

Экономика научного журнала

КОНКУРЕНЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЖУРНАЛОВ РОССИИ: ИТОГИ ТРЕХ ВОЛН РЕЙТИНГОВАНИЯ

Евгений БАЛАЦКИЙ, Наталья ЕКИМОВА

Евгений Всеволодович Балацкий —
доктор экономических наук, профессор,
директор Центра макроэкономических
исследований.
E-mail: evbalatsky@inbox.ru

Наталья Александровна Екимова —
кандидат экономических наук,
доцент, ведущий научный сотрудник
Центра макроэкономических исследований.
E-mail: n.ekimova@bk.ru

Финансовый университет при Правительстве РФ
(109456, Москва, 4-й Вешняковский проезд, д. 4).

Аннотация

В статье рассматривается динамика списка ведущих экономических журналов страны в рейтинге ведущих экономических журналов в 2013–2015 годах, составленном авторами при поддержке Финансового университета при Правительстве Российской Федерации в рамках ежегодного мониторинга и рейтингования рынка экономических исследований. Показывается нестабильность рынка экономических журналов; выявляется ядро изданий, которые устойчиво удерживали передовые позиции. Показано, что на российском рынке экономических журналов действует несколько качественно неоднородных групп периодических изданий, среди которых есть журналы-агрессоры и стагнирующие издания, что позволяет сделать вывод о высоком накале конкурентной борьбы на рынке экономических журналов, стабилизации которого можно ожидать не ранее чем через 3–4 года. Рассмотрено, как параллельно с борьбой за место на российском рынке журналов разворачивается борьба за международный статус. Устанавливается связь между научным уровнем и репутацией журналов на основе внешнего экспертного опроса ведущих экономистов страны, проведенного с целью осуществления ограниченной верификации созданного рейтингового продукта. Делается парадоксальный вывод о зависимости научного уровня журнала от его репутации (популярности). Дается экономическая интерпретация выявленной связи, и приводятся иллюстрирующие ее примеры; рассматривается различие между понятиями репутации журнала и желания печататься в нем. Дана типология ошибок, препятствующих успеху экономических журналов; раскрыты их сущность и значение на конкретных примерах. Среди типичных ошибок рассматриваются: неудачное название журналов; игнорирование академической эстетики; невыполнение критерия общероссийского издания; недостатки контент-политики; провалы в рецензировании.

Ключевые слова: рынок экономических журналов, рейтингование, научный уровень, научная репутация.

JEL: A11, C65, I23.

Введение

В настоящее время рынок экономических исследований, включающий академические журналы, а также индивидуумов и организации, осуществляющие исследования, находится в стадии формирования, а точнее — активной реструктуризации. Одним из важнейших сегментов этого рынка выступает рынок экономических журналов, на котором конкурентные процессы к настоящему моменту достигли, по всей видимости, своего исторического апогея.

Примерно с 2010 года в России наблюдение конкурентных процессов на указанном рынке происходит посредством построения и анализа рейтингов экономических журналов. В 2015 году в Финансовом университете при Правительстве РФ была развернута инициатива по ежегодному мониторингу и рейтингованию ведущих экономических журналов России [Балацкий, Екимова, 2015]. Сегодня уже есть три волны указанных рейтинговых исследований за соответствующие годы — 2013–2015-й. Анализ показывает, что рейтинг ведущих экономических журналов (РВЭЖ) России ежегодно претерпевает значительные изменения, что говорит об отсутствии какой-либо стабилизации на указанном рынке. При этом некоторые молодые журналы быстро усиливают свои позиции и вырываются в группу лидеров, тогда как традиционно авторитетные издания смещаются на периферию рынка экономических журналов. В связи с этим в данной статье ставится задача по идентификации происходящих изменений в РВЭЖ и их объяснению. Для этого предполагается рассмотреть некоторые типичные ошибки, допускаемые экономическими журналами, и наоборот, прогрессивные стратегии, позволяющие им выходить на лидирующие позиции.

1. Краткая история вопроса

Исходным пунктом проводимого анализа выступает статья [Балацкий, Екимова, 2015], в которой дан обзор соответствующей проблематики на тот момент. Реакцией на эту публикацию стала дискуссия в «Журнале Новой экономической ассоциации». В частности, в работе [Рубинштейн, 2016] был дан критический анализ существующих методов рейтингования российских экономических журналов, предложенных в последние годы; показано, что уязвимыми местами таких разработок являются относительно произвольный выбор библиометрических индикаторов и их слабая корреляция с научным авторитетом журналов. В качестве альтернативы был предложен рейтинг журналов, составляемый Новой экономической ассоциацией (НЭА) и основанный на результатах социологического опроса ее членов в 2011 и 2014 годах [Рубинштейн, 2011; 2014]. Обработка данных экс-

пертных опросов позволила установить размер аудитории читателей наиболее авторитетных российских экономических изданий, который и выступал в качестве рейтинга.

В статье [Балацкий, Юревич, 2016] раскрыта проблема нарушения соответствия между ключевыми наукометрическими параметрами российских экономистов в электронной базе Российского индекса научного цитирования (РИНЦ). Показано, что число публикаций, число цитирований и индекс Хирша исследователей не имеют явной статистической связи, что нарушает всю академическую систему оценки индивидуального вклада ученых в науку. Причем данный эффект является специфичным для российской базы данных РИНЦ, так как в странах Запада имеется вполне устойчивая зависимость между основными наукометрическими параметрами. Это приводит к плюрализму рейтингов экономических журналов, которые определенным образом корреспондируют друг с другом. Такое положение дел породило ряд сравнительных исследований имеющихся в стране рейтингов. В частности, в работе [Муравьев, 2015] была предложена простая эвристическая процедура сравнения рейтинга Муравьева, рейтинга Высшей школы экономики (ВШЭ) и рейтинга Балацкого — Екимовой. Анализ на качественном уровне показал, что все три рейтинга существенно пересекаются и на их основе можно сформировать список примерно из десяти хороших журналов по экономике и смежным дисциплинам и около двух десятков приличных журналов в этих областях.

Количественный анализ указанных трех рейтингов российских научных журналов по экономике и менеджменту был выполнен в статье [Субочев, 2016], где с помощью коэффициента корреляции Кендалла рейтинги сравнивались друг с другом и с тремя системами ранжирования базы РИНЦ — 2-годовым и 5-летним импакт-фактором и Science Index. Оказалось, что эти рейтинги коррелируют слабо, а степень их отличия от рейтингов РИНЦ сопоставима со степенью их отличия друг от друга. В связи с этим вместо дилеммы выбора одного из трех рейтингов автор предлагает использовать агрегированный рейтинг, построение которого показало, что агрегированные ранжирования лучше представляют совокупность трех исходных рейтингов, чем любой из них. Ранее данный подход был использован для агрегирования рейтингов международных научных журналов по экономике, менеджменту и политологии, основанных на различных библиометрических показателях [Алескеров и др., 2011; Алескеров и др., 2013; Aleskerov et al., 2014]. Идея агрегирования рейтингов экономических журналов базируется на постулате несравнимости индивидуальных полезностей и связанном с ним ординальным подходе построения коллективных предпочтений [Arrow, 1951]. Поскольку многокритериальное оценивание можно представить как коллектив-

ный выбор [Arrow, Raynaud, 1986], то для построения агрегированных ранжирований журналов применялись ординальные методы теории коллективного выбора, позволяющие обойти проблему количественной несравнимости оценок разных рейтингов.

Сегодня один из самых востребованных альтернативных методов изучения влияния и уровня научных журналов заключается в применении сетевого подхода. В этом случае задача представляется в виде сети, вершинами которой являются журналы, а на ребрах находится информация о числе цитирований одного журнала другим. Наиболее распространенные сетевые методы основаны на алгоритме PageRank [Waltman, Yan, 2014]. В частности, алгоритм ScimagoJR [Guerrero-Bote, Moya-Anegó, 2012] используется для расчета квартилей базы Scopus, широко применяющихся в российской научной политике. В рамках этого подхода в статье [Алескеров и др., 2016] был развит метод рейтингования, основанный на выявлении наиболее важных международных и российских экономических журналов в сетях, которые возникают в результате анализа перекрестного цитирования. При этом список международных экономических журналов и информация об их перекрестном цитировании брались из базы данных Web of Science (WoS), в то время как информация о российских журналах и их цитировании — из базы РИНЦ. Авторами были рассчитаны индексы центральности, учитывающие ближние и дальние взаимодействия в сетях и выступающие в качестве меры значимости научного издания. В результате были выявлены журналы с большим числом ссылок на периодику, имеющую высокую важность, многие из которых входят в списки Муравьёва, ВШЭ и Балацкого — Екимовой.

Предпринимались и попытки рассмотрения особенностей популярной международной электронной библиотеки экономической литературы RePEc и расчета ее рейтингов, в том числе применительно к российским изданиям [Шумилов, Балацкий, 2016]. Исследования показывают, что рейтинг лучших российских экономических журналов по версии RePEc во многом совпадает с Алмазным списком РВЭЖ (первые 13 журналов РВЭЖ), свидетельствуя о закономерности высоких позиций соответствующих изданий.

В работе [Третьякова, 2015] была осуществлена рейтинговая оценка журналов по экономике и смежным дисциплинам экономических институтов РАН на основе библиометрических данных РИНЦ. Своеобразие примененного подхода состояло в выбранном наборе библиометрических показателей РИНЦ и в используемой формуле интегрального показателя. Полученные оценки позволили выделить среди изданий экономических институтов РАН ядро из десяти ведущих журналов по экономике и смежным дисциплинам, которое также во многом совпадает с Алмазным списком.

Таким образом, имеющиеся исследования российского рынка экономических журналов показывают, что существующие системы рейтингования в целом достаточно объективно оценивают роль и значение отечественных экономических журналов. В связи с этим представляется правомерным сделать следующий шаг — изучить динамику рейтинговых позиций ведущих академических изданий. На сегодняшний день такую возможность предоставляет в основном только РВЭЖ, в связи с чем будем использовать его в качестве исходной информационной базы.

2. Конкуренция журналов-лидеров

Напомним, что первые 13 журналов РВЭЖ образуют так называемый Алмазный список (АС), включающий самые лучшие экономические журналы страны. Однако, как оказывается, данный список не остается постоянным, а из года в год немного корректируется, что свидетельствует об активной конкуренции журналов за внимание академической общественности. Расчеты показывают, что за право войти в АС на протяжении трех лет боролись 18 журналов (табл. 1).

Анализ данных табл. 1 показывает, что успехи перечисленных журналов сильно разнятся. Например, журнал «Корпоративные финансы» в 2013 году не смог попасть в РВЭЖ, то есть в расширенный рейтинг ведущих журналов России, тогда как в последующие годы он вошел даже в АС и продвинулся в нем вперед. Аналогичная картина имеет место для «Экономической политики». Прямо противоположная ситуация характерна для журнала «Общество и экономика», который в 2013 году входил в АС, в следующем году покинул его, но сохранился в РВЭЖ, а еще через год выпал и из него. Имеются издания и с крайне неустойчивой динамикой успеха. Например, «Пространственная экономика» в 2013-м уверенно вошла в АС, в следующем году выпала не только из него, но и из РВЭЖ, а в 2015 году восстановилась в АС. Таким образом, на российском рынке экономических журналов действует несколько качественно неоднородных групп периодических изданий, среди которых есть *журналы-агрессоры*, изыскавшие необходимые для успешной работы ресурсы и консолидирующие их на соблюдении академических стандартов, и *стагнирующие издания*, которые уже не в состоянии соответствовать новым и все возрастающим требованиям.

Наличие на рынке указанных двух групп изданий — журналов-агрессоров и стагнирующих изданий — приводит к тому, что даже относительно короткий АС претерпевает заметные изменения в считанные годы. Данный факт говорит о том, что, во-первых, на рынке экономических журналов наблюдается высокий накал конкурент-

Т а б л и ц а 1

Динамика статуса журналов в Алмазном списке

№	Журналы, вошедшие в Алмазный список	Статус журнала		
		2013	2014	2015
1	«Вопросы экономики»	+(1)	+(1)	+(1)
2	«Российский журнал менеджмента»	+(3)	+(2)	+(2)
3	«Экономика и математические методы»	+(2)	+(3)	+(3)
4	«Экономический журнал Высшей школы экономики»	+(7)	+(4)	+(4)
5	«Форсайт»	–(24)	+(5)	+(8)
6	«Журнал Новой экономической ассоциации»	+(5)	+(6)	+(6)
7	«Прикладная эконометрика»	+(4)	+(7)	+(5)
8	«Проблемы прогнозирования»	+(6)	+(8)	–(15)
9	«Корпоративные финансы»	–	+(9)	+(7)
10	«Проблемы управления»	–(20)	+(10)	+(9)
11	<i>Terra Economicus</i>	–(14)	+(11)	+(10)
12	«Экономическая политика»	–	+(12)	+(11)
13	«Мировая экономика и международные отношения»	+(11)	+(13)	–(20)
14	«Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8: Менеджмент»	+(8)	–(15)	+(13)
15	«Журнал институциональных исследований» (<i>Journal of Institutional Studies</i>)	+(9)	–(20)	–(23)
16	«Пространственная экономика»	+(10)	–	+(12)
17	«Экономическая наука современной России»	+(12)	–(18)	–(21)
18	«Общество и экономика»	+(13)	–(26)	–

Примечание. Знак «+» означает, что журнал входил в указанный год в АС, знак «–» — не входил; в скобках указано место журнала в РВЭЖ; если таковое не указано, то это означает, что издание не попало в данном году в РВЭЖ.

ной борьбы, а во-вторых, окончательной стабилизации АС можно ожидать не ранее чем через три-четыре года. Уже сегодня имеется 6 изданий, которые устойчиво входили в АС на протяжении трех лет: «Вопросы экономики», «Российский журнал менеджмента», «Экономика и математические методы», «Экономический журнал Высшей школы экономики», «Журнал Новой экономической ассоциации» и «Прикладная эконометрика». Эти журналы составляют ядро ведущих экономических журналов России. Однако вторая половина списка существенно менее стабильна по своему составу, и на оставшиеся 7 мест даже сегодня претендуют не менее 12 изданий. Дальнейшая стабилизация АС будет идти за счет закрепления определенных журналов в его переменном сегменте.

Параллельно с борьбой за место на российском рынке журналов разворачивается и борьба за международный статус. Двигаясь в этом направлении, почти все журналы из АС получили место в русской версии WoS (RSCI), а некоторые из них вошли в Scopus (табл. 2). Достижения на этом поприще весьма неоднозначны, но по крайней мере они позволяют определить узкие места АС. К таковым сегодня

Т а б л и ц а 2

Динамика статуса журналов в международных базах данных

№	Журналы из Алмазного списка	База данных	
		RSCI	Scopus
1	«Вопросы экономики»	+	—
2	«Российский журнал менеджмента»	+	—
3	«Экономика и математические методы»	+	—
4	«Экономический журнал Высшей школы экономики»	+	—
5	«Форсайт»	+	+
6	«Журнал Новой экономической ассоциации»	+	+
7	«Прикладная эконометрика»	+	+
8	«Проблемы прогнозирования»	+	+
9	«Корпоративные финансы»	+	—
10	«Проблемы управления»	+	—
11	<i>Terra Economicus</i>	+	—
12	«Экономическая политика»	+	—
13	«Мировая экономика и международные отношения»	+	+
14	«Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8: Менеджмент»	+	—
15	«Журнал институциональных исследований» (<i>Journal of Institutional Studies</i>)	+	—
16	«Пространственная экономика»	—	—
17	«Экономическая наука современной России»	+	—
18	«Общество и экономика»	—	—

относятся «Пространственная экономика» и «Общество и экономика», которые не обозначили свое присутствие ни в одной из двух признанных международных баз данных. Если в ближайшее время данные журналы не войдут в означенные базы, то в течение трех-четырех лет они, скорее всего, окончательно покинут АС. И наоборот, наибольший потенциал для закрепления в АС имеют такие журналы, как «Журнал Новой экономической ассоциации», «Прикладная эконометрика», «Форсайт», «Мировая экономика и международные отношения» и «Проблемы прогнозирования», присутствующие в обеих базах. Однако было бы неверно думать, что получение даже двойного международного статуса гарантирует журналу его сохранение в качестве национального лидера. Дело в том, что почти все журналы из АС претендуют на вхождение в международные базы и рано или поздно этого добьются, тем самым уравнивая позиции с теми, кто этого уже достиг. Международный статус имеет важное значение только на начальной стадии формирования журналов — национальных лидеров; через несколько лет конкуренция, вероятнее всего, перейдет в стадию борьбы за более высокий квартиль международных баз. Кроме того, со стороны научного сообщества требования к научному уровню журналов возрастают, а у таких изданий, как «Форсайт», «Мировая экономика и международные отношения» и «Проблемы прогнозирования», уже сейчас имеются недостатки, предопределяющие их

периодическое выпадение из АС. Таким образом, напряженность конкурентной борьбы на рынке экономических журналов в ближайшие годы будет сохраняться или даже возрастать.

3. Диалектика научного уровня и репутации журналов

С одной стороны, наличие базы данных в виде РВЭЖ позволяет отслеживать динамику рынка отечественных журналов, с другой — постоянно подвергается критике как за набор используемых РИНЦ-показателей [Третьякова, 2015], так и за способ их агрегирования [Рубинштейн, 2016] и процедуру экспертной оценки [Муравьев, 2015]. В связи с этим в 2017 году разработчиком РВЭЖ была осуществлена ограниченная верификация созданного рейтингового продукта. Для этого были отобраны двадцать лучших журналов из РВЭЖ за 2015 год, и в отношении них проведен опрос десяти ведущих российских экспертов-экономистов для получения параметров научного уровня (Lev) и репутации (Rep) по 10-балльной шкале. При этом отбирался один высококвалифицированный эксперт из одной научной организации с хорошей репутацией¹. Усредненные результаты экспертного опроса приведены в табл. 3.

Для верификации РВЭЖ проверялась связь между параметрами научного уровня и репутации, полученными в РВЭЖ и на основе внешнего экспертного опроса. Расчеты показали, что коэффициент корреляции между параметрами научного уровня составил 0,58, а между параметрами репутации — 0,61. В обоих случаях коэффициент корреляции является значимым, следовательно, два способа оценки рассматриваемых параметров дают качественно близкие результаты, что позволяет говорить о работоспособности РВЭЖ и надежности выводов, сделанных на его основе. Параллельно оценивался коэффициент конкордации оценок внешних экспертов для репутации и научного уровня журналов, которые составляют 0,54 и 0,48 соответственно. Хотя эти коэффициенты значимы, их величина оставляет желать лучшего. Тем самым степень согласованности мнения ментально близких друг другу экспертов (это было одной из задач процедуры формирования экспертной группы) оказалась даже меньше, чем согласованность усредненных оценок внешних экспертов и РВЭЖ, то есть внутригрупповая согласованность меньше

¹ В опросе участвовали следующие организации: Институт экономики РАН; Российский научно-исследовательский институт экономики, политики и права в научно-технической сфере; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина; Национальный исследовательский институт мировой экономики и международных отношений им. Е. М. Примакова; Университет Дмитрия Пожарского; Центральный экономико-математический институт РАН; Финансовый университет при Правительстве РФ; Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»; Санкт-Петербургский государственный университет.

Т а б л и ц а 3

Экспертная оценка деятельности журналов (баллы), 2017 год

№	Журнал	Аспект деятельности журнала		
		научный уровень	репутация	желание печататься
1	«Вопросы экономики»	7	10	8
2	«Российский журнал менеджмента»	9	8	6
3	«Экономика и математические методы»	8	6	7
4	«Экономический журнал Высшей школы экономики»	9	5	7
5	«Прикладная эконометрика»	7	7	8
6	«Журнал Новой экономической ассоциации»	8	8	5
7	«Корпоративные финансы»	5	4	3
8	«Форсайт»	7	6	3
9	«Проблемы управления»	7	6	3
10	<i>Terra Economicus</i>	5	8	0
11	«Экономическая политика»	8	7	6
12	«Пространственная экономика»	5	5	4
13	«Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8: Менеджмент»	7	4	5
14	«Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика»	5	4	3
15	«Проблемы прогнозирования»	4	7	3
16	«Экономика региона»	6	7	4
17	«Мир экономики и управления»	6	5	3
18	«Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика»	5	6	3
19	«Труды Института системного анализа РАН»	5	3	2
20	«Мировая экономика и международные отношения»	3	6	0

межгрупповой, и следовательно, при составлении рейтингов журналов увеличение выборки экспертов с целью повышения надежности результатов является нецелесообразным.

Данные табл. 3 предоставляют возможность взглянуть на малоизученное явление взаимосвязи научного уровня и репутации журналов. Прежде всего обращает на себя внимание факт заметного расхождения в оценках данных показателей. Тем самым эти два фактора деятельности журнала автоматически друг друга не дублируют. Так, лишь для 3 изданий наблюдается своеобразное равновесие, когда оценки научного уровня и репутации совпадают, для 11 научный уровень выше репутации, и для 6 наблюдается обратная ситуация. Это позволяет с некоторой степенью условности говорить, что у ведущих журналов дефицитным является все-таки фактор репутации и именно за него разворачивается основная конкурентная борьба.

Для углубления понимания феноменов научного уровня и репутации журналов воспользуемся генеральной гипотезой, согласно которой между этими двумя сторонами жизни журналов имеется

связь. Другая гипотеза, которая представляется совершенно естественной, состоит в том, что репутация (популярность) журнала зависит от достигнутого им научного уровня: чем выше одно, тем выше другое. Однако проведенные расчеты показывают, что линейную регрессию между репутацией и научным уровнем построить не удастся — свободный член систематически оказывается незначимым. В связи с этим была проверена альтернативная гипотеза о том, что научный уровень является производной величиной от репутации. Как ни парадоксально, но эта гипотеза находит эконометрическое подтверждение:

$$\begin{aligned} Lev &= 3,47 + 0,51 Rep \\ &\quad (0,67) \quad (0,11) \end{aligned} \quad (1)$$
$$N=20; R^2=0,54; F=21,4,$$

где N — число наблюдений; R^2 — коэффициент детерминации; F — F -статистика; под коэффициентами регрессий в скобках указаны значения стандартных ошибок.

Полученная модель (1) удовлетворяет основным статистическим тестам и тем самым фиксирует некий рыночный парадокс, в соответствии с которым репутация журналов является главной движущей силой, которая порождает их научный уровень и, судя по всему, другие качественные параметры. Как можно объяснить данный эффект?

Здесь возможны два объяснения — техническое и содержательное. Первое состоит в том, что репутация имеет большую волатильность, чем научный уровень, в связи с чем часть дисперсии репутации принципиально не может быть объяснена менее подвижной переменной — научным уровнем. Действительно, средняя и дисперсия для репутации составляют 5,9 и 3,1, тогда как для научного уровня — 6,5 и 1,5². Второе объяснение состоит в том, что репутация предоставляет журналу ресурс, необходимый для достижения более высокого научного уровня; в противном случае высокий академический стандарт (выше 5 баллов) обеспечить чрезвычайно трудно.

Второе объяснение может быть пояснено на конкретных примерах. Так, журнал «Вопросы экономики», по мнению подавляющего большинства экспертов, за последние пять-шесть лет существенно повысил свой научный уровень. Однако еще до начала указанной трансформации данный журнал был самым популярным периодическим изданием в области экономики. Именно этот факт позволил редакции журнала повышать требования к статьям и авторам без видимого ущерба для своего портфеля. Этот пример касается зрелой фазы жизни журнала, однако нечто подобное происходит и на старте, когда академическое издание только начинает свою деятельность.

² Оценки научного уровня лежат в интервале (4; 9), а репутации — в интервале (3; 10).

В данном случае можно привести пример «Журнала Новой экономической ассоциации», который обеспечил высокий научный уровень своих статей благодаря высокой профессиональной репутации его основателя и главного редактора В. М. Полтеровича и созданной им национальной ассоциации. Именно персональный авторитет главы журнала, а также его личные связи со многими продуктивными экономистами страны позволили ему привлечь их и тем самым в сжатые сроки заложить основы для высококачественного контента журнала.

Нельзя обойти вниманием еще один тонкий вопрос относительно репутации. Дело в том, что диалог с экспертами показывает, что наряду с понятием репутации журнала существует дополнительное понятие — желание печататься в нем, причем эти два явления во многих случаях могут сильно различаться. Для иллюстрации возможных различий в них в последнем столбце табл. 3 приведены оценки желания печататься одного из опрошенных экспертов. Так, если репутация выражает некое консолидированное общественное мнение относительно престижности журнала, то желание печататься несет в себе субъективные пристрастия и ситуативную нагрузку. Например, для данного эксперта такие общепризнанные журналы, как «Мировая экономика и международные отношения» и *Terra Economicus*, имеют нулевую ценность. Провал первого издания связан с тем, что эксперт идентифицирует его не как экономический, а как политологический журнал, а провал второго — с тем, что оно попало в «черный список журналов» ВШЭ, в которых сотрудникам вуза публиковаться категорически не рекомендуется.

Приведенные примеры демонстрируют, насколько сложными могут быть отношения между авторами и академическими журналами. В любой момент может возникнуть фактор, который выступит в качестве мощного внешнего шока для конкретного научного издания и изменит его позиции в существующих рейтингах. Этими шоками во многом и вызвана наблюдаемая неустойчивость АС.

4. Факторы, сдерживающие академический успех журналов

Рассмотренные сдвиги в раскладе сил ведущих экономических журналов страны детерминируются не только общими экономическими эффектами и закономерностями, но и конкретными стратегиями их руководителей. Удачная стратегия позволяет «поймать» действующие закономерности и использовать их в свою пользу, в противном случае журнал идет против рынка и теряет свои позиции. К настоящему моменту экспертный анализ рынка экономических журналов позволяет выделить несколько групп типовых ошибок, которые во многих случаях создают серьезные препятствия для успеха академических изданий. Ниже рассмотрим их более подробно.

1. *Неудачное название журналов.* Возможность построения сильного бренда научного журнала во многом предопределяется начальной стадией его создания — в момент формирования названия. Памятуя известный принцип «Как корабль назовешь, так он и поплывет», рассмотрим некоторые ошибки российских экономических журналов, которые в ряде случаев осложняют, а порой и исключают их дальнейший успех. При этом акцент сделаем на тех журналах, которые действительно либо уже являлись лидерами научного рынка, либо претендовали на эту роль.

Прежде всего, в российской традиции до сих пор присутствует стремление к неприкрытой аффилиации журнала к материнской организации. Сегодня в стране существуют сотни журналов с названием «Вестник» или «Известия». Например, «Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика» или «Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление». Такие названия изначально настраивают на то, что рассматриваемые журналы являются *локальными* изданиями, а потому они не могут претендовать на роль общероссийских или международных журналов. Кроме того, большинство авторов сегодня попросту не желает публиковаться в «местных» изданиях с ориентацией на сотрудников конкретной организации. Плюс к этому указанные названия недостаточно четко очерчивают предметную область журнала на фоне лишних слов («серия 6» и т. п.), а потому в отношении них возникает «расфокусировка» интереса и дезориентация потенциальных потребителей.

Надо сказать, что указанный *синдром «Вестника»* (будем так называть феномен присутствия в названии журнала ссылки на материнскую организацию) имеет под собой рациональную основу. Дело в том, что, например, «Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика» до сих пор имеет неплохую репутацию благодаря не столько своему контенту и научному уровню, сколько мощному бренду материнской организации. Можно предположить, что если бы не данное название, то этот журнал вообще оказался бы на периферии отечественного рынка экономических журналов. Вместе с тем имеется и прямо противоположная ситуация, когда популярность журнала высокого уровня сдерживается его неудачным названием. Типичным примером может служить «Экономический журнал Высшей школы экономики», который вполне оправданно претендует на высокоуровневое научное издание, но в глазах большинства авторов имеет низкую репутацию (табл. 3), прежде всего из-за своего названия.

Примечательно, что синдром «Вестника» со временем не искореняется, а продолжает воспроизводиться в новых аранжировках. Например, в 2007 году начал выходить журнал «Вестник Института экономики Российской академии наук», в котором можно наблюдать

своеобразный двойной синдром «Вестника»: в нем присутствует не только материнская организация (Институт экономики), но и ведомственный бренд (Российская академия наук). Такое двойное «прикрытие» журнала является пережитком советской традиции, когда в официальных названиях многих институтов присутствовала их ведомственная принадлежность. Заметим, что если для некоторых российских экономистов названные два бренда что-то значат, то для мирового сообщества они не несут никакой смысловой нагрузки. Можно смело утверждать, что, несмотря на определенные успехи названного журнала, его дальнейшее продвижение не только на международном, но и на общероссийском научном рынке будет сильно осложнено именно в силу нецелевого названия.

В качестве международного контрпримера синдрома «Вестника» можно привести один из самых престижных экономических журналов в мире — *Journal of Political Economy*, издаваемый Чикагским университетом. В данном случае мы имеем образец того, как в названии журнала конструктивно обозначена предметная область, а материнский бренд отсутствует. Фактически здесь мы видим, что научный журнал выступает в качестве средства усиления университетского бренда, тогда как в России всё наоборот — бренд материнской организации призван усилить престиж и позиции журнала. Более того, в России вузы часто следуют синдрому «Вестника» для того, чтобы лишний раз напомнить миру о своем существовании. Разумеется, такая мотивация характерна в основном для очень молодых и сугубо локальных организаций.

Надо сказать, что синдром «Вестника» присущ в той или иной степени даже вполне респектабельным экономическим изданиям. Например, «Журнал Новой экономической ассоциации» также «прикрылся» своей материнской организацией. Хотя статус НЭА является общенациональным, такая практика хотя бы частично, но все-таки противоречит международным стандартам. Например, Американская экономическая ассоциация (*The American Economic Association*) издает журналы «Американское экономическое обозрение» (*The American Economic Review*), «Журнал экономической литературы» (*The Journal of Economic Literature*) и «Журнал экономических перспектив» (*The Journal of Economic Perspectives*), однако прямое упоминание ассоциации в названиях везде отсутствует. Аналогичным образом британский *The Economic Journal* издается под эгидой Королевского экономического общества (*The Royal Economic Society*) без его упоминания в названии журнала. В данном случае руководство НЭА последовало не позитивному примеру США и Великобритании, а примеру европейской бюрократии, где подобная практика имеет место.

Между тем нельзя не отметить и тот факт, что осознание важности и ценности удачного названия журнала в российском сообществе

идет полным ходом. Типичным примером тому служит журнал *Terra Economicus*, который выходит с 2003 года, но до 2009-го издавался под названием «Экономический вестник Ростовского государственного университета». В данном случае руководство журнала вовремя осознало, что со старым названием выйти даже на общероссийский уровень будет практически невозможно.

Вместе с тем смена названия журнала, безусловно, является крайне нежелательным, а в ряде случаев и недопустимым действием. И если такая акция все же осуществляется, то она должна быть предельно эффективной и продуманной. Примером неудачной смены названия может служить журнал «Плановое хозяйство», который выходил с 1924 года и был старейшим экономическим изданием страны, но в 1991 году взял новое имя — «Экономист». Помимо потери почти 70-летней истории данное название вызвало дополнительную коллизию: во-первых, в мире уже имелось очень авторитетное британское издание под такой же вывеской — *The Economist*; во-вторых, новое название соответствовало не столько академическому изданию, сколько популярному публицистическому еженедельнику.

Можно привести и случаи, когда возникающие в России новые журналы берут названия, которые не учитывают англоязычные аналоги, тем самым дублируя имена более старых и престижных изданий и ставя себя в самое невыгодное положение. Типичным примером данной стратегии служит «Журнал экономической теории», издаваемый в Екатеринбурге и своим названием продублировавший одно из престижнейших международных экономических изданий — *Journal of Economic Theory*. Такие коллизии в названиях журналов перекрывают отечественным изданиям возможность активно продвигаться в западных библиометрических системах.

Резюмируя сказанное, можно сформулировать модель успешного журнального бренда: название журнала должно быть предельно коротким, максимально точно очерчивать предметную область и задавать ее специфику; название материнской организации категорически не должно фигурировать в названии журнала; при наличии у журнала позитивной истории его название можно менять только в самом крайнем случае. В качестве примеров удачно сконструированных брендов можно привести такие отечественные издания, как «Пространственная экономика» и «Прикладная эконометрика».

2. Игнорирование академической эстетики. Следует признать, что западные страны выступают образцом издания академических журналов. Хотя роль печатных версий научных журналов становится меньше, полностью она не нуллифицируется. В связи с этим целесообразно сравнить эстетические стандарты издания отечественных и лучших американских и британских экономических изданий. При этом сразу укажем на тот факт, что внешний вид журнала и его эрго-

номические характеристики по-прежнему играют определенную роль в формировании отношения к нему со стороны научного сообщества.

Двумя наиболее важными ошибками данного рода, на наш взгляд, являются: неудачный (слишком большой) формат журнала, отсутствие его наименования на корешке и некачественная обложка. В первом случае журнал вызывает неудобства при чтении, размещении в сумках и на стандартных книжных полках; во втором — выставленные журналы на полках в библиотеке оказываются «безымянными» и провоцируют своеобразный *синдром анонимности*; в третьем — обложка быстро приходит в негодность и журнал теряет достойный внешний вид. Помимо всего прочего, увеличенный формат журнала характерен в основном для так называемых гляцевых изданий, которые продаются в киосках и свою внешнюю вычурность противопоставляют академической строгости. Сегодня эстетическими образцами академических изданий, на наш взгляд, могут выступать такие американские журналы, как *The American Economic Review* и *Journal of Political Economy*, и британский *The Economic Journal*.

Несмотря на простоту перечисленных эстетических принципов, они постоянно нарушаются отечественными экономическими изданиями. Среди «нарушителей» числятся «Экономика и математические методы», «Мировая экономика и международные отношения», *Terra Economicus*, «Журнал институциональных исследований» и другие. Для этих журналов характерен синдром анонимности и низкая эргономичность. Никаких веских аргументов, в том числе финансовых, в пользу подобной политики нет. Например, «Экономика и математические методы» и «Мировая экономика и международные отношения» до определенного момента издавались по всем канонам академических журналов, однако при смене издательства они поменяли свой имидж в худшую сторону. В основе такой перемены лежит нежелание руководства журналов отстаивать эстетические принципы перед издателем, которому выгоден увеличенный формат по техническим соображениям. Между тем, например, руководство «Проблем прогнозирования» не пошло на поводу у издателя и жестко настояло на сохранении своего прежнего имиджа и формата.

Для придания отечественным изданиям большего академического лоска их руководству следует проявлять больше принципиальности при формировании внешнего вида своих журналов. К разряду образцовых по признаку академической эстетики можно отнести «Прикладную эконометрику», «Журнал Новой экономической ассоциации», «Вопросы экономики» и «Пространственную экономику».

3. *Невыполнение критерия общероссийского издания.* Многие экономические журналы, особенно страдающие синдромом «Вестника», ориентированы на узкий круг авторов, преимущественно из материнской организации или из материнского региона. Такой подход при-

водит к тому, что подобные издания воспринимаются как локальные, на страницы которых доступ авторов со стороны затруднен. В ряде случаев локальность издания делает публикацию на его страницах неинтересной для ведущих экономистов страны. Тем самым возникает патовая ситуация, когда вполне качественный журнал не может претендовать на общероссийское издание и сдвигается на периферию интересов научной общественности. Из табл. 4 видно, что на сегодняшний день ситуация в отношении данного критерия является не самой радужной (под материнскими организациями понимаются институты и вузы, с которыми формально или неформально связаны журналы). Например, такие издания, как «Экономический журнал Высшей школы экономики» и «Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8: Менеджмент» никак не могут выступать в качестве общенациональных научных изданий и пока остаются откровенно местными изданиями, хотя и высокого качества. Опросы показывают, что руководство ВШЭ оправдывает эту ситуацию тем обстоятельством, что научному уровню, задаваемому журналами вуза, соответствуют преимущественно работники самого этого вуза, а на понижение уровня журналы не готовы идти. Не оспаривая эту позицию, укажем лишь, что такой подход, судя по всему, лежит в основе того, что репутация «Экономического журнала Высшей школы экономики» почти в 2 раза ниже его научного уровня (табл. 3).

Т а б л и ц а 4

Доля статей авторов из материнской компании в общем контенте журналов

№	Журналы	Материнская компания	2014	2015
1	«Вопросы экономики»	Институт экономики РАН	8,8	4,0
2	«Российский журнал менеджмента»	Санкт-Петербургский государственный университет	32,3	43,5
3	«Экономика и математические методы»	ЦЭМИ РАН	40,5	30,2
4	«Экономический журнал Высшей школы экономики»	Высшая школа экономики	95,7	75,0
5	«Прикладная эконометрика»	Московский финансово-промышленный университет «Синергия»	0,0	0,0
6	«Журнал Новой экономической ассоциации»	ЦЭМИ РАН + Институт экономики РАН	34,5	6,3
7	«Корпоративные финансы»	Высшая школа экономики	58,8	46,7
8	«Форсайт»	Высшая школа экономики	70,0	45,0
9	«Проблемы управления»	Институт проблем управления им. В. А. Трапезникова РАН	45,9	46,4
10	<i>Terra Economicus</i>	Южный федеральный университет	19,3	19,4
11	«Экономическая политика»	РАНХиГС + Институт Гайдара	61,2	47,5
12	«Пространственная экономика»	Институт экономических исследований Дальневосточного отделения РАН	65,9	52,3
13	«Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8: Менеджмент»	Санкт-Петербургский государственный университет	80,8	72,0

Многие журналы уже приступили к расширению авторского пула, однако некоторые издания по-прежнему придерживаются консервативной позиции. Так, например, журнал «Проблемы прогнозирования», который одним из первых в России стал выходить на двух языках (русском и английском) и вошел в базы Scopus и WoS, остается журналом при Институте народнохозяйственного прогнозирования (ИНП) РАН и преимущественно для ИНП. Позиция его руководства состоит в том, что сам журнал должен презентовать научной общественности те работы, которые выполняются в материнском институте. Причем журнал готов идти до конца в этой позиции — даже если научные результаты ИНП РАН будут достаточно обширными и страницы «Проблем прогнозирования» будут на 100% заполнены работами сотрудников института, то даже в этом случае ограничений на публикацию «своих» авторов введено не будет. Фактически страницы журнала для внешних авторов открываются по мере возникновения у него «вакантных» страниц, то есть не занятых статьями сотрудников ИНП РАН. Такая позиция имеет под собой определенную основу, однако с учетом того, что ИНП РАН является относительно небольшой организацией, поддерживать высокий уровень качества и разнообразия статей журнала без внешней подпитки довольно проблематично. В перспективе это может сказаться на рейтинговой позиции «Проблем прогнозирования». На наш взгляд, именно этим обстоятельством во многом и объясняется неустойчивость вхождения названного издания в АС отечественных журналов.

4. *Недостатки контент-политики.* Зачастую сегодняшние экономические журналы России грешат либо избытком, либо недостатком каких-то элементов контента на своих страницах. Одним из проявлений первого выступает *избыточное присутствие главного редактора*, проявляющееся в наличии вступительной статьи главного редактора в каждом номере журнала. Например, в *Terra Economicus* для этого создана специальная рубрика «Слово редактора», а в «Пространственной экономике» и журнале «Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз» — рубрика «От главного редактора». Подчеркнем, что, независимо от качества заметок главных редакторов, такая традиция нарушает сложившиеся международные академические нормы и тем самым резко снижает «академический градус» издания. В основе подобных действий, как правило, лежит стремление редакторов структурировать материал номера, обозначить главную тему и отреагировать на текущие события. Однако западные академические издания международного уровня на такие «трюки» не идут, а если и стараются оживить свой контент, то практикуют иные способы. Например, в *Journal of Political Economy* печатаются рецензии на новые и зачастую скан-

дальние книги, получившие широкий резонанс в научном мире и среди широкой общественности (например, на книгу Т. Пикетти «Капитал в XXI веке» [Blume, Durlauf, 2015; Krusell, Smith, 2015]). В ряде случаев академические издания идут на публикацию кратких комментариев на «экзотические» темы с элементом исторической интриги и юмора. Так, в уже упомянутом *Journal of Political Economy* обсуждался с позиций современной экономической теории феномен Золушки [Glaeser, 1992]. Однако такие ювелирные действия редакции, направленные на интеграцию юмора, экономической экзотики и академической науки, пока не нашли распространения в российских изданиях.

Можно указать на еще одно типичное нарушение академических традиций в контент-политике многих российских изданий — наличие специальной рубрики для молодых ученых. Например, в журнале «Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз» имеется рубрика «Молодые исследователи», которая дает карт-бланш молодежи. Более того, данное издание ставит себе в заслугу такое стимулирование молодых исследователей. Однако для серьезного академического издания разделение статей по возрастному признаку их авторов недопустимо. Фактически оно означает искусственное разделение контента журнала на две части — более качественные статьи, написанные зрелыми специалистами, и менее качественные тексты, вышедшие из-под пера неофитов. Такие двойные стандарты бессмысленны для серьезных научных изданий.

Прямо противоположным явлением в некоторых журналах становится излишний академизм, перерастающий в сухость контента. Примером тому может служить «Прикладная эконометрика», которая во многом по указанной причине имеет незаслуженно низкие РИНЦ-показатели; похожая ситуация с «Экономикой и математическими методами». На наш взгляд, «срединный» путь реализовал «Журнал Новой экономической ассоциации», который не допускает избыточного присутствия редакторов на своих страницах, но предусмотрел специальную рубрику «Горячая тема», оживляющую и осовременивающую контент номеров. Такой подход находится на грани академических традиций, так как в прямом виде в западных журналах он не культивируется.

Стремление сделать журнал более популярным и читаемым иногда порождает практику, которая не вяжется с академическими традициями. Например, «Вопросы экономики» периодически печатают переводы известных статей западных экономистов. Такие материалы действительно вызывают читательский интерес, однако, будучи заимствованными из других академических журналов, они уже не являются оригинальным контентом издания и тем самым снижают его

академическое реноме. Перепечатка чужих материалов — это один из пережитков российского рынка экономических журналов.

В ряде случаев имеет место ослабление контента по идеологическим соображениям. Например, журнал «Мировая экономика и международные отношения» выбрал стратегию публикации статей без инструментальной составляющей. Более того, даже наличие таковой в присланной оригинальной статье принято «вырезать» (с согласия автора) с сохранением лишь самих эмпирических результатов. В итоге в среде экономистов «Мировая экономика и международные отношения» уже не рассматривается как экономический журнал [Муравьев, 2013]. В долгосрочной перспективе такая политика, скорее всего, не позволит журналу подняться в международных рейтингах выше некоторого минимального уровня.

5. Провалы в рецензировании. Огромное значение для привлечения или, наоборот, для отпугивания авторов имеет система рецензирования. Данный институт в России находится пока в зачаточном состоянии в силу разных обстоятельств. Между тем «проколы» в этом направлении деятельности могут самым плачевным образом сказаться на портфеле журнала. Особую роль здесь играет эффект первичного провала в рецензировании, когда первое знакомство автора с журналом заканчивается отрицательной и не слишком объективной и профессиональной рецензией. В этом случае автор, как правило, вычеркивает журнал из списка изданий, с которыми он собирается сотрудничать, а сам журнал теряет его будущие статьи, в которых может быть заинтересован. Если подобное происходит после ряда удачных взаимодействий автора с изданием, то, как правило, автор продолжает сотрудничество с журналом, однако на начальном этапе взаимного знакомства подобные действия губительны.

Иногда процесс рецензирования приобретает излишне критический настрой: рецензент нацелен не на выявление конструктивных и интересных моментов в статье, а на обширную критику рассматриваемого текста. Например, в «Вопросах экономики» имела место ситуация, когда на 20-страничную статью был получен отрицательный отзыв на 11 страницах. Подобные критические перекосы не просто раздражают авторов, но и порождают у них отторжение данного издания — причем в качестве как авторов, так и читателей. Тем самым для журнала это оборачивается двойной потерей.

Указанные сбои в системе рецензирования часто объясняются неправильным настроем главных редакторов и редакции. В этой связи можно указать на дискуссию, развернувшуюся в Российском государственном гуманитарном университете в 2017 году, в ходе которой главный редактор журнала «Высшее образование в России» высказал мнение о том, что сегодня главный редактор академического издания превращается в разводящего логистика, который должен

только пересылать статьи рецензентам и печатать их лишь при положительном отзыве³. Его оппоненты указали на то обстоятельство, что роль главного редактора в нынешних условиях, наоборот, возрастает, так как именно он формирует пул адекватных рецензентов, задает политику рецензирования, коммуницирует с авторами и т. д. Только такой подход позволяет не просто забраковывать какие-то статьи, а выявлять среди них интересные и оригинальные и помогать авторам доводить эти статьи до нужной кондиции⁴. Данная позиция всё шире распространяется в академической среде, и всё большее число ведущих экономических журналов начинают придерживаться цивилизованной процедуры рецензирования.

Заключение

Проведенный анализ свидетельствует о том, что сегодня у многих журналов имеется масса недостатков, которые, судя по всему, в ближайшие годы будут активно устраняться. Контакты с представителями экономических изданий на специализированных семинарах и конференциях показывают, что многие из них чутко реагируют на критику и готовы исправлять допущенные ошибки и недочеты. Вместе с тем имеется и консервативная группа редакторов, которые с огромным трудом отказываются от своих пристрастий и тяжело принимают новые стандарты и ценности. По всей видимости, именно их личные качества и будут предопределять облик топ-листов любых рейтингов экономических журналов в последующие годы.

Перечисленные в данной статье эффекты и факторы, сдерживающие успех академических изданий, ни в коей мере не исчерпывают всего многообразия процессов на рынке экономических журналов, однако они могут быть использованы в качестве подсказок, способных в перспективе существенно повысить «академический градус» не только конкретных журналов, но и всей российской экономической науки.

Литература

1. Алескеров Ф. Т., Бадгаева Д. Н., Писляков В. В., Стерлигов И. А., Швыдун С. В. Значимость основных российских и международных экономических журналов: сетевой анализ // Журнал Новой экономической ассоциации. 2016. № 2(30). С. 193–205.
2. Алескеров Ф. Т., Писляков В. В., Субочев А. Н. Построение рейтингов журналов по экономике с помощью методов теории коллективного выбора. Препринт WP7. № 3. 2013.

³ Гуманитарные чтения РГГУ–2017 с участием Финансового университета // Неэргодическая экономика. 14.04.2017. <http://nonerg-econ.ru/cat/13/324/>.

⁴ Там же.

3. *Алескеров Ф. Т., Писляков В. В., Субочев А. Н., Чистяков А. Г.* Построение рейтингов журналов по менеджменту с помощью методов теории коллективного выбора. Препринт WP7. № 4. 2011.
4. *Балацкий Е. В., Екимов Н. А.* Опыт составления рейтинга российских экономических журналов // Вопросы экономики. 2015. № 8. С. 99–115.
5. *Балацкий Е. В., Юревич М. А.* Несбалансированность наукометрических РИНЦ-показателей российских экономистов // Журнал Новой экономической ассоциации. 2016. № 2(30). С. 176–180.
6. *Муравьев А. А.* О научной значимости российских журналов по экономике и смежным дисциплинам // Вопросы экономики. 2013. № 4. С. 130–151.
7. *Муравьев А. А.* Рейтинги российских журналов по экономике: сравнительный анализ // Материалы 4-й Междунар. науч.-практ. конф. «Научное издание международного уровня—2015: современные тенденции в мировой практике редактирования, издания и оценки научных публикаций», 26–29 мая 2015 г. / отв. ред. О. В. Кириллова. СПб.: Сев.-Зап. ин-т упр. — фил. РАНХиГС, 2015.
8. *Рубинштейн А. Я.* Ранжирование российских экономических журналов: научный метод или «игра в цыфирь»? // Журнал Новой экономической ассоциации. 2016. № 2(30). С. 162–175.
9. *Рубинштейн А. Я.* Журнал НЭА и его читатели: социологический очерк // Журнал Новой экономической ассоциации. 2011. № 12. С. 150–160.
10. *Рубинштейн А. Я.* О журнале НЭА и других экономических журналах: итоги опроса читателей // Журнал Новой экономической ассоциации. 2014. № 3(23). С. 175–187.
11. *Субочев А. Н.* Насколько различны существующие рейтинги российских научных журналов по экономике и менеджменту и как их объединить // Журнал Новой экономической ассоциации. 2016. № 2(30). С. 181–192.
12. *Третьякова О. В.* Рейтинг научных журналов экономических институтов РАН // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2015. № 5(41). С. 159–172.
13. *Шумилов А. В., Балацкий Е. В.* Академические рейтинги RePec: вопросы построения и роль российских участников // Журнал Новой экономической ассоциации. 2016. № 4(32). С. 111–138.
14. *Aleskerov F. T., Pislyakov V. V., Subochev A. N.* Ranking Journals in Economics, Management and Political Science by Social Choice Theory Methods. HSE Working Papers STI. No 27. 2014.
15. *Arrow K. J.* Social Choice and Individual Values. N. Y.: Wiley, 1951.
16. *Arrow K. J., Raynaud H.* Social Choice and Multicriterion Decision-Making. Cambridge: MIT Press, 1986.
17. *Blume L. E., Durlauf S. N.* Capital in the Twenty-First Century: A Review Essay // Journal of Political Economy. 2015. Vol. 123. No 4. P. 749–777.
18. *Glaeser E. L.* The Cinderella Paradox Resolved // Journal of Political Economy. 1992. Vol. 100. No 2. P. 430–432.
19. *Guerrero-Bote V. P., Moya-Anegón F.* A Further Step Forward in Measuring Journals' Scientific Prestige: The SJR2 Indicator // Journal of Informetrics. 2012. Vol. 6(4). P. 674–688.
20. *Krusell P., Smith Jr. A. A.* Is Piketty's "Second Law of Capitalism" Fundamental? // Journal of Political Economy. 2015. Vol. 123. No 4. P. 725–748.
21. *Waltman L., Yan E.* PageRank-Related Methods for Analyzing Citation Networks // Measuring Scholarly Impact: Methods and Practice / Y. Ding, R. Rousseau, D. Wolfram (eds.). N. Y.: Springer, 2014. P. 83–100.

Evgeny V. BALATSKY, Dr. Sci. (Econ.), Professor. Center for Macroeconomic Research of the Financial University under the Government of the Russian Federation (4, 4-y Veshnyakovskiy proezd, Moscow, 109456, Russian Federation).

E-mail: evbalatsky@inbox.ru

Natalia A. EKIMOVA, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor. Center for Macroeconomic Research of the Financial University under the Government of the Russian Federation (4, 4-y Veshnyakovskiy proezd, Moscow, 109456, Russian Federation).

E-mail: n.ekimova@bk.ru

Competition of Economic Journals in Russia: Results of the Three Waves of Ranking

Abstract

The article discusses the dynamics of the list of the leading economic journals of the country in the Ranking of the Leading Economic Journals in 2013–2015 created by the authors with the support of the Financial University under the Government of the Russian Federation in the framework of the annual monitoring and ranking of the market of economic research. The authors show instability of the market of economic journals and identify publications that consistently hold the leading position. There are several qualitatively heterogeneous groups of periodicals in the Russian market of trade magazines which include magazines-aggressors and stagnating periodicals. That allows us to make a conclusion about high intensity of the competitive struggle in the market of economic journals stabilization of which can be expected not earlier than in 3–4 years. The article also examines the struggle for international status which is unfolding parallel to the struggle for a place in the Russian magazines market. We trace connection between scientific quality and reputation of journals on the basis of external expert survey of the country's leading economists held for the purpose of implementing a limited verification of the generated rating of the product. We draw a paradoxical conclusion that the scientific level of a journal depends on its reputation (popularity). The article gives an economic interpretation of the revealed connection and provides its illustrative examples; the distinction between the reputation of a magazine and people's wishes to be published in it is also examined. The authors dwell on typical errors that impede the success of economic journals and reveal their nature and importance using specific examples. The most common mistakes are: ill-considered name of a magazine; disregard of academic aesthetics; failure to fulfill the criterion of an All-Russia periodical; shortcomings of the content-policy; failures in peer review.

Keywords: market of economic journals, ranking, academic level, academic reputation.

JEL: A11, C65, I23.

References

1. Aleskerov F. T., Badgaeva D. N., Pislyakov V. V., Sterligov I. A., Shvydun S. V. Znachimost' osnovnykh rossiyskikh i mezhdunarodnykh ekonomicheskikh zhurnalov: setevoy analiz [An Importance of Russian and International Economic Journals: A Network Approach]. *Journal of the New Economic Association*, 2016, no. 2(30), pp. 193-205.

2. Aleskerov F. T., Pislyakov V. V., Subochev A. N. Postroenie reytingov zhurnalov po ekonomike s pomoshch'yu metodov teorii kollektivnogo vybora [Ranking Economic Journals Using Social Choice Theory Methods]. *Working Paper WP7*, no. 3, 2013.
3. Aleskerov F. T., Pislakov V. V., Subochev A. N., Chistiakov A. G. Postroenie reitingov zhurnalov po menedzhmentu s pomoshch'yu metodov teorii kollektivnogo vybora [Rankings of Management Science Journals Constructed by Methods of Social Choice Theory]. *Working Paper WP7*, no. 4, 2011.
4. Balatsky E. V., Ekimova N. A. Opyt sostavleniya reytinga rossiyskikh ekonomicheskikh zhurnalov [An Experience of Ranking Russian Economic Journals]. *Voprosy ekonomiki*, 2015, no. 8, pp. 99-115.
5. Balatsky E. V., Yurevich M. A. Nesbalansirovannost' naukometricheskikh RINTs-pokazateley rossiyskikh ekonomistov [The Misalignment of Russian Economists' Scientometric Indicators in RISC]. *Journal of the New Economic Association*, 2016, no. 2(30), pp. 176-180.
6. Murav'ev A. A. O nauchnoy znachimosti rossiyskikh zhurnalov po ekonomike i smezhnym distsiplinam [On Scientific Value of Russian Journals in Economics and Related Fields]. *Voprosy ekonomiki*, 2013, no. 4, pp. 130-151.
7. Murav'ev A. A. Reitingi rossiyskikh zhurnalov po ekonomike: sravnitel'nyy analiz [Rankings of Russian Economic Journals: A Comparative Analysis]. In: O. V. Kirillova (ed.). *Materialy 4-y Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. "Nauchnoe izdanie mezhdunarodnogo urovnya-2015: sovremennye tendentsii v mirovoy praktike redaktirovaniya, izdaniya i otsenki nauchnykh publikatsiy"* [Materials of the 4th International Research and Practice Conference "Scientific Publication of International Level in 2015: Current Trends in World Practice of Editing, Publication and Evaluation of Scientific Publications"]. SPb., North-West Institute of Management - RANEPa, 2015.
8. Rubinstein A. Ya. Ranzhirovanie rossiyskikh ekonomicheskikh zhurnalov: nauchnyy metod ili "igra v tsyfry"? [Ranking of Russian Economic Journals: The Scientific Method or "Numbers Game"?]. *Journal of the New Economic Association*, 2016, no. 2(30), pp. 162-175.
9. Rubinstein A. Ya. Zhurnal NEA i ego chitateli: sotsiologicheskii ocherk [Journal of NEA and Its Readers: A Sociological Essay]. *Journal of the New Economic Association*, 2011, no. 12(30), pp. 150-160.
10. Rubinstein A. Ya. O zhurnale NEA i drugikh ekonomicheskikh zhurnalakh: itogi oprosa chitateley [On the Journal of the NEA and Other Economic Journals: Results of a Readers' Survey]. *Journal of the New Economic Association*, 2014, no. 3(23), pp. 175-187.
11. Subochev A. N. Naskol'ko razlichny sushchestvuyushchie reytingi rossiyskikh nauchnykh zhurnalov po ekonomike i menedzhmentu i kak ikh ob"edinit' [How Different Are the Existing Ratings of Russian Economic Journals and How to Unify Them?]. *Journal of the New Economic Association*, 2016, no. 2(30), pp. 181-192.
12. Tret'yakova O. V. Reyting nauchnykh zhurnalov ekonomicheskikh institutov RAN [Ranking of Scholarly Journals of Economic Institutes of the Russian Academy of Sciences]. *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz* [Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast], 2015, no. 5(41), pp. 159-172.
13. Shumilov A. V., Balatsky E. V. Akademicheskie reytingi RePEC: voprosy postroeniya i rol' rossiyskikh uchastnikov [RePEC Academic Rankings: Construction Issues and the Role of Russian Participants]. *Journal of the New Economic Association*, 2016, no. 4(32), pp. 111-138.
14. Aleskerov F. T., Pislyakov V. V., Subochev A. N. Ranking Journals in Economics, Management and Political Science by Social Choice Theory Methods. *HSE Working Papers STI*, no. 27, 2014.
15. Arrow K. J. *Social Choice and Individual Values*. N. Y., Wiley, 1951.

16. Arrow K. J., Raynaud H. *Social Choice and Multicriterion Decision-Making*. Cambridge, MIT Press, 1986.
17. Blume L. E., Durlauf S. N. Capital in the Twenty First Century: A Review Essay. *Journal of Political Economy*, 2015, vol. 123, no. 4, pp. 749-777.
18. Glaeser E. L. The Cinderella Paradox Resolved. *Journal of Political Economy*, 1992, vol. 100, no. 2, pp. 430-432.
19. Guerrero-Bote V. P., Moya-Anegón F. A Further Step Forward in Measuring Journals' Scientific Prestige: The SJR2 Indicator. *Journal of Informetrics*, 2012, vol. 6(4), pp. 674-688.
20. Krusell P., Smith Jr. A. A. Is Piketty's "Second Law of Capitalism" Fundamental? *Journal of Political Economy*, 2015, vol. 123, no. 4, pp. 725-748.
21. Waltman L., Yan E. PageRank-Related Methods for Analyzing Citation Networks. In: Y. Ding, R. Rousseau, D. Wolfram (eds.). *Measuring Scholarly Impact: Methods and Practice*. N. Y., Springer, 2014, pp. 83-100.