новости на сайте привязаны к конкретному номеру и обновляются с соответствующей частотой. В социальных сетях происходят стихийные выбросы: иногда материалы публикуются каждый день, иногда с временным разрывом в месяц и более.

3. Объем аудитории

Газета распространяется только по подписке, можно предположить, что аудитории печатной версии превышает 10 тысяч человек.

Аудитория сайта, по данным «Яндекс.Метрики» составляет около 14 тысяч человек в месяц⁵¹.

4. Распространение в интернете, активность аудитории социальных сетей и сайта

Газета представлена в Facebook и Twitter, однако аудитория публичных страниц крайне мала – 129 и 20 читателей соответственно.

Статус издания-перовисточника научных новостей обеспечивает «ПОИСКУ» высокий (для данной сферы) ГИЦ «Яндекса» – 2400.

Судя по всему, активность пользователей сайта достаточно низкая: можно обнаружить лишь несколько комментариев и один опрос в разделе «Опросы». Однако на сайте присутствует адрес электронной почты издания, так что теоретическая возможность связаться с редакцией у пользователя есть.

5. Качество визуального оформления и юзабилити, разнообразие форматов

Интернет-ресурс рассчитан на научное сообщество, и дизайн сайта отвечает консерватизму целевой группы. Все максимально просто, особого визуального оформления на сайте не представлено, типы контента ограничиваются картинками и текстом. Навигацию сложно назвать удобной, некоторые заявленные страницы отсутствуют. Также на сайте размещены различные ссылки и баннеры на тематические форумы и конференции.

2. «Известия Томского политехнического университета»

«Рецензируемый научный журнал, издающийся с 1903 года»⁵². Издание на бесплатной основе публикует оригинальные материалы, посвященные различным отраслям науки. Импакт-фактор РИНЦ 2014 – 0,248.

Учредитель – Томский политехнический университет.

1. Доступность

С 2007 года издается версия журнала на английском языке. Также существует и англоязычная версия сайта. «Обязательные экземпляры журнала распространяются

51 https://metrika.yandex.ru/stat/dashboard/?counter_id=12795157&date1=20150401&date2=20150430&select_period=month

52 <http://izvestiya.tpu.ru/>

напрямую в адреса ведущих библиотек мира: 29 экземпляров рассылаются в адреса библиотек США, Великобритании, Франции, Германии, республиканских библиотек столиц стран экс-СССР, около 30 экземпляров распространяется по вузовским библиотекам России. Рефераты журнальных статей публикуются в реферативных журналах, издаваемых ВИНТИ, что позволяет осуществлять заказ копий статей для удаленных и локальных пользователей. 30 % объема журнала предоставлено для размещения статей специалистов и учёных из других вузов и научных центров России и ближнего зарубежья (Украина, Белоруссия, Азербайджан, Армения, Казахстан, Узбекистан, Киргизия и др.)»⁵³.

На сайте можно найти контакты редакции и даже направить статью для рецензирования и публикации.

Рекламных материалов нет ни на сайте, ни на страницах издания.

Архив журнала и актуальные выпуски доступны на сайте, в т.ч. дл скачивания в формате pdf. Все материалы сайта защищены сорутигт'ом. Один из номеров журнала опубликован в электронной научной библиотеке «КиберЛенинка» на условиях лицензии Creative Commons.

2. Периодичность/частота обновлений

Журнал издается раз в месяц, после чего свежая версия публикуется на сайте издания.

3. Объем аудитории

Информацию о тираже обнаружить не удалось. В соответствии с данными Semrush⁵⁴, аудитория сайта превышает 50 тысяч пользователей в сутки.

4. Распространение в интернете, активность аудитории социальных сетей и сайта

Рейтинг тИЦ очень низок – всего 10. В социальных сетях издание никак не представлено.

5. Качество визуального оформления и юзабилити, разнообразие форматов

У сайта издания приятный дизайн, ресурс достаточно просто в использовании, однако функциональностью не отличается. Типы контента ограничены текстом и фотографиями. По-видимому, «Известия ТПУ» интересны не только российской аудитории: распространенность издания в Рунете мала, однако цифры посещаемости действительно впечатляют.

3. Журнал «Экология и жизнь»

Издание относится к научно-популярной периодике. Тематика – «экология и энергоэффективность, изменения климата и природопользование»⁵⁵. Журнал позиционирует себя как издание, которое читают не только в различных научных организациях, но также и в государственных ведомствах.

53 Исследование коммуникационных практик научно-образовательных организаций РФ. URL: http://www.rusventure.ru/ru/programm/analytics/docs/201409_Study_communication_practices.pdf.

54 <http://ru.semrush.com/ru/info/izvestiya.tpu.ru+%28by+organic%29?db=ru>

55 <http://www.ecolife.ru/zhurnal/>

Учредитель и издатель – автономная некоммерческая организация (АНО) «Журнал „Экология и жизнь“». На сайте журнала указано, что он «функционирует при финансовой поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям»⁵⁶.

Издание готово размещать рекламу от «социально-ответственных компаний», однако на сайте ее обнаружено не было.

1. Доступность

На сайте присутствует архив журналов с 1997 по 2009 год, которые можно посмотреть во flash-версии, однако для скачивания они не доступны. Кроме того, можно обнаружить аннотации журналов за 2012 год и книги издательства в pdf-версиях (до 2010 года выпуска). На крупных торрент-трекерах свежих электронных версий журнала тоже нет, что можно считать свидетельством серьезного отношения издательства к авторским правам. Цена одного журнала – около 700 рублей.

2. Периодичность/частота обновлений

12 номеров в год. Новости на сайте появляются несколько раз в день и транслируются в социальные сети. Интернет-ресурс содержит также множество других разделов, которые обновляются с разной периодичностью (неделя, месяц и более), но насколько они связаны с печатной версией журнала, сказать сложно.

3. Объем аудитории

Тираж печатной версии – 20 тысяч экземпляров. Все счетчики посещаемости сайта закрыты, по данным «РВК», аудитория – около 3 тысяч пользователей в месяц.

4. Распространение в интернете, активность аудитории социальных сетей и сайта

В группе на Facebook 561 участник, «ВКонтакте» два публика по 9 и 6 подписчиков, но обновлялись они последний раз в 2012 году. Гораздо активнее Twitter – там более 1,5 тысяч читателей и лента обновляется постоянно. В числе подписчиков – фонд «Сколково» (у института развития на сайте журнала свой канал).

ТИЦ Яндексa – 1 500.

5. Качество визуального оформления и юзабилити, разнообразие форматов

Фото, видео, тексты. Сайт, по-видимому, создан достаточно давно, разобраться в его запутанной архитектуре крайне сложно. Ресурс не ориентирован на постоянное внимание пользователей, несмотря на регулярно обновляющиеся новости. В силу своего неудобства вызывает мало интереса. Привлечь аудиторию могла бы разве что блог-площадка, но посты там появляются крайне редко.

4. Журнал «Природа»

Ежемесячный научно-популярный журнал естественнонаучной тематики. Учредитель – РАН РФ.

На сайте РАН есть дополнительная страница архива журнала с номерами 1912–2012 гг. «Все файлы содержат распознанный текст, поэтому внутри выпусков журнала возможен полнотекстовый поиск. С целью сделать возможным поиск по дореволюционным выпускам журнала (1912–1918 гг.), напечатанным согласно нормам старой орфографии русского языка, при распознавании текста были проведены замены букв алфавита согласно реформе русской орфографии 1918 года»⁵⁷.

⁵⁶ Там же.

⁵⁷ <http://priroda.ras.ru/>

Рекламы обнаружено не было.

1. Доступность

Архив номеров с 2001 по 2014 год доступен на сайте РАН⁵⁸, своего ресурса у издания нет. На gas.ru указана и электронная почта редакции.

В конце номеров указано: «При использовании материалов ссылка на журнал «ПРИРОДА» обязательна», что подразумевает возможность использования материалов издания, при условии указания источника.

Стоимость подписки – 7800 за 6 месяцев. Свежие номера в интернете найти не удалось.

2. Периодичность/частота обновлений

12 номеров в год. О посещаемости страницы по всему сайту РАН судить сложно.

3. Объем аудитории

Тираж не указан ни на сайте РАН, ни в pdf-версии.

4. Распространение в интернете, активность аудитории социальных сетей и сайта

В группе Facebook – 901 подписчик, «ВКонтакте» публика нет, страницы в Twitter – тоже.

5. Качество визуального оформления и юзабилити, разнообразие форматов

Печатная версия – фото, инфографика и текст. Другие форматы невозможны за неимением у журнала электронных ресурсов.

5. Журнал «Земля и Вселенная»

Научно-популярный журнал Российской академии наук, который издается под руководством Президиума РАН. Выходит с января 1965 года. О рекламе при такой аудитории журнала говорить не приходится.

1. Доступность

Подписка – 5000 рублей за 6 месяцев. Архив номеров с 2008 по 2012 год размещен на сайте earth-and-universe.narod.ru, однако там содержатся лишь аннотации. По-видимому, это и есть официальный сайт: других электронных ресурсов у издания нет. На крупных торрент-трекерах можно найти выпуски журнала до начала 2000-х годов, за 3-4 года размещения две раздачи на «Рутрекере» были скачаны лишь около 1,5 тысяч раз.

2. Периодичность/частота обновлений

6 номеров в год. Сайт, судя по всему, не обновлялся очень давно.

3. Объем аудитории

Если верить исследованию «РВК», тираж издания в 2014 году – 373 экземпляра. Аудитория сайта не превышает 100 человек в день⁵⁹.

4. Распространение в интернете, активность аудитории социальных сетей и сайта

Аудитория группы журнала в Facebook – 402, причем новости обновляются в ней несколько раз в неделю. Также есть группа в «Одноклассниках» – 102 участника (частоту

58 <http://www.ras.ru/publishing/nature.aspx>

59 <http://ru.semrush.com/ru/info/earth-and-universe.narod.ru+%28by+organic%29?db=ru>

обновления узнать не удалось, т.к. группа закрыта). Других страниц в социальных сетях у издания нет.

ТИЦ Яндекса – 50.

5. Качество визуального оформления и юзабилити, разнообразие форматов

Тексты и фотографии, в самом журнале так же присутствует инфографика.

2.2. Выводы

Рассмотренные издания имеют долгую историю и уже отметили почетные юбилеи. Они сохранили некоторую долю подписчиков еще с советских времен, однако очень плохо адаптировались к цифровой эпохе. Газета «ПОИСК» и «Известия ТПУ» представляют достаточно полную информацию об изданиях и размещают на официальных сайтах полные версии номеров, что обеспечивает им неплохие позиции, особенно с учетом специфики изданий. Что показательно, научно-популярные журналы на их фоне пользуются гораздо меньшим спросом – в большей степени из-за того, что остаются закрытыми для массовой аудитории. Пример журнала «Земля и Вселенная», тираж которого за 3,5 десятилетия упал почти в 150 раз (в 1980-е он составлял 50 000 экземпляров), – яркий пример того, насколько отсутствие представительства в сети сказывается на «выживаемости» издания. За счет распространения pdf-версий можно рассчитывать на большую аудиторию журналов, чем тираж и небольшие цифры (за исключением статистики «Известий ТПУ») посещаемости сайтов. При закрытости контента издание просто «пропадает». Кроме того, в современных условиях издания могут представить только старые форматы контента (лишь на сайте «Экологии и жизни было обнаружено видео), т.е. не способны использовать новые технологические возможности, которые могут привлечь не только массовую аудиторию, но и специалистов.

3. Научно-популярные медиа

В данную категорию попали издания, которые не относятся к специализированным и изначально ставят перед собой цель представить научную информацию в формате, доступном для понимания широкой аудитории.

3.1. Журналы

3.1.1. Обзор

Для приведенных ниже изданий первична печатная версия, однако они имеют достаточно качественное интернет-представительство, способное привлекать интернет-аудиторию.

1. Кот Шредингера

«Кот Шредингера» – издание Фестиваля науки. Учредитель и издатель – ООО «Дирекция Фестиваля науки». Директор по развитию – Виталий Лейбин, профессионал в медиасфере, а не научный деятель. В издании работают молодые журналисты, интересующиеся наукой. Аудитория соответствует редакции: молодежь, активно использующая социальные сети. Журнал выбран для обзора именно в силу своей короткой истории (первый номер вышел в октябре 2014) и готовности к экспериментам с контентом и его форматами – «новый, живой, шершавый научно-популярный журнал»⁶⁰.

1. Доступность

Материалы журнала появляются на сайте и в соцсетях с запозданием: сначала все публикуется в номере. Условия использования материалов журнала и сайта никак не

60 <http://kot.sh/stranica/14/o-zhurnale>

обозначены, однако, как показывает практика, редакция разрешает перепечатки в других СМИ.

2. Периодичность/частота обновлений

Журнал выходит ежемесячно. Сайт обновляется чаще, так статьи публикуются постепенно.

3. Объем аудитории

Тираж первого номера – 130 тысяч экземпляров, однако он распространялся на фестивале и в качестве приложения к «Русскому репортеру». Вероятно, сейчас тиражи меньше, однако точную информацию найти не удалось.

Аудитория сайта – 750 пользователей в день (наблюдается постоянный рост⁶¹).

4. Распространение в интернете, активность аудитории социальных сетей и сайта

Паблик «ВКонтакте» – 5411 участников. Лайков и шервов не так много, комментарии редки. Кроме ссылок на собственные статьи в паблике появляются записи научной тематики, видео и прочие медиаматериалы.

Аудитория Facebook – 2621 человек, здесь, в отличие от «ВКонтакте», публикуются только ссылки на статьи издания. Несмотря на то, что аудитория меньше, уровень ее активности выше в несколько раз.

В Twitter всего 201 читатель, посты по большей части вообще не снабжаются ссылками, присутствуют линки на социальные сети.

5. Качество визуального оформления и юзабилити, разнообразие форматов

Сайт содержит несколько разделов, по которым распределяются все статьи. Как и в печатаной версии журнала, визуальный контент представлен только картинками. Переход на новости, информацию о журнале и кнопки социальных сетей доступен с любой страницы сайта в правой колонке. Там же размещены баннеры тематических мероприятий от учредителей и партнеров. В целом оформление не отличается оригинальностью, однако сайт удобен и прост в использовании.

2. Знание – сила

Один из старейших советских научно-популярных и научно-художественных журналов, был основан в 1926 году. Журнал интересен тем, что, по большому счету сохраняя традиционный формат, он активно пытается адаптироваться к условиям цифровой эпохи.

1. Доступность

Статьи из печатной версии журнала публикуются на сайте издания. Кроме того, электронный ресурс содержит раздел «Знание – Сила РФ», где размещаются оригинальные материалы, которые не попадают в печатное издание. Pdf-версии до 2014 года можно легко обнаружить на файлообменниках. Доступность электронной версии по подписке, скорее всего, способствует распространению подобным образом и свежих номеров.

Републикация материалов допускается при активной ссылке на источник. На сайте присутствует прайс-лист на размещение рекламы⁶² – как в журнале, так и на сайте.

61 <http://ru.semrush.com/ru/info/kot.sh+%28by+organic%29?db=ru>

62 <http://www.znanie-sila.su/?issue=about/about.php&razd=3>

Журнал доступен в AppStore и Google.Play. версии до 2010 года можно скачать бесплатно. В Google Play количество установок – от 1 до 5 тысяч.

2. Периодичность/частота обновлений

Журнал выходит ежемесячно, сайт обновляется периодически, но даты публикации материалов, к сожалению, не указываются.

3. Объем аудитории

Аудитория сайта – около тысячи человек в день, тираж печатной версии – 10 тысяч.

4. Распространение в интернете, активность аудитории социальных сетей и сайта

Twitter – 187 читателей, обновляется 1-2 раза в месяц, ссылки в основном ведут на «ЖЖ» журнала. По данным SEMRush, аудитория страницы в «ЖЖ» – около 100 человек в день.

В Facebook у журнала 2680 подписчиков, здесь публикуются ссылки по теме, однако не всегда на сайт издания.

«ВКонтакте» лишь 231 подписчик, а сама группа выглядит неофициально.

Обновления во всех соцсетях происходят с примерно одинаковой частотой, но содержание различается.

ТИЦ Яндекса – 220.

5. Качество визуального оформления и юзабилити, разнообразие форматов

Интернет-ресурс был создан в 2010 году и не отвечает современным стандартам, оформление напоминает сайты сервиса narod.ru. Интересно, что, помня о традициях журнала, редакция выбрала домен .su для электронного ресурса.

Контент в основном представлен в виде текстов, хотя на сайте присутствует фотогалерея и даже лекторий – раздел с видеоматериалами. Дополнительный интерес к сайту привлекают материалы, которые недоступны в печатной версии.

Однако стоит отметить, что мобильные версии журнала гораздо приятнее в использовании, чем сайт, особенно при просмотре на планшете (в смартфоне текст страниц виден не так хорошо).

На сайте размещены ссылки на различные ресурсы – от «ЛитРес» до «Эха Москвы».

3. Наука и жизнь

Научно-популярный иллюстрированный журнал широкого профиля, издается с 1890 года. Сайт издания создан при поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям.

1. Доступность

Подписка на год – 2880 рублей, электронная версия – 900 рублей за тот же период (подписка осуществляется только через сайт издания). Отдельные статьи доступны на сайте, снабжены галереями и дополнительными материалами; pdf-версию можно только купить.

«Все материалы сайта принадлежат редакции журнала “Наука и жизнь”», их распространение без разрешения редакции не допускается.

2. Периодичность/частота обновлений

Журнал выходит ежемесячно, на сайте материалы публикуются с разной периодичностью – 2-7 раз в месяц.

3. Объем аудитории

Средний тираж журнала – 40 тысяч экземпляров. Аудитория сайта – 20-25 тысяч уникальных пользователей в сутки.

4. Распространение в интернете, активность аудитории социальных сетей и сайта

У издания полмиллиона подписчиков в Facebook, посты, как правило, появляются несколько раз в день. Аудитория достаточно активно комментирует, лайкает и шэрит записи.

В Twitter 8 380 читателей, «ВКонтакте» – около 36 тысяч, посты соответствуют обновлениям в Facebook. Аудитория тоже достаточно активна.

5. Качество визуального оформления и юзабилити, разнообразие форматов

Сайт выглядит современным и достаточно удобен для пользователя, содержит ссылки на социальные сети и даже раздел «Блоги». И все же основной посыл ресурса – подписка на журнал, несмотря на то, что контент достаточно доступен и разнообразен: фото, видео, инфографика и полные тексты статей.

4. Вокруг света

Старейший научно-популярный и страноведческий журнал, издается с декабря 1860 года. Кроме собственно научных и околонучных разделов содержит и такие, как «Еда» и «Места силы» (специальный ТВ-проект).

1. Доступность

Электронная версия журнала доступна на сайте для просмотра, также есть приложения в App Store и Google Play (платные версии). Использование материалов возможно только с разрешения редакции.

2. Периодичность/частота обновлений

На сайте регулярно публикуются новости и статьи, а также записи в блогах. Электронные версии журнала размещаются на сайте по мере выхода.

3. Объем аудитории

Тираж – 250 000 в месяц. Аудитория сайта – около 30 тысяч посетителей в день.

4. Распространение в интернете, активность аудитории социальных сетей и сайта

Представлен во всех популярных соцсетях, включая Instagram, YouTube, Google+ и даже «Мой Мир». Аудитория Facebook – 496 тысяч человек. Активность читателей очень высока, в группе не только публикуются материалы сайта, но также проводятся постоянные опросы.

В Twitter – около 9 тыс. читателей, «ВКонтакте» – почти 17,5 тысяч. Публикации во всех соцсетях примерно соответствуют друг другу.

5. Качество визуального оформления и юзабилити, разнообразие форматов

Сайт выглядит не совсем современно, но достаточно удобен и функционален. Представлены самые разные виды контента, включая видео, легко доступны виджеты соцсетей. Судя по сайту и печатной версии журнала, издание активно зарабатывает на рекламе.

5. NATIONAL GEOGRAPHIC. Россия

Официальное издание Национального географического общества, основанное в октябре 1888 года. Издаётся на разных языках в нескольких странах.

1. Доступность

Все материалы журнала доступны на сайте, также доступна подписка в мобильных приложениях (для iOS и Android). Печатную версию и pdf необходимо оплатить. Подписка на печатную версию – 1305 рублей в год.

На сайте доступен архив журналов до октября 2003 года, однако даже старые версии бесплатно скачать нельзя.

Все права на контент принадлежат Sanoma Independent Media.

2. Периодичность/частота обновлений

Журнал выходит ежемесячно, сайт и страницы в социальных сетях обновляются в ежедневном режиме.

3. Объем аудитории

Тираж издания – 140 тысяч экземпляров. Аудитория сайта – 40-45 тысяч пользователей в день.

4. Распространение в интернете, активность аудитории социальных сетей и сайта

Сайт проинтегрирован со всеми популярными соцсетями, около 1 250 тысяч подписчиков «ВКонтакте», 600 тысяч – в Facebook и 7,8 тысяч в Twitter. Коммуникация с читателем ведется очень активно, используется много визуального контента. Работа с аудиторией «ВКонтакте» отличается манерой общения с пользователями: здесь большой отклик вызывает пожелание «Спокойной ночи», которое невозможно, например, для Facebook.

5. Качество визуального оформления и юзабилити, разнообразие форматов

Сайт оформлен в стиле печатной версии журнала, понятен и удобен в использовании. Анонсы материалов публикуется с большими картинками и краткими подписями, что соответствует формату самых современных зарубежных СМИ. Статьи подгружаются автоматически, заставляя пользователя продолжать чтение. Помимо фотогалерей, на сайте также есть видеозаписи. В меню обозначены специальные разделы «Тесты» и «Конкурсы».

3.1.2. Выводы

Как показывает пример рассмотренных изданий, доступность контента пользователю – залог успеха любого издания в XXI веке. Важную роль в завоевании лояльной аудитории играет интеграция с социальными сетями: наибольшего успеха среди перечисленных изданий добился журнал «NATIONAL GEOGRAPHIC», у которого лучше всего отработана указанный механизм и продумана стратегия работы с разными сегментами аудитории. Кроме того, важным пунктом представляется разнообразие контента (в частности, наличие визуальных материалов) и интерактивный формат взаимодействия с читателем: прямое обращение к пользователю, опросы, тесты и конкурсы способствуют повышению интереса к материалам издания и действительно глубокому вовлечению аудитории.

Однако по сравнению с предыдущей категорией изданий заметно снижение уровня текстов (это замечание не относится только к журналу «Знание – сила», однако в

рассмотренной пятерке он оказался наименее соответствующим «духу времени» и текущим запросам аудитории).

3.2. Онлайн-издания

Электронные издания очень молоды в сравнении с печатными журналами, обретшими то или иное интернет-воплощение. Однако они больше соответствуют современной аудитории, более мобильны и лучше адаптированы к новым платформам, т.к. изначально ориентированы на цифровой формат. Кроме того, они используют все возможности конвергентной журналистики и по объемам аудитории чаще всего превосходят «старшее поколение».

3.2.1. Обзор

1. Naked Science

Интерактивный научно-популярный журнал, первый номер был выпущен в 2013 году.

1. Доступность

Статьи из последнего номера на сайте не публикуются, часть материалов становится доступной по мере появления новых выпусков. Один номер журнала по подписке стоит от 48 до 38 рублей. Контент очень многообразен – от новостей и анонсов до статей на самые разные темы. Использование материалов возможно при наличии активной ссылки на источник. Приложения доступны в App Store и Google.Play.

2. Периодичность/частота обновлений

Журнал выходит ежемесячно, материалы на сайте обновляются несколько раз в день.

3. Объем аудитории

Аудитория сайта – около 20 тысяч уникальных пользователей в день.

4. Распространение в интернете, активность аудитории социальных сетей и сайта

Издание представлено во всех основных социальных сетях, аудитория «ВКонтакте» – 335 тысяч подписчиков, Twitter – 3 118, Facebook – 8 тысяч. Все публикации аналогичны, страницы ежедневно обновляются несколько раз, записи содержат ссылки на статьи журнала. Активность снижается в выходные дни.

ТИЦ Яндекса – 800.

5. Качество визуального оформления и юзабилити, разнообразие форматов

Сайт соответствует представлению о том, как должно выглядеть в 2015 году СМИ, привлекательное для аудитории: большое количество визуального контента, привычная архитектура, выделенный раздел новостей. Видео, фото, тексты и пр. – воплощение конвергентной журналистики. Естественно, сайт всячески призывает к подписке на номер, однако многообразный контент, доступный пользователям бесплатно, привлекает большую аудиторию. Издание пытается также зарабатывать на рекламе – как на сайте, так и собственно в журнале.

2. ПостНаука

Интернет-проект о современной фундаментальной науке и ученых, был запущен в 2012 году. «За время существования в проекте приняло участие более 170 ученых из разных исследовательских областей, в том числе и нобелевских лауреатов»⁶³.

1. Доступность

Весь контент сайта доступен бесплатно. «Использование материалов сайта postnauka.ru разрешено только при наличии активной ссылки на источник». Издание живет за счет рекламы и поддержке партнеров – институтов развития, СМИ и пр.

2. Периодичность/частота обновлений

Сайт и социальные сети обновляются несколько раз в день, видео на YouTube обычно появляются с шагом в 1-2 дня.

3. Объем аудитории

10-15 тысяч уникальных пользователей в день.

4. Распространение в интернете, активность аудитории социальных сетей и сайта

ТИЦ Яндекс – 1700.

Twitter – около 10 тысяч подписчиков, «ВКонтакте» – 186 тысяч, Facebook – около 50 тысяч. Публикации на всех страницах одинаковы, содержат ссылки на сайт издания. Аудитория активнее всего «ВКонтакте» – там почти все публикации снабжены комментариями пользователей.

Важно упомянуть канал на YouTube, у которого 40 тысяч подписчиков.

5. Качество визуального оформления и юзабилити, разнообразие форматов

Сайт современен, как уже было сказано, содержит огромное количество визуального контента, на который и делается основной упор (разделы «Видео», «TV», «Лекции», а также раздел «Курсы» с подборками лекции от специалистов).

3. N+1

«Научно-популярное развлекательное издание о том, что происходит в науке, технике и технологиях прямо сейчас»⁶⁴. В медиа-ките сайт позиционируется как «глянец... для молодых (80-90 годов рождения) и образованных людей». Издание часто становится первоисточником научных околонуточных новостей.

1. Доступность

Все, что публикуется на сайте, доступно пользователям бесплатно. «Использование материалов N+1 разрешено только с предварительного согласия правообладателей».

2. Периодичность/частота обновлений

Ресурс обновляется в ежедневном режиме.

3. Объем аудитории

В среднем сайт ежедневно посещает 25-30 тысяч уникальных пользователей.

4. Распространение в интернете, активность аудитории социальных сетей и сайта

ТИЦ Яндекса – 110.

63 <http://postnauka.ru/about>

64 <https://nplus1.ru/about>

Издание представлено только в основных социальных сетях: Twitter, Facebook и «ВКонтакте». «ВКонтакте» – около 8 тысяч подписчиков, Twitter – 3300, Facebook – 5200. Публикации «ВКонтакте» и Facebook совпадают, а Twitter ведется в отдельном режиме, хотя записи также, как правило, содержат ссылки на сайт издания.

5. Качество визуального оформления и юзабилити, разнообразие форматов

Оформление сайта несколько необычно, однако архитектура соответствует типичному современному СМИ. Главное меню содержит разделы по актуальным темам: здесь вместо кризиса и Украины «Роботы», «3D-печать» и «Второй сезон Коллайдера». Удачная находка – указание «коэффициента сложности» материалов, которое, во-первых, помогает пользователю ориентироваться в контенте, а во-вторых, сближает его с редакцией, коллективная оценка которой и определяет уровень сложности материалов.

4. НАУКА И ТЕХНОЛОГИИ РОССИИ — STRF.RU

Издатель ООО «Парк-медиа». «Создано в 2005 году при поддержке Федерального агентства по науке и инновациям и Министерства образования и науки России. Проект является информационно-аналитическим экспертным представлением мероприятий в рамках Федеральной целевой программы “Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса России на 2007—2012 годы”»⁶⁵.

1. Доступность

Весь публикуемый на сайте контент доступен пользователям без ограничений. У сайта есть английская версия. Материалы можно использовать при наличии активной гиперссылки на источник.

2. Периодичность/частота обновлений

Лента новостей в режиме постоянного обновления, статьи появляются с разной периодичностью – от пары материалов в день до нескольких в неделю.

3. Объем аудитории

Около 2 тысяч посетителей в сутки.

4. Распространение в интернете, активность аудитории социальных сетей и сайта

Twitter и «ВКонтакте» по 2800 подписчиков, Facebook – около 5 тысяч. Обновления происходят ежедневно, новости «ВКонтакте» и Facebook дублируются, в Twitter имеют соответствующий соцсети формат.

5. Качество визуального оформления и юзабилити, разнообразие форматов

Непонятная архитектура, характерные разделы «Российская наука», «Государственная политика». Характерная особенность подведомственного издания – наличие на первой странице новости с фотографией и упоминанием руководителя структуры. На сайте присутствуют разделы «Фото» и «Видео».

5. Arzamas

⁶⁵ Исследование коммуникационных практик научно-образовательных организаций РФ. URL: http://www.rusventure.ru/ru/programm/analytics/docs/201409_Study_communication_practices.pdf.

«Некоммерческий просветительский проект, посвященный гуманитарному знанию»⁶⁶. Цель – создание своеобразного онлайн-университета, через который специалисты знакомят интернет-пользователей с различными гуманитарными науками.

1. Доступность

Для пользователей весь контент ресурса бесплатен. Однако распространять материалы сайта запрещается, кроме как при цитировании с указанием активной гиперссылки.

2. Периодичность/частота обновлений

Курсы (подборки материалов) обновляются ежедневно, формируя и расширяя отдельные тематические блоки.

3. Объем аудитории

10 тысяч уникальных пользователей в сутки. В январе 2015 аудитория сайта составляла 568 человек в день; таким образом, за полгода ресурс «вырос» в 17 раз.

4. Распространение в интернете, активность аудитории социальных сетей и сайта

Сайт интегрирован с социальными сетями. «ВКонтакте» – 23 тысячи подписчиков, Facebook – 22 тысячи, Twitter – 4200. Посты в соцсетях аналогичны по сути, но разнятся по форме – ресурс старается найти свой язык для каждого сегмента аудитории.

ТИЦ Яндекса – 210.

5. Качество визуального оформления и юзабилити, разнообразие форматов

Представляет собой собрание курсов, посвященных разным разделам науки. Сайт красиво оформлен, но, вероятно, со временем станет не очень удобным в использовании, когда обложки курсов будут представлять собой огромный, бесконечно подгружающийся блок. Материалы сайты снабжены качественными иллюстрациями, лекции представлены в видео-формате. Контент, относящийся к одному курсу, распределен по подразбиам типа «Лекция», «Пресса», «Навык», «Домашнее задание». Ресурс представляет собой не СМИ, а отвлеченный научно-популярный, культурно-образовательный проект для широкой аудитории. Сайт интересен нетипичным подходом к подаче контента и очень качественным оформлением, которое требует хорошего финансирования, а потому обычно недоступно научно-образовательным проектам.

3.2.2. Выводы

Интернет-ресурсы достаточно быстро собирают аудиторию, хотя не могут соревноваться в популярности со старейшими российскими научно-популярными изданиями, которые смогли адаптироваться к условиям сети. Большая значимость для популярности сайтов имеет наличие видеоматериалов (в т.ч. лекций), а также качество визуального оформления ресурсов, к которому пользователи привыкают при использовании общетематических СМИ и развлекательных интернет-площадок. Конечно, важную роль играет и открытость материалов для пользователя, т.к. платить за контент (особенно за какие-то отдельные его порции), аудитория в массе своей не готова.

66 <http://arzamas.academy/about>

IV. Заключение

Стремление к открытости и доступности естественно для интернет-среды, и наука, которая должна первой воспринимать прогрессивные инструменты работы с информацией, не может остаться в стороне от тенденций времени. Интернет был рожден научным сообществом, поэтому максимальное его использование в целях аккумуляции и развития научных знаний должно стать логическим продолжением эволюции коммуникации в этой сфере.

Научно-популярные онлайн-издания только начинают свою историю, поэтому пока не могут тягаться в объемах аудитории с традиционными медиа, занявшими прочную позицию на рынке научно-популярной периодики, однако это утверждение верно лишь для журналов, которые смогли освоить электронную среду, научились зарабатывать не на контенте самом по себе, а на альтернативных способах его представления. Важным фактором успеха для любых изданий служит развитие публичных страниц в социальных сетях, которые позволяют поддерживать интерес аудитории, очень легко переключаясь между различными площадками, потому что медиапотребление сейчас в основном осуществляется через новостные ленты соцсетей, где пользователь выбирает, ограничиться ли ему кратким анонсом или все-таки пройти по ссылке.

Форматы популярного научного контента также претерпели некоторые изменения: визуализация, которую позволяют современные электронные устройства и высокая скорость интернета, завоевывает позиции. Широкое распространение получает интерактивная инфографика, с помощью которой можно на пальцах объяснить сложные вещи (что особенно актуально для научной сферы). Кроме того, заметен рост интереса аудитории к видеолекциям, которые дают возможность получить актуальную информацию от специалистов в своей сфере практически в режиме живого разговора.

Бумажные версии научно-популярных изданий постепенно теряют привлекательность: молодое поколение, привыкшее к электронному формату медиаконтента с гораздо большей охотой загрузит всю нужную информацию на планшет, чем будет иметь дело с массивом бумажных страниц.

Конечно, научные и научно-популярные издания отличаются уровнем сложности наполнения, но, во-первых, иногда научпоп отвечает даже высоким стандартам ученого сообщества (некоторые подобные издания входят в перечень ВАК и международные библиографические базы данных), а во-вторых, широкое распространение собственно научных знаний невозможно без постепенного привлечения внимания массовой аудитории

к подобному контенту, поддержании в обществе интереса к науке, статус которой со времен СССР значительно упал.

Как уже было сказано, спектр научно-популярных медиа не ограничивается рассмотренными в работе типами изданий. Для лучшего понимания ситуации в данном сегменте рынка и обоснованных прогнозов его дальнейшего развития необходимо более полное изучение всех типов медиа, которые на нем представлены.

V. Библиографический список

1. Nielsen, Michael A., Reinventing discovery: the new era of networked science. 2012. Chapter 1. URL: <http://bookfi.org/book/1380000>.
2. Билан И.В. Научная публикация поколения 2.0: перспектива или реальность? // Научная периодика: проблемы и решения . 2012. №2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/nauchnaya-publikatsiya-pokoleniya-2-0-perspektiva-ili-realnost>.
3. Зельдина, М. Итоги 2014. Научная периодика: проблемы и решения. 2015. 5.1: 5-5. URL: <http://nppir.ru/index.php/nppir/article/view/163/85>.
4. Кириллова О.В., Кузнецов А.Ю., Диментов А.В., Лебедев В.В., Шварцман М.Е. Категории и критерии оценки российских журналов и программы их развития // Научная периодика: проблемы и решения . 2014. №5 (23). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kategorii-i-kriterii-otsenki-rossiyskih-zhurnalov-i-programmy-ih-razvitiya>.
5. Семячкин, Д., Сергеев, М., & Кисляк, Е. Возможные пути развития Открытой науки в России. Научная периодика: проблемы и решения. 2015. 5(2), 89-94.
6. Уилки, Т. Тренды в научно-издательской отрасли. Научная периодика: проблемы и решения/ 2014, 4(6), 4-12. URL: <http://nppir.ru/index.php/nppir/article/view/160/198>.
7. Исследование коммуникационных практик научно-образовательных организаций РФ. URL: http://www.rusventure.ru/ru/programm/analytics/docs/201409_Study_communication_practices.pdf.
8. Философский энциклопедический словарь. — М.: Советская энциклопедия. Гл. редакция: Л. Ф. Ильичёв, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалёв, В. Г. Панов. 1983.
9. http://www.chaskor.ru/article/o_rol_i_defitsita_i_izbytka_v_media_i_ne_tolko_38589.
10. http://www.chaskor.ru/article/paralich_znaniya_30807.
11. http://www.chaskor.ru/article/kiberbiblioteka_32529.
12. http://www.nytimes.com/2011/07/20/us/20compute.html?_r=1.
13. <http://www.jewish.ru/style/science/2013/01/news994314325.php>.
14. <http://open-science.ru/2015/06/russia-top-5-europe-open-access.html>.
15. https://ru.wikimedia.org/wiki/Мониторинг_госсайтов/Апрель_2015_года.
16. <http://gtmarket.ru/ratings/scientific-and-technical-activity/info>.
17. <http://neva-press.com/?p=12296>.
18. <http://help.yandex.ru/catalogue/citation-index/tic-about.xml>.
19. <http://www.unkniga.ru/freemic/702-2012-11-13-16-27-35.html?date=2013-02-01>.
20. <http://www.unkniga.ru/vishee/2905-otkrytiy-dostup-k-nauke-mify-i-realnost.html>.
21. <http://www.poisiknews.ru/about/>.
22. https://metrika.yandex.ru/stat/dashboard?counter_id=12795157&date1=20150401&date2=20150430&select_period=month.
23. <http://izvestiya.tpu.ru/>.
24. <http://www.ecolife.ru/zhurnal/>.
25. <http://priroda.ras.ru/>.
26. <http://www.ras.ru/publishing/nature.aspx>.
27. <http://kot.sh/stranica/14/o-zhurnale>.

28. <http://www.znanie-sila.su/?issue=about/about.php&razd=3>.
29. <http://postnauka.ru/about>.
30. <https://nplus1.ru/about>.
31. <http://arzamas.academy/about>.
32. <http://ru.semrush.com/ru/>.