



Захаров О. Г.

Захаров О. Г.,
заместитель начальника управления
по качеству ООО «НТЦ «Механотроника»

1. Несомненно, сильные стороны журнала «Энергоэксперт» уже видны в его названии, поэтому читатель ожидает, что на страницах журнала будет отражено мнение наиболее авторитетных специалистов в области энергетики. Залогом служит и состав редакционной коллегии, в которой представлены специалисты из различных областей энергетики. Однако для придания журналу характера экспертного издания этого недостаточно. Важно чаще привлекать экспертов, точка зрения которых не совпадает с широко распространенной. Экспертов, которые не будут тосковать по государственной энергетике, а будут оценивать современное состояние российской энергетики по «гамбургскому счету», без оглядки на традиционные мнения, выдвигать идеи, побуждающие к размышлению.

Сравнивая содержание нескольких выпусков журнала «Энергоэксперт» нельзя не обратить внимания на рубрики. И если рубрики «Быть в курсе», «Теория» и «Практика» не особо нуждаются в каком-то названии, то для рубрики «Главная тема» («Тема номера») желательно придумывать название, чтобы обратить внимание на то, что объединяет материал, размещенный в ней.

Как любое современное техническое издание, журнал «Энергоэксперт» неизбежно вынужден балансировать между рекламными и техническими текстами. Но здесь ва-

жен не только баланс объемов, важно новое качество рекламных материалов. Поэтому размещение в одной рубрике («Энергоэксперт», № 1, 2015) статьи «Новые идеи для воздушных линий электропередачи» справочного материала по проводам нового поколения и традиционных рекламных вставок дают пример сбалансированного соотношения рекламы и авторского текста.

О заголовках. Как известно, заголовок материала должен «цеплять», привлекать внимание читателя. У вас это не всегда происходит. Вот примеры: «О причинах повреждений электромагнитных измерительных трансформаторах напряжения 110–500 кВ и мерах по повышению их надежности». Или: «О комплексном подходе к организации системы ближнего резервирования системы релейной защиты и организации системы оперативного тока». Но есть и примеры очень удачных заголовков, например «Революция в испытаниях трансформаторов тока». Прочтя такой заголовок, поневоле захочешь узнать – какая же революция произошла в такой консервативной области техники?

2. В первую очередь следует радикально изменить характер большинства иллюстраций, и перейти от статических многофигурных композиций к современным иллюстрациям, динамичным, отражающим другой ритм жизни.

И, как я уже сказал ранее, следует расширить круг привлекаемых экспертов, экспертов имеющих иной взгляд на обсуждаемые на страницах журнала материалы.



Зихерман М.Х.

Зихерман М. Х.,
ОАО «НТЦ ФСК ЕЭС», к.т.н.

1. Современный научно-технический журнал, с моей точки зрения, должен решать три задачи:

- повышать уровень компетентности читателей;
- зарабатывать прибыль;
- прославлять начальство.

Глядя на ваши страницы, можно констатировать, что с третьей задачей вы совсем не справляетесь. Да и с рекламой у вас не так густо, как, вероятно, хотелось бы. А значит

вы не можете выколлотить деньги из уважаемых рекламодателей, а у всех подозрительных, как я понимаю, сами не берете. Остается первая задача, с которой вы, с риском для жизни, прекрасно справляетесь, за что вам огромное спасибо – и от читателей, и от авторов. Которым, кстати, вы не платите (и, по моему, правильно делаете, так как печататься в вашем журнале – уже сама по себе большая награда).

2. Так что ничего улучшать не надо, оставайтесь самим собой!