



Журнал о науке Science Illustrated пришёл в Россию — первый номер выйдет уже 26 сентября. Теперь читателям будут рассказывать о науке просто и понятно, к тому же с красивыми картинками, которые издательство Bonnier Group почитает за едва ли не главное преимущество журнала.

Главным редактором нового издания назначен Александр Стариков, до этого работавший в российском офисе ИД Bonnier Group. Как отмечается в пресс-релизе, журнал освещает широкий круг тем "от археологии до освоения космоса, от медицинских открытий до экологических инициатив". В Европе Science Illustrated издаётся с 1984 года. Его региональные версии уже выпускаются в Дании, Исландии, Норвегии, Швеции, Финляндии, Германии, США, Нидерландах, Латвии, Литве, Словении и Австралии.

О том, чем будет отличаться российская версия, г-н Александр Стариков рассказал в интервью "Часкору":

— В чём состоит уникальность Science Illustrated в отличие от других научных журналов, которые выходят и на российском рынке?

— Science Illustrated/Иллюстрированная наука — научно-популярный журнал, выходящий в 15 странах мира. История издания насчитывает 25 лет, и на данный момент журнал имеет аудиторию 3,5 млн читателей по всему миру. В российской версии объём будет 80 полос, периодичность выхода — раз в три недели.

Как понятно из названия, тематика журнала — наука. Содержание каждого номера построено таким образом, чтобы обязательно присутствовали пять главных тем: медицина, космос, природа, история/путешествия, экологические проблемы. Понятно, что данные темы могут вмещать в себя практически любую научную дисциплину — от антропологии до квантовой механики. Обязательно в каждом номере есть новости, ответы на вопросы читателей, загадки и головоломки.

Главной же "фишкой" издания, безусловно, является иллюстративный ряд. Подбор и подача материалов выстраиваются таким образом, чтобы сложные вопросы были максимально "разжёваны" и донесены до читателей в наиболее доступной форме. В этом свете журнал отличается от своих более академичных российских конкурентов. О науке — легко, доступно и желательно для всех. Поэтому журнал будет скорее семейным, так как не будет требовать специальной научной подготовки от читателей. Любой человек, даже не имея высшего образования, а порой имея даже пробелы в школьном, может спокойно читать статьи номера и понимать всё. Это главное. "Развлекаясь, познавать" — вот, пожалуй, девиз, который можно дать нашему журналу.

— Издание будет лицензионным. Сколько в нём будет "своих" материалов, а сколько — переводных?

— Первые полгода журнал будет наполняться только переводными материалами, в следующем году редакция будет готовить российский контент, также мы будем вводить новые рубрики и расширять тематику.

— Чем русский SI будет отличаться от "родительского"?

— Первые полгода, как я уже говорил, фактически ничем. В следующем году появятся российский контент и новые рубрики. Кстати, многие журналы в других странах, выходящие по лицензии Science Illustrated и имевшие в прошлом большую долю локального контента, в дальнейшем отказались от него или свели к минимуму. Получается, наука — вещь достаточно космополитичная, читателю всё равно, кто сделал новое открытие. Из этой линейки в силу национального менталитета выбивается только американская версия. Сколько мы будем публиковать российских материалов — покажут отзывы читателей.

— Как будет организована работа — как в традиционных русских журналах? Или есть какие-то специфические требования владельца франшизы?

— Штат редакции будет состоять первоначально из 8—9 человек. Я не включаю сюда переводчиков и научного редактора, также занимающегося переводом. С течением времени, если объём журнала будет расти, штат будет увеличиваться.

В разных журналах работа вообще-то организована по-разному. Мы работаем по стандартам нашего издательского дома, которые, кстати, очень высоки. Если имеется в виду работа с российским контентом, то это в первую очередь будет обозначать, что мы будем работать с проверенными авторами или первоисточниками, в которых есть уверенность на все сто. Качество и надёжность информации для нас на одном из первых мест. В сфере научной тематики это имеет дополнительный вес. Никаких специфических требований владельца франшизы нет, только отдельные лицензионные нюансы.

— Во сколько вы оцениваете потенциальную аудиторию этого издания в России? Насколько сильно наши соотечественники увлечены наукой?

— Потенциальную аудиторию мы оцениваем в 500—600 тыс. читателей, из них половина будет приходиться на Москву. Нужно признать, что популярность науки в российском обществе на очень низком уровне. Поэтому наш журнал будет выполнять некую миссионерскую миссию, функцию популяризации науки, научных знаний. Любое общество без науки обречено на застой и неизбежный регресс.

Для того чтобы наука развивалась, безусловно, нужна поддержка государства, правильная политика и так далее. С другой стороны, если не будет тех, кто эту науку готов двигать, то вообще о чём можно разговаривать? Наш журнал — это ещё и некий маячок для будущих Ломоносовых. Я не говорю про очевидную функцию просвещения. В наше время об этом не принято говорить, стали забывать. А зря.

— Кто ваши основные конкуренты? Как в целом вы видите этот рынок?

— На рынке научно-популярных изданий не так много игроков и они очень прочно сидят в своих нишах. И "Популярная механика", и "Гео", и "Вокруг света", и прочие журналы в этой области специализируются каждый на чём-то своём и не выходят за рамки обозначенных тем. У каждого своя лояльная аудитория, и мы вряд ли будем посягать на их пирог. По большому счёту, мы не видим прямых конкурентов нашему журналу, поскольку и разброс тематики, и подача материалов предполагают очень широкий круг читателей и необязательно фанатов науки. Семейный научно-популярный журнал, если угодно. У названных же журналов аудитория в основном мужская, старше 25—30 лет.

— **Каков объём инвестиций в проект? Какие статьи расходов будут самыми затратными?**

— Без комментариев. Это коммерческая тайна.

— **Будет ли ваш ИД выводить в будущем на российский рынок другие продукты заграничного партнёра?**

— Да, будет. Согласно стратегическому плану, издательский дом будет выводить на рынок как минимум одно новое издание в год. Амбиции "Бонниер Паббликейшнз" в России очень высоки.

— **Александр, расскажите немного о себе...**

— Закончил журфак МГУ. Работал в газетах "Независимая газета", "Финансовая Россия", журналах "Вояж и отдых", "Автопилот". В журналистике уже 21 год. Лично мне тематика этого журнала очень близка и интересна, поскольку всегда неровно дышал к науке. Опыт работы с научно-популярной прессой получил в "Независимой", когда работал с приложением "НГ-наука".

Источник: [Частный корреспондент](#)