

Электронные реферативные журналы ВИНТИ на службе науки
VINITI's Electronic Abstract Journals on Science's Service
Електронні реферативні журнали ВІНТІ — послуговуючись науці

Зиновьева Е. Д., Силко А. В., Цветкова В. А., Шапкин А. В.
Всероссийский институт научной и технической информации (ВИНИТИ РАН),
Москва, Россия

E. D. Zinovyeva, A. V. Silko, V. A. Tsvetkova, and A. V. Shapkin
All-Russian Institute for Scientific and Technical Information (VINITI),
Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

Зінов'єва Є. Д., Сілко А. В., Цветкова В. А., Шапкін А. В.
Всеросійський інститут наукової і технічної інформації (ВІНТІ РАН),
Москва, Росія

Распространение электронной версии Реферативного Журнала ВИНТИ, пользователи этого журнала, распространение журнала по географическим зонам и подписные тенденции в соответствии с областью науки составляют темы, рассмотренные в данном докладе.

The subjects of this report are distribution of the electronic version of the VINITI's Abstract Journal, users of the journal, distribution of the journal by geographic areas and subscription tendencies in compliance with the fields of science.

Поширення електронної версії Реферативного Журналу ВІНТІ, користувачі цього журналу, поширення журналу за географічними зонами і передплатні тенденції відповідно до галузі науки складають теми, які розглянуто в цій доповіді.

Электронные издания за последнее десятилетие развиваются очень быстрыми темпами. Они стали важнейшим источником информации во всех областях науки и техники. Многие научные журналы стали выпускаться как в печатной форме так и в электронной, а некоторые— исключительно в электронной. По данным авторитетного международного справочника, в мире издается более 25 тыс. наименований серийных изданий в электронной форме, из них около 10 тыс. научных /1/.

Существует целый ряд прогнозов относительно развития электронных изданий /2/.

В *первом* из них все электронные журналы делятся на коммерческие и научные и прогнозируется их суммарное число на уровне 130 тыс. наименований. Затраты на производство электронных журналов по сравнению с традиционными снижаются на 70—90%, поэтому предлагается всем ученым готовить свои работы в электронной форме для распространения по Интернет. Во *втором*, более осторожном прогнозе высказываются сомнения многих ученых и специалистов в интеллектуальном качестве электронных публикаций по сравнению с традиционными, а также обсуждаются сложности их включения в фонды библиотек и отражения в реферативных изданиях. Тем не менее, рекомендуется публиковать статьи в электронных средствах коммуникации с целью повышения их авторитета. *Третий*, наиболее пессимистический прогноз содержит контраргументы относительно невысокой стоимости электронных журналов. В нем высказывается мнение о том, что электронные издания не будут существенно отличаться от традиционных по стоимости и вряд ли будут бесплатно предоставляться научной общественности по телекоммуникационным сетям.

По нашему мнению, цены на электронные журналы, если учесть все затраты на их подготовку и поддержку, не будут сильно отличаться от традиционных. Тем не менее, это не будет серьезным аргументом для сдерживания производства и распространения электронных изданий, поскольку этому будут способствовать простота и оперативность доступа и получения информации. Достаточно серьезной проблемой станет проблема архивного (библиотечного) хранения электронных журналов, особенно в тех случаях, когда издание существует исключительно в телекоммуникационной среде.

В докладе германской фирмы, прочитанном в Московском государственном университете печати приводится следующий прогноз: в XXI в. электронные формы будут активно развиваться, хотя и не вытеснят печатные. Наиболее быстро электронные формы будут развиваться в сфере деловой и справочной информации. Интересны данные, касающиеся прироста информационных продуктов и услуг, доступных в режиме off-line, которые составят 38—104%, и в режиме on-line, прирост которых может составить 125—340%. Это дает основание предполагать, что более быстрыми темпами будет развиваться сфера предоставления информационных услуг в телекоммуникационном режиме, что потребует переориентации системы коммуникации на использование компьютерных сетей. Это в полной мере относится как к электронным изданиям, так и к

базам данным, включая мультимедийные информационные продукты и услуги. Проблемы работы с электронными изданиями в библиотеках и возможные пути их решения рассмотрены в работе /3/.

В результате мир оказался перед проблемой создания электронных библиотек и простых и доступных для любого потребителя технологий для работы с электронными изданиями. Процесс интеграции электронных форм с традиционными идет быстрыми темпами. Участники процесса коммуникации электронных изданий — издатели, подписные агентства, службы вторичной информации, — имея целью выжить, берут на себя функции библиотек, используя при этом различные схемы агрегации информации или доступа к ней. Этому способствует и то, что на электронные издания в ряде случаев устанавливаются цены несколько ниже печатных: они стоят примерно 90% стоимости печатных, если же покупаются обе версии, то их стоимость составляет 110-130% стоимости одной печатной версии. На мировом книжном рынке наблюдается постоянный рост цен на печатные издания, что ведет к сокращению подписки на них (спираль цен) /4/. Электронные публикации представляют собой один из путей выхода из сложившейся ситуации.

Типизация электронных ресурсов

Совокупность электронных ресурсов, предлагаемых сегодня на информационном рынке, может быть представлена в составе следующих типовых групп:

- полнотекстовые документы, электронные журналы с возможностями поиска, наличием гиперсвязей, автоматического агрегирования (накопление, средоточение);
- таблицы с расширенными функциями обработки данных и демонстрацией результатов;
- библиографические базы данных с возможностями поиска, библиотечные электронные каталоги разных типов и библиографические указатели;
- рисунки и изображения с возможностями обработки файлов по размерам, цвету, пространственным параметрам изображения и построения многомерных изображений;
- аудиозаписи и музыка, видео, компьютерная анимация;
- цифровые карты и картографическая информация;
- компьютерные программы, в том числе программы и команды непосредственного исполнения;
- вирусы как особый тип компьютерных программ;
- мультимедийные материалы, совмещающие разные виды ресурсов, например, текст и звук, изображение и звук, текст и анимация и т. п.;
- другие.

По форме представления электронные ресурсы можно рассматривать как:

- 1) не имеющие печатных аналогов, в частности материалы Web-сайтов;
- 2) созданные параллельно с печатными версиями для улучшения обслуживания потребителей, обеспечения сохранности и т. п.;
- 3) созданные на короткий срок в технологических целях, не предназначенные для долговременного хранения (электронные справки, счета, квитанции, электронные копии документов и т. п.

Эти особенности в значительной мере влияют как на технологию, формирования, хранения и поиска информационных ресурсов, так и на процессы их распространения

По степени доступности электронные ресурсы могут быть:

- бесплатными;
- условно бесплатными;
- платными;
- закрытыми для публичного доступа, в том числе закрытая или конфиденциальная информация (режимно-секретная), коммерческая, промышленная и технологическая, финансовые и налоговые сведения, частная жизнь.

Основные направления формирования диверсифицированных электронных продуктов и услуг

Существует несколько наиболее часто используемых вариантов предоставления электронных версий изданий:

- Объединение печатных изданий с диалоговым доступом к ним — по этому пути уже пошли некоторые издательства, поскольку в этом случае удается сохранить доход;
- Предоставление изданий только в диалоговом доступе — потенциально стоимость уменьшается, пользователь свободен в выборе форм работы с изданием, но создаются проблемы сохранности фондов, создания ретроспективных массивов, особенно для библиотек, кроме того, пользователь, не имеющий доступа к сетевым ресурсам (традиционный читатель), полностью теряет доступ к этим изданиям;
- Объединение продуктов — предоставляет пользователю доступ ко всем формам продуктов за соответствующую плату. На настоящем этапе подготовленности потребителей эта форма име-

ет наибольшие преимущества в использовании, поскольку приемлема для распространения на коммерческих основах и проста в управлении.

Последнее направление, как показала практика, позволяет в наибольшей степени учесть интересы потребителей и минимизировать затраты на весь технологический процесс. Именно это направление используется в ВИНТИ, который предлагает потребителям Реферативный журнал по подписке в печатной форме, версию-аналог в электронной форме, фрагменты базы данных по соответствующей тематике, а также базы данных в диалоговом доступе (сеть Интернет) /5/.

Существует опасение, что предоставление информации с помощью WWW может сильно уменьшить потребность в традиционных формах предоставления информации.

Однако на настоящем отрезке времени реальная ситуация показывает, что благодаря размещению информации на WWW часто удается увеличить число подписчиков как на традиционные формы информационных продуктов и услуг так и на электронные. Безусловно, наибольшее давление испытывают периодические издания, а также базы данных.

Действительно, на смену печатным изданиям приходят электронные. Крупнейшие западные издательства такие, как Elsevier, Springer, Springer Lange, Kluwer и др. предлагают библиотекам, объединенным в консорциумы, доступ к журналам в телекоммуникационном режиме. Журналы могут быть размещены как на сервере издательства, так и на сервере какой-либо одной из библиотек консорциума или фонда-плательщика. Наиболее активную позицию по обеспечению доступа к зарубежным электронным журналам занимает Российский фонд фундаментальных исследований (РФФИ), создавший для этих целей специальный сервер, на котором размещены полнотекстовые версии более чем 2 тыс. наиболее важных журналов по всем направлениям фундаментальной науки издательства.

Основные направления работы с потребителями по распространению электронной версии РЖ ВИНТИ

Вследствие развития информационных технологий и телекоммуникационного образования значительно возрос интерес к продуктам ВИНТИ в электронной форме (Электронная версия РЖ, базы данных в режиме on-line.) Этот интерес характерен прежде всего для ВУЗовских библиотек. Неоднократно в пример приводился Современный гуманитарный университет (кстати, подписчик ЭлРЖ ВИНТИ), активно развивающий систему телекоммуникационного образования.

В докладе представлена история создания ЭлРЖ, расширение распространения, совершенствование методов распространения. Также рассмотрены состав читательской аудитории, роль ВУЗов в увеличении подписки, география распространения, тематика предоставляемых материалов, тенденции развития и роста.

Состав пользователей

Тематика изданий ВИНТИ достаточно широка (17 разделов, около 260 выпусков РЖ); это позволяет охватить широкий круг пользователей.

В настоящее время 16% пользователей электронной версии РЖ составляют организации РАН, 49% — государственные ВУЗы. Такой круг пользователей является традиционным для ВИНТИ. Однако на протяжении уже девяти лет (электронная версия РЖ распространяется с 1995 г.) в состав пользователей постепенно вливались новые категории. Возрастание темпов промышленного роста сказалось и на составе пользователей: среди подписчиков в полтора раза возросло количество промышленных предприятий.

Возникла и также новая категория заказчиков — посредники (дистрибьюторы). Причем объем подписки посредников составлял на 1 полугодие 2004 г. 1543 выпуска, что превышает объем подписки организаций РАН и практически равен объему подписки ВУЗов. Оценивать появление посредников в распространении ЭлРЖ можно двояко. С одной стороны, благодаря посредникам существенно расширяется круг подписчиков ЭлРЖ, увеличивается количественный объем подписки. С другой стороны, посредники, как правило, стараются не разглашать данные о конечных потребителях. Это обстоятельство затрудняет работу с конечным пользователем: ни сотрудники Отделения исследования рынка ВИНТИ, ни разработчики программы не могут отслеживать в полной мере изменение потребностей конечного пользователя, его требования к предоставляемой продукции. Следствием этого является недостаточно быстрое реагирование на запросы и претензии конечных пользователей.

Изменение тематики подписки

Традиционно для распространения электронной версии РЖ впереди шли два тематических направления — биология и химия. С течением времени эта картина менялась. С 2001 г. более чем в полтора раза возросла подписка на выпуски по автоматике и радиоэлектронике, машиностроению, информатике, энергетике. Можно привести также любопытный пример зависимости тематики подписки на ЭлРЖ от общей ситуации в стране. Со второго полугодия 1998 г. (т. е. со времен финансового кризиса) резко возрос спрос на РЖ

«Психология» — примерно в 3 раза. В 2001 г. наблюдался сильный рост на РЖ «Геофизика» и «Горное дело» — также в 3 раза, причем особым спросом пользовался выпуск «Гидрогеология. Инженерная геология. Мерзлотоведение» (подписка возросла в 4 раза) /6/.

По сравнению с 2002 г. по 2004 г. увеличился спрос на выпуски следующих направлений:

Механика — в 1, 7 раза;

Физика — в 1, 6 раза;

География — в 1, 5 раза;

Геофизика — в 1, 5 раза;

Химия — в 1, 5 раза,

Причем основными «виновниками» увеличения подписки являются ВУЗы.

На прежнем уровне с незначительным увеличением остаются электротехника, металлургия и астрономия.

Работа с конечными пользователями

Одной из основных целей при работе по распространению электронной версии РЖ ВИНТИ и работе по освоению рынка является оперативное реагирование на запросы конечных потребителей. В круг основных вопросов входят: вопросы подписки на электронную версию РЖ, вопросы своевременной доставки компакт-дисков, вопросы работы с программой.

Если вопросы подписки и доставки решаются организационными методами, то вопросы по работе с программой решаются в очень тесном контакте специалистов Отделения исследования рынка и Отдела программных систем — основного разработчика программного обеспечения (оболочки) электронной версии РЖ. Это позволяет оперативно учитывать мнение конечного пользователя. В частности, в 1997 г. была разработана оболочка для Windows, внесена возможность просмотра графических изображений, представления нескольких номеров или выпусков в одной оболочке и пр., что позволило существенно повысить потребительские качества ЭлРЖ.

Также с 2004 г. предоставляются выпуска раздела «Математика» и отдельный выпуск РЖ «Вычислительные науки». Получить выпуски РЖ «Математика» пользователи могут, заключив договор с ВИНТИ; ознакомиться с демоверсией можно на Web-сайте ВИНТИ.

Совместная работа с разработчиками и одновременно непосредственный контакт с конечными пользователями, видимо, следует признать оптимальным методом и в дальнейшем использовать при продвижении новых продуктов на информационный рынок.

Работа с потенциальными пользователями (конференции, выставки и т. д.)

Для поддержки продаж и активизации интереса к продуктам и услугам ВИНТИ ежегодно сотрудники Института участвуют в выставках, конференциях, ярмарках, форумах и др. мероприятиях, проводимых в Москве, регионах России, странах СНГ, дальнем зарубежье. Участие в выставках показало, что заметно возрос интерес к продуктам и услугам ВИНТИ в электронной форме. Этот интерес особенно заметен на примере библиотек высших учебных заведений. Библиотеки активно действуют в направлении информатизации образовательного процесса, осваивают использование электронных ресурсов для обслуживания своих пользователей, что становится характерной для реформируемой (обновляющейся) системы образования. Посетителями специализированных выставок в большинстве случаев являются руководители, специалисты, представители научных, исследовательских и промышленных предприятий, финансовых и коммерческих структур, руководители информационных центров России, научных отделов и библиотек предприятий и всех их интересует информация в электронном виде, которая позволяет быстро найти сведения по интересующей их проблеме. Непосредственно на выставочном стенде представителями ВИНТИ демонстрируются реферативные журналы в электронном виде и посетители имеют возможность оценить все преимущества электронного реферативного журнала.

Безусловно, участие в выставках, несомненно, повышает интерес пользователей к ВИНТИ и его информационным продуктам. Отметим, что многочисленные тематические области науки и техники, которые Институт охватывает в своих изданиях, позволяют участвовать в тематических и отраслевых выставках. Это полезно и специалистам, которые, как мы убедились, сознательно ищут информацию по проблемам своей отрасли, так и Институту, который приобретает новых пользователей. Необходимо и расширение возможностей распространения информационных продуктов и услуг ВИНТИ за пределами уже «освоенных» регионов, в которых хорошо знают наши издания. Также необходима более активная работа на уровне регионов: выезд на региональные специализированные и межрегиональные выставки, где возможен непосредственный контакт как с потенциальными, так и уже известными пользователями. Это позволит более

тщательно изучить их запросы и своевременно внести изменения в методы распространения информационных продуктов и услуг ВИНИТИ.

Литература

1. Ulrich's on CD ROM.2004
2. Keenan S. Electronic publishing: A subversive proposal, an even more subversive proposal, and a counter argument // Online and CD ROM Rew. — 1996. — Vol.20, N2. — P.93-94
3. Барышева О. В., Гиляревский Р. С. Книга в паутине. — М.: НТИ-Компакт, 2003. — 304 с.
4. Дискуссия по электронным журналам на Генеральной ассамблее Международного совета научной и технической информации (ICSTI), 22 мая 1998 г., Лох Ламмонд, Шотландия
5. Цветкова В. А., Полунина Т. К., Хромова Н. З. и др. Тенденции формирования и распространения электронных продуктов реферативного типа // ВИНИТИ РАН. М., 2005. — 19 с. — Деп. В ВИНИТИ №281-В2005. — 01.03.2005
6. Цветкова В. А., Зиновьева Е. Д. Рынок электронных реферативных журналов в России // Научные и технические библиотеки. — №7, — 2002. — с.68-73