

ПРИЄДНУЙТЕСЬ ДО КЛУБУ «НАУКОВІ ПУБЛІКАЦІЇ»!

№6

13.09
2021

КЛУБ «НАУКОВІ ПУБЛІКАЦІЇ» – ЦЕ УНІКАЛЬНА СПІЛЬНОТА НАУКОВЦІВ ТА ОДНОДУМЦІВ, ЯКА МАЄ НА МЕТІ ВПРОВАДЖУВАТИ НОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА СПРИЯТИ РОЗВИТКУ НАУКИ НА ТЕРЕНАХ УКРАЇНИ ВІДПОВІДНО ДО МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ТА ДОСВІДУ ЗАХІДНИХ КРАЇН.

ЦІННОСТІ ЧЛЕНІВ КЛУБУ



ПРОФЕСІОНАЛІЗМ

Орієнтація на найвищі стандарти у науковій діяльності



ПРАГНЕННЯ ДО РОЗВИТКУ

Постійне бажання отримувати нові знання, покращувати професійний рівень



ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ НАУКИ

Популяризація міжнародного вектора розвитку науки, співпраця та обмін досвідом

Учасники клубу – це проактивні українські науковці, які бажають популяризувати наукову діяльність вітчизняних вчених серед міжнародної наукової спільноти



SCOPUS • WEB OF SCIENCE • H-INDEX • DOI • SJR • IMPACT FACTOR

www.nim.media



НАУКА ТА МЕТРИКА

ЕНЦИКЛОПЕДІЯ НАУКОМЕТРІЇ. ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА



3	ВІД РЕДАКТОРА
	МІЖНАРОДНІ НАУКОМЕТРИЧНІ БАЗИ ДАНИХ
4	База даних Scopus: вміст, видавці, показники
9	Наука світового масштабу: індекси цитування та принципи роботи Web of Science
	НАУКОВІ ПУБЛІКАЦІЇ
14	Лідер наукового консалтингу – компанія «Наукові публікації»
16	Інфографіка: Історія розвитку компанії «Наукові публікації»
18	Інтерв'ю: «Так, ми – лідери, адже немає альтернативи!»
	ДОПОМОГА ВЧЕНОМУ:
24	Інфографіка: Професійний розвиток у сфері науки. Вимоги до вченого для отримання звання, ступеня в Україні
25	Метадані статті: як вони впливають на її індексацію?
28	Інфографіка: Як підготувати статтю, щоб її точно опублікували?
30	Індекс Гірша та його вплив на діяльність вченого
31	Як написати статтю, яка матиме високі показники цитування?
33	Журнали-хижаки. Що таке «хижацьке видання»? Яка різниця між клоном та фейком?
	НАУКОВІ ЖУРНАЛИ:
35	Як включити науковий журнал до Scopus та Web of Science?
38	8 порад від наукового редактора як вибрати видання для публікації
39	Сучасна IT-інфраструктура електронного журналу, який претендує на включення в Scopus та Web of Science
42	Видавничий дім «Наукові журнали»

Вітаю, шановний читачу!

Сфера наукометрії зміцнює українські та міжнародні позиції. За минулий рік українських вчених, які цікавляться галуззю і моніторять її, стало ще більше. Ми відчуваємо це завдяки постійній комунікації з представниками наукового товариства.

Своєю працею команда журналу «Наука та метрика» створює рух інформаційних потоків у галузі. Ми щоденно формуємо актуальну базу знань, яку науковці можуть використати для особистих досягнень і загальних позитивних змін у науковому просторі.

Міжнародні тенденції вимагають від нас тримати руку на пульсі, швидко реагувати, постійно розвиватися. Щоб підвести ризик під нашою трирічною діяльністю і піти далі, ми вирішили зробити 6-й номер енциклопедією наукометрії, присвятити випуск її основам. Ми звертали основні знання в одному журналі, щоб науковці завжди могли відкрити цей журнал і скористатися інформацією для своїх наукових реалізацій.

У першому розділі читач знайде інформацію щодо роботи світових баз даних Scopus та Web of Science, щоб остаточно розібратися у структурі сервісів та вільно обирати для себе співпрацю з журналами, що індексуються наукометричними гігантами сучасності.

Другий розділ присвячений компанії «Наукові публікації», яка вже 5 років робить свій внесок у розвиток науково-публікаційної діяльності вчених як в Україні, так і в інших країнах. У цьому номері Ви зможете детально дізнатися, що зробила команда за цей час для розширення впливу української науки та розблокування інформаційного вакууму у науковому просторі.

Не обійшлося без практичних порад та експертних матеріалів для вчених, на які вони зможуть спиратися у своїй діяльності (їх ми оформили у **третьому розділі**).

Український науковий журнал заслуговує на увагу міжнародного вченого суспільства. Як включити видання в Scopus та Web of Science? Яким має бути сайт видання міжнародного рівня? Хто може допомогти українським редакторам структурувати журнал до відповідних стандартів та отримати індексацію у наукометричних сервісах? Відповіді на ці важливі питання знаходяться на сторінках **четвертого розділу**.

6-й випуск – це медіана певного етапу нашого шляху та співпраці з нашими читачами. Новий виток – це завжди хвилює, але надихає. У наших планах – відточувати інструменти розповсюдження світової та вітчизняної наукометричної практики, формувати нові вектори підтримки українських вчених та розширювати межі співпраці з науковцями зі всього світу.

МІЖНАРОДНІ НАУКОМЕТРИЧНІ БАЗИ ДАНИХ

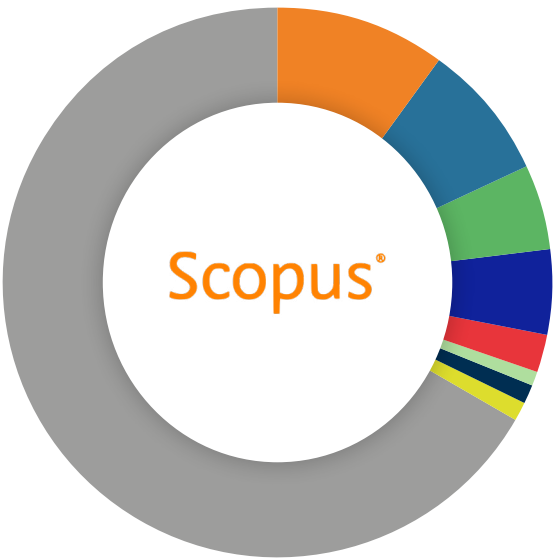
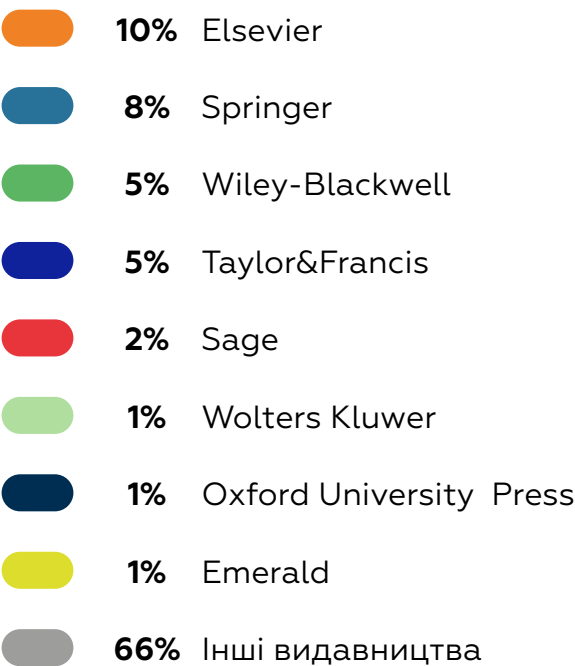
БАЗА ДАНИХ SCOPUS: ВМІСТ, ВИДАВЦІ, ПОКАЗНИКИ

Наукометрична база даних **Scopus** створена у листопаді 2004 року компанією «Elsevier». Ця платформа є джерелом великої кількості статей, рефератів та базою цитування. До її складу входить більше **5000** міжнародних видавців. Журнали, що індексуються цією базою даних, публікують новітні дослідження, світові огляди у різних галузях науки (техніка, медицина, соціальні та гуманітарні науки, мистецтво тощо).

Вміст Scopus



Видавці, що входять у Scopus



ГОЛОВНІ ПОКАЗНИКИ SCOPUS

SJR

SJR допомагає оцінити рівень журналу, орієнтуючись на вагомість посилань на статті, які були опубліковані у ньому. Показник враховує співвідношення кількості цитування та загальне число статей, а також специфіку сфери науки і статус журналу, в якому були процитовані роботи.

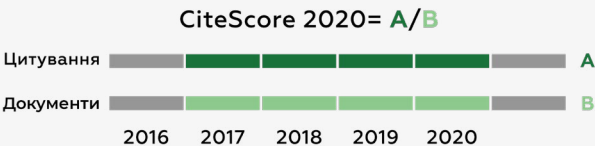
Врахування рейтинговості (ваговитості) посилань допомагає оцінити дійсну якість контенту, що був опублікований у ньому, а відповідно і його престиж. Розрахунок SJR досить складний, тому Scopus впровадив нову метрику «CiteScore».

CiteScore

CiteScore допомагає вимірювати вплив журналу. Він був уведений у 2016 році компанією Elsevier, як альтернатива SJR. Методологія розрахунку показника була змінена у 2020 році.

Методологія CiteScore

Нова методологія CiteScore: CiteScore 2020



A – Кількість цитувань на статті, огляди, рецензії, тези конференцій, що були опубліковані в 2017-2020 роках

B – Кількість статей, оглядів, рецензій, тез конференцій, що були опубліковані в 2017-2020 роках

Таке обчислення допомагає побачити повну картину цитування та зменшує можливість маніпуляцій. До чисельника та знаменника CiteScore входять різні наукові документи, що індексуються у Scopus: статті, огляди, листи, замітки, матеріали конференцій тощо. Оприлюднюють цей показник 1 раз на рік.

Також є показник, що доповнює роботу CiteScore – **CiteScore Tracker**. Він розраховується так само як CiteScore, але на поточний рік і показує ефективність журналів. Його дані оновлюються щомісяця.

Інші показники, що доповнюють CiteScore

- CiteScore Percentile
- CiteScore Quartiles
- CiteScore Rank
- Citation Count
- Document Count
- Percentage Cited

SNIP

THE SOURCE-NORMALIZED IMPACT PER PAPER (SNIP або нормований показник впливу видання) – це журнальна метрика цитування, яка використовується для оцінювання діяльності видання.

SNIP був запропонований професором Лейденського університету Хенком Моедом у 2010 році. У 2012 році цей показник було дещо переглянуто, що призвело до деяких змін у методології обчислення.

Він допомагає вирівнювати різницю у ймовірності цитування та різницю в предметних галузях. Метрика враховує лише рецензовані наукові роботи, і всі цитати мають однакову вагу.

На думку розробників Scopus використання декількох метрик дозволяє більш об'єктивно оцінювати якість журналу. SNIP допомагає формувати думку про журнал про оцінювання не лише в одній галузі знань – він порівнює публікації з різних сфер.

Методологія SNIP

$$\text{SNIP} = \frac{\text{Кількість посилань журналу на статтю}}{\text{Середня кількість цитувань у своїй предметній області}}$$

Квартиль

Усі журнали, що індексуються в Scopus і Web of Science, поділяються на кілька кварталей. Це допомагає віднести певний журнал до певної категорії його впливовості. Всього кварталей 4.

Q1-Q2 – еліта наукових видань.

Без минулих публікацій, високого цитування, грантів, новизни дослідження, правильного оформлення і перекладу опублікувати статтю в журналах із цього списку буде досить складно.

Q3 – це золота середина журналів.

У цю групу входять відомі і професійні видання, публікація в яких буде добре оцінена науковою спільнотою.

Q4 – це «молоді» журнали, більшість з яких перебувають на початку свого шляху, але ще не володіють сформованим колом авторів і аудиторією.

Найчастіші помилки, яких потрібно уникати у профілі

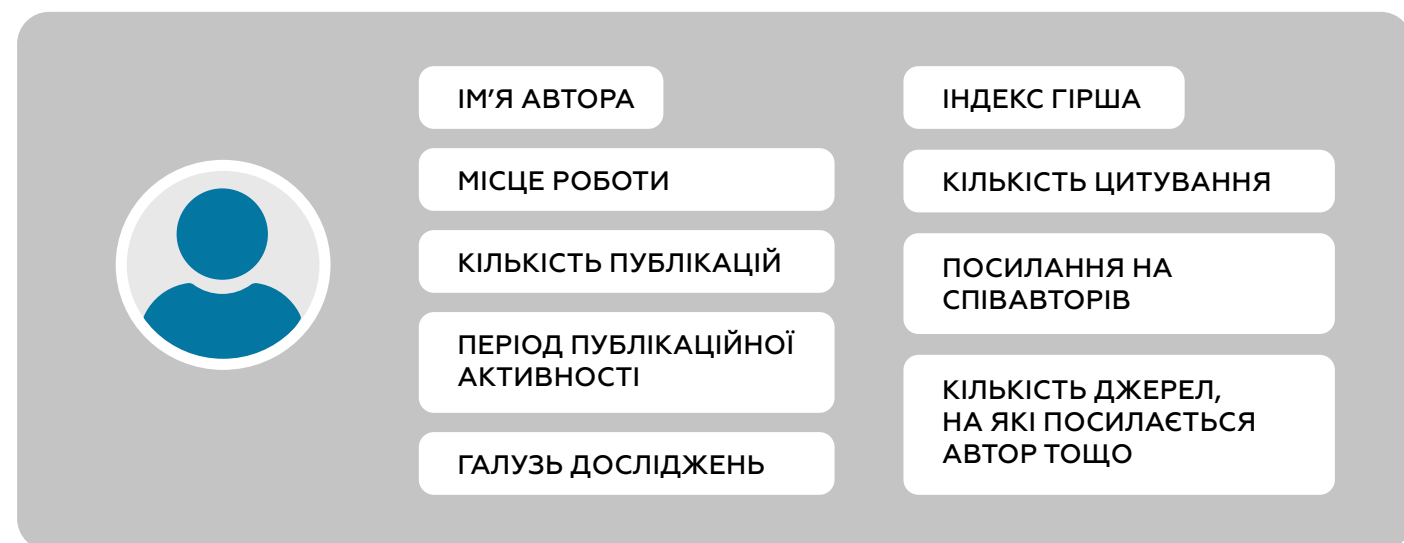
- ✗ Неправильні дані у назві організації (чи застаріла назва)
- ✗ Неправильне скорочення
- ✗ Неправильний переклад, транслітерація у контактній інформації
- ✗ Орфографічні помилки
- ✗ Декілька профілів (дублювання профілів через помилки) тощо

ПРОФІЛЬ ВЧЕНОГО У SCOPUS ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ВИДИМІСТЬ СТАТЕЙ

Розпочинаючи свою науково-публікаційну кар'єру, вчений публікує свої роботи у міжнародних виданнях, що індексуються у наукометричних базах даних. Першим кроком, що ідентифікує його у цих платформах, є створення профілю автора. Для успішної діяльності науковець має знати про головні нюанси роботи з ним.

Картка профілю автора у Scopus створюється автоматично і безоплатно для кожного вченого після індексації першої статті. Науковцю присвоюють унікальний ідентифікаційний номер (ID), ціль якого полягає у вирішенні проблеми прив'язки вченого до своїх публікацій. ID потрібен, щоб розв'язати будь-які питання щодо плутанини, співпадіння імен, прізвищ, інших даних. Повноцінний профіль автора Scopus створюється після індексації другої статті. Після створення профілю автор має можливість коригування власної інформації та внесення необхідних змін. Усі наступні документи прив'язуються до вже існуючого профілю автоматично.

Що вміщує профіль?



ПЛАТФОРМА SCIMAGO JOURNAL & COUNTRY RANK

У наукометричному світі важливим інформаційним ресурсом є SCImago Journal & Country Rank. Один раз навчившись користуватися ним, вчений отримує інструменти, які допомагають йому у науковій діяльності.

SCImago Journal & Country Rank – загальнодоступний портал, що допомагає визначити індикатор впливу наукових журналів за допомогою кількості цитування статей. Ним займається дослідницька група з Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), Університету Гранади (Іспанія). Команда розробників спеціалізується на аналізі інформації та способах її візуалізації. Завдяки SCImago Journal & Country Rank вчений може переглядати рейтинг журналів (Journal Rankings), країн (Country Rankings) та користуватися можливостями візуалізації даних (Viz Tools).

Рейтинг журналу

Він включає наукові видання, які базуються на даних наукометричної платформи Scopus. Цю інформацію учасники науково-публікаційної сфери використовують для оцінки та аналітичного розбору дослідницьких сфер. Кожен журнал можна розглядати окремо (його показники та здобутки), а також порівнювати з іншими виданнями. Це допомагає вченим обирати журнали для публікацій.



Рейтинг країни

Окрім журналів портал надає інформацію про рейтинг країн, що демонструє їхню активність у науковій діяльності. Держави можна порівнювати чи проводити аналіз окремо.

SCImago Institutions Rankings (SIR) займається класифікацією наукових установ та ЗВО по всьому світу. Цей рейтинг розроблено лабораторією Scimago Lab, яка тісно співпрацює з компанією Elsevier. Команда рейтингу проводить величезну роботу з обробки даних через ідентифікацію установ та інституційну належність документів, що індексуються в Scopus.

Цей портал є ефективною допомогою для кожного вченого, тому ми рекомендуємо досліджувати його можливості, щоб якнайкраще орієнтуватися у проєкті.

ЧОМУ ВСІ ВИДАННЯ ПРАГНУТЬ ОТРИМАТИ ІНДЕКСАЦІЮ В SCOPUS?

Аудиторія та цитування. Міжнародна база даних Scopus охоплює величезну аудиторію. Якщо журнал представлений у ній – шанси бути процитованим великою кількістю науковців підвищується, що свідчить про важливість роботи.

Вплив журналу. Завдяки широкій аудиторії та активному цитуванню, авторитетність та показники журналу зростають – це є важливим інструментом для інтеграції науки у світовий простір.

Вибір наукових організацій. Чимала кількість Університетів надають перевагу Scopus у контексті реалізації державних вимог щодо наукових публікацій. Тому попит на публікації у журналах, що індексуються в Scopus, стимулює вітчизняні видання увійти у список саме цієї бази даних.

Розвиток науки. Багато журналів намагаються потрапити до Scopus, бо обирають шлях розвитку. Міжнародна репутація вимагає від компанії «Elsevier» висувати високі вимоги до академічної експертності журналу. Це мотивує редакторів видань дотримуватися їх, забезпечуючи майданчик для публікацій міжнародного рівня та розвитку наукової думки у світі.

Основні вимоги Scopus до журналів

- | | |
|--|---|
|  Експертна оцінка |  Якість змісту |
|  Різноманітність географічного розташування редакторів та авторів |  Регулярність публікацій |
|  Академічний внесок у галузь |  Статистика цитувань |

Детальніше про критерії відбору журналів у Scopus читайте у розділі «Наукові журнали». Враховуючи вищезазначені критерії, індексація у Scopus для авторитетного видання – це випробування, постійний ріст, робота, пошук якісного матеріалу та невпинний баланс на високому рівні публікаційно-видавничої справи, але, водночас, багато перспектив та можливостей.

Наукометрична база даних Scopus є дійсно корисним науковим джерелом для вчених зі всього світу. Навіть із неповним доступом до платформи, автори отримують можливість досліджувати науковий потенціал міжнародного рівня, аналізувати та розвивати свої професійні горизонти.

НАУКА СВІТОВОГО МАСШТАБУ: ІНДЕКСИ ЦИТУВАННЯ ТА ПРИНЦИПИ РОБОТИ WEB OF SCIENCE



Web of Science – це величезна база світових цитат, що керується спадщиною вченого Юджина Гарфілда, який запропонував та досліджував індекс наукового цитування. Ця наукометрична платформа надає потужну інформаційну підтримку для оцінки, збору та поглиблення наукових відкриттів. Ця база даних індексує передові журнали, які публікують якісні та новітні наукові праці. Платформа є частиною компанії Clarivate, що допомагає втілювати новітні ідеї та рішення.

ПОТУЖНІСТЬ WEB OF SCIENCE

1,7 млрд
посилань

161 млн
записів

34 тис.
журналів

254 предметні
галузі



Незалежний та ретельний редакційний відбір створює унікальну структуру даних протягом десятиріч. Це найбільш вичерпна мережа наукових цитат та індексація вмісту, що дає загальну картину наукового розвитку протягом понад 115 років. Це дійсно світовий індекс цитування, що включає роботи з 1900 року.

WEB OF SCIENCE CORE COLLECTION

21,1 тис.
унікальних
світових
журналів

12 тис.
журналів
з імпакт-
фактором

74,8 млн
статей

254 дисципліни

Багатопротильний сервіс об'єднує регіональні, спеціальні та патентні індекси в унікальну колекцію **Web of Science Core Collection**, що дозволяє відстежувати новітні ідеї з різних галузей та дисциплін. Понад 9000 наукових установ та вчені зі всього світу довіряють цій базі даних та використовують її інформаційний ресурс для проведення якісних та передових досліджень, аналізуючи та будуючи стратегію розвитку діяльності.

Основою Web of Science є колекція Web of Science Core Collection, яка виступає базою даних для журналів, книг та матеріалів конференцій. Під час відбору наукового матеріалу команда керується принципами об'єктивності та вибіркової, зважаючи на технологічний прогрес. Web of Science Core Collection складається з 6 індексів цитування.

WEB OF SCIENCE CORE COLLECTION

SCIE SCIENCE CITATION INDEX EXPANDED: РОЗШИРЕНИЙ ІНДЕКС НАУКОВОГО ЦИТУВАННЯ

архів з
1898 року

9,2+ тис. найавторитетніших журналів
178 наукових дисциплін
53 млн записів
1,18 млрд цитованих посилань

SSIE SOCIAL SCIENCES CITATION INDEX: ІНДЕКС ЦИТУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ НАУК

архів з
1852 року

3,5+ тис. видань
58 наукових дисциплін
9,37 млн записів
122 млн посилань

АНЦИ ARTS & HUMANITIES CITATION INDEX: ІНДЕКС ЦИТУВАННЯ МИСТЕЦТВ ТА ГУМАНІТАРНИХ НАУК

архів з
2005 року

1852 журналів
28 мистецьких та гуманітарних дисциплін
4,9+ млн записів
33,4 млн посилань

ESCI EMERGING SOURCES CITATION INDEX: ІНДЕКС ЦИТУВАННЯ НОВИХ ДЖЕРЕЛ

архів з
2005 року

8,1 тис. журналів
3+ млн записів
74,4 млн посилань

BKCI BOOK CITATION INDEX: ІНДЕКС ЦИТУВАННЯ КНИГ

архів з
1990 року

100+ тис. найавторитетніших журналів
53,2+ млн цитованих посилань
Кожного року до списку додаються ще 10000 нових книг

CPCI CONFERENCE PROCEEDINGS CITATION INDEX: ІНДЕКС ЦИТУВАННЯ МАТЕРІАЛІВ КОНФЕРЕНЦІЙ

архів з
1900 року

Індекс відкриває користувачам платформи доступ до матеріалів конференцій, які допомагають вченим виявляти тенденції, аналізувати новітні ідеї у своїй сфері

205+ тис. матеріалів конференцій
70 млн цитованих посилань

IC INDEX CHEMICUS CCR CURRENT CHEMICAL REACTIONS

архів з
1900 року

Індексують матеріали, що присвячені хімічним структурам та реакціям

Дані за вересень 2021 року



ПРОЦЕС РОЗПОДІЛУ ЖУРНАЛІВ ПО ІНДЕКСАМ

Відбір контенту відбувається спільним експертним редакційним рішенням. Під час розгляду вони використовують 28 критерії оцінки: 24 критерії якості журналу та 4 критерії його впливу. Ці вимоги мають виконувати усі журнали, щоб потрапити до бази даних чи й надалі мати індексацію у Web of Science Core Collection. Більш детально про відбір журналів читайте у розділі «Наукові журнали».



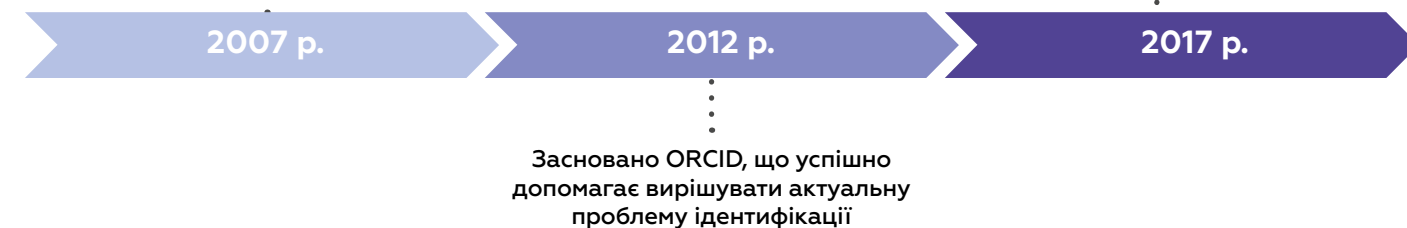
ІДЕНТИФІКАЦІЯ ВЧЕНОГО ТА ПРОЄКТИ WEB OF SCIENCE

Глобальний підхід до досліджень стикається з певною проблемою, а саме: з ідентичністю вченого у науковому світі, що активно впливає на визнання його дослідницького внеску у свою сферу, на конкурентне фінансування, позиції та можливості співпраці. Таке явище як однакове прізвище або його зміна протягом кар'єри, може призвести до різних версій даних дослідника у опублікованих статтях і негативно відобразитися на його діяльності.

У цьому тексті ми зібрали найбільші проєкти Web of Science за останні роки, які направлені на вирішення цього питання. Давайте розглянемо пріоритетні завдання, які пов'язані зі встановленням та керуванням ідентичністю дослідника, у поєднанні з іншими проєктами компанії.

Було створено систему ResearcherID, яка націлена на контроль ідентичності авторів серед усіх даних Web of Science

Група Web of Science придбала Publons, яка швидко стала базою даних, що містить інформацію про дослідників, демонструє їхній вплив у науковому світі (публікації, цитування, рецензування тощо)



Нещодавно Web of Science ResearcherID перейшов до Publons. Увійти до Publons можна за своїм звичним даними ResearcherID. Усі публікації, які вчений додає у свій профіль, Publons пов'язує з Web of Science ResearcherID автора, тобто ваші колеги можуть використовувати ResearcherID для пошуку робіт у Web of Science та InCites.

Як отримати ідентифікатор Web of Science ResearcherID?

→ Зареєструйтесь у Publons та імпортуйте свої публікації з Web of Science



У чому переваги цих змін для вченого? Що може науковець?

- відстежувати свої цитати
- додавати публікації у власний профіль, переконуючись, що вони правильно закріплені за ним
- відстежувати свої рецензії та історію редагування журналу
- завантажувати і налаштовувати академічний звіт, що підсумовує науковий вплив на програми для фінансування та просування

ПОКАЗНИКИ WEB OF SCIENCE

Імпакт-фактор

Impact factor (IF) є кількісним індикатором значущості видання в науковому суспільстві і показує цитованість статей в журналі.

Першим, хто досліджував індекс наукового цитування був Юджин Гарфілд – учений, лінгвіст з Америки. Його дослідження і спричинило появу першого рейтингу видань та виникнення цього показника. Імпакт-фактор підраховується з 1960 року та публікується в журналі "Journal Citation Report".



Як вираховується показник?

$$IF_{2020} = \frac{\text{Кількість цитувань статей у 2020 році, які були опубліковані у 2018-2019}}{\text{Кількість статей, опублікованих у 2018-2019}}$$

Залежно від кількості років, що враховуються у формулі, існують класичний (дворічний) та п'ятирічний імпакт-фактор, кожен з яких має свою специфіку підрахунку. Дворічний імпакт-фактор охоплює дворічне вікно цитування, за яке реалізуються посилання на статті журналу. Для деяких галузей науки два роки є дуже маленьким періодом для підрахунку, тому було введено п'ятирічний IF, який підходить для соціальних та гуманітарних наук, де цитування статей частіше «запізнюється». Також існують десятирічний та оперативний (1 рік) імпакт-фактори.

Індикатор цитування журналу (нова метрика від Web of Science)

Journal Citation Indicator покликаний унормувати показники для різних галузей досліджень та їх різної швидкості публікацій та цитування. Цей Індикатор цитування журналу забезпечує єдину метрику на рівні журналу, яку можна легко інтерпретувати та порівнювати між дисциплінами. Він буде розраховуватися для усіх журналів Web of Science Core Collection – включаючи ті, які не мають фактора впливу журналу (IF).

Мета нового показника

Новий показник надає єдине число, яке враховує специфічні характеристики різних галузей та їх публікацій. Незважаючи на те, що розрахунки, які стоять за індикатором цитування журналу, є складними і вимагають значних обчислювальних потужностей, кінцевий результат простий: єдине значення, яке легко інтерпретувати та порівнювати, доповнюючи поточні показники журналу.

Як вираховується показник?

Для розрахунку Індикатора цитування журналу використовується ще один показник Clarivate: Нормалізований вплив на цитування за категорією (Category Normalized Citation Impact (CNCI)). Ця метрика знаходиться в інструменті аналітики та порівняльного аналізу InCites. Значення показника цитування журналу є середнім показником CNC для всіх статей та оглядів, опублікованих у журналі за попередні три роки. (Наприклад, для значення показника цитування журналу 2020 року аналізованими роками є 2017, 2018 та 2019 роки).

Отримане число представляє відносний вплив цитування цієї статті як співвідношення цитат порівняно із загальним базовим рівнем. Індикатор цитування журналу забезпечує нормований показник впливу цитування, де значення 1.0 означає, що в

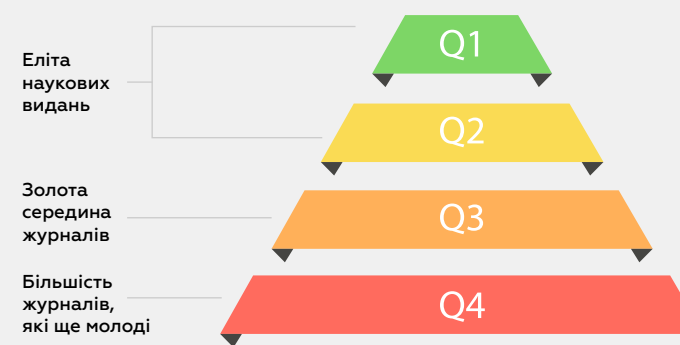
опублікованих статтях в опублікованих роботах отримано кількість цитат, що дорівнює середньому цитуванню в цій предметній сфері. Значення вище 1.0 позначають вищим за середній вплив цитування. Нижче 1.0 вказує на менше середнього рівня цитування.



Квартиль

Показник квартилю мають тільки ті журнали Web of Science Core Collection, які отримали імпакт-фактор та входять до індексів цитування "Science Citation Index Expanded" (SCIE) і "Social Sciences Citation Index" (SSCI). Їхнє ранжування відбувається за тим же принципом, що і у виданнях Scopus (детальніше дивіться на сторінці 6).

Бажаємо українським вченим натхнення у роботі та активного використання всіх інструментів, що пропонують розглянуті наукометричні сервіси. Нехай вони допомагають орієнтуватися у всіх тенденціях, розвивати дослідження, які будуть цікаві вченим зі всього світу.



НАУКОВІ ПУБЛІКАЦІЇ

ЛІДЕР НАУКОВОГО КОНСАЛТИНГУ – КОМПАНІЯ «НАУКОВІ ПУБЛІКАЦІЇ»

Цей розділ журналу «Наука та метрика» ми присвячуємо компанії «Наукові публікації», яка вже 5 років робить свій внесок у розвиток науково-публікаційної діяльності вчених як в Україні, так і за її межами.

За цей час «Наукові публікації» остаточно затвердила звання міжнародної компанії та статус лідера в науково-публікаційній сфері. Вже багато років її команда задає вектор розвитку сфери наукометрії і науки в більш ніж 45 країнах, серед яких: Україна, Казахстан, Грузія, Польща, Литва, Південна Корея, Китай та інші. Спеціалісти з наукових публікацій розширюють діапазон впливу, який лежить в радіусі формування співпраці з науковцями, міжнародними та державними організаціями, наукометричними базами даних, ЗВО та науковими установами.

«Наукові публікації» орієнтовані на розвиток як зовнішнього партнерства, так і на внутрішнє зростання команди фахівців, для яких важливо створювати тенденції у сфері наукометрії та науки, працювати над новими цікавими проєктами.

Нещодавно компанія відсвяткувала ювілей – 5 років роботи у сфері наукових публікацій. Ми пропонуємо інфографіку, яка демонструє шлях команди. Що було зроблено компанією протягом 5 років для розширення впливу української науки та розблокування інформаційного вакууму у науковому просторі?



ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ КОМПАНІЇ «НАУКОВІ ПУБЛІКАЦІЇ»



”

Так, ми – лідери, адже немає альтернативи!

“

Денис Пилипенко,
засновник компанії

Для багатьох учених компанія «Наукові публікації» асоціюється з успішною організацією, яка гарантує якість послуг та результат. Нещодавно команда відсвяткувала ювілей – 5 років роботи у сфері наукового консалтингу. Спеціально для читачів журналу «Наука та метрика», ми взяли інтерв'ю у засновника компанії Пилипенка Дениса Сергійовича і дізналися, яким шляхом йшла його компанія протягом цих років, з якими труднощами стикалася, на яких засадах будувала фундамент своєї співпраці з вітчизняним і міжнародним науковим товариством.



• Денисе Сергійовичу, сьогодні Ваша компанія є сильною структурою зі сформованими принципами, процесами та професійним кадровим складом. Якщо пригадати і подивитися на те, що було 5 років тому, з чого все почалося? Як у Вас з'явилась ідея створити консалтингову компанію у сфері наукових публікацій?

Насправді, ідея не нова. Ще до компанії «Наукові публікації» існували організації з наукового консалтингу в країнах СНД. Але питання в тому, на якому рівні вони надавали послуги. В одну з таких компаній мене запросили організувати роботу їхнього фронт-офісу та відділу маркетингу. До цього я вже мав досить глибокий досвід у сфері продажу, маркетингу та управління. Окрім цього, мав фінансовий бекграунд, адже є вихідцем з фінансового ринку. Я почав розвивати ці напрямки і формувати усі важливі процеси в компанії – системи продажу, CRM, управління проектами, навчав менеджерів, працював з авторами.

Через деякий час до мене почала доходити інформація про те, що клієнти скаржаться на компанію, вимагають повернути їм гроші, а керівник веде себе некоректно по відношенню до них. Тоді я став задавати не зовсім зручні питання керівнику компанії, але відповідей не отримав. Я зрозумів, що мені не імponує така діяльність з точки зору етики, а також з практичної сторони – не хотів, щоб від мого імені велися перемовини з клієнтами, а потім

бути єдиним відповідальним за фінансові, репутаційні та юридичні наслідки. Тому наші шляхи з цією компанією розійшлися.

Але з цього всього я виніс важливий досвід, який заклав у діяльність своєї компанії. Моє вроджене почуття справедливості допомогло мені сформувати думку, як можна робити по-іншому – правильно. Батьки заклали в мене фундамент розуміння, а життя допомогло закріпити його, що ніхто, окрім тебе, не зможе нічого змінити, якщо ти сам не хочеш нічого робити. Я захотів змінити уявлення того, як правильно можна працювати у сфері наукових публікацій, адже знаю, як працюють успішні консалтингові, фінансові компанії. На той момент я вже співпрацював з досвідченими керівниками, колегами. Саме цей досвід співпраці я екстраполював у процеси своєї компанії.

• Які головні цінності Ви заклали у свою справу?

Буду відвертим, я створив компанію «Наукові публікації» на противагу ряду компаній, які сильно зіпсували репутацію цієї сфери. Я часто чув, і ми довго працювали з клеймом, про те, що компанії, що мають представництва в Україні – це шахраї. На жаль, саме манера ведення бізнесу деяких представників у цій галузі призвела до того, що дуже сильно спотворилось сприйняття інтернаціональних компаній та усіх організацій, які займаються науковим консалтингом. Компанія була створена на відміну тим представникам, які неетично вели

свої справи. Теперішні цінності компанії «Наукові публікації» закладалися у процесі роботи, коли ми реалізували декілька тисяч публікацій. Вони звучать так: Відповідальність та підтримка. Ми гарантуємо абсолютну взаємну допомогу всім, хто йде разом з нами в одному напрямку. Це стосується як співробітників, так і клієнтів з партнерами. Компетенція та постійний ріст. Ми надихаємо нашу команду постійно розвивати своє мислення, вчитися, відкривати нові межі свого потенціалу, і це стосується не тільки професійної сфери, а і особистої. Інноваційність в ідеях. Ми підтримуємо постійну генерацію нових підходів і рішень для оптимізації та автоматизації роботи наших фахівців і компанії загалом.

• З якими труднощами Ви зіткнулися на початку заснування компанії? Одну з них Ви вже зазначили – репутація компаній у сфері наукового консалтингу. Які ще випробовування були?

Найголовнішим випробуванням було і є питання кадрів. На території СНД компетентних співробітників у сфері наукових публікацій і наукового консалтингу взагалі не було. Нам доводилось самостійно знаходити інформацію, підвищувати свою кваліфікацію як супроводжувати публікаційні процеси, подавати наукові статті у видання, обирати журнал тощо.

Зараз на ринку праці в Україні, на жаль, збиті орієнтири цінностей у бік легкого життя. Надлишок інформації в медіа і соціальних мережах розбещує сучасну людину і формує в ній не ті етичні якості, якими вона має володіти. Людина повинна прагнути до праці, через неї досягати результатів, розвитку, достатку. Неможливо отримати результат, коли ти хитаєшся у гамаці, попиваєш смузі та думаєш про вічне. Це можуть собі дозволити люди, які вже досягли висот, або люди, які ще не пізнали серйозних проблем у житті.

Повертаючись до запитання, хочу з гордістю сказати, що сьогодні наша компанія є «кузнею» професійних кадрів у сфері наукових публікацій. У пошуках компетентних співробітників конкуренти часто закидують наших працівників пропозиціями про співпрацю. Але найкращі, як і раніше, з нами.

• Якщо згадати етапи розвитку компанії, можете назвати декілька важливих рішень, які стали трампліном для її росту?

З самого початку я прийняв рішення будувати чесні відносини з клієнтами, навіть з тими, з ким ми розходились у поглядах на публікаційні процеси. Важливо максимально врегульовувати спірні моменти, щоб «розлучатися» хоча б у нейтральних відносинах, а краще в дружніх. Інші важливі рішення стосувалися залучення певних кадрів, своєчасне припинення трудових

відносин, а також відкриття нових вакансій, котрі пов'язані з попитом компанії.

• Що допомогло Вашій компанії «Наукові публікації» сформувати і закріпити позиції лідера у сфері?

Ми завжди себе позиціонували як лідери. Але зараз розумію, ми не те, щоб лідери, ми – єдині. З часом бачиш, що на жаль, у цій сфері не «проростає» нічого хорошого. На цьому науковому полі є дуже багато компаній, які ведуть свою діяльність неетично (створюють одноденні сайти, підроблюють документи, обдурюють вчених тощо). Я можу впевнено сказати, що ми – компанія з сильною позицією, яку підтримують клієнти та партнери. Так, ми – лідери, адже немає альтернативи. Є багато тих, хто щось декламує, але все стає зрозумілим вже через півтора року. Гроші у бізнесі, які компанії набирають за публікації, тримаються рік, а потім включається синдром соціуму – бажання легкого життя, грошей і гамака. Горе-бізнесмени на ці гроші купують предмети розкоші, а не інвестують у розвиток компанії.

Якщо можна оцінити ринок наукових публікацій, представлених в інших брендах, то сьогодні 30-40% наших минулих клієнтів подивилися на робочі процеси компанії «Наукові публікації» і стали, у правильному сенсі, плагіаторами. Чому в правильному? Тому що вони копіюють кращих. У принципі, це не соромно, але чому плагіатори? Тому що вони не роблять своє, а беруть готове. Є цікава стаття «Наука самолетоприклонників». Вона про те, як папуасам після другої світової війни припинили доставляти їжу на острови. Тубільці самостійно зробили злітну смугу, посадили поряд соплеменника з паличками, щоб цей "радист" чекав на велику птаху з їжею. Тільки в цьому не вистачало головного. І це головне є в «Наукових публікаціях», але немає у папуасів навколо.

• Скажіть, будь ласка, у професійній сфері, на чому був зосереджений Ваш фокус уваги останнім часом?

Останнім часом почастишали запити від наукових організацій щодо взаємодії у напрямку розвитку наукових журналів, періодики, публікацій, метрик, рейтингів. Нещодавно мене запитали, з чим пов'язаний такий випадковий вибір установ та ЗВО (від невеликих приватних вишів до Національних академій різних країн), з якими ми підписуємо Меморандуми. Відповідь в тому, що наша компанія ніколи не шукала спеціально можливості «просочитися» у ці організації. Це назріле питання, яке органічно створило потребу у наших послугах та ініціативу, яка йшла від організацій. Меморандуми є певною формалізацією того, що було зроблено за п'ять років роботи у цій сфері.

• **У чому виражається головний запит цих установ та ЗВО?**

Найчастішим їхнім запитом є включення журналу в Scopus чи Web of Science. Мене часто питали, скільки Вам дати грошей, щоб наш журнал включили. Зізнаюсь, мене це постійно дратувало. [Сміється]. Адже це не так працює. Не можна взяти 100 000 доларів і отримати необхідний результат через місяць. Зараз я відношусь до цього з легкою іронією. Я розумію, що люди, які у цьому сегменті не є спеціалістами, просто не розуміють, як відбувається процес. Їм здається, що гроші вирішують усі питання.

Журнал включають у Scopus чи Web of Science, якщо у ньому налагоджені редакційна робота, процес рецензування, а видання сумлінно відбирає статті тощо. Журнал має бути трендовим майданчиком для вчених, які виходять на захист, працюють з грантами, постійно публікують свої дослідження. Наша компанія є єдиною, хто може надати повний комплекс послуг у цьому напрямку, починаючи від технічних нюансів (сайт журналу, DOI) і закінчуючи реєстраційними моментами, пошуком рецензентів та комунікацією з ними.

Хочу зазначити, що останнім часом ми стали ретельніше відноситися до співпраці. Якщо організація не може підтримувати своє видання на базовому рівні, не має потоку матеріалів, хоча б середньої якості, але очікує, що ми будемо забезпечувати журнал статтями, тоді виникає питання – де партнерство?

Наразі ми не включаємо журнали за гроші. Для нас правильніше та етичніше працювати над тим, щоб якісних журналів України, Казахстану, Литви, включених у бази даних, ставало більше. Вважаю себе космополітом, оскільки, по-перше, такий підхід підвищує рейтинг країн, а, по-друге, мені важливо, коли те, що ми робимо приносить користь суспільству, незалежно від країни, в якій ти живеш.

СТВОРЮЄМО НАУКУ РАЗОМ!

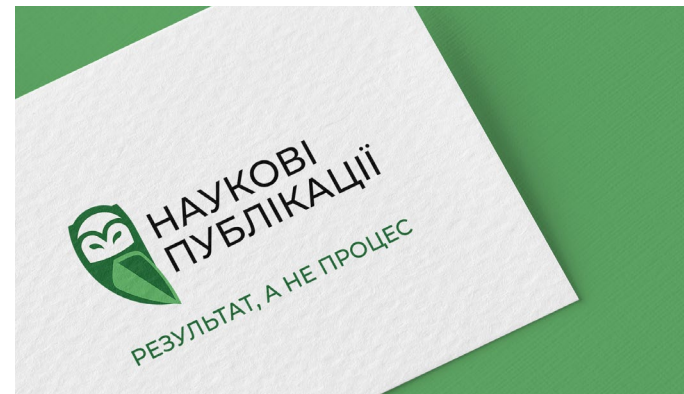
КОМПАНІЯ «НАУКОВІ ПУБЛІКАЦІЇ»
ЗАКЛАЛА ФУНДАМЕНТ
СПІВПРАЦІ З НАН РК



• **У зв'язку з п'ятиріччям компанії Ви провели ребрендинг. Які головні зміни були зроблені?**

Протягом 5 років компанія постійно розвивалась. В якийсь момент прийшло розуміння, що ми вийшли на новий рівень компетентності, ми змінилися і готові поділитися з нашими клієнтами своїм оновленим баченням і цінностями. Саме це активувало процеси ребрендингу.

Ми вирішили відійти від частини нашої назви «Publ.Science». Це було нелегке рішення для мене. Але усі нас сприймають і знають саме як компанію «Наукові публікації». Наша назва стала прозивним ім'ям. Якщо в українськомовному інтернет-просторі написати «Наукові публікації», Ви отримаєте інформацію не про статтю, а про діяльність нашої компанії та пов'язані з нею бренди. «Наукові публікації» – це одна з компаній групи «Scientific Alliance». Також до цієї групи входять компанія «Наукові журнали» і ряд інших організацій.



• **У результаті ребрендингу Ви ввели слоган компанії «Не процес, а результат». У чому полягає гарантія Вашого результату?**

Компанія «Наукові публікації» – це усталений бренд, який наукове товариство сприймає, як компанію, що гарантує результат. Ми щоденно працюємо над якістю сервісу, постійно його вдосконалюємо. Звичайно, бувають деякі інциденти з клієнтами, але, головне, що вони успішно вирішуються. Ми завжди працювали

так, щоб вчений отримував індексацію, міг успішно захиститися, отримати звання, ступінь, виграти грант тощо. У нас був проєкт, де клієнт заплатив ціну продукту, а витрати на виконання цього проєкта в 1,5 разів перевищили ціну цього контракту. Ми зазнали великих збитків. Наша компанія мала виконати хоча б ще 7 публікацій, щоб вийти в нуль. Це буває не часто, але це приклад того, що компанія завжди досягає результату, навіть, якщо це нам дається дорогою ціною. Ми мислимо перспективно, плануючи багаторічну і плідну співпрацю з вченими, що принесе користь обох сторонам.

• **Що сьогодні Вас надихає кожного дня прокидатися і вкладати сили у свою справу?**

Я поділяю людей, умовно, на два типи мислення. Перший тип – це люди, які можуть давати стабільно певний результат, незалежно від ситуацій в житті. Другий тип, і я відношусь до нього, це люди, яким необхідні нові події для мотивації, дій і результату. Я намагаюсь практично завжди знаходитися поза зоною комфорту. Коли в компанії все стабільно, починаю переглядати звіти, роботу всіх департаментів. Як тільки мій погляд за щось чіпляється, з'являються цікаві ідеї, я направляю інтелектуальні зусилля на їхній розвиток. У результаті мозкового штурму з'являються нові рішення, напрямки, відрядження, зустрічі, співпраця. Це допомагає залишатися «голодним», і не дозволяє відчути себе повністю вдоволеним життям, щоб скласти руки і нічого не робити.

• **Якими професійними якостями має володіти керівник, щоб проєкт був успішним? Назвіть Ваші основні принципи в роботі.**

Перший принцип – це чесність з клієнтами та співробітниками. У компанії завжди мають підтримуватися чесні відносини, навіть, якщо це може привести до кадрових змін. На жаль, не всі сприймають чесність правильно, вміють її цінувати. Цей принцип допомагає багато що вирішувати, якщо розглядати довгострокову співпрацю.

Другий принцип – це постійна мотивація співробітників до навчання. Певний час ми намагалися мотивувати наших фахівців до саморозвитку в усіх напрямках, але згодом зрозуміли, що підтримувати, вкладати ресурси необхідно лише у професійному напрямку. Ми постійно купуємо професійну літературу, виділяємо гроші на проходження курсів, навчання, репетиторів з англійської.

• **Успіх компанії – це завжди поєднання грамотного керівництва і професіоналізму співробітників. Можете сказати, що Ви цінуєте у фахівцях Вашої компанії?**

Цінності компанії відображають мої внутрішні цінності. Мені хочеться, щоб співробітники розділяли мої погляди на процеси. Окрім заробітної плати, компанія завжди готова підставити плече в усіх питаннях. Той самий настрій хочеться відчувати у наших спеціалістів. Мій співробітник – це людина, яка хоче постійно навчатися і розвиватися, готова піклуватися про компанію, своїх колег. Він проявляє старанність, не боїться працювати. Якщо необхідно виконати задачу, то реалізовує її з викликом та інтересом. Це ті люди, які, безумовно, прагнуть отримувати найкращі фінансові умови, але орієнтований на результат. Я сам живу за таким принципом: перш ніж зароблене поділити, ти маєш роботу виконати. Я ніколи не підвищу собі свій рівень зарплатні, якщо не можу чесно собі пояснити, за що я маю його підвищувати.

• **Поділіться з нашими читачами своїми головними ідеями розвитку компанії на найближчий рік, три та п'ять років.**

Я не відмовився від плану інтернаціонального розвитку компанії – стати єдиним брендом у сфері міжнародного наукового консалтингу, позитивно впливати на імідж країн, де ми присутні, організовувати інтернаціональний обмін досвідом, стажування.

Є намір отримати розширення протягом 3 років. У нас є багато клієнтів з різних держав, які просять відкривати представництва в їхніх країнах. Звичайно, це буде залежати від ситуації з пандемією. Сподіваюсь, що вона вийде на певний логічний рівень у найближчий час.

Але ця ситуація не зупиняє нас. Ми продовжуємо концентруватися на вдосконаленні діяльності всередині компанії, оптимізації IT-процесів, публікаційної діяльності, щоб мінімізувати залежність від зовнішніх чинників і впевнено йти до реалізації усіх планів компанії.

Якщо можна оцінити ринок наукових публікацій, представлених в інших брендах, то сьогодні 30-40% наших минулих клієнтів подивилися на робочі процеси компанії «Наукові публікації» і стали, у правильному сенсі, плагіаторами. Чому в правильному? Тому що вони копіюють кращих. У принципі, це не соромно, але чому плагіатори? Тому що вони не роблять своє, а беруть готове. Є цікава стаття «Наука самолетоприклонников». Вона про те, як папуасам після другої світової війни припинили доставляти їжу на острови. Тубільці самостійно зробили злітну смугу, посадили соплеменника з паличками, щоб цей радист сидів і чекав на велику птаху з їжею. Тільки в цьому не вистачало головного. І це головне є в «Наукових публікаціях», але немає у папуасів навколо.



Фото: зустріч Пилипенка Дениса Сергійовича з президентом НАН РК Журіновим Муратом Журіновичем



**ДЕНЬ НАРОДЖЕННЯ КОМПАНІЇ “НАУКОВІ ПУБЛІКАЦІЇ”.
5 РОКІВ У СФЕРІ НАУКОВОГО КОНСАЛТИНГУ**

ДОПОМОГА ВЧЕНОМУ

ПРОФЕСІЙНИЙ РОЗВИТОК У СФЕРІ НАУКИ: ВИМОГИ ДО ВЧЕНОГО ДЛЯ ОТРИМАННЯ ЗВАННЯ, СТУПЕНЯ В УКРАЇНІ

НАУКОВІ ЗВАННЯ

ЗВО (ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ)

ПРОФЕСОР

- Зі ступенем доктора наук
Не менше 2-х публікацій
в Scopus та Web of Science
- Без ступеня доктора наук
Не менше 4-х публікацій
в Scopus та Web of Science

ДОЦЕНТ

- Не менше 1-єї публікації
в Scopus та Web of Science

СТАРШИЙ ДОСЛІДНИК

- Не менше 2-х публікацій
в Scopus та Web of Science

НАУКОВІ УСТАНОВИ

ПРОФЕСОР НАУКОВОЇ УСТАНОВИ

- Не менше 3-х публікацій
в Scopus та Web of Science

СТАРШИЙ ДОСЛІДНИК

- Не менше 2-х публікацій
в Scopus та Web of Science

*Знання мов країн ЄС на рівні не нижче, ніж B2 або 10 публікацій у базах даних Scopus та/або Web of Science

НАУКОВІ СТУПЕНІ

КАНДИДАТ НАУК

- 1 стаття у періодичних наукових виданнях інших держав, які входять до Організації економічного співробітництва та розвитку та/або Європейського Союзу, з наукового напрямку

ДОКТОР НАУК

- 3 статті, а з 01.09.22 року 5 статей у двох різних періодичних виданнях, включених до категорії «А» Переліку наукових фахових видань України, або у закордонних виданнях, проіндексованих у Web of Science Core Collection та/або Scopus

МЕТАДАНІ СТАТТІ: ЯК ВОНИ ВПЛИВАЮТЬ НА ІНДЕКСАЦІЮ?

До метаданих статті належать: назва, анотація, ключові слова, інформація про автора. Саме ці дані індексуються наукометричними базами даних Scopus та Web of Science. Окрім цього, інші науковці, ЗВО, наукові установи та фінансові організації використовують ці параметри для пошуку необхідної для них інформації про вашу діяльність.



Здебільшого, коли науковець починає писати статтю, його думки знаходяться навколо найбільш складного завдання – опису основної частини рукопису (методологія, результати та обговорення, висновки, список літератури). У той час як на оформлення назви, анотації та ключових слів науковець може виділити набагато менше часу. **Назва, анотація та ключові слова** – три стовпи успішного пошуку та цитування статті. Розглянемо вплив метаданих статті на долю проіндексованої роботи.

ГОЛОВНА ЗАДАЧА НАЗВИ, АНОТАЦІЇ ТА КЛЮЧОВИХ СЛІВ

Ключові слова – допомогти іншим вченим знайти роботу.

Назва – привернути увагу читачів та надати перше уявлення про інформацію у статті.

Анотація – зацікавити прочитати весь текст.

Ці три елементи є важливими складниками первинної комунікації з матеріалом. Якщо до них віднести недбало, робота, на жаль, може пройти повз увагу наукового товариства. Часто у вільному доступі знаходяться тільки ці три елементи, тому саме на них потрібно зробити акцент при підготовці статті до публікації.



Хороший заголовок – це який?

Як раніше було зазначено, головна задача заголовку – зупинити пошук вченого на статті. Хороший заголовок, як правило, містить 10-12 слів, які точно та повно висвітлюють зміст роботи.

Щоб написати влучну назву, можна використати певні питання, які надихнуть чітко її сформулювати.

- 1 Про що йде мова в роботі?
- 2 Що вивчається у статті?
- 3 Які інструменти, конструкції були використані у роботі?
- 4 Які результати були отримані?

Випишіть усі відповіді. Із них сформулюйте ключові слова. На базі них напишіть речення, приберіть повтори, непотрібні слова та залиште для формування назви лише головне.

■ ■ ■ ■ ■
■ ■ ■ ■ ■
■ ■ ■ ■ ■
■ ■ ■ ■ ■

Анотація: що має бути в ній?



В основі анотації лежить певна маркетингова місія – написати анотацію так, щоб заінтригувати читача. Вона має бути певним резюме матеріалу. Намагайтеся не викладати в ній усі думки одразу, аби спонукати вашого колегу прочитати статтю повністю.

Стратегія підготовки анотації

1. Пишіть анотацію **після** написання основного тексту статті.
2. Дайте наступні відповіді: «Яку проблему я висвітлював у роботі та намагався вирішити?», «Що мене мотивувало це робити?», «Як я досягнув своєї мети?».
3. Опишіть основні результати.
4. Дайте відповідь: **яке значення мають мої висновки?**
5. Розмістіть відповіді у такій послідовності: Актуальність, Методи, Основні результати, Висновки та Практична значимість дослідження.
6. Анотацію пишіть у минулому часі, вона має бути **автономною**: без рисунків, таблиць, скорочень, літератури.
7. Перевірте **вимоги до анотації** того журналу, куди Ви хочете відправити статтю.
8. Приберіть зайві слова, повтори, обов'язково перевірте на помилки та перекладіть англійською.
9. Об'єм анотації має бути від **100 до 300 слів**.
10. Більшість редакторів журналів читають анотацію перш ніж відправляти статтю на розгляд рецензентам. **Зацікавте редакторів** тезами, які повністю розкривають зміст дослідження.

Ключові слова: як влучити в ціль?

Пошукові системи класифікують статті за ключовими словами, тому ми маємо розуміти їхнє значення. Якщо точно добирати ключові слова, база даних забезпечить прозору індексацію та відкриє дослідження широкій аудиторії науковців. А це, у свою чергу, збільшить кількість цитування статті.

Як правильно обрати ключові слова?

- Випишіть терміни, ключові фрази, словосполучення, скорочення, які є важливими у сфері дослідження та найчастіше зустрічаються у роботі.
- Перегляньте термінологію, яка використовується у дисципліні.
- Переконайтесь, що ключові слова є в пошукових системах тих баз даних, де планується індексація.



Якщо ви хочете бути прочитаним та процитованим набагато більшою кількістю інших авторів, приділіть достатньо уваги створенню назви, анотації та ключовим словам.

Що означає термін «Афіліація»?

З англійської мови «Affiliation» перекладається як «приналежність», «приєднання», «встановлення зв'язку». Цей термін використовують для позначення інформації про автора. Але про яку саме інформацію йде мова? Існує думка, що афіліація науковця має містити інформацію про ступінь або звання вченого, його посаду, нагороди тощо. Але це не так.

Що входить до афіліації?



Дані про організацію,
де працює вчений



Місто



Поштовий індекс



Факультет, підрозділ



Країна

Послідовність цієї інформації може бути різною. Кожне видання самостійно визначає, що за чим повинно йти. Щоб правильно оформити афіліацію, краще звернутись за роз'ясненням до редакції журналу.

Для наукометричних баз даних афіліація є важливою ознакою публікаційної активності вченого і наукових закладів, що відіграє значущу роль під час фінансування ЗВО та досліджень. Вона допомагає визначати успішність організації та її співробітників, а також запобігти втраті статті з розповсюдженням прізвищем. На відміну від вітчизняних журналів, які рідко практикують відкриті дані про автора та наукові організації, у міжнародних виданнях ця культура розповсюджена. Базы даних відмовляються індексувати статті, де не вистачає цієї інформації.

Також афіліація важлива для рейтингу журналів, адже чим більше у виданні публікується науковців із різних країн, тим краще це для нього. Якщо в статті не буде вказано приналежність до ЗВО чи країни, де проводилось дослідження, це може негативно вплинути на перерахунок показника журналу, індексу Гірша вченого, ЗВО.

Частково або повністю неправильно подана афіліація зумовить те, що статті не будуть прикріплюватися до профілю автора, закладу та не індексуватимуться у базі даних. На жаль, таких статей доволі багато. Будьте пильними та потурбуйтеся, щоб Ваша робота не увійшла в їхнє число. Дуже важливо, щоб усі учасники публікаційного процесу (автори, редактори, видавці) серйозно відносились до заповнення даних. Це допоможе уникнути у майбутньому проблем, пов'язаних із недостовірною інформацією та внесенням необхідних виправлень.

ЯК ПІДГОТУВАТИ СТАТТЮ, ЩОБ ЇЇ ТОЧНО ОПУБЛІКУВАЛИ?

Поради, що допоможуть сформувати статтю, яка відповідатиме стандартам журналів і наукометричних баз даних та викликатиме інтерес серед науковців, що активізує її цитування.

START

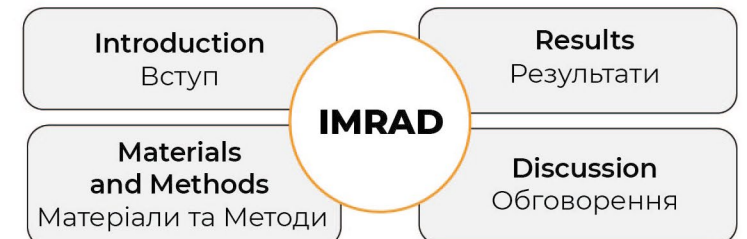
1 ТЕХНІЧНЕ ОФОРМЛЕННЯ НАУКОВОЇ РОБОТИ



MS Word
Формат: .docx, .rtf
Шрифт: Times New Roman
Розмір шрифту: 12 pt

Поля: по 2 см
Вирівнювання: по ширині
Міжрядковий інтервал: 1.0

2 СПОСІБ ФОРМУВАННЯ СТАТТІ



4 АНОТАЦІЯ – ВИРІШАЛЬНИЙ ЧИННИК (ЧИТАТИ ЧИ НІ)



- від 150 до 300 слів
- структурована за параметрами: актуальність наукового дослідження; мета та методи її досягнення; основні результати роботи
- вказані рекомендації та аудиторія
- є переклад англійською мовою

3 НАЗВА – ЦЕ ПЕРШЕ, ЩО ВИКЛИКАЄ ІНТЕРЕС



- має бути до 12 слів
- акцент на цілі та об'єкті дослідження
- точно виражає суть
- без аббревіатур, тільки, якщо вони не загальновідомі
- викликає інтерес та інтригує читачів



Для структурування досліджень в інших галузях науки можуть застосовуватися різні модифікації IMRAD.



Також потрібно зробити загальні висновки до роботи і описати їх у розділі **Conclusions**.

5 КЛЮЧОВІ СЛОВА ФОРМУЮТЬ ПОШУК НАУКОВОЇ РОБОТИ



- відображають сенс наукової роботи
- 4-6 слів/словосполучень, які прописані відразу після анотації
- не повторюють назву статті
- відображають галузь науки, тему, мету, об'єкт дослідження

6 ПОЧНІТЬ INTRODUCTION (ВСТУП) З ВАЖЛИВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

- мінімум 5 згадок на джерела літератури
- показана цінність дослідження для наукової спільноти
- сформульовані тези, є огляд на раніше проведені дослідження
- визначені головні завдання та гіпотези

7 ОПИСУЄМО МЕТОДОЛОГІЮ ТАКИМ ЧИНОМ, ЩОБ МОЖНА БУЛО ПОВТОРИТИ ДОСЛІДЖЕННЯ



Розділ **Materials and Methods (Матеріали та методи)** описує весь процес дослідження. Він вказує матеріали і методи, які застосовувалися під час написання статті. Уточніть у роботі: вона є експериментом чи теоретичним дослідженням.

8 РЕЗУЛЬТАТ – ВАГОМА ЧАСТИНА ДОСЛІДЖЕННЯ



Results (Результати) – розділ, в якому прописані отримані результати. Вони повинні бути оформлені у вигляді малюнків або таблиць і складатися з чітких даних, отриманих під час наукової роботи. Автор може знову висвітлити мету і методологію, прописати труднощі, які виникли під час роботи.

12 ОФОРМЛЕННЯ ТАБЛИЦЬ



Таблиці складаються в «MS Word», мають свій порядковий номер та заголовок. Графіки та діаграми створюють у «MS Excel», «Adobe Illustrator» або «Corel Draw». За змістом таблиці діляться на два види: аналітичні (аналіз цифрових даних) та неаналітичні (необроблені дані).

11 РОБОТА МАЄ МІСТИТИ ЯКІСНІ РИСУНКИ



- рисунки мають бути унікальні, інформативні та логічні
- розширення рисунків 300 dpi
- нумерація в тому порядку, в якому вони згадуються в тексті
- мають назву та посилання на них в тексті

10 ПІДБИВАЙТЕ ВИСНОВКИ



У розділі **Conclusions (Висновки)** слід підвести лаконічний підсумок наукового експерименту. Яке значення мають отримані знання, і як їх можна застосувати на практиці. Автор має написати рекомендації вченим, які проводять дослідження у цій галузі.

9 АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ



У розділі **Discussion (Обговорення)** вчений дає оцінку результатам і пояснює, як ці результати були отримані. Крім цього, проводить паралелі з результатами інших досліджень, визначає взаємозв'язок між ними. Автор висвітлює сильні та слабкі сторони дослідження.

13 СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ

References (Список використаних джерел). Вони повинні бути процитовані у самій статті і відображені у списку літератури у алфавітному порядку або ж у порядку згадування в тексті. Зазвичай література оформлюється відповідно до міжнародного стилю the APA 6th edition.

14 ФОРМУЛИ КРАЩЕ КОНВЕРТУВАТИ У ФОРМАТ LATEX*



- усі технічні показники мають коректний вигляд
- усі формули конвертовані у формат LaTeX. Ця програма багатофункціональна та має всі необхідні можливості для створення таблиць, списків тощо.

15 КІЛЬКІСТЬ ТА ПОРЯДОК РОЗТАШУВАННЯ АВТОРІВ У СПІВАВТОРСТВІ



- допускається не більше 5 науковців
- якщо стаття написана у співавторстві, то необхідно подавати дані для всіх авторів (ПІБ, назва структурного підрозділу, університету, поштова та електронна адреси)

16 НЕ ЗАБУВАЙТЕ ПРО ДРІБНИЦІ



- перевірте написання всіх тире ("–") та дефісів ("‑"), а також лапок для цитат ("")
- не ставте зайві відступи
- не розривайте прізвище та ініціали
- не займайтеся заміною символів для збільшення унікальності тексту

*Формат LaTeX використовується для математичних видань, і в цьому форматі буде весь документ

ІНДЕКС ГІРША ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ВЧЕНОГО

Сьогодні індекс Гірша або h-index є важливим показником наукової діяльності кожного дослідника, групи науковців чи організації. Він базується на кількості дослідницьких праць та їхнього цитування. Його запропонував американський вчений Хорхе Гірш у 2005 році.

Значення h-index для науковців

Індекс Гірша допомагає розуміти, наскільки ефективними та цінними є опубліковані роботи вченого серед його аудиторії (колег), а також порівнювати дослідників однієї галузі за певний період їхньої діяльності.

Формула розрахунку

h-індекс науковця, що опублікував N статей, дорівнює h, якщо:

- h його статей отримали не менше h цитувань
- інші N-h його статей мають не більше h цитувань

Переваги показника

- + Завдяки індексу Гірша відбувається порівняння результатів діяльності вчених у їхній сфері досліджень, що, у свою чергу, може вплинути на рішення керівництва наукової установи чи ЗВО пропонувати певну академічну посаду чи ні.
- + Цей показник враховують під час подачі заявки на грант.
- + Редакції журналів можуть запросити науковця стати рецензентом.
- + За допомогою h-index виявляється цінність внеску, який вчений робить у своїй галузі.
- + Індекс Гірша допомагає зрозуміти вченому, чи правильно він рухається у своїх дослідженнях, чи необхідно скорегувати свої пошуки.
- + Мала кількість цитування спонукає проаналізувати свою роботу, виявити в ній, певні неточності та покращити текст, а також подумати про інший журнал, який буде точніше відповідати змісту майбутньої роботи.
- + Ще раз передивитися як був структурований та оформлений текст і, можливо, звернутися до послуг професійного редактора, який займається перевіркою та оформленням наукових робіт.

Як підвищувати індекс Гірша?

- Дослідження має бути актуальним для широкого кола науковців.
- Окрім планування, потрібно ретельно слідкувати за своїми вже опублікованими роботами, аналізувати їхнє цитування, щоб розуміти, чи впливає дослідження на інші відкриття?
- Після публікації вченому важливо продовжувати свою кар'єру, плануючи наступні праці. Бо кожна стаття викликає певний резонанс, який необхідно постійно "підживлювати".
- Необхідно постійно проводити певні маркетингові дослідження, аналізуючи свою аудиторію.

ЯК НАПИСАТИ СТАТТЮ, ЯКА МАТИМЕ ВИСОКІ ПОКАЗНИКИ ЦИТУВАННЯ?

Кожен вчений прагне, щоб його наукова праця була популярною серед інших дослідників. Як написати таку статтю, що матиме високі наукометричні показники цитування серед інших наукових експериментів?

Порада 1 Робота повинна викликати зацікавленість темою і новизною дослідження

Використовуйте в роботі тільки актуальну інформацію. Якщо стаття несе користь і унікальність отриманих результатів, тоді інші автори будуть посилалися на них, використовувати в своїх роботах і створювати відкриття. Вони повинні бути цінними на момент дослідження і підтверджені в авторитетних джерелах. Використовуйте матеріали із відомих зарубіжних і вітчизняних видань. Це підвищить довіру до роботи.

Порада 2 Публікуйтеся в рейтингових і перевірених виданнях

Чим вище авторитетність журналу та його квартиль, тим більш кваліфікована читацька аудиторія. Успішні вчені не читають і не видаються в сумнівних журналах.

Якісне видання – це:

1. Індексация в базах даних Scopus або Web of Science.
2. Високий рівень імпакт-фактора (WoS) або CiteScore та SJR (Scopus) у предметній галузі науки.
3. Високі показники квартилю.

Порада 3 Перевіряйте всі дані афіліації до і після публікації

Якщо в редакції припустились помилки, вимагайте виправлення. Недбале ставлення до цих відомостей призведе до неправильної індексації наукової роботи.

Порада 4 Розвивайте співпрацю

Створюйте статті у співавторстві з іншими вченими, особливо з міжнародними дослідниками, які вже досягли успіху в своїй науковій сфері.

Порада 5 Обмінюйтеся посиланнями на роботи з колегами

Співпраця буде викликати інтерес серед вчених і підвищить значення дослідження. Це допоможе розширити аудиторію і збільшити показники цитування. Цей спосіб важливий для вчених, які тільки розпочинають свій науковий шлях.



ЦИТАТА



Порада 6 Перекладіть матеріали академічною англійською мовою

Англійська - одна з головних мов міжнародного спілкування. Якщо стаття написана англійською - вігорідність, що її процитує велика кількість людей - зростає в рази.

Порада 7 Приділіть особливу увагу написанню анотації роботи

Анотація повинна мати чітку структуру згідно з усіма вимогами. Її необхідно перекласти академічною англійською мовою. Важливо правильно підібрати ключові слова, щоб роботу можна було легко знайти в пошуковій системі бази даних. Потрібно розуміти, що анотація відіграє вирішальну роль в ухваленні рішення – знайомитися повністю з роботою чи ні.

Порада 8 Пишіть статтю науковою зрозумілою мовою

Інші автори повинні легко і з цікавістю її читати, навіть якщо в тексті багато термінології. Не варто писати занадто великі речення, насичувати текст складними конструкціями і вступними словами. Варто правильно структурувати статтю, щоб читачеві було цікаво від початку і до кінця тексту знайомитися з процесом і результатом дослідження.

Порада 9 Згадуйте у своїх роботах статті з бездоганною репутацією і перевіряйте кожне джерело

Тоді бібліографічні посилання покажуть, що вчений знайомий зі значними науковими працями в його галузі, і що саме вони стали натхненням і допомогою в написанні роботи.

Порада 10 Відкрийте доступ до своєї роботи закордонним вченим

Порада 11 Введіть у практику написання оглядових статей, в яких будете висвітлювати процес дослідження

Порада 12 Слідкуйте за тенденціями у своїй дисципліні, а також у суміжних галузях

Дослідники обов'язково посилатимуться на роботу, якщо ви будете дотримуватися цих порад. Це посприє новим контактам і підвищить як рівень цитування, так і репутацію автора в наукових колах.



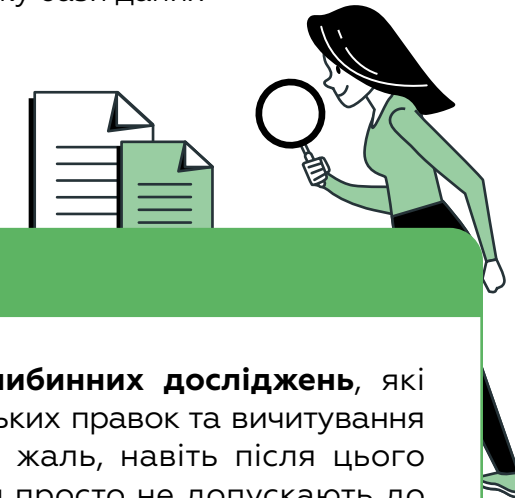
ЖУРНАЛИ-ХИЖАКИ

Що таке «хижацьке видання»? Яка різниця між клоном та фейком?

Однією з тем, яка дуже хвилює багатьох дослідників, є «хижацькі» журнали. Підвищена увага до цього явища у науково-публікаційній сфері виникла завдяки бібліотекознавцю з США Джеффри Біллу. У 2012 він опублікував статтю в журналі «Nature», яка підняла завісу щодо підроблених видань з відкритим доступом, і надав список з понад 1200 журналів і 1100 видавництв, викривши їхню недоброчесну діяльність. Він розробив методику по розпізнаванню «хижацьких журналів», яка містить 54 вимоги.

Головні ознаки «хижацького» журналу

1. Відсутнє експертне рецензування наукових статей або ж розгляд відбувається дуже швидко – кілька днів
2. Самоцитування може бути 60-80% і більше, відбувається постійна публікація статей з ознаками плагіату
3. Аномально велика чи мала кількість публікацій у випуску
4. Видання не має чітко сформульованої спеціалізації та працює з багатьма дисциплінами
5. Приймають роботи наперед або затримують вихід журналу, через що робота може вийти вже у науковому виданні, видаленому зі списку бази даних



Потрібно пам'ятати

Наукометричні стандарти вимагають **якісних та глибинних досліджень**, які проходять ретельну підготовку, і лише після редакторських правок та вичитування тексту потрапляють на розгляд до рецензентів. На жаль, навіть після цього **нема гарантії**, що роботу опублікують. Багато статей просто не допускають до видання, на відміну від сумнівних за якістю журналів, що беруться публікувати будь-яку статтю.

Жодна наукометрична платформа не захищена від того, що на початку своєї діяльності журнал дотримувався публікаційних основ, а потім, в гонитві за фінансовою наживою, міг нівелювати високі стандарти цих сервісів. Scopus і Web of Science постійно проводять верифікацію видань, які входять в їхні бази даних. Якщо з'являється найменша підозра на недоброчесні дії, проводиться ретельне розслідування. У разі підтвердження припущень журнал видаляють зі списку.

У чому помилка Джеффри Білла?

Джеффри Білл допоміг вченим та наукометричним базам даних бути наготові та пильніше перевіряти журнали, але, волюючи зробити сенсаційну заяву про своє відкриття, почав навішувати ярлики на деякі журнали та міжнародні видавництва, які мають чесну репутацію.

Через це вони завели на Білла низку судових справ і змусили його закрити свій сайт зі списком «хижаків». Тепер бібліотекознавець несе серйозну юридичну відповідальність, зокрема, фінансову та репутаційну, тому що його висновки, зроблені похапцем, нанесли збитки багатьом виданням.

Дивує, що тема зі списком Білла, що була закрита ще у 2017 році, й досі є актуальною для деяких вчених та Комітетів при Університетах, які закликають користуватися ним під час підбору видання. Це призводить до того, що такий авторитетний ресурс, як Elsevier, має пояснювати науковій спільноті, хто несе відповідальність за якість видань, і як відбувається професійна перевірка журналів, що індексуються у Scopus.

Наразі у науковому світі недоброчесні видання все частіше називають одним словом – «хижаки». Але, окрім цього поняття, існують й інші негативні явища у науково-видавничій діяльності – «фейк» або журнал-«клон». І цю різницю між «фейком», «хижаком» та «клоном» потрібно розуміти.



Що таке «хижацький» журнал?

Таке видання може спокійно індексуватися у наукометричній базі даних, оскільки не встигло потрапити на щорічну перевірку журналів. Термін індексації триватиме декілька років. Прискорити моніторинг діяльності журналу може скарга чи питання щодо його показників. Журнал-«хижак» бере гроші та публікує якомога більше статей, які часто не відповідають міжнародним стандартам якості. Редакція вирішує не дотримуватися публікаційної етики, а обирає шлях додаткового заробітку. Умовно кажучи, видає 50 випусків у рік, публікуючи тисячі статей. Існують цілі видавництва, які ведуть таку недоброчесну діяльність.

Видання-«клон»

Це «видання», яке повністю копіює дані оригінального журналу, що індексується в одній з баз даних, а саме його сайт, ISSN, редакційну колегію, систему подачі, конфіденційну етику та інші розділи. Це робиться для того, щоб було вкрай важко відрізнити «клон» від оригіналу і від його імені збирати гроші за публікації. Нещодавно на інформаційному порталі «Наука та метрика» ми писали про шахрайську діяльність одного сайту

видання, що є «клоном». Шахраї реалізували свій план, спираючись на те, що справжній журнал важко знайти, бо він є частиною великого видавництва. Злодії скористалися ситуацією, організували сайт-клон видання, зібрали платежі від імені журналу, пообіцявши публікацію, але в результаті індексація не відбулась.

«Фейковий» журнал

Зазвичай він не має індексації у наукометричній базі даних, вихідних даних про редакційну колегію, систему подачі та інших розділів. Шахраї можуть ігнорувати навіть розділи «Публікаційна етика» і «Рецензування», що передбачені в обов'язкових вимогах до наукових журналів. Тому, якщо на сайті не вистачає цих важливих сторінок, потрібно замислитися над його справжністю.

Перш ніж подавати свою статтю на публікацію, дослідник має розібратися у змісті видання, ознайомитися з редакційною політикою та вести перемовини з представниками журналу, а також комунікувати з колегами і постійно моніторити інформаційний наукометричний простір, щоб першим дізнаватися про всі нововведення.

НАУКОВІ ЖУРНАЛИ

ЯК ВКЛЮЧИТИ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ ДО SCOPUS TA WEB OF SCIENCE?

Що робити українським журналам, щоб отримати індексацію у Scopus та Web of Science? Відслідковувати світові тенденції і намагатися відповідати міжнародним стандартам публікаційної діяльності. Процес включення у світові наукометричні платформи є складним та багатоетапним. Пропонуємо розглянути головні кроки його реалізації.

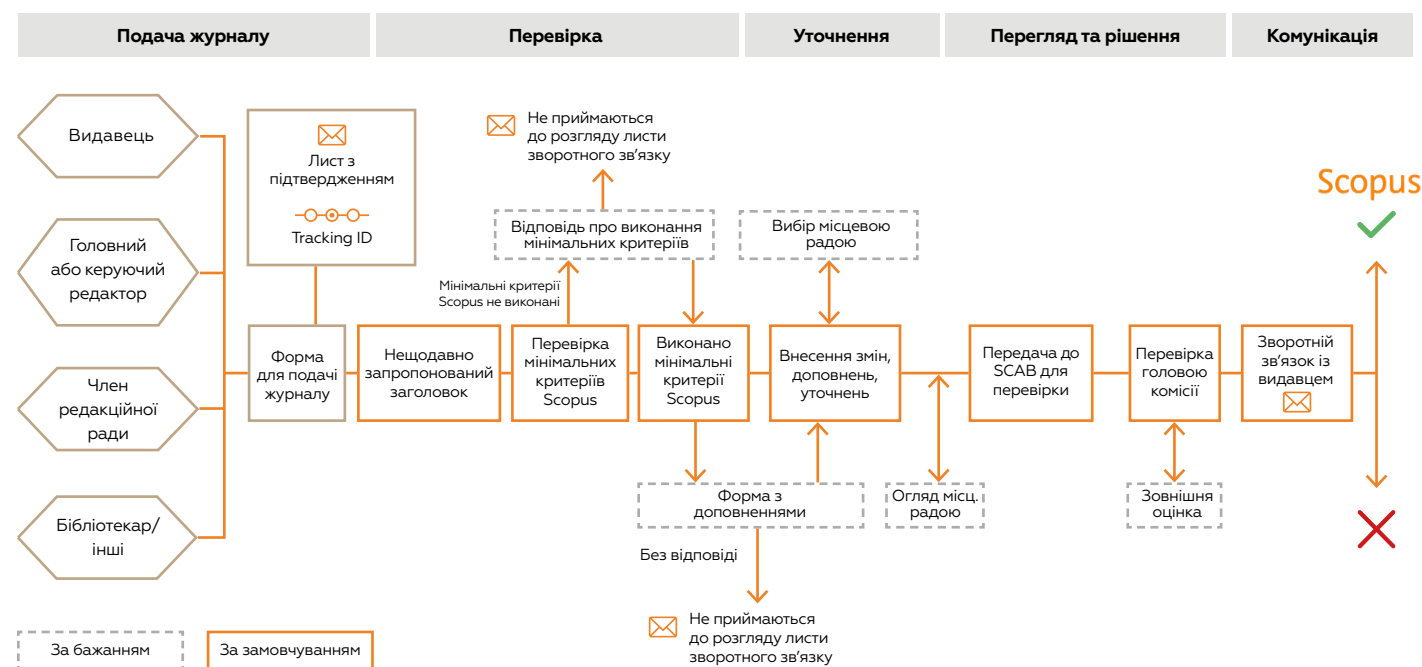
Процес відбору журналу до Web of Science Core Collection

The Web of Science Core Collection має 28 критеріїв для оцінки журналів. Вони поділяються на 24 критерії якості та 4 критерії впливу. Журнали, які відповідають критеріям якості, включаються в Emerging Sources Citation Index (ESCI). Журнали, які відповідають додатковим критеріям впливу, потрапляють в SCIE, SSCI або AHCI залежно від предметної області. Це динамічні колекції журналів, що підлягають постійному оцінюванню з метою відповідності журналів необхідному індексу. Журнали ESCI, які отримують визнання, переходять в SCIE, SSCI або AHCI, а журнали SCIE, SSCI і AHCI, що втрачають вплив – в ESCI. Журнал, якість якого погіршується, виключається з основної колекції Web of Science.

1. Первісна перевірка	2. Редакторська перевірка	3. Редакторська оцінка	
Критерії якості			Критерії впливу
- ISSN - Назва журналу - Видавець журналу - URL-адреса журналу - Доступ до контенту - Наявність політики експертного контролю - Контактні дані	- Науковий зміст - Назви статті та анотації англійською мовою - Бібліографічна інформація латиницею - Чіткість мови - Своєчасність та/або обсяг публікації - Функціональність веб-сайту/Формат журналу - Наявність етичних тверджень - Відомості про редакційну колегію	- Склад редколегії - Дійсність назв - Експертна оцінка - Актуальність вмісту - Деталі щодо грантової підтримки - Дотримання стандартів наукової спільноти - Розподіл автора - Належне зазначення цитат та списку літератури	- Порівняльний аналіз цитування - Аналіз цитування авторів - Аналіз цитування редакційної ради - Значущість вмісту



Процес включення в Scopus



У своїй діяльності Scopus намагається максимально відповідати потребам науковців та вміщує актуальні дослідницькі матеріали з різних куточків світу. Більше половини контенту надходить з Європи, Латинської Америки, Азії. У Scopus найбільший вміст рецензованих матеріалів з різних наук (природничі, медичні, соціальні та гуманітарні).

Щороку близько 3500 нових журналів подають заявку на включення до наукометричної бази даних Scopus, але **тільки 33%** з них відповідають мінімальним вимогам. І **тільки близько 50%** журналів приймаються після огляду CSAB (Експертна рада з відбору контенту в Scopus). Це міжнародна група вчених, дослідників та бібліотекарів, які розподілені відповідно до наукових дисциплін, і протягом усього року займаються переглядом видань, що подають заявки на включення до Scopus.

МІНІМАЛЬНІ КРИТЕРІЇ ДЛЯ ПОПЕРЕДНЬОЇ ОЦІНКИ ЖУРНАЛУ

- Мінімум 2 роки публікаційної активності журналу
- Рецензований контент видання
- Регулярна публікація випусків
- Реєстрація у Міжнародному центрі ISSN
- Релевантність та орієнтованість на міжнародну наукову спільноту
- Етика публікаційної діяльності



ДРУГИЙ ЕТАП ПЕРЕВІРКИ ЖУРНАЛУ

- Політика журналу (Journal Policy)
- Якість контенту (Quality of Content)
- Авторитетність журналу (Journal Standing)
- Регулярність випусків (Regularity)
- Доступність онлайн (Online Availability)



Остаточне рішення щодо журналу приймається на заключному етапі перевірки із зазначенням конкретних висновків. Повторна подача журналу на оцінку можлива через 1, 1.5, 2, 3 або 5 років.

Аналіз журналів

Scopus аналізує результати роботи всіх журналів у базі даних за наступними показниками:

1. Норма самоцититування
2. Загальна норма цитування
3. CiteScore
4. Кількість статей
5. Кількість кліків на тексти статей на сайті Scopus.com
6. Кількість переглядів анотацій на сайті Scopus.com



Журнал не відповідає критеріям – що далі?

Якщо журнал не відповідає жодному з шести критеріїв вище, Scopus повідомить редакцію видання про його недостатню якість і дозволить журналу протягом року поліпшити хоча б один показник. Якщо через рік журнал зможе поліпшити хоча б один показник, він не братиме участі в повторній оцінці в цьому році. Однак, якщо журнал не задовольняє всім шести критеріям протягом двох років поспіль, він буде відзначений для переоцінки незалежною CSAB.

Критерії оцінки журналу при його повторній перевірці ідентичні зазначеним вище базовим критеріям відбору наукового контенту в Scopus, які застосовуються до нових заявок. Після завершення процесу переоцінки CSAB вирішить, чи продовжити індексацію журналу в базі Scopus, чи припинити (весь контент, наукові статті, які були проіндексовані в базі Scopus до завершення повторної оцінки, залишаються в Scopus).

8 ПОРАД ВІД РЕДАКТОРА ЖУРНАЛУ ЯК ВИБРАТИ НАУКОВЕ ВИДАННЯ ДЛЯ ПУБЛІКАЦІЇ

Провести наукове дослідження, описати його в статті та оформити її, це ще не все, що вимагає публікація в наукометричній базі даних Scopus і/або Web of Science. Важливим етапом є вибір журналу. Видання важливо вибрати якісне, яке максимально підходить Вашому дослідженню, щоб з роботою ознайомилася цільова аудиторія, і автор статті зміг отримати схвалення його колег у вигляді активного цитування.

1. Визначтеся з базою даних

У першу чергу, якщо Ви плануєте публікацію в міжнародному журналі, визначтеся з наукометричною базою даних.

2. Випишіть дисципліни журналу

Перегляньте своє дослідження ще раз, з'ясуйте, до яких дисциплін воно відноситься і выпишіть їх.

3. Розглядайте різні видання

Переглядайте видання як з високими показниками, так і з невисокими (у випадку, якщо не настільки важливий квартиль, це перша публікація, або ж необхідне швидке розміщення статті).

4. Перевірте індексацію

Перед поданням статті в журнал, обов'язково перевірте його індексацію у базі даних.

5. Ознайомтеся із сайтом видання

Дуже уважно вивчіть сайт видання, куди плануєте відправити матеріал. Перегляньте головну сторінку, перейдіть на інші вкладки «Про журнал», «Тематичне охоплення», перегляньте архів з повними статтями або тільки їх анотації, що теж допоможе зрозуміти напрямки роботи видання.

6. Перегляньте інструкції для авторів

Уважно ознайомтеся з інструкцією для авторів, перегляньте всі вимоги до статті і документи, які необхідно виконати і подати до редакції.

7. Знайдіть інформацію про вартість публікації

Дослідіть питання оплати. Інформацію можна знайти у розділах «About the Journal», «Publication Charge/Fee» чи «Submission Fee». Іноді розділ «Submission Fee» (Попередній редакційний внесок) може означати оплату тільки за прийняття статті до редакції журналу, але без гарантій самої публікації.

8. Майте журнал про всяк випадок

Виберіть кілька журналів, які відповідають Вашій темі, щоб у разі, якщо Вашу статтю відхилили, її відразу подати в інший журнал. Але пам'ятайте про публікаційну етику: подавати статтю одночасно в кілька журналів заборонено.

СУЧАСНА ІТ-ІНФРАСТРУКТУРА ЕЛЕКТРОННОГО ЖУРНАЛУ, ЯКИЙ ПРЕТЕНДУЄ НА ВКЛЮЧЕННЯ В SCOPUS ТА WEB OF SCIENCE

Сайт журналу, що прагне бути включеним до міжнародної бази даних, має відповідати цілому ряду серйозних вимог.

У цій статті сформовані рекомендації, які допоможуть редактору підготувати сайт, що буде відповідати стандартам міжнародного наукового онлайн-простору (та зробить можливим включення електронного журналу в Scopus та Web of Science).



1. ПЛАНУВАННЯ

На цьому етапі команда складає технічне завдання з програмування нового проєкту, терміни виконання робіт, після чого підписується офіційний договір.

2. ПРОГРАМУВАННЯ СТОРІНОК

Програмування складається з двох частин.

1) Frontend-розробка – це те, що бачить відвідувач сторінки: підбирається кольорова гамма, реалізується дизайн та інтерфейс сторінок, з якими відбувається взаємодія. Сайт створюється максимально легким та простим для сприйняття.

2) Backend-розробка – складні набори коду, який виконує всі дії користувача. Наприклад, адміністратор сайту додає статтю та заповнює необхідні текстові поля. Ці дані мають зберігатися у відповідних «комірках» та відображатися у правильному місці. Усі ці дії чітко виконуються на стороні серверу і залишаються непоміченими звичайним користувачем. Однак без цього жоден сайт функціонувати не зможе.

3. НАПОВНЕННЯ САЙТУ ТА ЙОГО МОЖЛИВОСТІ

3.1. На сайті прийнято виділяти статичні та динамічні сторінки (на першому етапі реалізації проєкту необхідно розділити сторінки відповідно до цієї класифікації).

До статичних сторінок належать сторінки, інформація на яких оновлюється не часто та заповнюється у внутрішніх файлах розробників. До таких сторінок належать: «Головна» сторінка ("Home" page), «Про журнал» ("About" page), «Публікаційна етика» ("Publication ethics" page), «Авторські права та Ліцензування» ("Copyright and Licensing" page), «Положення про рецензування» ("Double-Blind Peer Review Guidelines" page), «Індексація» ("Indexing" page), «Тематика журналу» ("Subject Area of the Journal" page), «Контакти» ("Contact" page), «Політика конфіденційності» ("Privacy Policy" page) та «Правила обробки персональних даних» ("Rules for Processing Personal data" page) тощо.

До динамічних відносять сторінки, інформація на яких змінюється за допомогою внутрішнього адміністративного управління сайтом,

наприклад, сторінка конкретного випуску чи статті. Інші приклади динамічних сторінок: «Редакційна колегія» ("Editorial Board" page), «Головний редактор» ("Editor-in-Chief" page), «Архів» ("Archive" page), «Поточний випуск» ("Current Issue").

3.2. Особливу увагу наша команда приділяє сторінці **«Пошук»**: ми реалізуємо можливість виконати пошук усіх матеріалів, які публікуються на динамічних сторінках.

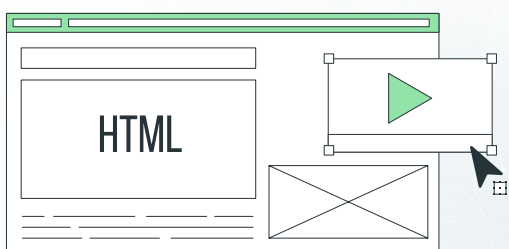
3.3. Також можливо створити на сайті журналу додатковий розділ – **«Блог»**, в якому публікуються важливі новини, оголошення та статті.

Наявність як мінімум усіх вищеперерахованих сторінок на сайті – одна з вимог міжнародних баз даних Scopus та Web of Science.

***Але бувають випадки створення додаткових сторінок, які не є обов'язковими, наприклад, сторінка «Коефіцієнт прийняття статей» чи «Підписка на журнал».**

3.4. Можливість електронної подачі статті значно збільшує шанси наукового журналу на включення в Scopus чи Web of Science. А також це спрощує життя науковців та прискорює процес розгляду статті.

3.5. Додатково, якщо надходить замовлення від журналу, можна реалізувати повну автоматизацію процесу прийняття статей: рецензування, прийняття, відмова у публікації, відправлення на доопрацювання, повторне рецензування, призначення випуску та публікація.



3.6. Мобільна версія сайту – вимога сьогодення та пошукових систем. Більшість користувачів використовує мобільні телефони для доступу в мережу Інтернет, тож сайт має бути адаптивним для всіх екранів.



3.7. Мікророзмітка та метатеги – репости і пошукові запити мають правильно виводити інформацію та відповідати вимогам пошукових систем. На кожній сторінці необхідно розміщувати метатеги, які допомагають Google відображати посилання коректно, індексувати усі сторінки, оновлення інформації та зображень із сайту.

3.8. Кросбраузерність – сайт має однаково коректно працювати у Chrome, Internet Explorer, Opera, Firefox тощо.

3.9. Статистика – ми завжди ведемо підрахунок кількості завантажень та переглядів кожного випуску та статті, відстежуємо активність користувачів на сайті та їхні дії.

3.10. Дизайн має відповідати міжнародним стандартам, бути чітким з інтуїтивно-зрозумілим інтерфейсом; Адже чим легше користувачам взаємодіяти з вебпорталом, тим частіше вони на нього будуть заходити.

3.11. Важливо, щоб сайт мав правильно створені sitemap.html, sitemap.xml, за необхідністю створюється rss-канал в Google News тощо.

3.12. Англomовна версія сайту – обов'язкова вимога міжнародних баз даних. Сайт як мінімум повинен бути представлений двома мовами: національною та англійською. Виняток надається тільки журналам англomовних країн, де національною мовою є англійська.

3.13. Швидкість завантаження – завантаження сторінки має займати не більше 3 секунд, інакше існує ймовірність, що сайт не буде переглянуто користувачем.

Усі перераховані елементи сайту відповідають вимогам як пошукових систем, так і вимогам міжнародних баз Scopus та Web of Science.

**Це стандартизований пакет робіт, який можна розширювати додатковими функціональними можливостями.*

4. ПРАВИЛЬНЕ РОЗМІЩЕННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ САЙТУ

4.1. Перш за все необхідно придбати **хостинг**, на якому будуть зберігатися усі файли проєкту. Більшість наших клієнтів повністю надають нам право вибору хостингу та його тарифу, адже недостатній розмір диску призведе до неможливості нормальної взаємодії з веб-сайтом.

4.2. Домен. Сайт журналу має розміщуватися на власному домені. Ми категорично не рекомендуємо використовувати субдомен установи, яка видає журнал, адже це одна з причин відмови включення до міжнародної бази

Журнал, який друкує якісний матеріал, повинен мати відповідний сайт. Важливо уникати шаблонних рішень та використовувати індивідуальний підхід під час його створення. Сайт потрібно завжди удосконалювати, слідкувати за тенденціями та вимогами міжнародних баз даних.

даних. Веб-сайти 10 провідних журналів Scopus та Web of Science мають власне доменне ім'я, незалежне від видавництва.

4.3. SSL сертифікати – це спеціальні протоколи ключів обміну даних, які створюють безпечне з'єднання. Вони обов'язково мають бути на сервері, щоб шахраї не мали змоги перехопити чи підмінити персональні дані користувачів. Впевненість у безпеці персональних даних підвищує довіру користувачів до сайту.



4.4. Корпоративна пошта. Тут також важливу роль відіграє домен, адже корпоративну пошту типу editor@your.site можна створити тільки при розміщенні на власному доменному імені (DNS). Також, якщо ви бажаєте використовувати сервіси розсилки для розповсюдження новин та спеціальних пропозицій, необхідно прописати підписи SPF, DKIM тощо. Якщо ці налаштування не будуть задані або ж задані неправильно, то листи з ваших електронних адрес отримають мітку «спам».



ВИДАВНИЧИЙ ДІМ «НАУКОВІ ЖУРНАЛИ»

SCIENTIFIC
JOURNALS

Видавничий дім «Наукові журнали» – це перший науково-публікаційний проєкт на території країн СНД, який забезпечує розробку стратегічних етапів розвитку наукових журналів у всіх питаннях підготовки видання до його включення в міжнародні наукометричні бази даних, зокрема Scopus і Web of Science.

Мета компанії – забезпечити перспективу для розвитку журналу в міжнародному науковому співтоваристві.

У ЧОМУ ПОЛЯГАЄ ДІЯЛЬНІСТЬ КОМПАНІЇ?



Видавничий дім організовує повний супровід наукових журналів в процесі їхнього включення в міжнародні наукометричні бази даних.



Компанія налагоджує і оптимізує внутрішню публікаційну роботу видання.

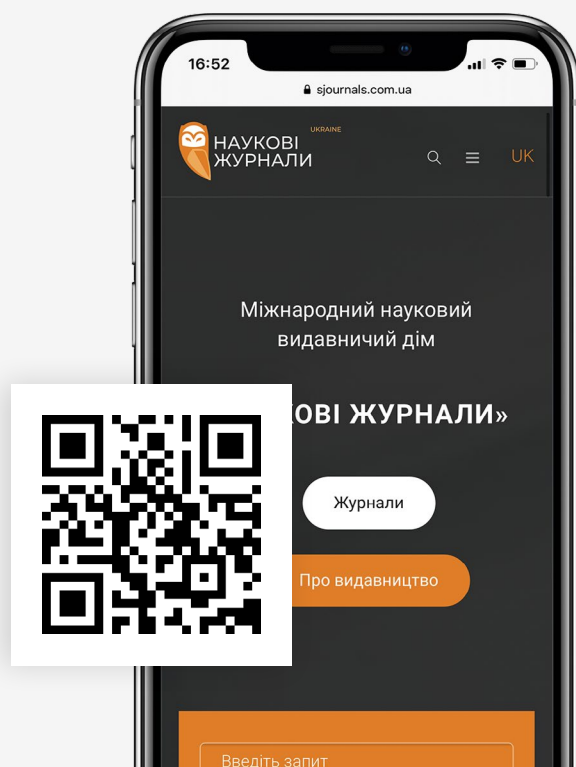


Спеціалісти «Наукові журнали» використовують і впроваджують новітні інструменти, а також організовують налаштування системи публікаційного планування, що відповідає міжнародним стандартам.

АВТОРСЬКА СИСТЕМА СУПРОВОДУ ЖУРНАЛУ

Видавничий дім «Наукові журнали» створив власну систему супроводу журналу, що складається з напрацьованих методик і налагоджених механізмів публікаційного процесу. Вона розроблена фахівцями, які щодня працюють у сфері наукометрії, наукових публікацій і забезпечують комплексні рішення індивідуально для кожної партнерської організації.

Більш докладно про етапи співпраці можна ознайомитися **на сайті компанії**.



КОМПАНІЯ «НАУКОВІ ЖУРНАЛИ» СПІВПРАЦЮЄ З ПРОВІДНИМИ НАУКОМЕТРИЧНИМИ БАЗАМИ ДАНИХ, НАУКОВИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ ТА ВИЩИМИ НАВЧАЛЬНИМИ ЗАКЛАДАМИ З КРАЇН ЄВРОПЕЙСЬКОГО ТА АЗІАТСЬКОГО РЕГІОНУ.

НА ЦЕЙ МОМЕНТ КОМПАНІЯ ВЕДЕ **ПОНАД 20 ЖУРНАЛІВ**.
У ДЕЯКИХ ІЗ НИХ ВІДКРИТИЙ ПРИЙОМ СТАТЕЙ.

ДОЛУЧАЙТЕСЯ ДО ПУБЛІКАЦІЇ



INFO@SJOURNALS.COM.UA



РЕДКОЛЕГІЯ ВИДАННЯ «НАУКА ТА МЕТРИКА»

Головний редактор:
Журкович Тетяна

Редактор:
Клименко Ілона

Коректори:
Давиденко Ірина
Машталер Людмила
Кривошей Марія
Тяжкороб Катерина

Верстка:
Вислоух Ольга

Технічна підтримка порталу:
Джим Анна
Клюйко Анатолій

Журнал зареєстровано Міністерством юстиції України
Свідчення про державну реєстрацію друкованого
засобу масової інформації: серія KB №24355-14195P від
24.02.2020
Адреса: 04050, Україна, Київ, вул. Герцена, 35, оф. №125
Телефон: +380 (44) 333 78 91
E-mail: info@nim.media
Інтернет-портал журналу: www.nim.media

