

**МОНИТОРИНГ РОССИЙСКОЙ ПРЕССЫ**  
**МАРТ 2010**

<b>ИСТОЧНИК</b>	<b>ДАТА</b>	<b>ФРАГМЕНТ</b>
<i>Поиск</i>	05.03.2010	Одно из последствий укрепления российско-зарубежного взаимодействия - появление программ, которые совместно финансируются несколькими организациями (например, сотрудничество Фонда Макартуров, <b>Корпорации Карнеги</b> , CRDF и российского Министерства образования и науки). Но пока их число не велико. Различные организации имеют свое видение текущей ситуации и приоритетов. Контроль за использованием средств является сложным, и, более того, у организаций-доноров часто разные системы отчетности.
<i>Новгородские ведомости</i>	20.03.2010	К мысли, что причина возрождения старых советских марок кроется, в общем-то, в возрастающей общероссийской ностальгии по советскому, склоняются культурологи и философы. Недавний семинар на тему "Репрезентация образов советского прошлого в культурной памяти населения региона", организованный специалистами <b>Новгородского межрегионального института общественных наук (МИОН)</b> , показал, что тема тоски по СССР приобретает все большую актуальность и популярность.

## Поиск

Дата: 05.03.2010

Страница: 22

Москва

### ЧЕМ СМОГЛИ, ПОМОГЛИ

Российская наука выживала не в одиночку

Мы продолжаем знакомить наших читателей с главами недавно вышедшей книги Ирины Дежиной и Лорена Грэхема "Наука в новой России: кризис, помощь, реформы".

Эволюция целей и приоритетов

Цели зарубежных организаций и фондов в России менялись в течение постсоветского периода. УСЛОВНО можно выделить следующие этапы.

1992-1994 годы - период срочной первой помощи российской науке: поддержка ученых и ведущих научных школ, помощь библиотекам и сохранение ценных объектов и коллекций.

1995-1997 годы - развитие сотрудничества в научно-исследовательской сфере, появление концепции паритетного финансирования НИОКР, продолжение поддержки инфраструктуры (особенно телекоммуникационных проектов). Расширение поддержки конкретных категорий грантополучателей: молодых ученых, университетских ученых, региональных научных коллективов.

В этот период среди зарубежных фондов проявилась тенденция к переходу от выделения индивидуальных и групповых грантов к проектам сотрудничества с участием зарубежных партнеров. Хотя эти проекты зачастую были взаимовыгодными, большая часть (75-80%) финансирования направлялась российской стороне.

Такие проекты сотрудничества предполагают не только высокий научный уровень, но и наличие контактов с зарубежными партнерами. В проектах сотрудничества участвует ограниченное число избранных институтов, так как соответствовать названным критериям могут только ведущие научные центры.

1997-2002 годы - период развертывания инициатив, направленных на реформирование российской науки, включая создание новой инфраструктуры, стимулирование связей между образованием и наукой, научно-исследовательскими организациями и промышленными предприятиями. В этот период уделялось еще больше внимания поддержке молодых ученых, вузовской науке и научным сотрудникам за пределами Москвы и Санкт-Петербурга.

В 1997-1998 годах началась систематическая переориентация деятельности фондов: период "первой помощи" закончился, и зарубежные организации стали чаще участвовать в инициативах по реформированию науки в России. Основные усилия были предприняты в следующих направлениях: развитие информационной инфраструктуры российской науки (особенно в сфере телекоммуникаций и доступа в Интернет, в пополнении библиотечных ресурсов, подписке на журналы, получении новых учебников), сближение научно-исследовательской работы и обучения, а также обеспечение более тесной связи между теоретическими и прикладными исследованиями.

Еще одним свидетельством сокращения благотворительной поддержки явился тот факт, что все больше фондов стали настаивать на совместном финансировании проектов (иногда на основе паритетности) с российскими государственными ведомствами и региональными администрациями. Так, в 1997 году совместные конкурсы были объявлены РФФИ и ИНТАС, РФНФ и ИНТАС; бюджет последнего составлял около 9,9 млн. евро, включая взносы обеих сторон. Была также объявлена программа РФФИ и Немецкого научно-исследовательского сообщества (DFG), в которой каждая сторона оплачивала расходы на своей территории. Некоторые ранее существовавшие программы начали развиваться на новой финансовой основе с привлечением средств из местных бюджетов. Примеры - Международная соросовская программа образования в области точных наук (ISSEP) и программа по созданию региональных интернет-центров Института "Открытое общество".

Зарубежные фонды сыграли особую роль в интеграции науки и образования в России. В центре внимания была проблема сочетания науки и образования, сближения научных исследований и

преподавания. Эта проблема стала актуальной после распада СССР, когда начался поиск новой модели организации науки. Научные исследования в российских вузах сокращались, и в то же время они играли все большую роль в подготовке кадров высшей квалификации. В 1991 году в вузах обучалось 60-70% аспирантов и докторантов; к 1997 году - более 80%. Остальные аспиранты и докторанты обучались в институтах РАН и ряде государственных НИИ. Между тем около четверти всех аспирантов и такая же доля профессоров и преподавателей в вузах не вели каких-либо научных исследований. Именно в этот период начала осуществляться российско-американская программа создания научно-образовательных центров в российских университетах, получившая название "Фундаментальные исследования и высшее образование" (BRHE).

Период с 2003 года до настоящего времени характеризуется развитием программ, направленных на более широкое включение России в различные международные проекты. Одновременно растет число программ, ориентированных на решение экономических или коммерческих задач, в том числе содействующих коммерциализации российских НИОКР.

В этот период расширяется российско-европейское сотрудничество. Растут средние размеры грантов на совместные проекты, но общее их число снижается. Другая отличительная черта - усиление концентрации финансирования на конкретных научных направлениях и проектах. Для европейских организаций темы 7-й Рамочной программы являются приоритетами. Европа, открыто заявившая о своей конкуренции с США и Японией в сфере инноваций, выразила стремление использовать российский потенциал в этом глобальном соревновании. ЕС усиливает поддержку таких областей, как нанотехнологии и новые материалы. Однако до настоящего времени Россия не смогла стать равноправной участницей проектов Европейского союза.

Американские и международные организации, включая МНТЦ, также становятся более избирательными. В последнее время они чаще используют программный подход, заранее определяя темы поддержки. По ним объявляется конкурс и выбирается ограниченное число институтов или групп-победителей.

#### Современные тенденции зарубежного финансирования

В последние годы в деятельности зарубежных организаций и фондов в России появилось несколько новых тенденций. Первая заключается в сокращении абсолютного размера финансирования фондами, сопровождающемся ростом объемов контрактных работ между российскими исследовательскими группами и зарубежными организациями. Так, удельный вес зарубежного финансирования российской науки оставался довольно стабильным - около 9% общего объема финансирования науки в России, но грантовая составляющая уменьшилась, а объем контрактов возрос.

Возможно, доля зарубежного финансирования российской науки уменьшается еще и по причине роста финансирования из внутренних источников, прежде всего правительства. Доля промышленности в расходах на науку в последнее время не возростала, составляя около 20-25% (для сравнения: в западных странах доля промышленности в поддержке НИОКР составляет 50-75%). Среди бывших социалистических стран Россия близка к Венгрии по доле зарубежного финансирования науки (около 10%) и значительно превосходит показатели таких стран, как Польша (4, 8%), Чехия (2, 7%), Словакия (2, 1%). А в Австрии эта цифра составляет 18, 5%, в Великобритании - 20, 5%. С другой стороны, в США зарубежные источники финансирования науки практически отсутствуют.

С начала 2000-х годов финансирование российской науки правительством США постоянно уменьшалось, уменьшились также бюджеты фондов, которые полностью или частично получают средства от правительства.

Эта тенденция связана с изменением приоритетности стоящих перед США задач. Первоначально крупные суммы были вложены в Россию для конверсии оборонной науки, прекращения "утечки умов" и поддержки общественных наук. В настоящее время признано, что во всех этих областях ситуация улучшилась. Кроме того, перед США теперь стоят более важные задачи, чем поддержка российской науки (например, борьба с терроризмом). Произошли изменения и в региональных интересах правительства США. Сегодня существует большая заинтересованность в поддержке науки и образования в таких странах, как Украина, Грузия и Молдавия.

Главными направлениями исследований, поддержке которых американские фонды, финансируемые из государственных источников, уделяют большое внимание, являются конверсия в различных ее формах, а также программы научных обменов, которые все больше основываются не на научных дисциплинах, а на таких приоритетных для правительства США темах, как борьба со СПИДом и терроризмом.

Более того, администраторы программ обменов планируют увеличить число грантополучателей за счет сокращения продолжительности их пребывания за рубежом. Эта тенденция является реакцией на изменение предпочтений ученых и самих потенциальных грантополучателей: те, кто активно работает в науке, не хотят надолго уезжать из своей страны.

В последние годы произошел также пересмотр направлений и условий поддержки российской науки. Здесь можно выделить несколько характерных изменений.

Одним из новшеств является внимание к улучшению координации и сотрудничеству между зарубежными фондами и учеными, бизнесменами и российскими ведомствами. Благотворительная функция сократилась, но возросла партнерская. Другое направление - включенность российской стороны на ранней стадии планирования программ. Все большее число зарубежных организаций хотят видеть российских ученых в качестве экспертов и консультантов в своих программах. Стремление к расширению сотрудничества связано и со все большим совместным финансированием.

Одно из последствий укрепления российско-зарубежного взаимодействия - появление программ, которые совместно финансируются несколькими организациями (например, сотрудничество Фонда Макартуров, **Корпорации Карнеги**, CRDF и российского Министерства образования и науки). Но пока их число не велико. Различные организации имеют свое видение текущей ситуации и приоритетов. Контроль за использованием средств является сложным, и, более того, у организаций-доноров часто разные системы отчетности.

Следующая тенденция современного развития - рост заинтересованности в поддержке областей, в которых могут быть получены видимые практические результаты. Соответственно, больше организаций уделяют внимание коммерциализации результатов НИОКР и развитию партнерских отношений между российской наукой и западными малыми предприятиями. CRDF расширил программы тренингов по коммерциализации технологий. МНТЦ вкладывает больше средств в патентование и коммерциализацию результатов НИОКР.

Как и прежде, остается высокой заинтересованность как с российской, так и с зарубежной стороны в поддержке молодых ученых и аспирантов. Сохраняется интерес и к возможным реформам в науке, таким как создание научно-исследовательских университетов и инновационной инфраструктуры. Изменение в статусе Российской академии наук, произошедшее в декабре 2006 года, привлекает внимание к возможным дальнейшим реформам, сочетающим обучение и научно-исследовательскую работу.

С 2007 года особая поддержка российской науки зарубежными фондами и организациями стала уменьшаться. Свидетельством такого уменьшения было, например, сворачивание деятельности ИНТАС в январе 2007 года.

Некоторые фонды полагают, что с возрождением российской экономики они должны сместить свои приоритеты. В то же время российское правительство дало понять, что оно предпочитает взаимовыгодные соглашения, а не благотворительную помощь. Однако только около 20% опрошенных нами фондов были готовы к тому, чтобы либо закончить свою работу в России к 2010 году, либо прекратить участие в ряде проектов.

Многие организации намерены продолжать работу в России. В качестве причины чаще всего упоминаются преимущества сотрудничества с сильными российскими научно-исследовательскими группами. С экономической точки зрения такое сотрудничество часто выгодно для зарубежных партнеров, потому что заработная плата в России ниже, чем во многих других странах с сильной наукой.

Еще одной причиной продолжения работы в России является геополитическое значение сотрудничества. Для Европейского союза Россия - это географический сосед, а для США - важный потенциальный стратегический партнер. Развитие взаимопонимания между странами - важная цель, и поддержка научного сообщества оказывается эффективным средством для ее достижения.

## Новгородские ведомости

Дата: 20.03.2010

Страница: 7

Великий Новгород

Автор: Мельникова Анна

### ВОСПОМИНАНИЯ О БЫЛОМ

Атрибуты советского прошлого живее всех живых, и они приносят дивиденды

Кумачовые знамена, вымпелы с профилем Ильича, комсомольские значки и множество других символов СССР обрели второе рождение. Они больше не имеют идеологической ценности, зато их использование в эпоху современных рыночных отношений может быть коммерчески выгодным.

Назад в СССР

На ностальгии по советскому прошлому можно неплохо заработать. Как отмечают специалисты, пик общероссийской популярности на советскую атрибутику среди отечественных потребителей пришелся на 2002 - 2003 годы. В Великом Новгороде модную тенденцию подхватили через год, именно тогда в областном центре появилось концептуальное заведение общепита - трактир "Ленком" и фирма, торгующая стройматериалами, "Стройбаза Рабочая". Пока они единственные, кто до сих пор удачно эксплуатирует антураж советских времен для привлечения покупателей.

Первые воссоздали соответствующую обстановку, наполненную вещами made in USSR, вторые сделали ставку на отличный от других компаний такого же профиля рекламный имидж. Однако в том и другом случае посыл к "советскому" был предопределен их местом расположения.

"Ленком" появился в бюро пропусков бывшего завода имени Ленинского комсомола.

- Для оформления интерьера мы используем подарки наших посетителей, предметы, сохранившиеся у них с доперестроечных времен, - говорит директор трактира Лилия КОСТУСЕНКО. - Концепция "возвращения в советское" нам близка и понятна. Ведь по большому счету годы были неплохие. У нас любит бывать молодежь, но приходят и люди пожилого возраста.

"Стройбазе Рабочей" идею позиционирования на рынке строительных материалов подсказала улица с таким же названием.

- Чтобы выделиться среди аналогичных фирм и конкурировать с ними, эта компания сделала ставку на свой бренд, - объясняет нюансы брендообразования председатель клуба маркетологов Виктория СПИРИДОНОВА. - Изображение строительного мастера в плакатно-пролетарской стилистике стало узнаваемым в городе. Реклама в насыщенных красно-белых тонах, слоганы в стиле рифм Маяковского, краткие и рубленые, отсылают к теме советского прошлого. Имидж агрессивен, но это оправдано тем, что целевая аудитория фирмы - мужское население, которой близко "революционное" настроение.

Эффект бренда

Однако экспериментировать с советской тематикой новгородским фирмам и компаниям Виктория Спиридонова не советует. Есть риск прогореть. На местном уровне аудитория ностальгирующих по прошлому слишком узкая. Кроме того, не все товары подходят под подобное продвижение. По мнению эксперта, возвращение к советскому перспективно на федеральном уровне: на полках супермаркетов все чаще можно увидеть продукты питания под известными советскими брендами или их двойниками.

Так, помимо шоколада "Аленка" можно найти несколько вариаций на ее тему: "Озорная Аленка", "Наша Аленка", "Алина" и т.п.

- Что такое бренд? В отличие от торговой марки как таковой бренд формируется в умах. Это не название, а возникающий образ в сознании покупателя при одном упоминании товара. За ним всегда есть история и, если хотите, легенда. Бренд вызывает приятные эмоции и воспоминания. В него закладывается всегда определенный положительный смысл, - рассказывает эксперт.

Бренды генерируют чувства. Вкус пива "Жигулевское" (сейчас производители активно реанимируют этот хмельной напиток) бывшим жителям СССР напоминает о бурной молодости. Хотя многие из них сами признаются, что пиво было "редкостной гадостью". Прибалтийские "Шпроты" в круглой баночке с черно-золотой этикеткой только одним своим видом дарят всем, кому за 30, ощущение безотчетной

радости. Рыбный деликатес просто обязан был украшать праздничный стол в каждой советской семье.

Маркетологи пристально изучают, куда дует ветер потребительской лояльности. Разделяют население на новаторов и консерваторов. Последние подвержены ретронастроению и любят вспоминать, "как было здорово в СССР". Как долго будет продолжаться эта тенденция? Специалисты предполагают: до тех пор, пока рожденные в СССР будут составлять экономически активное большинство. Продукты они приобретают из ностальгических соображений либо по привычке.

Родом из детства

К мысли, что причина возрождения старых советских марок кроется, в общем-то, в возрастающей общероссийской ностальгии по советскому, склоняются культурологи и философы. Недавний семинар на тему "Репрезентация образов советского прошлого в культурной памяти населения региона", организованный специалистами **Новгородского межрегионального института общественных наук (МИОН)**, показал, что тема тоски по СССР приобретает все большую актуальность и популярность. Причем, как ни странно, именно среди молодежи 20 - 25 лет.

Ассистент кафедры философии НовГУ Александр СПОРНИК высказал предположение, что суть реабилитации советских брендов кроется в том, что большинство руководителей пиарагентств крупных маркетинговых компаний - это люди, чье детство пришлось на закат советской эпохи:

- Быть из Союза обозначает для них быть родом из детства, тогда они чувствовали защищенность. Этот беззаботный период противопоставляется юности, которая у них пришлась на лихие 90-е. Сейчас производители и распространители советских брендов играют как раз на этом контрасте. Советская эпоха - неисчерпаемый источник вдохновения для создателей рекламы. Как просто назвать газировку "Тархуном" или "Буратино", а шоколадные конфеты "Буревестник" или "Мишка на Севере", и не надо тратить деньги на рекламу и раскрутку нового бренда!

Однако с этим утверждением согласиться довольно сложно, учитывая факт, что борьба за право обладания советскими марками может развернуться нешуточная. Такая, как, например, происходит между государственной компанией "Союзплодоимпорт", под контролем которой много "советских" брендов, и частной фирмой (почти тезкой государственной) "Союзплодимпорт" за водочные клейма "Столичная" и "Московская".

- На мой взгляд, и в путинскую эпоху нас продолжают распознавать за рубежом по таким символам, как Чебурашка и автомат Калашникова, - говорит он. - Это самые живучие советские марки. Как бы цинично ни звучало, но сколько смогла бы заработать Россия как правопреемница СССР на АК-47, самом продаваемом и узнаваемом в мире торговом бренде! Ведь легально он производится в четырех странах, а нелегально - во всех остальных.

Немного личного

Чего греха таить, мне, как и многим, чье беспечное детство пришлось на годы развитого социализма, присущ особый рода снобизм рожденных в СССР. Нынешнее поколение молодых людей воспринимает все, связанное с советским, как экзотику. Им не понятен сакральный смысл октябрятской звездочки, пионерского галстука, переходящего Красного знамени, которые, по сути, тоже являются сильными брендами. Могу предположить, что международная сеть ресторанов в стиле "Ленком" могла бы с успехом составить конкуренцию "Макдоналдсу". Хотя мне лично неловко, когда атрибутику коммунистического строя выставляют как декоративный ширпотреб.

\*\*\*

Доверяете ли вы советским брендам, и каким?

Ольга ФУНТИКОВА, служащая, 45 лет:

- Еще не так давно я покупала товары под советскими марками. По старинке доверие вызывал индийский чай "со слоном", мороженое "48 копеек". Однако как следует распробовав, поняла, что ничего общего со вкусами, сохранившимися в памяти с советских времен, эти новые не имеют. Их качество не соответствует тому, что было раньше. Теперь при покупке товара мне неважно, под какой он маркой - советской, российской, зарубежной, главное, чтобы он был уже опробован. А к бытовой технике под советской маркой и близко не подойду.

Дмитрий ЗАВЬЯЛОВ, водитель, 32 года:

- Мне все равно, под какими марками продаются продукты питания. Но вот уважение вызывает ВАЗовская "копейка", созданная на платформе Fiat. Сколько времени прошло, а эти машины еще можно встретить на дорогах.

Наталья БРЕДИХИНА, служащая, 30 лет:

- Я на новогодний стол покупаю именно "Советское шампанское". Думаю, что люди, которые выбирают продукты под советскими марками, светло грустят о том хорошем, что было в Советском Союзе. И лично я иностранному шоколаду предпочитаю наш, фабрики имени Крупской.

Яков АНДРЕЕВ, директор дизайн-студии, 22 года:

- Мне очень нравятся советские лимонады "Буратино" и "Дюшес". Особенно подкупает, что их разливают в стеклянные бутылочки и закрывают металлической пробочкой. А главное, сохранена рецептура напитков, в них нет искусственных заменителей, сделаны они на основе натуральной сахарозы. Мечтаю, чтобы в нашем городе снова появились автоматы с газировкой. А граненые стеклянные стаканчики - так и быть - пусть бы заменили на одноразовые пластиковые...