

О возможных мерах  
государственной  
поддержки научно-  
популярного книгоиздания

Сергей Попов

# Дополнение о мотивации ученых

В настоящее время ученые, в среднем, не заинтересованы в популяризации своих результатов, ибо это никак не отражается на исследованиях.

На мой взгляд, это завязано на излишне кулуарные механизмы финансирования науки, особенно крупных проектов, а также на малую конкуренцию между университетами и институтами.

**Все жители ходят босиком не потому, что нет обуви,  
а потому что нет в ней нужды.**

# Два типа популяризации



I. Массовая популяризация



II. Талантливые школьники

## **АНАЛОГИЯ: ФИЗКУЛЬТУРА И СПОРТ**

Две группы (две целевые аудитории) существенно отличаются друг от друга по мотивации, целям, уровню подготовки и тп. Соответственно, нужны два разных подхода к популяризации.

# Популяризация для «олимпийского резерва»

- Плюсы.  
В этой области у нас есть хорошие традиции, есть хорошие авторы.
- Распространение  
Не рыночное. Прямые поставки в библиотеки и тп.
- Эффективность.  
Прямой эффект на короткой (несколько лет) шкале времени.
- Сложности при реализации.  
В связи с нерыночным механизмом распространения возникают коррупционные риски и возможность злоупотреблений (выбор издательства, контроль за качеством и тп.)
- Сейчас этот сегмент не развит.

# Массовая популяризация

- Рыночное распространение
- Тиражи пока будут небольшими (на уровне 5 тысяч)
- Размытая целевая группа
- Нет быстрого прямого эффекта
- Мало опыта

**ТЕМ НЕ МЕНЕЕ, ЗАНИМАТЬСЯ ЭТИМ НАДО!**

Сейчас несколько издательств уже выпускают книги, рассчитанные на массового читателя, как переводные, так и новые книги российских авторов.

Типичные тиражи 2-5 тысяч экземпляров. Пока ассортимент мал.

# Госпрограммы

В рамках ФЦП по научным кадрам запланирован достаточно большой объем средств на издание научно-популярной литературы (кроме того, запланирована поддержка создания сайтов).

Также в рамках нацпроекта «Образование» возможна поддержка выпуска научно-популярных материалов на различных носителях.

Важна разработка эффективных мер по использованию выделяемых средств.

# Схемы поддержки массовой популяризации

- ~~1. Public domain.  
При таком подходе предполагается свободное размещение книг в сети вскоре после опубликования, или даже до.  
(Издательства не заинтересованы в выпуске.)~~
- ~~2. Аналог программы РФФИ по изданию научной литературы.  
(не следует оплачивать печать, следует оплачивать гонорар)~~
- ~~3. Совместная заявка от автора и издательства.  
(не эффективно, лучше единый открытый конкурс рукописей)~~
- ~~4. Издание книг заведомо очень известных авторов.  
(дешевле перевести)~~

# Схема поддержки

Основная идея: программа поддержки должна способствовать становлению рынка научно-популярной литературы. Так чтобы по окончании программы механизм работал самостоятельно.

*«Писатели – пописывают, читатели – почитывают.» (с)*

Двухэтапный конкурс:

1. Выбор издательства
2. Отбор рукописей

В отборе на конкурсе издательств должно учитываться мнение экспертов. Например, разумно привлечение представителей частных фондов, редакторов научно-популярных журналов с большими тиражами.



# Создание книги

- Рукопись (редактирование на стадии подготовки)
- Производство (макет)
- Типография
- Маркетинг

Поддержка нужна только там, где сами издательства не могут (на основе окупаемости) вложить достаточно средств для улучшения качества книги или ее популярности.

Важнейший момент: контроль качества исполнения издательством взятых обязательств

# Конкурсность на всех этапах

## Конкурс для издательств

Создание серии книг более эффективно.

При создании серии имеет смысл иметь одного исполнителя (издательство или группу издательств)

Крупные издательства имеют ряд преимуществ, однако эффективен может быть альянс, когда мелкие издательства выступают как субподрядчики, например, в случаях, если у небольших издательств есть позитивный опыт выпуска книг по каким-то областям.

Предпочтительнее издательства с большим объемом и с широкой дистрибьютерской сетью.

Выбор издательства и контроль за исполнением им обязательств – самый сложный элемент.

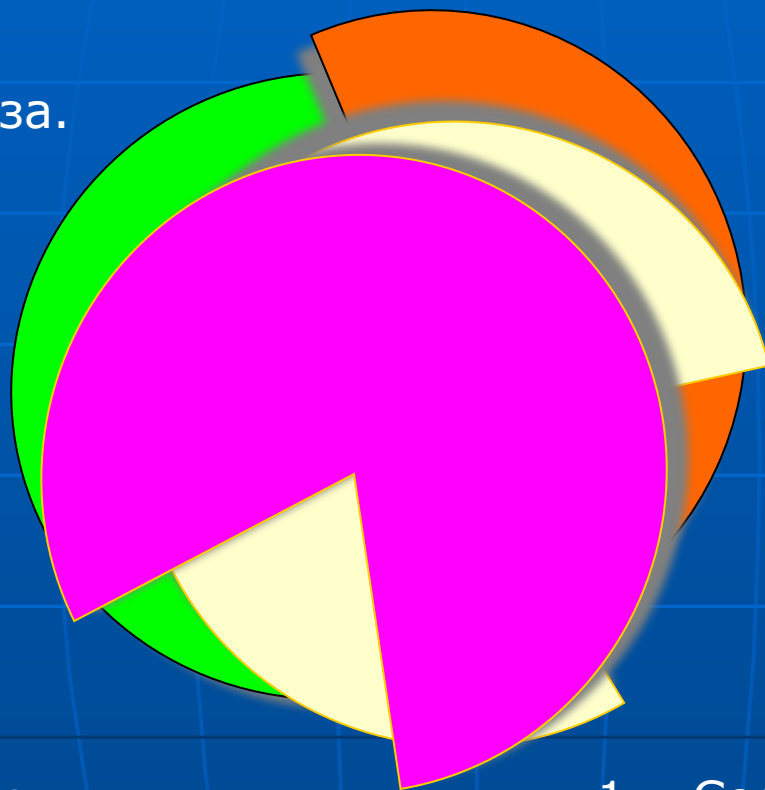
# Конкурсность-2

## Конкурс книг

Три этапа.

1. Заявка.  
При одобрении заявки возможна выплата аванса
2. Сдача рукописи  
При соответствии формальным требованиям – выплата половины.
3. Окончательный прием рукописи в производство.  
Выплата остатка.

# Эксперты



Научная экспертиза.  
Привлечение  
рецензентов.

Заказчик – государство.  
Представители МОН и тп.

Представители  
издательства.

Журналисты и  
популяризаторы.

1. Соответствие требованиям
2. Научная достоверность
3. Доступность изложения
4. Продаваемость

# Copyright

Через три-пять лет после выхода книги она выкладывается в сеть.

На три-пять лет права (без права передачи) находятся у издательства.

Автор получает заранее оговоренные royalties.

# Выводы

1. Существуют две целевые аудитории, которые требуют разных подходов.
2. В случае поддержки массовой популяризации следует оказывать точечную поддержку (рукопись и реклама)
3. В случае книг для талантливых школьников уменьшается роль издательств (нерыночное распространение)
  - А) Фокусное распространение
  - Б) Стимулирование библиотек
  - В) Максимально целесообразное использование средств
  - Г) Контроль за издательством-исполнителем.

# Дополнение о научно-популярных интернет-сайтах

С одной стороны, при растущей доступности интернета (в том числе в школах) все более важным становится поддержка интернет-проектов.

С другой стороны, пока по сути нет примеров эффективных научно-популярных сайтов, созданных при непосредственной поддержке государства (кроме некоторых проектов, поддержанных грантами РФФИ, но как раз этот источник иссяк).

Возможно, следует сделать следующие шаги:

- А) Вывод в Интернет полнотекстовых версий журнала «Природа» и др.
- Б) Качественное улучшение работ пресс-служб
- В) Восстановление грантовых программ на создание сайтов

# Дополнение о публичных лекциях

Важным элементом популяризации являются публичные лекции.

Однако на настоящий момент уровень лекций рассчитан на очень подготовленного и очень мотивированного слушателя.

Следует спонсировать проведение на самом деле популярных лекций при активной информационной поддержке (ТВ), и с привлечением научных журналистов и тп.