



POLITYKA WYDAWNICZA IMGW-PIB

1. Zadaniem prowadzonej przez IMGW działalności wydawniczej jest w szczególności:

- propagowanie wiedzy o klimacie, pogodzie oraz roli wody w środowisku Ziemi;
- edukowanie społeczeństwa, w tym przede wszystkim dzieci i młodzieży szkolnej;
- przedstawianie wyników prac badawczych realizowanych w Instytucie;
- rozwój kadry eksperckiej, w tym kadry naukowo-badawczej;
- wymiana wiedzy ze środowiskiem naukowym w Polsce i za granicą;
- budowanie spójnego wizerunku Instytutu na poziomie krajowym i międzynarodowym.

2. W ramach działalności wydawniczej IMGW-PIB publikuje:

- czasopismo naukowe MHWB;
- magazyn Obserwator;
- monografie naukowe przedstawiane do przewodów doktorskich i habilitacyjnych;
- książki popularyzujące wiedzę z zakresu nauk o Ziemi;
- materiały edukacyjne;
- monografie naukowe zamawiane i inne wynikające z zobowiązań wobec współpracujących z IMGW-PIB instytucji.

3. Działalność wydawnicza IMGW-PIB jest organizowana i realizowana w Zespole Komunikacji. Prace wydawnicze planuje, koordynuje i zatwierdza specjalista ds. contentu.

4. W przypadku prac o charakterze naukowym przeprowadzane są konsultacje eksperckie z Pełnomocnikiem ds. Działalności Naukowej.

5. IMGW-PIB prowadzi działalność wydawniczą zgodnie z obowiązującymi na świecie i w Polsce standardami – polskimi normami wydawniczymi oraz zasadami etyki publikacyjnej zgodnymi z wytycznymi Komitetu do spraw Etyki Publikacyjnej (COPE).

6. Instytut zapewnia wszystkim stronom uczestniczącym w procesie wydawniczym najwyższe standardy współpracy, tak aby nie zachodziły między nimi konflikt interesów, korzystając m.in. z takich narzędzi jak „double-blind peer review”, „ghostwriting” oraz „guest authorship”. Redakcja zachowuje zasady pełnej poufności, a więc nie ujawnia osobom nieupoważnionym żadnych informacji na temat zgłaszanych do publikacji prac.

7. Produkty działalności wydawniczej IMGW-PIB są udostępniane publicznie w Internecie, w formie elektronicznej, bezpłatnie, na zasadach Open Access i na określonych licencjach Creative Commons. Wybrane produkty realizowane są w druku i dystrybuowane przez Zespół Komunikacji klientów.

8. Instytut prowadzi również komercyjną działalność wydawniczą. Zasady realizowania produktów komercyjnych regulują każdorazowo indywidualne umowy wydawnicze.

9. Uzupełnieniem działalności wydawniczej w zakresie komunikacji zewnętrznej ze społeczeństwem i klientami jest aktywność IMGW-PIB w Social Mediach.

10. Koordynacją Polityki Wydawniczej IMGW-PIB zajmuje się Zespół Komunikacji – content@imgw.pl.