

УДК 655.5 (334)

DOI: 10.17223/23062061/13/9

А.О. Теплякова

ПРИМЕНЕНИЕ КРАУДФАНДИНГА В ИЗДАТЕЛЬСКОМ ДЕЛЕ

Аннотация. *Статья посвящена применению технологии коллективного финансирования – краудфандинга – в сфере издательских проектов. Рассматривается схема реализации книжного проекта на краудфандинговых платформах. На основе анализа схемы приводятся преимущества и недостатки данной формы в сравнении с традиционными способами финансирования.*

Ключевые слова: *финансирование культурных проектов, издательский проект, краудфандинговые платформы, коллективное финансирование.*

В современном обществе всё больше возрастает роль информационных технологий, под их влиянием происходят изменения в издательской сфере. С одной стороны, неуклонно снижается интерес к чтению, что приводит к падению тиражей печатной продукции. С другой стороны, в условиях кризиса не только книжной отрасли, но и российской экономики в целом издательства претерпевают структурные изменения. Названные факторы актуализируют поиски альтернативных путей и способов финансирования издательских проектов. Одним из таких способов является «краудфандинг», или «народное финансирование».

Впервые понятие «краудфандинг» появилось в статье американского журналиста Джефа Хау в 2006 г., опубликованной в журнале «Wired». Краудфандинг является видом краудсорсинга, который, в свою очередь, предполагает передачу каких-либо производственных задач или значимых решений добровольцам.

Термин краудфандинг (от англ. «crowd funding» – народное финансирование) предполагает коллективное сотрудничество разных людей (доноров), добровольно объединяющих свои ресурсы для финансирования или поддержки других людей (реципиентов). Данный процесс осуществляется посредством сети Интернет. Та-

ким образом, краудфандинг является одним из способов финансирования наравне с венчурными фондами, банковскими кредитами и субсидированием бизнес-ангелами.

История развития краудфандинга в России началась в 2010 г. с создания соответствующих Интернет-платформ; взрыв интереса у российских интернет-пользователей к данным ресурсам пришёлся на 2013 г. На сегодняшний день на одной из самых популярных краудфандинговых площадок «Boomstarter» зарегистрировано 116 120 спонсоров¹, готовых проинвестировать проекты.

Следует отметить, что в Рунете функционирует целый ряд интернет-площадок, которые в зависимости от характера проекта можно условно разделить:

- на благотворительные («Электронный благотворительный ящик»);
- социальные («Русини», «Мой учитель», «Together»);
- творческие («Planeta», «Kroogi», «CrowdRepublic», «Сбор-ник»);
- универсальные («Boomstarter.ru», «С миру по нитке»).

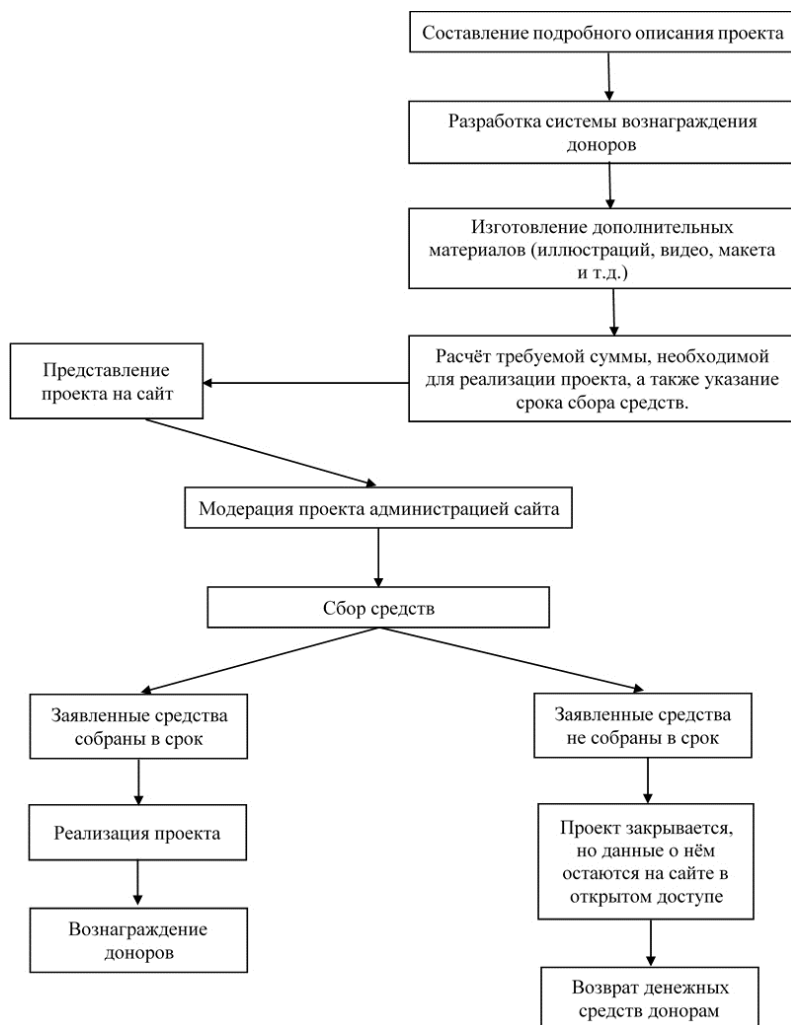
Издательские проекты в основном размещаются на площадках Boomstarter [1] и Planeta [2]. Общая схема реализации книжного проекта на краудфандинговой платформе представлена ниже.

На первом этапе автору (или авторам) проекта необходимо наиболее полно описать его концепцию, достоинства и причины, по которым его необходимо профинансировать. Поскольку фактически проект является «котом в мешке», донору важно представлять, во что он вкладывает свои деньги и что он получит на выходе. Другими словами, текст должен стимулировать донора проинвестировать проект.

На втором этапе автору важно продумать систему вознаграждения, т.е. того, что донор получит за вложение той или иной суммы средств. По замечанию Д.А. Ильенкова, «система вознаграждения прекрасно зарекомендовала себя как эффективный инструмент сбора средств на любые проекты, начиная от креативных и закан-

¹ Состояние на 28.01.2015 [1].

чивая сложными технологическими продуктами <...> Вознаграждение является своего рода стимулом, вызывающим интерес спонсоров и побуждающим их поддерживать авторские идеи. Размер награды зависит от объема перечисленных средств» [3].



На третьем этапе автор может разместить уже готовые материалы для издания. Это могут быть иллюстрации, готовый макет, видеоматериалы с обращением к читателям. Следует отметить, что третий этап не является обязательным, но в издательских проектах его выполнение может способствовать продвижению продукта и привлечению дополнительных средств. Важно также, что по мере функционирования проекта автор может расширять контент.

На четвёртом этапе необходимо точно просчитать, сколько средств потребуется для осуществления проекта. Помимо основных средств, которые уходят на печать, редакционно-издательскую подготовку, необходимо учитывать процент, взимаемый самой краудфандинговой платформой, налог на доход с физических лиц, комиссию платёжных систем за совершение транзакционных операций, а также почтовые издержки за доставку.

Безусловно, на каждом этапе есть свои особенности, которые зависят от вида издания.

После размещения всех данных на краудфандинговой платформе начинается этап, не зависящий от учредителя проекта напрямую. Однако на этом его действия не должны заканчиваться, поскольку, как отмечает менеджер проектов платформы Boomstarter, «проект должен быть качественно оформлен. На краудплощадках для этого есть необходимый инструментарий: можно загружать изображения, видео, музыку, которые создадут нужную атмосферу <...> Но каким бы хорошим ни было оформление, важно продвигать проект: аудитория друзей, знакомых и поклонников рано или поздно себя исчерпает» [4]. Таким образом, важно самостоятельно заниматься продвижением проекта через другие каналы в сети Интернет, так как большинство переходов на страницу проекта осуществляется по прямым ссылкам с внешних сайтов.

Донор может проинвестировать проект как на безвозмездной основе, так и с вознаграждением. В случае с книжными проектами, вознаграждением, как правило, выступает готовый экземпляр книги в электронном или бумажном формате. Помимо этого, учредители проекта могут предоставлять дополнительные возможности вознаграждения в

виде оригиналов иллюстраций, помещенных в издание, экземпляра с автографом автора, упоминанием имени донора в издании, приглашением на презентацию книги или творческий вечер и т.д.

Характерно, что инициаторами книжных проектов могут выступать как издательства, так и непосредственно сами авторы. Каждый из них преследует разные цели: издательства видят в системе краудфандинга отлаженный механизм распространения книги ещё до её создания. Кроме того, маркетологи издательств отмечают, что краудфандинговые площадки позволяют стать ближе к читателям и с их помощью можно определить потребности аудитории и проанализировать, верно ли выбраны целевые группы определённых изданий. Помимо этого, можно отследить, какие проекты имеют популярность и высокий уровень финансирования для формирования издательских проектов в перспективе.

Что касается авторов, то их цель – привлечь внимание к своему творчеству, собрать деньги на издание книги. Поэтому краудфандинговые площадки в настоящее время становятся практически единственным возможным способом неизвестному автору издать свою книгу.

Интересно то, что к данному способу финансирования могут прибегнуть не только неизвестные авторы, но и популярные. Так, например, популярный писатель-фантаст Ник Перумов в 2013 г. на платформе Boomstarter самостоятельно разместил свой проект, в котором предлагал приобрести электронную версию повести «Лемех и Борозда». Описание проекта начиналось со слов «Традиционное книгоиздание в тупике. Всё больше читателей высказывает желание “вести дело непосредственно с автором, а не с посредниками”. Ваш покорный слуга предлагает своим читателям самим приобрести непосредственно у него повесть “Лемех и Борозда”» [5].

Психологический прием непосредственного обращения, приблизивший автора к потенциальным читателям, себя оправдал, став удачным рекламным ходом, о чём свидетельствует показатель выполнения проекта, превышенный на 131%.

Анализируя представленные проекты неизвестных авторов, можно сказать, что часть авторов продолжает традицию самиздата,

собирая деньги исключительно на печать книги, обходя этап ред-подготовки. Другая часть авторов, напротив, желает выпустить свою книгу в профессиональном издательстве. Существует и третий вариант, когда с помощью профессиональных издательств создается макет будущей книги, полностью прошедший редакционно-издательскую обработку ранее за счёт средств автора, и собираются средства на его печать. Однако такие случаи единичны.

Издательства, обращающиеся к краудфандингу (например, такие ведущие, как «АСТ», «Манн, Иванов и Фербер», «Livebook» и др.), размещая проект, уже имеют полностью разработанный макет книги, прошедший все редакционно-издательские этапы, исключая последний – печать тиража.

Как и любая технология, краудфандинг имеет преимущества и недостатки. В таблице представлены результаты сравнительного анализа краудфандинга с традиционным финансированием.

Преимущества	Недостатки
Привлечение широкой аудитории, расширение географических рамок как среди самих авторов проектов, так и среди читателей	Финансовые риски для доноров в случае, если проект окажется неуспешным: не соберёт указанную сумму для реализации (тем не менее здесь риски ниже, чем при традиционном финансировании, так как «разделяются» многими участниками)
Решение вопроса о рекламе книги и последующей реализации тиража	Отсутствие правового поля в РФ для регулирования отношений, возникающих в рамках краудфандинга
Простота и доступность использования	Низкий уровень доверия российских интернет-пользователей к новым технологиям и электронным системам расчёта
Возможность непосредственного контакта с читателями	
«Приближение» автора к читателю, возможность установления новых связей между ними, когда потенциальный читатель становится участником процесса создания книги	

Приведённые результаты показывают, что краудфандинговая платформа предоставляет автору широкие возможности. Помимо основной цели – сбора средств, параллельно осуществляется реклама книги и заранее решается вопрос о распространении тиража. Также автор имеет возможность прямого контакта с читателями, может выявить запросы аудитории. Большинство недостатков связано с внешними факторами – правовым и социально-психологическим, которые впоследствии, на наш взгляд, могут разрешиться.

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что технология краудфандинга является перспективным альтернативным источником финансирования культурных проектов, а пути ее реализации требуют дальнейшей разработки и изучения.

Литература

1. URL: <https://boomstarter.ru/>
2. URL: <https://planeta.ru/>
3. Ильенков Д.А. Краудфандинг: модели вознаграждения участников // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 11. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/11/6144> (дата обращения: 21.05.2015).
4. Книжный краудфандинг по-русски // Университетская книга. URL: <http://www.unkniga.ru/innovation/tehnology/3677-knizhniy-kraudfanding-po-russki.html> (дата обращения: 21.05.2015).
5. Boomstarter. URL: https://boomstarter.ru/projects/51681/lemeh_i_borozda

APPLICATION OF CROWDFUNDING IN PUBLISHING

Tekst. Kniga. Knigoizdanie – Text. Book. Publishing, 2017, 13, pp. 108–115.

DOI: 10.17223/23062061/13/9

Anastasia O. Teplyakova, Tomsk State University (Tomsk, Russia). E-mail: castalia@inbox.ru

Keywords: financing of cultural projects, publishing project, crowdfunding services, collective financing.

The article describes the application of the collective financing technology “crowdfunding” in the publishing field. It is focused on publishing projects placed on two of the most popular Russian Internet platforms Boomstarter and Planeta. This theme actualizes the current crisis of reading and publishing in general, decreasing circulations of printed products and the national economic crisis. All these factors lead to the search

for alternative forms of financing. The necessity of the issue investigation is also confirmed by the lack of the research on crowdfunding in the publishing sphere. The aim is to identify the specifics of crowdfunding as a form of project financing in the sphere of publishing in present socio-economic conditions. In the research the principles of the publishing project functioning on a crowdfunding platform are considered, characteristics of projects and categories of project authors are identified, crowdfunding is also compared with traditional forms of financing. The results can be summarized in the following theses. Firstly, placing a project on a crowdfunding platform claims a detailed description, a system of member greeting, additional materials (illustrations, videos, etc.), the required amount of money for project implementation and promotion on the Internet. A project can have a positive or a negative result, depending on whether the claimed funds were collected on time. Secondly, there can be both the publisher and the author, popular or unknown, directly among authors of projects. Thirdly, book projects are placed in the “ready-made” condition and require funding for the print edition, or are placed only as a “concept” and text that requires full funding of all the phases of editing and publishing preparation. Finally, in addition to raising funds on the platform, the book is simultaneously advertised, and the question of the distribution of circulation is pre-settled, which is a great advantage over traditional forms of financing in the current conditions of publishing. However, the authors identify a range of problems connected with financial risks in case the project is not successful; among them are the absence of a legal framework in Russia to regulate relations within crowdfunding and a low level of trust of Russian Internet users to new technologies and electronic systems of calculation. Mechanisms of implementation of a successful project are most promising for a further study of the theme.

References

1. Boomstarter. ru. (n.d.) *Russian Crowdfunding Platform* [Online] Available from: <https://boomstarter.ru/>.
2. Planeta.ru. (n.d.) [Online] Available from: <https://planeta.ru/>.
3. Ilyenkov, D.A. (2014) Crowdfunding: backers' reward models. *Ekonomika i menedzhment innovatsionnykh tekhnologiy – Economics and innovations management*. 11. [Online] Available from: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/11/6144>. (Accessed: 21st May 2015). (In Russian).
4. Melnikov, L. et al. (2014) *Knizhnyy kraudfanding po-russki* [Russian-style book crowdfunding]. [Online] Available from: <http://www.unkniga.ru/innovation/tehnology/3677-knizhnyy-kraudfanding-po-russki.html>. (Accessed: 21st May 2015).
5. Boomstarter.ru. (n.d.) *Izдание povesti Lemekh i Borozda* [Edition of the short novel “Plowshare and Furrows”]. [Online] Available from: https://boomstarter.ru/projects/51681/lemekh_i_borozda.