

Издательства
и книжный рынок

Библиотеки

Образование
и наука

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ **МАРТ, 2023**

УНИВЕРСИТЕТСКАЯ

КНИИГА®

ДЛЯ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ

Максим ЛОЗОВСКИЙ:

**«Рынок цифрового контента
становится зрелым»**

**Дело об ЛГБТ-пропаганде, или
Как сейчас издавать книги?**

**Рунет сегодня:
цифры и тренды**

**Книжные маркеты
в городском
пространстве**

**Субсидия
на комплектование:
мнения поставщиков**

Тема номера:

**КНИЖНЫЕ ЭКОСИСТЕМЫ:
ПОТЕНЦИАЛ, МОНЕТИЗАЦИЯ,
ВОВЛЕЧЁННОСТЬ**



9 771726 672000



www.unkniga.ru

Журнал издаётся с 1996 года

Подписка 2023

ПРЕДЛАГАЕМ РЕДАКЦИОННУЮ
ПОДПИСКУ НА ЖУРНАЛ

УНИВЕРСИТЕТСКАЯ
КНИГА

НОВОСТИ, СОБЫТИЯ, ИНТЕРВЬЮ

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ РУБРИКИ,
ПРАКТИЧЕСКИЕ КЕЙСЫ

ОБЗОРЫ ВАЖНЕЙШИХ
ОТРАСЛЕВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

ИССЛЕДОВАНИЯ И ОПРОСЫ

ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО,
КОММЕНТАРИИ СПЕЦИАЛИСТОВ

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ



СТОИМОСТЬ ПОДПИСКИ

НА ПОЛУГОДИЕ

4 500 рублей

НА ГОД

9 000 рублей

ОПЕРАТИВНАЯ ДОСТАВКА (по мере выхода журналов)

ЭЛЕКТРОННАЯ ВЕРСИЯ ЖУРНАЛА

НА ГОД

5 000 рублей

Возможна передача PDF
отдельных журналов или
архивов за предыдущие
периоды

Телефон:

+ 7 (967) 097-40-77

e-mail:

podpiska@unkniga.ru

Подписка на сайте:

WWW.UNKNIGA.RU



[t-do.ru/unkniga](https://t.me/do.ru/unkniga)

podpiska@unkniga.ru

«УНИВЕРСИТЕТСКАЯ КНИГА — 2023»: «ЗДОРОВЬЕ И БЕЗОПАСНОСТЬ»



Редакционный совет, редакционная коллегия и редакция журнала «Университетская КНИГА» и Новосибирский государственный педагогический университет (НГПУ) извещают ректоров университетов, руководителей издательских подразделений вузов и издательств, выпускающих литературу для сферы среднего и высшего профессионального образования, о проведении в 2022–2023 гг. ЧЕТВЁРТОГО МЕЖДУНАРОДНОГО ОТРАСЛЕВОГО КОНКУРСА ИЗДАНИЙ ДЛЯ ВУЗОВ «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ КНИГА — 2023» по направлению «ЗДОРОВЬЕ И БЕЗОПАСНОСТЬ»

1. Общие положения

- 1.1. IV Международный отраслевой конкурс изданий для вузов «Университетская книга — 2023» по направлению «Здоровье и безопасность» (далее — конкурс) проводится с целью поддержки авторов и авторских коллективов, активизации научно-исследовательской и учебно-методической работы, поощрения издательских проектов вузов, направленных на обеспечение ФГОС, повышения уровня редакционно-издательской деятельности, полиграфического исполнения и художественного оформления изданий для студентов, аспирантов, педагогов и слушателей дополнительного профессионального образования.
- 1.2. Конкурс проводится **с 1 ноября 2022 г. по 25 апреля 2023 г.**
- 1.3. В конкурсе принимают участие преподаватели высших и средних учебных заведений, научные сотрудники научно-исследовательских учреждений, издательства, редакционно-издательские отделы и другие издательские подразделения вузов и организаций, выпускающие издания для среднего и высшего профессионального образования.
- 1.4. На конкурс принимаются научные и учебные (книжные, журнальные и электронные) издания, вышедшие в свет в 2020–2023 гг., прошедшие редакционную обработку, удовлетворяющие санитарно-гигиеническим требованиям и отраслевым ГОСТ. Присланные на конкурс издания не оплачиваются и возврату не подлежат.
- 1.5. Для участия в конкурсе необходимо **до 15 апреля 2023 г.** выслать в его оргкомитет по адресу 630126, Российская Федерация, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, д. 28, Издательство НГПУ с пометкой «На конкурс "Университетская книга"» заявку и 3 экз. изданий, а также перечислить на счёт организатора конкурса организационно-целевой взнос (на оплату экспертизы и техническую обработку изданий, ведение базы данных, печать дипломов, сертификатов, составление каталога, приобретение призов и т.д.) в размере 1 тыс. рублей (в том числе НДС) за каждое наименование, которое может быть выставлено в одной и/или двух номинациях.
- 1.6. Число изданий (в том числе в электронном виде), представленных участниками на конкурс, не ограничено.
- 1.7. Информация о поступлении книг на конкурс размещается на сайте НГПУ <http://nspu.net>. и НИИ здоровья и безопасности НГПУ (НИИЗиБ) <http://niizib.ru>.

Результаты конкурса будут опубликованы на сайте журнала «Университетская КНИГА» <http://www.unkniga.ru>, НГПУ и НИИЗиБ.

Информационную поддержку конкурса осуществляют журнал «Университетская КНИГА» и электронный журнал Science for Education Today.

2. Номинации конкурса

- 2.1. Конкурсные издания по направлениям здоровья и безопасности оцениваются за содержательную составляющую и редакционно-издательскую подготовку, полиграфическое исполнение и художественное оформление в следующих номинациях:
 - ✓ «Лучшее издание по медико-биологическому образованию»;
 - ✓ «Лучшее издание по спортивно-физкультурному образованию»;
 - ✓ «Лучшее издание по естественнонаучному образованию»;
 - ✓ «Лучшее издание по техническому образованию»;
 - ✓ «Лучшее издание по гуманитарному и социальному образованию»;
 - ✓ «Лучшее издание по психолого-педагогическому образованию»;
 - ✓ «Лучшее издание по философско-этическому образованию»;
 - ✓ «Лучшее издание по рекламе и дизайну»;
 - ✓ «Лучшее учебное издание в области инновационных технологий»;

- ✓ «Лучшее учебно-методическое издание» (методические указания, кейсы, компендиумы, руководства, комплекты, комплексы, рабочие тетради, хрестоматии, практикумы, задачки, модули, атласы, комбинированные форматы и т.д.);
- ✓ «Лучшее историко-биографическое, краеведческое издание»;
- ✓ «Лучшее справочное издание»;
- ✓ «Лучшее серийное и/или периодическое издание по безопасности/здоровью и здоровому образу жизни»;
- ✓ «Лучшее мультимедийное (электронное) издание»;
- ✓ «Лучший издательский проект»;
- ✓ «Лучшее полиграфическое исполнение»;
- ✓ «Лучшее многократное издание (самая востребованная книга)»;
- ✓ «Лучший авторский коллектив».

2.2. Специальные (дополнительные) номинации:

- ✓ «Золотые страницы истории»;
- ✓ «Удивительные люди»;
- ✓ «Юбилейные даты и издания»;
- ✓ «Произведения искусства, посвящённые здоровью и безопасности».

3. Порядок проведения конкурса

- 3.1. Конкурс проводится в четыре этапа:
 - ✓ организационно-подготовительный (ноябрь — декабрь 2022 г.);
 - ✓ экспозиционно-информационный (январь — март 2023 г.);
 - ✓ отборочно-экспертный (март — апрель 2023 г.);
 - ✓ итоговый (27–28 апреля 2023 г.).
- 3.2. Организационный комитет конкурса формируется редакцией журнала «Университетская КНИГА», ректоратом НГПУ и дирекцией НИИЗиБ.
- 3.3. Организация экспертизы осуществляется экспертным советом по номинациям. Экспертный совет создаётся в рабочем порядке по представлению членов оргкомитета из числа авторитетных учёных, деятелей культуры и образования, ведущих специалистов книжного дела и полиграфии России.

4. Награждение победителей конкурса

- 4.1. Победители конкурса награждаются дипломами, сертификатами участника и памятными призами.
- 4.2. Торжественная церемония награждения победителей конкурса состоится 28 апреля 2023 г. в зале заседаний Учёного совета НГПУ.

5. Особые условия конкурса

- 5.1. В рамках краткосрочного повышения квалификации для желающих участников конкурса 25–27 апреля 2023 г. на базе НГПУ будет проведён семинар по вопросам подготовки, издания и распространения учебной и научной литературы с выдачей сертификата НГПУ.

Программа семинара и стоимость обучения будут представлены на сайте НИИ здоровья и безопасности НГПУ: <http://niizib.ru>.

Предварительные заявки на участие в семинаре необходимо присылать одновременно с заявкой на конкурс.

Контактная информация

Электронная почта: izdatel@nspu.ru; niizib@yandex.ru; grigor.ss@yandex.ru.
Тел./факс: +7 (383) 244-06-62; +7 (383) 244-05-35; +7 (383) 244-05-81; +7 (913) 482-28-14.

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

АБРАМОВА М.Н.

директор Российской креативной недели,
президент АНО «Креативная экономика»

АНТИПОВ К.В.

руководитель направления (заместитель ректора)
Санкт-Петербургского государственного университета
промышленных технологий и дизайна

АФАНАСЬЕВ М.Д.

директор Государственной публичной
исторической библиотеки России,
президент Российской библиотечной ассоциации

БЫКОВНИКОВ И.Л.

заместитель начальника Управления информационно-
библиотечного обеспечения Центрального банка
Российской Федерации (Банка России)

ВИСЛЫЙ А.И.

начальник проектного центра цифровой
трансформации Федерального института
промышленной собственности

ВОРОПАЕВ А.Н.

начальник отдела поддержки литературного процесса,
книжных выставок и пропаганды чтения
Департамента государственной поддержки
периодической печати и книжной индустрии
Министерства цифрового развития, связи
и массовых коммуникаций РФ

ДАШКОВ Л.П.

генеральный директор ИТК «Дашков и К°»

ДЖИГО А.А.

заведующий НИО библиотековедения
Фундаментальной библиотеки ИНИОН РАН

ДУДА В.В.

генеральный директор Российской
государственной библиотеки

ЕСЕНЬКИН Б.С.

президент ТД «Библио-Глобус»,
президент НП «Гильдия книжников»

ЗИМАРИН О.А.

директор издательства «Весь Мир»

ИВАНОВ А.В.

президент Издательско-полиграфической
ассоциации высших учебных заведений

КАПЬЁВ Е.В.

генеральный директор издательства «ЭКМО»

КВЕЛИДЗЕ-КУЗНЕЦОВА Н.Н.

исполнительный директор Ассоциации
производителей и пользователей
образовательных электронных ресурсов,
директор Фундаментальной библиотеки
Российского государственного
педагогического университета им. А.И. Герцена

КУДРИНА Е.Л.

и.о. ректора Московского
государственного
института культуры

КУЗНЕЦОВ А.Ю.

исполнительный директор
Национального электронно-информационного
консорциума

МАКАРЕНКОВ С.М.

генеральный директор
издательства «РИПОЛ классик»

ОРЛОВ С.В.

заместитель председателя
Московской городской Думы

ПАЛЫКО Л.Л.

генеральный директор издательства «ВЕЧЕ»,
управляющий вице-президент
Российского книжного союза

ПЕТРЯКОВ В.Г.

директор издательства «Флинта»

ПЛЕМНЕК А.И.

исполнительный директор
Ассоциации региональных
библиотечных консорциумов

ФИЛИППОВ В.М.

председатель Высшей аттестационной
комиссии Минобрнауки России,
президент Российского университета
дружбы народов

ФИРСОВ В.Р.

заместитель генерального директора
Российской национальной библиотеки

ЦЫГАНЕНКО А.М.

руководитель направления
«Принтмедиа-индустрия»
Института повышения квалификации
работников теле- и радиовещания

ЧЕХОВИЧ Ю.В.

исполнительный директор
компании «Антиплагиат»

ЧЕЧЕНЕВ К.В.

генеральный директор издательства «Белый город»,
президент Ассоциации книгоиздателей

ШРАЙБЕРГ Я.Л.

научный руководитель Государственной публичной
научно-технической библиотеки России,
президент Национальной библиотечной
ассоциации «Библиотеки будущего»

ЩЕРБАКОВ С.Г.

генеральный директор
Издательского центра «Академия»

УНИВЕРСИТЕТСКАЯ

КНИГА

№ 2,
март, 2023

РЕДАКЦИЯ:

Главный редактор —
Е. Бейлина, univernknight@yandex.ru

Выпускающий редактор —

Р. Каплин, vypushk-uk@yandex.ru

Редактор — **Н. Барсукова**

Дизайнер-верстальщик — **И. Горюнов**

Отдел подписки, выставок и рекламы —
О. Каплина, unkniga@mail.ru

Администратор сайта —

Н. Чалых, website@unkniga.ru

Корректор — **Д. Балтрушайтис**

ВЕДУЩИЕ РУБРИК:

«Книжный рынок» — **А. Воропаев**

«Формирование библиотечных фондов» —

Т. Петрусенко, И. Эйдемиллер

«Абсолютно медиа: библиотеки в новой среде» —

М. Леншина

«Библиотеки мира» — **Д. Белякова**

«Персональный подход» — **С. Горохова**

«Гений места»: из первых уст» — **Н. Безносова**

КОНТАКТЫ:

111123, г. Москва, Шоссе Энтузиастов, д. 56.

Тел.: +7 (967) 097-40-77

E-mail: podpiska@unkniga.ru, unkniga@unkniga.ru



WWW.UNKNIGA.RU

Воспроизведение материалов или их фрагментов
возможно только с письменного разрешения
ООО «ИД Университетская книга». Мнение
авторов может не совпадать с мнением редакции.
Редакция не несет ответственности за содержание
рекламных материалов.

Фото на обложке: Максим ЛОЗОВСКИЙ,
заместитель генерального директора
по цифровому контенту издательства АСТ

16+, в соответствии с Федеральным законом
от 29.12.2010 № 436-ФЗ

10 п.л. Тираж 1500 экз.

Подписано в печать 14.02.2023.

Приблизительная дата выхода: 21.02.2023.

Периодичность выхода — 5 раз в полугодие.

© «Университетская книга», 2023

ISSN 1726-6726

Учредитель — ООО «ИД Университетская книга»

Рег. свид. ПИ № ФС77-42613 от 13.11.2010

Отпечатано в типографии ООО «Юнион принт»
603003, г. Нижний Новгород, ул. Баррикад, д. 1,
корпус 5.

Тел.: +7 (831) 416-01-68, 439-44-99, 430-71-22
Цена свободная.

Выпуск осуществляется при финансовой
поддержке Министерства цифрового развития,
связи и массовых коммуникаций РФ.

ПОДПИСКА НА ЖУРНАЛ «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ КНИГА»:

УРАЛ-ПРЕСС

Тел.: +7 (495) 961-23-62; (343) 26-26-543;
www.ural-press.ru

ДЕЛОВАЯ ПРЕССА

Тел.: +7 (499) 391-57-36; [https://delpress.ru/журнал/
Университетская_книга](https://delpress.ru/журнал/Университетская_книга)

КНИГА-СЕРВИС

Тел.: +7 (495) 680-90-88, +7 (495) 680-89-87;
www.akc.ru/itm/universitetskay_a-kniga/

ПРЕССА РОССИИ

Тел.: +7 (495) 172-46-47;
www.pressa-rr.ru/cat/1/edition/r72296/

Подписной индекс 72296

ПОДПИСКА НА ЭЛЕКТРОННЫЕ ВЕРСИИ:

ИВИС

Тел.: (495) 777-65-57; www.ivis.ru

НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА

Тел.: (495) 935-01-01; www.elibrary.ru

УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН

Тел.: (4872) 25-11-83; www.directmedia.ru

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ЦИФРОВОЙ РЕСУРС «РУКОНТ»

Тел.: (495) 680-89-62; www.rucont.ru

РЕДАКЦИОННАЯ ПОДПИСКА:

Тел.: +7 (967) 097-40-77

www.unkniga.ru,

podpiska@unkniga.ru



СОДЕРЖАНИЕ

4 СОБЫТИЯ. НОВОСТИ. АНОНСЫ

ДЕЙСТВУЮЩИЕ ЛИЦА



- 6** Максим ЛОЗОВСКИЙ:
«Рынок цифрового контента
становится зрелым»

ОСТРАЯ ТЕМА

- 13** Дело об ЛГБТ-пропаганде,
или Как теперь издавать книги?

ВЫСТАВКИ. КОНФЕРЕНЦИИ. ЯРМАРКИ

- 20** Рунет сегодня:
цифры и тренды
- 28** Итоги года и новые вызовы

КНИЖНЫЙ РЫНОК

- 34** Книжный рынок Москвы — 2022

КНИГОРАСПРОСТРАНЕНИЕ



- 43** Книжные маркеты в городском
пространстве

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

- 48** Евгения РЫКАЛОВА:
«Приход больших игроков станет новой
эрой развития»

КНИЖНАЯ КУЛЬТУРА

- 52** Все форматы хороши,
или Ещё раз о пользе детских книг

ЛАБОРАТОРИЯ ЛИДЕРСТВА



ЛАБОРАТОРИЯ ЛИДЕРСТВА

ЛУЧШИЙ
УНИВЕРСИТЕТСКИЙ
БИБЛИОТЕКАРЬ

- 58** В. Леонтьева, Ю. Есипова
«Самарская симфония»
опыт участия вузовской библиотеки
в социокультурном проектировании

ВУЗОВСКИЕ БИБЛИОТЕКИ

- 62** А. Никифоров
Консорциум СЭБ:
двукратный рост числа прочтений за год

ФОРМИРОВАНИЕ БИБЛИОТЕЧНЫХ ФОНДОВ

- 66** Р. Каплин
Субсидия на комплектование:
мнения поставщиков

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

- 71** «Голоса. Настроение. Книги»
Издательские встречи немецких и
российских коллег в эпоху перемен

БИБЛИОТЕКИ МИРА

- 76** Д. Белякова, С. Горохова
Международные
библиотечные диалоги:
какими им быть

ОБЪЁМ НАУЧНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ НЕ СОКРАЩАЕТСЯ

Заместитель председателя Правительства РФ Дмитрий Чернышенко и Министр науки и высшего образования РФ Валерий Фальков провели совместный брифинг, посвящённый ключевым результатам в сфере науки и высшего образования, а также озвучили основные планы на 2023 год, сообщает пресс-служба Правительства РФ.

«Мы консолидировали все научные расходы гражданского назначения в единой госпрограмме научно-технологического развития, которая объединила 34 ранее разрозненные госпрограммы на огромную сумму — порядка 1,2 трлн рублей ежегодно. Из них около 550 млрд — непосредственно на проведение научных исследований и разработок. Согласно поручению Президента РФ объём научного финансирования не сокращается», — подчеркнул Д. Чернышенко и добавил, что в 2022 г. была создана комплексная система управления наукой.

Вице-премьер обратил внимание на то, что решать задачи технологического суверенитета предстоит прежде всего на местах — в субъектах РФ. По словам Дмитрия Чернышенко, именно в регионах реализуются механизмы долевого финансирования, создаётся сеть научных центров, открываются молодёжные лаборатории, идёт взаимодействие реального бизнеса и науки.

Особое внимание вице-премьер уделил обновлению приборной базы в ведущих научных организациях. По его словам, к началу этого года модернизировано более четверти всей приборной базы, а всего на эти цели уже направлено свыше 37 млрд рублей. 273 организации приобрели почти 7 тыс. приборов, из которых треть — отечественного производства. В 2023 г. на эти цели будет направлено ещё 15,5 млрд рублей: 200 научных организаций приобретут дополнительно более 2,2 тыс. приборов. Причём одно из обязательных условий при закупке — оборудование должно быть российского производства.

В. Фальков представил некоторые результаты национального проекта «Наука и университеты» в 2022 г. По его словам, сегодня Россия занимает девятое место в мире по объёму научных исследований и разработок. Почти 170 тыс. отечественных технологий используются реальным сектором экономики. Спрос на исследования подтверждается долей внебюджетных средств в составе затрат на исследования и разработки.

Министр также отметил, что сегодня наблюдается тренд на региональный разворот в обеспечении доступности высшего образования. По его словам, всего в 85 региональных вузах за два года число бюджетных мест выросло более чем на 20%.

Кроме того, растёт доля исследователей младше 39 лет и почти 80% кандидатов наук, защитившихся в последние годы, связывают свою жизнь с наукой и образованием. На 14 млрд рублей вырос объём исследований университетов — участников программы «Приоритет 2030» за один год. Во многом это стало возможным за счёт предусмотренной программой системы мер по созданию консорциумов.

Глава Минобрнауки России отметил, что за последние два года изменён негативный тренд по количеству защит кандидатских и докторских диссертаций. По его словам, общее число защит только за 2022 год выросло почти на 20%. С 2020 г. заметен ещё более существенный рост: число кандидатских диссертаций увеличилось с 6,5 тыс. в 2020 г. до 8,5 тыс. в 2022-м, докторских диссертаций — с чуть менее 1 тыс. до 1,5 тыс.

БЮДЖЕТ ИРИ НА ПОДДЕРЖКУ КОНТЕНТА В 2023 г. СОСТАВИТ 20,7 МЛРД РУБЛЕЙ

Институт развития Интернета (АНО ИРИ) запланировал бюджет в размере 20,7 млрд рублей на поддержку контента в 2023 г. Об этом рассказал журналистам генеральный директор ИРИ Алексей Гореславский. По его словам, 17,7 млрд будут направлены на национальный контент и 3 млрд — на молодёжный.

В 2022 г. бюджет ИРИ на поддержку контента составил 19 млрд рублей (с учётом суммы, оставшейся с 2021-го), в 2021-м — 10 млрд.

Как пояснила исполнительный директор и генеральный продюсер организации Елена Лапина, эта сумма распределяется на проекты разных форматов, которые будут представлены как в 2023 г., так и в 2024–2025-м.

— В части молодёжного контента проекты должны быть реализованы в 2023 г. Что касается национального контента, это инициативы долгосрочные. Вся сумма поддержки будет распределена на пять направлений: сериалы, блогосфера, мультиформатные проекты, спецпроекты в СМИ и игры/ПО, — прокомментировала эксперт.

ПЯТЬ ТРЕНДОВ EDTECH НА 2023 ГОД: ВЕРСИЯ MCKINSEY

Аналитики агентства McKinsey уверены, что рынок образовательных технологий и курсов продолжит расти во всём мире. Вот за какими трендами они советуют следить edTech-компаниям.

1. Приток капитала в edTech растёт. За последние 10 лет рынок вырос фантастически: в 2021 г. в edTech инвестировали в 40 раз больше, чем в 2010-м. Тренд продолжится по двум причинам:

- аудиторией edTech-компаний становятся сотрудники компаний, в которых постоянное переобучение и повышение квалификации — новая норма;

- на традиционных уровнях образования, например в вузах, преподаватели и студенты тоже привыкли к технологическим решениям и онлайн.

2. Залогом успеха на рынке становятся партнёрства и слияния компаний. Тренд на поглощение edTech-стартапов более крупными игроками и объединение зрелых компаний в холдинги проявился ещё в 2021 г. Аналитики McKinsey отмечают, что эта тенденция продолжится.

3. Ориентация на B2B — корпоративных клиентов. В McKinsey подчёркивают, что наиболее крупные компании (в США это, например, Amazon, Walmart, Google) задают тренды в этой сфере, анонсируя инвестиции в обучение сотрудников.

4. На EdTech-рынке появляются новые страны-лидеры. К началу 2020-х гг. большой объём инвестиций в мировом edTech перетёк в Индию. Она наряду с государствами Латинской Америки стала популярной точкой выхода за рубеж и среди российских компаний (хотя в 2022 г. многие такие проекты ожидаемо столкнулись со сложностями).

5. EdTech-компании фокусируются на развитии карьеры студентов. Это один из мировых трендов, ярко проявляющихся и в России. За последний год сегмент получения новых профессий и перезапуска карьеры единственный в российском edTech генерировал выручку. Продолжился пандемийный тренд на поиск современных и доходных профессий, которым не страшны кризисы.

КАЧЕСТВО ПРИЁМА В РОССИЙСКИЕ ВУЗЫ — 2022

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ) представил первые результаты 12-го мониторинга качества приёма в российские вузы на бюджетные и платные места.

В 2022 г. показатели оставались на уровне прошлого года: средний балл ЕГЭ бюджетного приёма в целом по России равен 70,3, средний балл ЕГЭ платного приёма — 65,5.

2021-й — первый год, когда остановилась тенденция постоянного роста качества приёма. За 2015–2021 гг. средний балл вырос на 4,2 пункта по бюджетному приёму и на 5,3 балла — по платному. И если в 2021 г. небольшое снижение качества произошло за счёт падения среднего балла ЕГЭ на 0,6 среди зачисленных на бюджет в региональные вузы, то в 2022-м наблюдается обратная картина. Региональные вузы отыграли 0,2 балла: средний балл составил 67,1 против 66,9 в 2021 г. и 67,5 в 2020-м. Вузы Москвы потеряли 0,5 пункта по сравнению с 2021 г. и 0,1 пункта — по сравнению с 2020-м (средний балл ЕГЭ зачисленных на бюджет в московские вузы — 80,2). Средний балл ЕГЭ зачисленных в питерские вузы упал ещё заметнее — на два балла (78,8 в 2022 г., 80,2 в 2021-м).

Причина остановки роста качества приёма очевидна: государство пошло на значительное увеличение государственного задания (выделило больше бюджетных мест). В результате на бюджетные места сумели поступить и те абитуриенты, которые раньше не проходили по конкурсу баллов.

Доступность высшего образования сохранилась в целом на прежнем уровне, несколько перераспределившись в сторону бюджетных мест. При этом их прирост в бакалавриате и специалитете в 2020 г. составил 11,5 тыс., в 2021-м — дополнительно 34 тыс., т.е. 12%, в 2022 г. общее число бюджетных мест осталось примерно на том же уровне, что и в 2021-м. Всего число бюджетных мест на первом уровне высшего образования составило 348 тыс. Это примерно соответствует приросту числа абитуриентов.

КРЕАТИВНЫЙ КЛАСС РОССИИ: ПОРТРЕТ В ЦИФРАХ

Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представил результаты количественного анализа креативного класса России — лиц, занятых в профессиях, связанных с творческой и интеллектуальной деятельностью.

Численность креативного класса в России составляет 3,4 млн человек, или 4,8% от общего количества занятых; за пять лет она увеличилась практически на треть.

Немногим менее половины (43,4%) всех занятых приходится всего на две профессии — специалистов по рекламе и маркетингу (24,4%) и разработчиков ПО (19%), а около 68% занятых в этом сегменте — на 10 творческих профессий.

Для креативного класса в целом характерна концентрация в столицах и крупнейших городах. В России он сосредоточен преимущественно в Москве (25,1%) и Московской области (8%), Санкт-Петербурге (7,9%), Краснодарском крае (3,2%), Республике Татарстан и Свердловской области (по 2,5%).

Наиболее типичный представитель российского креативного класса — молодой мужчина (25–34 года) с высшим образованием. В последние годы прослеживается тенденция старения этой категории работников, что в целом соответствует общероссийским трендам развития рынка труда.

Несмотря на устоявшиеся представления о преимущественно гибком и ненормированном графике работы представителей творческих профессий, в России у них в основном стандартная 40-часовая рабочая неделя и полный рабочий день.

По специальности работают только около половины занятых в творческих профессиях в России. При этом наиболее важными для выполнения трудовых обязанностей оказались именно профессиональные навыки, а также умение использовать профессиональную документацию и цифровые компетенции.

Среди универсальных навыков наибольшим спросом на творческом рабочем месте пользовались многозадачность, умение принимать решения, навыки поиска новых идей и стрессоустойчивость.

ПРАВООБЛАДАТЕЛИ СТАЛИ ЧАЩЕ ОБРАЩАТЬСЯ ЗА ЗАЩИТОЙ СВОИХ ПРАВ

В 2022 г. в Роскомнадзор поступило 12,5 тыс. определений Мосгорсуда и 38 тыс. заявлений правообладателей о защите авторских прав в Интернете, сообщает пресс-служба ведомства.

По сравнению с 2021 г. количество заявлений выросло на 18%, а предварительные обеспечительные меры были приняты в отношении почти 350 тыс. сайтов с пиратским контентом, что на 17% больше, чем годом ранее.

85% владельцев сайтов самостоятельно удалили нелегальные копии. Доступ к 41 тыс. сайтов ограничили операторы связи, так как пиратский контент не был удалён вовремя.

В 2022 г. на основании 13,5 тыс. определений Мосгорсуда об отмене предварительных обеспечительных мер было разблокировано 38,6 тыс. ресурсов.

Нормы и требования о защите прав на интеллектуальную собственность дают правообладателю возможность во внесудебном порядке обратиться к администрации сайта с требованием прекратить нарушение авторских и (или) смежных прав. В случае отказа правообладатель вправе подать в Мосгорсуд заявление о принятии предварительных обеспечительных мер, т.е. об ограничении доступа к пиратскому интернет-ресурсу.

КРУПНЕЙШИЙ В МИРЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ БУМАГИ ПРОДАЛ БИЗНЕС В РОССИИ

Как сообщает РБК, крупнейшая в мире целлюлозно-бумажная компания International Paper договорилась о продаже своей 50%-ной доли в холдинге «Илим» российским партнёрам за 484 млн долларов. Но эту сделку ещё должны согласовать власти.

Стоимость всей компании оценена примерно в 3,5 млрд долларов, в цене также учтён чистый долг в размере 2,45 млрд долларов, говорится в сообщении.

Покупателями станут российские партнёры International Paper по этому совместному предприятию: остальные 50% Ilim SA принадлежат председателю совета директоров группы «Илим» Захару Смушкину и братьям Борису и Михаилу Зингаревичам. «Мы довольны результатами совместной деятельности и хотели бы сохранить наше эффективное партнёрство. Но в известных обстоятельствах наши партнёры приняли своё решение», — заявил З. Смушкин.

Максим Лозовский: «Рынок цифрового контента становится зрелым»



Книжный ландшафт, особенно в сегменте цифрового книгоиздания, меняется. Очевидно, что уход крупных зарубежных операторов и появление ведущих отечественных технологических компаний с новыми моделями и подходами к дистрибьюции контента может существенно взбодрить рынок и расширить читательскую аудиторию. С другой стороны, есть немало вызовов, среди которых реструктуризация, перераспределение финансовых потоков, появление новых цифровых издательств, слияния и поглощения.

Как оценивают эти процессы ведущие игроки, в чём видят риски и точки роста, какой стратегии придерживаются и какие тактические действия предпринимают в своём развитии?

Поговорить об итогах 2022 г., новых проектах, конкурентной среде и перспективах контентного рынка «УК» пригласил заместителя генерального директора издательства АСТ по цифровому контенту **Максима ЛОЗОВСКОГО**.



— Максим Борисович, как Вы оцениваете итоги 2022 г. для отрасли в целом и для вашего издательства в частности? Какова динамика по отношению к 2021 г.? Какие жанры оказались успешными?

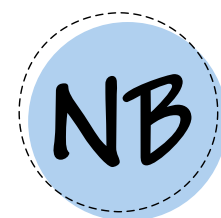
— Я оцениваю итоги 2022 г. весьма позитивно, прежде всего в цифровом сегменте, поскольку занимаюсь непосредственно им. Несмотря на то что объективная ситуация на рынке привела к определённым техническим сложностям для нашего ключевого игрока, которые он до сих пор в полной мере не преодолел (а мы почувствовали это уже в конце I квартала), появление на книжном рынке ведущих технологических компаний, таких, как МТС и «Яндекс», существенно поддержало сегмент и заложило новую основу для его развития. Мы с надеждой смотрим в будущее, приветствуем конкуренцию и считаем, что крупные игроки привнесут иное качество в работу, в привлечение читателей и в дело продвижения чтения. У них серьёзный маркетинговый ресурс и большая аудитория пользователей. Нам это представляется достаточно своевременным и полезным.

«Мы с надеждой смотрим в будущее, приветствуем конкуренцию и считаем, что крупные игроки привнесут иное качество в работу, в привлечение читателей и в дело продвижения чтения. У них серьёзный маркетинговый ресурс и большая аудитория пользователей. Нам это представляется достаточно своевременным и полезным»

Если говорить о жанрах и нишах, то они меняются из года в год. Во время пандемии стали меньше читать профессиональной и развивающей литературы и больше художественной, потом вообще стали меньше читать, потому что новостной фон этому не способствовал. Я бы говорил о потреблении как таковом тех продуктов,

Максим Борисович ЛОЗОВСКИЙ,
директор по цифровому контенту издательства АСТ

- Родился 14 октября 1976 г. в г. Екатеринбурге.
- В 1998 г. окончил экономический факультет Уральского государственного университета имени А.М. Горького. Имеет степень MBA.
- С 2015 г. на руководящих позициях в издательской группе «ЭКМО-АСТ», корпорации «Российский учебник».
- В феврале 2020 г. назначен директором по цифровому контенту издательства АСТ.
- Является членом Российского книжного союза.



«Как повлияет подписка на традиционную модель, пока неясно. Мы с осторожностью на это смотрим и оцениваем все аспекты сотрудничества с подписными сервисами. Наши действия не должны привести к тому, чтобы пострадала основа отрасли — печатная книга»



которые активно развиваются. Не новость, что самиздат продолжает расти ускоренными темпами. По нашим данным, его показатели в цифре уже обогнали те, что обеспечивали крупнейшие издатели: по объёму контента и количеству авторов, а по цене книги независимых авторов нередко гораздо доступнее. Люди часто обращаются к селфпабу, это прекрасная альтернатива пиратству.

Назову ещё один важный тренд. Бумажная книга — это транзакционная модель, а на рынок сейчас вышли подписные игроки. Потребление контента по подписке и по РРД — принципиально разные формы. Как повлияет подписка на традиционную модель, пока неясно. Мы с осторожностью на это смотрим и оцениваем все аспекты сотрудничества с подписными сервисами. Наши действия не должны привести к тому, чтобы пострадала основа отрасли — печатная книга.

Если говорить о динамике, то АСТ выросло в «цифре» на 17% за год, в 2023-м ожидаем больше.

— **С какими ключевыми проблемами столкнулось издательство АСТ в ушедшем году? Какие варианты решений используете или рассматриваете на перспективу?**

— Самое главное — права. Они либо есть и продлеваются или заключаются новые контракты, либо их нет, что создаёт определённые сложности. В целом наш портфель не сократился, потому что старые контракты зарубежные авторы не расторгли, мы по ним успешно работаем. Что будет дальше, вопрос. Это зависит от тех шагов, в том числе эмоциональных, которые сделали иностранные правообладатели в начале прошлого года. Кто-то сразу открестился от России, и ему уже неудобно и невыгодно говорить о возобновлении сотрудничества. Кто-то занял более взвешенную и спокойную позицию. Кто-то и не прекращал работу, новинки продолжают выходить. Определённое поле для манёвра есть, хотя оно, конечно же, сузилось.

В связи с этим важную роль начинают играть российские авторы. И здесь мы сталкиваемся в конкуренции с самиздатом: и с крупными сервисами типа «ЛитРес», и с независимыми площадками. Огромный потенциал, риски и угрозы связаны с тем, что любой такой сервис может быть запущен на маркетплейсе, где существенные роялти, и с ними тяжело конкурировать. Нам надо выстраивать

«В целом говорить о прогнозах применительно к рынку самиздата, как к любому быстроразвивающемуся процессу, бессмысленно. Число авторов огромно — сотни тысяч, количество наименований велико, читатели привыкают к сегменту, готовы платить. Я предпочитаю пока наблюдать за процессом, за тем, какие сервисы предлагают авторам и читателям. Тот, кто создаст комфортную и эффективную среду, в итоге выиграет»

работу с каждым автором, чтобы удерживать его. Перспектива появления цифрового контента на маркетплейсах есть, но также мы понимаем, что там присутствует серьёзная угроза пиратства.

В целом говорить о прогнозах применительно к рынку самиздата, как к любому быстроразвивающемуся процессу, бессмысленно. Число авторов огромно — сотни тысяч, количество наименований велико, читатели привыкают к сегменту, готовы платить. Я предпочитаю пока наблюдать за процессом, за тем, какие сервисы предлагают авторам и читателям. Тот, кто создаст комфортную и эффективную среду, в итоге выиграет.

— **По предварительным прогнозам, в прошлом году электронные книги впервые не показали рост...**

— В определённой степени сегмент достиг своего потолка. Тем не менее, по нашим оценкам, он увеличился по итогам года на 8%. Другой вопрос, сколько в этом показателе инфляционного роста, а сколько — экземплярного. В аудиосегменте, кстати, аналогичная ситуация. Каталог у всех издателей был недозаписан, в последние три года они этим активно занимались, включали всё, что рентабельно и не очень. В этом году аудиокнижки начинают повторять судьбу электронных. Новинки существенно не прирастают, расширяться можно только за счёт новых партнёров и каналов.

— В прошлом году, принимая участие в нашей отраслевой конференции, Вы отметили, что «вместо шторма есть опасность увидеть пересыхающие реки». Необходим контент, и оперативно произвести импортзамещение не получится. Как оцениваете контентные перспективы сегодня?

«Контентная река точно не пересыхает, но, возможно, не получает новых мощных притоков. Параллельно возникает озеро самиздата. Сойдутся они или нет, оттянет ли селфпаб на себя авторов, пока не могу сказать. Будем наблюдать»

— Спокойно: без лишнего оптимизма, но и без пессимизма. Контентная река точно не пересыхает, но, возможно, не получает новых мощных притоков. Параллельно возникает озеро самиздата. Сойдутся они или нет, оттянет ли селфпаб на себя авторов, пока не могу сказать. Будем наблюдать.

Что касается замещения, то в книгоиздании оно в принципе невозможно, даже не говоря об импорте. Одного русского писателя на другого ведь тоже не заменишь. Надо искать новые имена и альтернативные каналы. Пока темпы появления новых имён в нашем портфеле относительно невелики; что вырастет в самиздате, то, вероятно, и будет. Сейчас мы нацелены на решение операционных задач, а именно — выстраивание взаимодействия с крупными игроками по дистрибуции.

— А как меняется ценообразование с появлением новых участников рынка?

— Стоимость подписки сформирована сегодня на том уровне, какой пользователь может себе позволить в текущих условиях. Новые площадки откликаются на наши запросы, внимательно наблюдая за рынком. Для них это означает удорожание сервиса, потому что их базовые подписки стоили дешевле. Для традиционной книжной подписки — снижение стоимости: вряд ли кто-то будет платить 550 рублей за книги, если за 400 можно получить сервис такси, музыки, доставки еды и т.п. «в одном флаконе». Этот тренд неумолимо развивается. Более того, ценность в такой цепочке смещается в сторону тех, кто подключён к регулярно вносящим плату пользователям. Не учитывать этого мы не можем. Вместе с тем представляется, что это не разрушение рынка, а его развитие. Если мы получаем снижение стоимости книжной подписки, то рассчитываем на существенный прирост базы новых пользователей. Когда появились первые аудиокниги в «Яндекс.Музыке», был колоссальный рост прослушиваний — десятки процентов. И этот прирост дали многочисленные пользователи «Яндекс.Плюса».

Мы верим в возможности экосистем: они развивают книжное сообщество и укрепляют надежду на то, что чтение можно продвигать. Самым главным механизмом здесь будет даже не таргетированная реклама, а само наличие у крупного игрока качественного контента, привлекательного для читателя.



— Согласитесь, при этом есть серьёзные опасения. Новые площадки готовы развивать собственные издательства. Не станут ли они конкурировать с классическими издателями, что потенциально может привести к отраслевому канибализму?

«При всей мощи маркетинговой машины МТС, при всём проникновении "Яндекса" собрать портфель из 8 тыс. авторов, который мы формировали 30 лет, оценивая потенциал каждой книги, — колоссальный труд. Это наше базовое, фундаментальное конкурентное преимущество как крупного издательства и традиционного книжного рынка в целом»

— Справедливое замечание. Но здесь важно понимать, что это очень непросто — повторить успех издателей. При всей мощи маркетинговой машины МТС, при всём проникновении «Яндекса» собрать портфель из 8 тыс. авторов, который мы формировали 30 лет, оценивая потенциал каждой книги, — колоссальный труд. Это наше базовое, фундаментальное конкурентное преимущество как крупного издательства и традиционного книжного рынка в целом. Такие компетенции не сразу создаются. По той же причине некоторые площадки покупают готовые ИТ-решения, а не создают свой книжный сервис: просто нет времени на собственную разработку.

Пока бизнес-модель издательства не меняется, она трансформируется в сторону «цифры» для выстраивания взаимодействия с крупными площадками. Мы будем делать так, чтобы каждый игрок на книжном рынке занимался тем, что у него лучше получается: производил контент или эффективно обрабатывал пользовательские сценарии.



— Ещё одну опасность я вижу в потере доли традиционных электронных книжных ресурсов.

— Надо понимать, что ещё недавно весь рынок состоял только из них. А теперь — не только из них. Формально доля сократилась, но фактически рынок вырос, и у них есть шанс охватить более значительную аудиторию. Возникает множество возможностей, и ими важно правильно воспользоваться. Рост всего «пирога» создаст новый потенциал.

— Как развиваются аудиопроекты в АСТ? Есть место экспериментам?

— Принципиальное отличие этого сегмента в том, что аудиокнигу можно слушать, параллельно занимаясь ещё чем-то. Любой другой книжный продукт требует зрительного погружения. Неэкранный контент удваивает ваше время.

Что касается экспериментов: мы большая организация, похожая на завод, и должны выпускать стандартизованный продукт в рамках бюджета и себестоимости. Все крупные издатели на рынке ведут себя аналогично. Они наращивают каталог только теми продуктами, в отношении которых уверены, что те продадутся и окупятся в разумный срок. Записать каждую позицию голосом известного актёра не получится. Превратить весь портфель в феерию спецпроектов с крутыми спектаклями невозможно. Это очень дорого и требует колоссального количества времени: договориться с актёрами, согласовать договоры и т.д. Масса операционных действий, которые к записи прибавляют то, что никто не оценит. В это время можно записать сотню других позиций. В прошлом году мы сконцентрировались на наращивании каталога, на подготовке контента, который не был записан ранее, и эта стратегия сработала: долю по аудиокнигам мы удержали и даже нарастили.

В нашем портфеле аудиокниг около 5 тыс. позиций, доля — порядка 20%.

— Что-то изменилось в каналах коммуникации с потребителями?

— Наши каналы коммуникации не поменялись. Мы их использовали, но поскольку не в них мы создаём максимальную ценность, их влияние на выручку было небольшим. Мы всегда опирались на маркетинг своих партнёров, прежде всего «ЛитРес» и Storytel. Больших бюджетов на продвижение у нас не было и нет. Поддерживаем некоторые флагманские проекты и вместе с площадками что-то подсвечиваем.

С другой стороны, понимаем: сейчас начнётся конкуренция контент-маркетинговыми бюджетами. У кого будет интересный и эксклюзивный каталог, поддержанный маркетингом, тот выиграет. Мы стремимся найти своё место в этой системе.

— Несколько лет назад эксперты говорили о том, что главная задача автора селфпаба — попасть в издательство. Потом концепция поменялась, и мы наблюдали, как писатели уходили от издателей на площадки самиздата. Как отслеживаете авторское движение на независимых платформах?

— Мы пытались взаимодействовать с тематическими площадками, но у нас не очень получилось. Видимо, требовался нишевой, ориентированный на аудиторию подход. А мы продвигаемся всей широтой ассортимента. С селфпабом пока не работаем, хотя периодически возвращаемся к этому вопросу, потому что так или иначе есть самотёк рукописей. Не все из них можно превращать в печатные книги, некоторые надо протестировать в «цифре». Здесь, очевидно, должны работать автоматизированные решения. Надо создавать питательную среду, а кто победит, неважно. Угрозы я в этом не вижу, главное — грамотно пользоваться возможностями, которые даёт селфпаб.

— Экспериментируете ли с искусственным интеллектом (ИИ)? Ряд компаний уже используют технологии генеративного ИИ для рекомендательных сервисов или, например для создания обложек. Есть ли у вас в планах применение технологий в этих или других целях?

«С этим товаром покупают вот такой» — это ещё не ИИ. Книга — достаточно сложный, содержательный продукт, который трудно посчитать и потом на основании этого выдать нечто похожее»

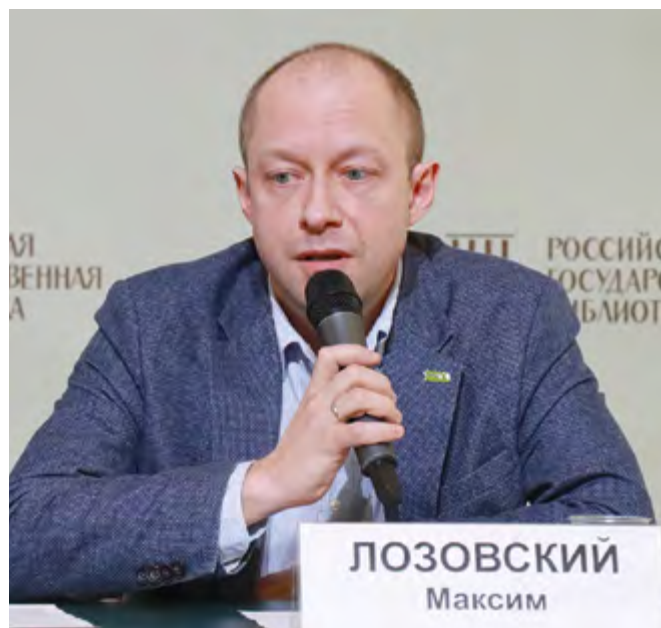
— С точки зрения рекомендаций полноценно в мире никто ещё ничего не реализовал. «С этим товаром покупают вот такой» — это ещё не ИИ. Книга — достаточно сложный, содержательный продукт, который трудно посчитать и потом на основании этого выдать нечто похожее. Что касается производства с помощью машинного обучения, ИИ, то мы получали предложения от ряда компаний. Они оставляют желать лучшего по качеству. Машина, конечно, учится озвучивать книги, но, когда десяток технических редакторов потом её проверяют, остаются вопросы... Вроде бы есть задача исключить из процесса человека, но пока не получается. Как говорится, внимательно наблюдаем за тем, что происходит в этой сфере. Что касается авторства... Одно дело написать диплом, другое — эмоционально окрашенную историю. Пока в этой битве машина не победила человека.

— Как издательство отреагировало на поправки в законодательство о пропаганде нетрадиционных ценностей? Как проводите аудит книг и как намерены решать эти вопросы? Каков, на Ваш взгляд, адекватный механизм контроля подобного контента?

— Согласен, что критерии до конца не понятны, и выступаю в поддержку всех, кто добивается их разъяснения. Это было бы полезно и рынку, и издателям, и читателям. Скорость прояснения зависит не только от нас. Безусловно, мы проверяем контент: как иначе, если есть угроза огромного штрафа? Конечно, во многом перестраховываемся, но в целом учитываем этот фактор в своей деятельности и хотим работать в чётком правовом поле.

— С принятием этих поправок по-новому встал давний и проблемный вопрос — пиратство в Сети. Очевидно, что любые запреты на доступ к литературным произведениям перенаправляют активную читательскую аудиторию на зарубежные и пиратские ресурсы. За период с марта по ноябрь прошлого года трафик на пиратские ресурсы увеличился на 25%, а совокупный объём посещений за III квартал на основные пиратские ресурсы составил более 300 млн. Каким видите решение этой проблемы? Поможет ли здесь Антипиратский меморандум, куда уже многие годы безуспешно стремятся издатели?

— Следует продолжать делать всё, что мы делаем против пиратства, но при этом максимально вкладываться в легальное потребление. Чем больше будет читателей в легальном поле, тем меньше станет пиратства. Надо



производить больше контента и следить за его корректным использованием. Думаю, наши новые партнёры заинтересованы в том, чтобы аудитория оставалась в их платных экосистемах. Вижу в этом предпосылку к тому, чтобы они стали нашими союзниками.

— На фоне подобных запретительных и ограничивающих мер всегда возникает вопрос альтернативы. В нашем случае речь о поддержке позитивного контента, например через программы детского и юношеского чтения, да и вообще через продвижение и пропаганду чтения. К сожалению, уже не первый год эти инициативы остаются вне интереса чиновников, принимающих решения. Какие меры следует принять и на что направить усилия, чтобы подобные программы всё же были приняты?

— Думаю, здесь уже могут включаться игроки другого масштаба и популяризировать все форматы потребления книг. Есть показательный пример — фильм «Чебурашка». Сборы говорят сами за себя, а у нас эксклюзивное право на новеллизацию. Мы договорились со «Звуком», и вместе продвигаем нашу аудиоверсию на большую аудиторию.

Безусловно, масштабная государственная поддержка необходима. Надо вновь объявить Год литературы, проводить читательские олимпиады. Чем больше инициатив, тем лучше. Субсидия на комплектование библиотечных фондов показала свою эффективность. Издатели практически сразу получают прямую поддержку, библиотеки — качественный контент, книга становится доступной читателю. С учётом того что сеть модельных библиотек активно расширяется, она должна наполняться контентом. Вопрос, как организовать этот процесс максимально эффективно. Имеет смысл продумывать механизмы вовлечения в эту деятельность новых игроков.

— Сегодня межотраслевые коллаборации — тренд развития креативных индустрий (КИ), а литературный текст является основой любых медиапродуктов. В то же время все медиаиндустрии ощущают дефицит качественных сюжетов. Какие интересные кейсы есть у АСТ?

— У меня нет готового рецепта: надо сделать так и авторы сразу научатся писать сценарии. Это процесс постепенный и в некотором роде эволюционный. Мы видим, что авторы мигрируют в направлении взаимодействия с площадками, где книги превращаются в сериалы, и обратную историю, когда успешные фильмы превращаются в книги. Этот маятник начинает раскачиваться. Мы по привычке опасаемся ухода авторов от нас. Но мне кажется, у нас достаточно прочные связи, чтобы они оставались с нами и пробовали что-то новое. Авторы, которые изначально были сценаристами, вовлекаются в нашу орбиту, такая коллаборация всем на пользу.

На рынке уже действует ряд авторских академий, регулярно проводятся семинары на книжных ярмарках, есть частные инициативы по развитию профессиональных писательских навыков. Возможно, всё вместе это создаст какое-то системное решение в будущем... Конечно, есть заинтересованность в таких «инкубаторах», где бы выращивались авторы, но это в идеальном мире. Скорее мы пока сканируем пространство в поисках писателей.

— Ки остро нуждаются в законодательной поддержке. Второй год обсуждается законопроект о креативном предпринимательстве, где планируется закрепить термины, определения, понятие субъектов креативных индустрий и критерии отнесения к ним. Какие, на Ваш взгляд, важные индустриальные особенности стоит учесть при подготовке этого законопроекта?

— Я бы подчеркнул два момента. Есть проблема техническая. Закон необходим для того, чтобы правильно идентифицировать меры поддержки, чтобы субсидия попала в правильный сектор. Думаю, что рано или поздно этот вопрос решится. Другой вопрос — содержательный: что государству надо от КИ? Как оно видит их развитие в целом? Какие проблемы КИ способны помочь решить? С этим пока есть определённый пробел. Хотя сейчас уникальная ситуация: российскую культуру в значительной степени надо защищать и правильно позиционировать в мире. Здесь представители КИ могут встать плечом к плечу с государством, предлагая новые решения по книгам, фильмам, системе дистрибуции, потреблению легального контента. Я бы говорил здесь о необходимости стратегии развития КИ в целом или стратегиях по секторам. Тогда можно говорить и об адресных мерах поддержки по моделям и содержанию.

Это похоже на идею с субсидией на комплектование и Национальной книжной платформой. Государство хочет понимать, во что оно инвестирует средства, получить понятный результат. Должен быть сформирован запрос и заказ на поддержку культуры, национальной идентичности.

— Не секрет, что кадровый голод, современные навыки — одна из серьёзнейших проблем издательской отрасли. Мы с Вами неоднократно принимали участие в форсайт-сессиях по образованию. Какая практика у вас сложилась в отношении привлечения и обучения персонала?

— Мы здесь применяем тот же подход, что и к книгам, авторам и сервисам: предпочитаем работать с готовым продуктом. Мы не можем тратить время на слишком длительную подготовку сотрудников, хотя стратегически это важный вопрос: как вовлечь профессионалов

издательского рынка в регулярную передачу знаний и опыта молодёжи. В значительной степени это происходит на рабочем месте. Говорить об успешных связях с вузами пока не приходится. Университеты сами формируют свои программы, они у них исторически сложились.

При этом сказать, что мы испытываем серьёзный дефицит кадров, тоже нельзя. Все свои потребности мы закрываем достаточно оперативно. Тем более сейчас, когда с уходом западных компаний большое число специалистов высвободилось, и в этом смысле происходит импортозамещение. Будет ли для издателей проблемой отток ИТ-специалистов? Наверное, да, в долгосрочном плане. Пока мы этого не чувствуем.

— Как Вы оцениваете перспективы российского рынка электронной книги? По Вашим предположениям, какие факторы могут повлиять на его динамику?

— На рынок электронных и аудиокниг я смотрю со сдержанным оптимизмом, потому что в стране сформировался пул технологических компаний, которые завоевали огромную аудиторию, и им необходим цифровой контент. Это уникальная сущность, которая значительно повышает показатели времени, проведённого на ресурсе, что напрямую влияет на их финансовые результаты. И мы им будем необходимы. У них интересные планы и проекты, и очевидно, что мы вместе пойдём этой дорогой. Рынок продолжит расти, он, конечно, не будет демонстрировать взрывные темпы, потому что становится зрелым. Но за счёт конкуренции интересные прорывы могут случиться.

— Как Вы оцениваете покупательную способность читателей?

— Платёжеспособный спрос на контент есть, и он даже немного растёт. Безусловно, присутствует инфляционная составляющая, но в экземплярах мы продолжаем увеличиваться. Значит, люди хотят покупать книги. Думаю, что в структуре потребления у людей книга занимает не столь большую долю, чтобы от неё совсем отказаться. А поводов для того, чтобы «уйти» в книгу от текущей реальности, более чем достаточно.

«Думаю, что в структуре потребления у людей книга занимает не столь большую долю, чтобы от неё совсем отказаться. А поводов для того, чтобы "уйти" в книгу от текущей реальности, более чем достаточно»

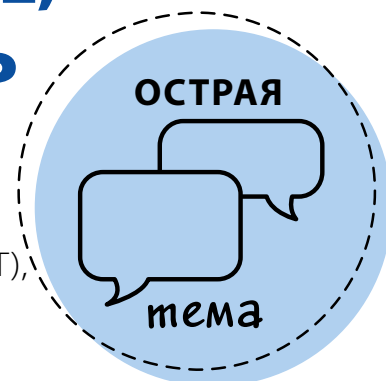
— Наш традиционный вопрос — о чтении. Какие жанры и форматы предпочитаете?

— Я читаю бумажные книги, с интересом знакомлюсь с новинками современных российских авторов художественной литературы: Евгения Водолазкина, Андрея Рубанова, Алексея Сальникова.

— Спасибо и удачи в реализации всех инициатив!

Беседовала Елена Бейлина

ДЕЛО ОБ ЛГБТ-ПРОПАГАНДЕ, ИЛИ КАК ТЕПЕРЬ ИЗДАВАТЬ КНИГИ?



Поправки в законодательство о запрете в России пропаганды нетрадиционных сексуальных отношений (ЛГБТ), педофилии и смены пола, подписанные в декабре 2022 г., поставили издателей в сложное положение. Достаточно сказать, что в списке произведений, которые теперь под подозрением, и включённые в школьную программу, и биографии классиков вроде Оскара Уайльда. Как теперь ограждать читателей от запрещённой информации и продолжать издательскую деятельность, не рискуя подпасть под предусмотренное обновлённым законодательством наказание (штраф для юрлиц — до 5 млн рублей) — вопрос, простого ответа на который нет, кажется, ни у кого.

Чтобы попробовать его отыскать, «Российская газета» провела круглый стол на тему «Что такое пропаганда нетрадиционных отношений в литературе и как дальше жить книгам», пригласив издателей, юристов, психологов и, конечно, писателей.

НОВЫЕ НОРМЫ ПРАВА



Анна БЕССМЕРТНАЯ,
руководитель юридической службы
издательского сервиса Rideró:

— Для издательской сферы очень важны поправки в три закона: Федеральный закон № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», Федеральный закон «О защите прав потребителей» и Кодекс об административных

правонарушениях (КоАП РФ), которыми введены новые штрафы.

В ФЗ-436 внесены поправки в ч. 4 ст. 5. Раньше была запрещена пропаганда нетрадиционных сексуальных отношений. Теперь добавляются пункты, запрещающие демонстрацию таких нетрадиционных отношений. Отдельно вынесены запрет о пропаганде педофилии и запрет распространения информации, побуждающей сменить пол.

Практически это означает, что, если в книге присутствует такой контент, то на ней стоит знак «18+», она продаётся в запечатанной упаковке и не будет представлена в местах, где основная целевая аудитория — дети.

Кроме того, Федеральный закон «О защите прав потребителей» был дополнен нормой, которая запрещает реализацию любого товара, за распространение которого предусмотрена административная или уголовная ответственность. Это обращает нас к поправкам в КоАП РФ.

Статья 6.21 КоАП РФ, которая раньше была достаточно краткой, теперь превратилась в три отдельные статьи (6.21, 6.21¹ и 6.21²). Сама статья 6.21 запрещает пропаганду как для несовершеннолетней аудитории, так и для взрослой, причём существенно увеличены штрафы. В эту же статью добавлен запрет пропаганды смены пола.

Минимальный штраф по статье 6.21 КоАП РФ для физических лиц возрос в 12 раз. Такой штраф, скорее всего, применит суд, в случае если субъект совершил правонарушение впервые.

Для юридических лиц минимальный штраф лиц не изменился, но максимальный вырос в пять раз и сейчас составляет 5 млн рублей. Кроме того, в отношении юридических лиц возможна мера ответственности в виде приостановления деятельности на срок до 90 дней.

Статья 6.21¹ КоАП РФ предполагает ответственность и за пропаганду педофилии среди взрослых. Максимальные штрафы по этой статье ещё более существенны как для физических лиц, так и для компаний. При этом формулировка, особенно её последняя часть: «...информация, вызывающая интерес к педофилии» — у юристов вызывает самые большие опасения, поскольку неясно, где проходит грань между книгой, предупреждающей ребёнка о том, что с ним может случиться, и информацией, которая вызовет интерес к педофилии. С точки зрения законодателя, между этими двумя понятиями лежит штраф в размере до 10 млн рублей для компаний и до 800 тыс. рублей — для физических лиц.

Также появилась новая статья 6.21², которая уже непосредственно запрещает демонстрацию нетрадиционных сексуальных отношений несовершеннолетним. Штрафы

за данное нарушение чуть меньше, чем за пропаганду. Тем не менее это очень существенные суммы.

Если исходить из буквального толкования новых норм, у нас формально разрешена публикация и реализация книги, в которой содержится не пропаганда, а демонстрация нетрадиционных отношений или предпочтений, если издание промаркировано «18+», упаковано в плёнку и т.д. Но при этом нет ни одного нормативного акта, который позволил бы определить, что является демонстрацией, а что — пропагандой.

«Если исходить из буквального толкования новых норм, у нас формально разрешена публикация и реализация книги, в которой содержится не пропаганда, а демонстрация нетрадиционных отношений или предпочтений, если издание промаркировано "18+", упаковано в плёнку и т.д. Но при этом нет ни одного нормативного акта, который позволил бы определить, что является демонстрацией, а что — пропагандой»

Как действует юрист, когда к нему попадает запрос дать правовое заключение на что-либо? Сначала анализируем закон: что конкретно говорится в его тексте. Затем изучаем разъяснение этого закона. Обычно такие разъяснения выпускают компетентные органы, также в качестве разъяснения используются постановления Конституционного Суда РФ. В третью очередь мы смотрим на практику, потому что практика — это способ понять, что будет происходить при применении нормы. Но практика гораздо более подвижна, чем разъяснения, и уж тем более чем закон.

Изменения в законодательство вступили в силу 5 декабря 2022 г., и пока ещё нет никаких релевантных разъяснений новых норм. В отношении старой редакции ст. 6.21 КоАП РФ было Постановление Конституционного Суда РФ от 2014 г., в котором судьи сделали попытку определить те нормы и ограничения, которые ввёл законодатель. Сейчас у нас нет никаких рекомендаций ни от МВД России, ни от Роскомнадзора, ни от Роспотребнадзора, которые будут действительно осуществлять свои полномочия в адрес издательств и книжных магазинов.

Если говорить в целом о практике, то мы видим, что у нас существует только один известный кейс — возбуждение дела об административном правонарушении по новой редакции ст. 6.21 КоАП РФ. Но как юрист я бы никогда не могла рекомендовать книжному магазину или издательству брать этот кейс в качестве модельного: за ним стоит предыстория, дело возбуждено непосредственно после депутатского запроса.

Прогнозировать будущее сложно. Но очевидно, что мы будем ужесточать проверку книг перед публикацией, а в отсутствие каких-либо разъяснений всё постепенно уходит в самоцензуру. Мы не понимаем, что можно, что нельзя, где лежит грань между традиционностью и нетрадиционностью. Более того: эта грань размывается в сторону

того, что совершенно не было поименовано в законе, но так или иначе подразумевалось при его обсуждении. Мы уже сейчас очень напряжённо относимся к книгам, где упоминаются темы чайлдфри, к фем-литературе, тревожно смотрим в сторону фэнтези, в частности фурри-фэнтези (фэнтези с антропоморфными пушистыми зверушками, от *англ.* *furry* — «мех». — *Примеч. ред.*) и всего прочего просто потому, что не знаем: будет ли это через два, три, шесть месяцев считаться нетрадиционными ценностями.

У нас огромный объём литературы, которая находится в смежных отраслях, но не описывает напрямую ЛГБТ и не пропагандирует смену пола. Самоцензура будет приводить к тому, что крупные издательства и книжные сети пойдут по пути консервативного подбора портфеля. Уже сейчас коллеги стараются минимизировать всё, что можно счесть условно небезопасным. Но это для крупных сетей. А для независимых книжных магазинов и издательств, для сервизов самиздата это фактически будет означать потенциальную финансовую смерть. Одновременное сокращение портфеля и первый же штраф или приостановление деятельности на срок до 90 дней с финансовой точки зрения убьёт компанию. Именно поэтому кажется, что существование закона в текущей ситуации, когда это просто закон, без разъяснений, без практики, без каких-либо попыток понять, как мы будем фактически решать те или иные вопросы — это некоторое вакуумное законодательство. Оно распространяется одновременно ни на что и на всё.

«Когда мы говорим о том, что кто-то будет решать, издавать книгу или нет, исходя из того, вдохновляет она его или нет, кажется, что мы движемся в сторону цензуры, а не торжества права»

Неправильно, чтобы решение о той или иной литературе принималось на основании личных вкусов экспертов. Нисколько не сомневаюсь, что эксперты обладают огромным опытом, но, когда мы говорим о том, что кто-то будет решать, издавать книгу или нет, исходя из того, вдохновляет она его или нет, кажется, что мы движемся в сторону цензуры, а не торжества права.

ВОПРОСЫ ЭКСПЕРТИЗЫ



Дмитрий БАК, директор Государственного музея истории российской литературы имени В.И. Даля:

— Надо говорить о будущей правоприменительной практике и о том, как избежать побочных последствий. Первое из них — не создавать запретный плод. Э. Лимонов, В. Ерофеев, А. Соколов, часть произведений Андрея Битова были запрещены.

Но из всей прозы 1970-х гг. остались именно они.

Необходимо избежать самоцензуры. Невозможно писать о некоторых исторических личностях, не упоминая

обсуждаемую тему. «Охранители» раздувают любую запретную тему, искусственно подогревают к ней интерес даже там, где её у автора нет.

Классика — понятие интуитивное, а не юридическое. Да, есть школьный канон, госстандарты, но и у школьных классиков:

А.С. Пушкина, М.Ю. Лермонтова и др. — есть тексты, которые печатаются только в узкоспециальных изданиях, хотя прямых запретов на это нет. Я очень обеспокоен, что может быть не переиздан четырёхтомник Платона. Необходим экспертный орган, который будет рассматривать каждый отдельный случай возникновения проблемы. В него должны войти лингвисты, психологи, юристы, издатели и т.д.

Этот экспертный совет может быть организован при Департаменте поддержки печати Минцифры России, который курирует издательскую отрасль. Он должен иметь чёткие полномочия, эквивалентные надзорному федеральному органу. Если он выдаёт вердикт, книгу можно издавать.



Вали ЕНГАЛЫЧЕВ, профессор, руководитель Научно-исследовательского центра судебной экспертизы и криминалистики Калужского государственного университета имени К.Э. Циолковского:

— Создание экспертного совета с чёткими полномочиями выглядит пугающе. Это похоже на новый Главлит. В этот предполагаемый совет пойдёт вал текстов.

Раз это совет, там должна быть дискуссия. Обсуждение десятков, сотен проблемных текстов приведёт к остановке книгоиздания. Поэтому если нужен совет, пусть он нарабатывает кейсы, прецеденты, а не занимается тотальной проверкой.

При экспертизе произведений всегда возникает вопрос: всё ли, о чём говорит автор, является составной частью сюжета? Или этот фрагмент «притянут за уши», чтобы взбудоражить читателя и увеличить продажи? Если этот фрагмент или ряд фрагментов могут быть безболезненно устранены или в мягкой форме отредактированы, тогда они не связаны с развитием основной идеи произведения. Любую мысль и любые отношения можно выразить тонко, не обязательно вульгарно, натуралистически и пошло.

К сожалению, примерно 90% текстов, которые приходят на экспертизу в последнее время, передают человеческие отношения в такой форме, как будто тебя привязали на скотном дворе и принудили наблюдать. Множество героев мировой литературы любили друг друга так страстно, что в случае смерти одного из них и для другого жизнь теряла всякий смысл. Но разве читатели потеряли что-то от того, что не стояли вокруг толпой со свечками? В то же время, как только эксперты указывают

«Необходимо избежать самоцензуры. Невозможно писать о некоторых исторических личностях, не упоминая обсуждаемую тему. "Охранители" раздувают любую запретную тему, искусственно подогревают к ней интерес даже там, где её у автора нет»

на фрагменты, нарушающие законодательство, выясняется, что некоторые из авторов либо правообладателей категорически против устранения этих фрагментов или их редактирования. Тогда надо откровенно говорить, что здесь затронуты интересы не литературы, а бизнеса, когда прибыль прежде всего.

Экспертиза текстов может быть как досудебной, так и судебной. В первом случае издательство или автор могут инициативно обратиться к эксперту, предполагая, как правило при наличии на это оснований, что конкретный текст может вызвать вопросы со стороны официальных или общественных организаций, отдельных граждан. После изучения текста эксперт укажет, есть ли в нём фрагменты, связанные с нарушением закона, и иногда даже может порекомендовать, как без потери целостности сюжета, главной мысли их переформулировать. Но есть и фрагменты, не поддающиеся редактированию, их можно будет только удалять. В случае же судебной экспертизы, если текст уже был обнародован, выводы эксперта станут категоричными: есть нарушение закона или нет. Такой текст дополнительному редактированию не подлежит. И опять же, исходя из экспертной практики значительное количество, если не большинство, судебных экспертиз такого рода подтверждают версию надзорных инстанций и служат основанием для судебных решений.

ПОЗИЦИЯ ИЗДАТЕЛЕЙ

Евгений КАПЬЁВ, генеральный директор издательства «ЭКМО»:

— Книжная индустрия производит 25 тыс. национальных творческих продуктов в год. И мы лучше всех сейчас конкурируем с мировыми продуктами. Вообще, такие индустрии в России можно сосчитать на пальцах одной руки.

Хотелось бы чётко разделять ЛГБТ и остальное: педофилию, смену пола и другие явления. Издателей беспокоит только первый пункт. Педофилия — это уголовно наказуемое деяние. Смена пола — сложнейшая медицинская процедура. А что такое ЛГБТ? Мы считаем это болезнью или антиобщественным деянием? Если это болезнь, разве не имеем права писать о болезни? Для того чтобы эти определения внедрять, надо иметь чёткое их понимание.

Нас беспокоит обратная сила закона: огромное количество книг уже находится в магазинах. Что с ними делать? В библиотеки не отдашь, никому не подарить, потому что спросят: что вы тут распространяете? До сих пор не решён вопрос, что такое классика, но де-факто нас заставляют забрать и уничтожить классику. Книга, поставленная в магазин до принятия закона, но проданная покупателю после, нарушает закон. Человек её покупает, подаёт в суд на магазин и на издательство. В результате — остановка деятельности части отрасли.



Очевидно, что тематика, связанная с гомосексуальностью, интересует молодёжь. Запрещая продажу, мы напрямую отсылаем её на пиратские ресурсы. Современное поколение прекрасно умеет пользоваться анонимайзерами. Посещаемость иностранных пиратских ресурсов за III квартал 2022 г. — 300 млн визитов, с февраля она увеличилась на 20%. Мы своими руками отдаём им платёжеспособную аудиторию.

К чему это может привести? Иностранцы не будут продавать нам права, и появятся русскоязычные издатели в Израиле, в Прибалтике. Они станут выпускать книги, а «челноки» будут доставлять их сюда в чемоданах, как раньше. Эти произведения окажутся мегапопулярными. Почему все читали Солженицына? Потому, что он был запрещён. Как только творчество писателя разрешили, его популярность резко снизилась. У меня на всех интервью первый вопрос: какую книгу запретили? Наша аудитория хочет её купить, прочитать и т.д. Хорошо бы в рамках правоприменения учитывать реалии XXI в. Сейчас коммуникация работает по-другому.

Алексей ИЛЬИН, генеральный директор издательства «Альпина Паблишер»:

— На данный момент я вижу три группы проблем.

Первая — неясность критериев. Мы не понимаем границ того, что разрешено, а что запрещено. Классика — вне запретов? Если да, то что есть классика? Есть квір-литература, она именно «про это», с ней всё понятно; но таких книг

менее 1%. А есть литература, где ЛГБТ-тематика проходит четвёртым-пятым планом, скажем один абзац на книгу в 600 страниц. Возникает вопрос: такие вкрапления — ещё можно или уже нельзя? Очевидно, что такой подход открывает широчайшую возможность для атак на любое издательство: нанять 10–20 троллей, которые «оскорбятся» и забросают заявлениями все возможные инстанции. И это парализует работу издателей.

Вторая — большое количество контролирующих органов: Роскомнадзор, МВД России, Роспотребнадзор. За одну и ту же книгу издательство могут наказать бесконечное количество раз. Книга продаётся в Москве, в Санкт-Петербурге, во Владивостоке, в Улан-Удэ, Калининграде. Каждая продажа этой книги в любом магазине является поводом для штрафа, и штрафовать могут отдельно Роскомнадзор, МВД России и т.д., и всё это будет суммироваться.

Третья — отношения с авторами и правообладателями. Российских писателей в каких-то деликатных случаях удаётся уговорить скорректировать текст, но зарубежные

«Российских писателей в каких-то деликатных случаях удаётся уговорить скорректировать текст, но зарубежные авторы и издатели, как правило, не позволяют это делать. Они и так находятся под серьёзным давлением, работая с российскими издателями. И им проще вообще отказаться»

авторы и издатели, как правило, не позволяют это делать. Они и так находятся под серьёзным давлением, работая с российскими издателями. И им проще вообще отказаться. Сейчас и без этого постепенно вымывается зарубежный ассортимент, так как более половины западных правообладателей прекратили сотрудничество и не продлевают контракты. А попытки вырезать фрагменты текста сподвигнут на отказ от сотрудничества тех, кто ещё продолжает с нами работать. У нас сейчас переводных книг занимают 70%, и это серьёзная проблема.

Павел КОСТЮК, руководитель импринта «Лёд» издательства АСТ:

— У нас 100% литературы переводная. На моей практике зарубежные правообладатели редко соглашаются с каким-то, даже минимальным, цензурированием или с изъятием каких-либо фрагментов. Когда речь идёт о серьёзных исследованиях, многие правообладатели запрашивают на согласование перевод.

Марина КАДЕТОВА, главный редактор издательства «Компас-Гид»:

— Производство книги занимает порядка 18 месяцев. Наш портфель сейчас пока ещё состоит примерно на 40–50% из зарубежных переводных изданий. Что касается планов на будущее, то там доля переводных книг уже меньше по разным объективным причинам.

С принятием закона у меня возникло ощущение дежавю: мы в похожих условиях живём не с декабря, а уже 10–12 лет. Детские издательства подчиняются Федеральному закону № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». Когда его только приняли, ситуация была аналогичная: мы не понимали, как с этим работать, как применять нормы права. Издательства придумали свои схемы работы, но у всех они разные. Сейчас нам тоже необходимы пояснения — что делать в случае гомосексуальной ориентации персонажа или реального человека, если речь идёт о биографии.

«Прозвучало предложение создать экспертный совет. На мой взгляд, реализовать идею непросто, потому что цензура усложнит все процессы и увеличит сроки издания книг. Если издательство сомневается, то можно поставить дисклеймер: в данном произведении есть упоминание отношений, противоречащих традиционным российским ценностям. В таком виде это позволит издателю сразу отсеять аудиторию, которая не хочет видеть такой контент в книгах»



КАКИЕ ВОЗМОЖНЫ РЕШЕНИЯ? МНЕНИЯ ОТРАСЛЕВЫХ ЭКСПЕРТОВ

Елена БЕЙЛИНА:

— Ситуация для книжников осложняется тем, что на данный момент не определён профильный государственный орган, способный компетентно рассматривать запросы и претензии, формировать чёткие и понятные правила, контролируя их исполнение и осуществляя экспертизу изданий. Сейчас проверки могут проводить Роскомнадзор, МВД России, Роспотребнадзор и прокуратура, их критерии оценки могут различаться, но для отрасли важно обеспечить единообразие правоприменительной практики. Считаю, что книги следует относить к ведению Роскомнадзора. Ведомство давно и предметно занимается электронным контентом, опыт взаимодействия уже наработан, и часть нашей индустрии, связанная с цифровым форматом и электронными площадками, контролируется им. Кроме того, Роскомнадзор — организация, подведомственная Минцифры России и есть надежда на более предметное взаимодействие, на конструктивный разговор и на проработку понятных критериев и методических рекомендаций. У Роскомнадзора уже существует пул аккредитованных сторонних экспертов, которые работают с электронным контентом. Есть шанс доработать взаимодействие и, возможно, создать расширенный экспертный совет. Уверена, он должен быть межведомственным: издательская продукция (Минцифры) имеется не только в магазинах (Минпромторг), но и в библиотеках, подведомственных Минкультуры, Минобрнауки, Минпросвещения России. Есть смысл действовать консолидированно, чтобы решения экспертного совета распространялись на все подведомственные организации.

Екатерина КОЖАНОВА:

— Потребительские товары регулируются Роспотребнадзором. Если потребитель купил книгу, которая его оскорбила, или считает, что она нарушает закон, то он обратится в Роспотребнадзор и исключить это ведомство не получится. Но магазин не может отвечать за контент: оценивать стотысячный прайс с точки зрения соответствия законодательству невозможно. В этом случае должно быть межведомственное соглашение или подзаконный документ, где можно уточнить регламент: если жалоба поступает в Роспотребнадзор, то ведомство перенаправляет её в Роскомнадзор и тот обращается к производителю. Нередко жалобы по скандальным книгам поступают в территориальные органы Роспотребнадзора и он подаёт в суд иск против конкретной площадки. При этом с проверкой может прийти прокуратура. Важно учитывать, кто может жаловаться и где и чьи права защищаются. К сожалению, крайним часто остаётся магазин.

Детские издатели свыклись с тем, что любое упоминание ЛГБТ просто автоматом уводило в «18+», мы с этим худо-бедно существовали. Сейчас просто так эту маркировку не поставишь, придётся разбираться. Мы не можем закрыть глаза и сказать, что этого не существует.

Прозвучало предложение создать экспертный совет. На мой взгляд, реализовать идею непросто, потому что цензура усложнит все процессы и увеличит сроки издания книг. Если издательство сомневается, то можно поставить

дисклеймер: в данном произведении есть упоминание отношений, противоречащих традиционным российским ценностям. В таком виде это позволит издателю сразу отсечь аудиторию, которая не хочет видеть такой контент в книгах.

То же самое со сменой пола. Мы говорим о реальной операции с гормональной терапией или просто о переодевании в одежду противоположного пола, что часто встречается в детских книгах? Или о том, что герой выдаёт себя за лицо противоположного пола? Это пропаганда, призыв или часть игры? Я уверена, что в детские издательства будут поступать жалобы относительно даже совершенно невинной игры в переодевание.

ТРАДИЦИИ И ПРОПАГАНДА



Александр СНЕГИРЁВ, писатель,
руководитель семинара прозы
в Литинституте:

— Очень важно понимать, что традиция — не статичная вещь. Во времена Шекспира женские роли играли мужчины. И это было традицией. А потом она поменялась. Только полемика традиции с инновацией обеспечивает прогресс. Всё, что мы делаем, не соответствует чьим-либо представлениям. Поэтому довольно странно говорить о неких традиционных ценностях. Д. Бак упомянул Платона. Это один из столпов, на котором держится вся наша цивилизация. А вещи, говоря современным языком законодателей, он пропагандировал весьма крамольные.

Необходимо понимать, что, борясь с чем-либо, мы прежде всего боремся с этим в самих себе.

Можно показать на примере строительства. Общество и любой строительный материал очень похожи друг на друга. Что такое бетонные конструкции? Это сам бетон, т.е. песок, перемешанный с цементом и гравием, и арматура. Чем проще состав, тем более хрупкая получается конструкция. Чем сложнее заплетена арматура, чем больше добавлено разных присадок в сам цементный раствор, тем крепче и пластичнее изделие. То же самое с обществом. Если его направить по пути упрощения, мы получим хрупкий социум, который будет сильно подвержен внешним ударам.

Е. КАПЬЁВ:

— Задача экспертного совета не в том, чтобы оценивать каждую книгу, а в том, чтобы выработать чёткие рекомендации. Есть точное определение пропаганды в словаре Ушакова: «Разъяснение и убеждение широких масс в необходимости чего-нибудь». То есть пропаганда здорового образа жизни — это не просто рассказ о человеке, который занимается спортом, но именно убеждение: всем надо заниматься спортом! Можете представить себе книгу, в которой говорится: «Всем надо сменить пол»?!

Мы не затронули вопрос научной, энциклопедической литературы. Законодательство о защите детей от вредной информации привело к стагнации детской литературы. Доля книг для детей у нас сейчас меньше, чем во

всём мире, потому что издатели не понимают: до 16 лет, до 18... А самое главное, для читателей до 18 лет тему секса убрали. И в итоге девочки знакомятся с темой секса на операционном столе. Наша страна номер один по аборт-там. Где будет знакомиться аудитория с остальными запрещёнными темами? Тоже не там, где хочет государство, а у пиратов.

В. ЕНГАЛЫЧЕВ:

— В лингвистических словарях вы не найдёте исчерпывающего толкования понятий «пропаганда» и «демонстрация». Некоторым даже кажется, что они идентичны. Но у психологов эти понятия разведены. Опыт анализа книг на протяжении многих лет показывает, что принципиально возможно различать демонстрацию и пропаганду.

«Опыт анализа книг на протяжении многих лет показывает, что принципиально возможно различать демонстрацию и пропаганду. В отечественных судах неоднократно сталкивались разные, порой противоположные, экспертные позиции по поводу одного и того же текста. Выигрывала более обоснованная»

В отечественных судах неоднократно сталкивались разные, порой противоположные, экспертные позиции по поводу одного и того же текста. Выигрывала более обоснованная. Пропаганду выявляют и оценивают не компьютерные программы, а люди. У каждого из них есть своё, личное, убеждение. Поэтому необходимо изучать прецеденты. Хотя у нас не прецедентное право, но тем не менее существует совокупный опыт анализа сотен и тысяч книг.



Екатерина КОЖАНОВА, директор департамента по стратегическим коммуникациям издательской группы «ЭКМО-АСТ»:

— Я бы хотела задать риторический вопрос. На фоне всех запретов и регулирования что будет сделано для пропаганды традиционных ценностей? Что мы можем противопоставить тем трендам, которые возникают из

Интернета, из западного контента, Тик Ток, из того, что провоцирует читательский спрос?

У нас 100-миллиардный рынок, а поддержка государства не превышает 2%, программа поддержки детского чтения давно была разработана, но до сих пор не принята. Мы запрещаем, а что мы предлагаем взамен?

Елена АБРАМОВА, руководитель PR-службы сети книжных магазинов «Читай-город»:

— Для ритейл-площадок было бы оптимально, чтобы жалобы от читателей приходили в Роспотребнадзор и адресовались прежде всего издателю. С одной стороны, в любой книжный магазин сегодня поступают сотни новинок ежемесячно и мы проверять сюжетные линии не можем: это остановит все бизнес-процессы. С другой — маркетплейсы и книжные магазины начнут перестраховываться и не будут брать огромную часть литературы на реализацию. Поэтому вопрос надо адресовать издателю: и по тем книгам, что уже выпущены, и по тем, которые в планах. Необходим компетентный орган, который позволит оценить, подпадает книга под закон об ЛГБТ или нет. МВД России и прокуратура не могут этим заниматься: вряд ли у них есть такие компетенции.

Марина КАМЕНЕВА, директор магазина «Москва»:

— На мой взгляд, было бы удобно иметь список книг, которые подпадают под запрет, как и по экстремизму. Тогда никто не будет трактовать закон по своему разумению. Иначе станут проверять классику, биографическую, научно-образовательную, историческую литературу. Если на сайте проверяющего органа разместят список, мы на него можем сослаться. Кто будет составлять эти списки — другой вопрос. Хотя уже принята система, регламентирующая порядок попадания книг в «экстремистский» список. Почему бы и здесь не использовать подобную схему?

Е. КАПЬЁВ:

— Думаю, процедура должна быть простой, без паранойи. Что нельзя распространять, должен регулировать список запрещённых книг. Пока книга в список не попала, её распространять можно. Штрафные санкции назначаются за распространение книг из списка.

Как он формируется? Схема может выглядеть следующим образом. Если от потребителя получена жалоба, неважно, через Роспотребнадзор, прокуратуру или МВД России, она передаётся в Роскомнадзор и назначается экспертиза. В случае положительного заключения экспертов, книга попадает в список. После этого определяется срок (две недели, месяц) на удаление издания из интернет-магазинов, традиционной розницы, библиотек и т.д.

Если мы хотим почистить рынок, чтобы не было реально вопиющих продуктов, то обязательно должен быть список. Его держателем может стать Роскомнадзор, Минцифры России или Минюст России на основании экспертизы по аналогии с экстремизмом. Наказать за книгу, которой в списке нет, невозможно.

Что касается последующих релизов, то думаю, что отрасль будет сама всё регулировать. Если издатель несёт расходы, которые не может вернуть, то больше ничего подобного он выпустить не станет.

САМИЗДАТ И БИБЛИОТЕКИ



Евгений СЕЛИВАНОВ, директор департамента по развитию контента группы компаний «ЛитРес»:

— Издательства десятилетиями работают по устоявшейся схеме: каждое решает, что выпускать. В самиздате иначе. Для многих авторов он является не началом пути, а самым путём. Здесь совсем иные скорости. Издательство готовит книгу несколько месяцев. В самиздате написал — через полчаса опубликовал, и сразу пошли отклики от читателей и донаты.

Как в таком случае избежать риска публикации запрещённого контента? Если риск приостановки деятельности большого бумажного издательства можно сравнить с тем, как тормозит поезд, для селфпаба это как дёрнуть рубильник. Если мы на 90 дней останемся без бизнеса, то, скорее всего, на этом бизнес вообще закончится. Поэтому или необходимы очень чёткие формальные критерии, позволяющие принять решение об отказе в публикации, или следует признать, что рынок самиздата надо регулировать как-то иначе.

Площадки самиздата — модель того, какой книжная индустрия станет послезавтра. Затормозить их развитие из-за проблем с ЛГБТ-контентом — значит замедлить развитие всей индустрии. Ещё хуже, если авторы уйдут на какие-то специфические самиздат-площадки, целиком посвящённые ЛГБТ-контенту. Можно предположить, что завтра будет с этими площадками, с их аудиторией, с популярностью этих сервисов. Нам и нашим авторам необходима информация о том, на какие темы и как они могут писать, говорить, не боясь лишиться своего заработка, не говоря о неприятностях похуже.

Елена БЕЙЛИНА, главный редактор журнала «Университетская КНИГА», руководитель Департамента по электронным ресурсам и цифровым коммуникациям книжного рынка Российского книжного союза:



— Проблемы возникают и у других участников рынка. В частности, речь о публичных библиотеках, которых в стране десятки тысяч. Для них это не менее острая тема. На данный момент коллеги при комплектовании фондов обязательно сверяются со списком экстремистской литературы, с которым уже привыкли работать, хотя в своё время тоже было немало сложностей.

Но как сейчас будет выстраиваться взаимодействие с поставщиками и что станет с книгами, которые уже приобретены и поставлены на библиотечные полки (т.е. легально введены в оборот до поправок в законы) — серьёзный вопрос.

Кто будет осуществлять проверку сотен тысяч изданий, находящихся в библиотеках страны?

Я общалась с представителями Российской библиотечной ассоциации, разумеется, они ждут аналогичный

экстремистскому список изданий, рекомендованный экспертами, чтобы убрать из фондов книги, которые попадают под обновлённые законы.

Однако на данный момент это невозможно реализовать, поскольку нет ни чётких критериев оценки изданий, ни методических рекомендаций, ни прозрачной экспертной процедуры, ни ведомства, которое могло бы этот список формировать и поддерживать, ни регламентов попадания туда книг.

Риски испытывают электронные библиотеки, находящиеся в открытом доступе. Уже есть случаи, когда коллегам из крупных университетов негласно рекомендуют убирать квалификационные и исследовательские работы, в которых данная тема затронута в той или иной степени.

Серьёзный вопрос — бюджеты. Сколько будет стоить экспертиза, какое время она займёт для издателя? Если мы говорим о переводной литературе, то её сначала надо перевести, прежде чем передать эксперту. Кто оплатит перевод, который в дальнейшем может быть признан как запрещённый?

Наша задача — попытаться сформулировать понятные и чёткие критерии. Именно для этого и нужен экспертный совет — чтобы разбираться в сложных случаях. И самое главное — корректно сформулировать термины и определения. ■

Евгений СЕЛИВАНОВ:

— Я поддерживаю идею со списком, потому что тогда отбор будет более тщательным, и мы избежим ситуации неконтролируемого бесконечного потока жалоб и троллинга, поскольку в Интернете на любую книгу пожаловаться очень просто. Известны ситуации, когда боты, якобы действующие от имени сотрудников МВД России предпринимали попытки запугать нас. Поэтому важно чётко понимать, какие книги мы можем продавать, какие — нет, особенно если речь идёт о сегменте самиздата. Необходимы понятные критерии, по которым оцениваются произведения, различные алгоритмы поиска информации, и это существенно снизит наш риск в том, что мы пропустим книгу, относящуюся к запрещённым.

Е. АБРАМОВА:

— Целесообразно, чтобы штрафы не дублировались, не приходили и издательству, и магазину. Если книга вошла в список запрещённой литературы и издательство поступило об этом информация, то оно оповещает торговые площадки, куда поставляет это издание, а они в определённый срок его изымают. Если этого не происходит, то штраф платит одна сторона. Должна отметить, что книжные площадки ежедневно мониторят экстремистский список, поскольку никто не хочет неприятностей.

Е. КОЖАНОВА:

— Не менее важным остаётся вопрос по исключениям: исторической, биографической, классической литературе. Важно разобраться в критериях отнесения к этим категориям литературы.

РУНЕТ СЕГОДНЯ: ЦИФРЫ И ТРЕНДЫ



В рамках Russian Internet Week 2022, крупнейшей в России конференции о высоких технологиях, ключевые спикеры отрасли представили актуальную аналитику, тренды и прогнозы развития экономики Рунета.

ОСНОВНЫЕ СЕГМЕНТЫ



Как отметил директор Российской ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК) **Сергей ГРЕБЕННИКОВ**, в 2021 г. рост экономики Рунета был беспрецедентным: 42%. В 2022-м ситуация менялась: усилилось санкционное давление, из России ушли многие западные компании, уменьшилось число стартапов, стало меньше денег, на которые могла развиваться отрасль. В мае 2022 г. были сделаны прогнозы относительно того,

как станет развиваться экономика Рунета. Цифры были не очень оптимистичными: рост планировался на уровне 11%. Сегодняшний прогноз: +24%. По итогам 2022 г. объём экономики Рунета составил 11,8 трлн рублей.

Значительный спад произошёл в направлении интернет-рекламы: 11%. Ёмкость сегмента составила 390,7 млрд рублей. Электронная коммерция благодаря маркетплейсам выросла на 10%, ёмкость сегмента — почти 11 трлн рублей.

Главный тренд развития Рунета — инфраструктура. На протяжении многих лет государство и крупные провайдеры много делали, для того чтобы поддерживать критическую инфраструктуру. Создавались хостинг-провайдеры, центры обработки данных (ЦОД). Благодаря этому в 2022 г. сегмент вырос на 30% и составил около 300 млрд рублей.

Цифровой контент по итогам года оказался в самом конце рейтинга: -25%. Это связано с тем, что из России ушли крупные лейблы, организации, которые продавали цифровой контент. Сейчас Институт развития Интернета и Минкультуры России выделяют гранты на создание цифрового контента, и есть надежда, что 2023 год будет более продуктивным. Ёмкость сегмента на сегодняшний день — 115,6 млрд рублей.

— По оптимистичному прогнозу, экономика Рунета будет расти. Однако сегодня

столь значительные цифры мы наблюдаем потому, что у нас имелся серьёзный запас прочности. Рунет развивался самодостаточно, в России были свои социальные сети, поисковики, почтовые службы. Необходимо сделать так, чтобы развитие не останавливалось, — подчеркнул эксперт.

ДРАЙВЕРЫ И БАРЬЕРЫ

С точки зрения **Сергея ПЛУГОТАРЕНКО**, директора АНО «Цифровая экономика», для Рунета кризисы, даже такие масштабные, как в 2022 г., — это прививка: в моменте больно, а затем вырабатывается иммунитет и организм становится сильнее. Что же позволило сохранить рост и что делать, для того чтобы обеспечить его в 2023 г.?

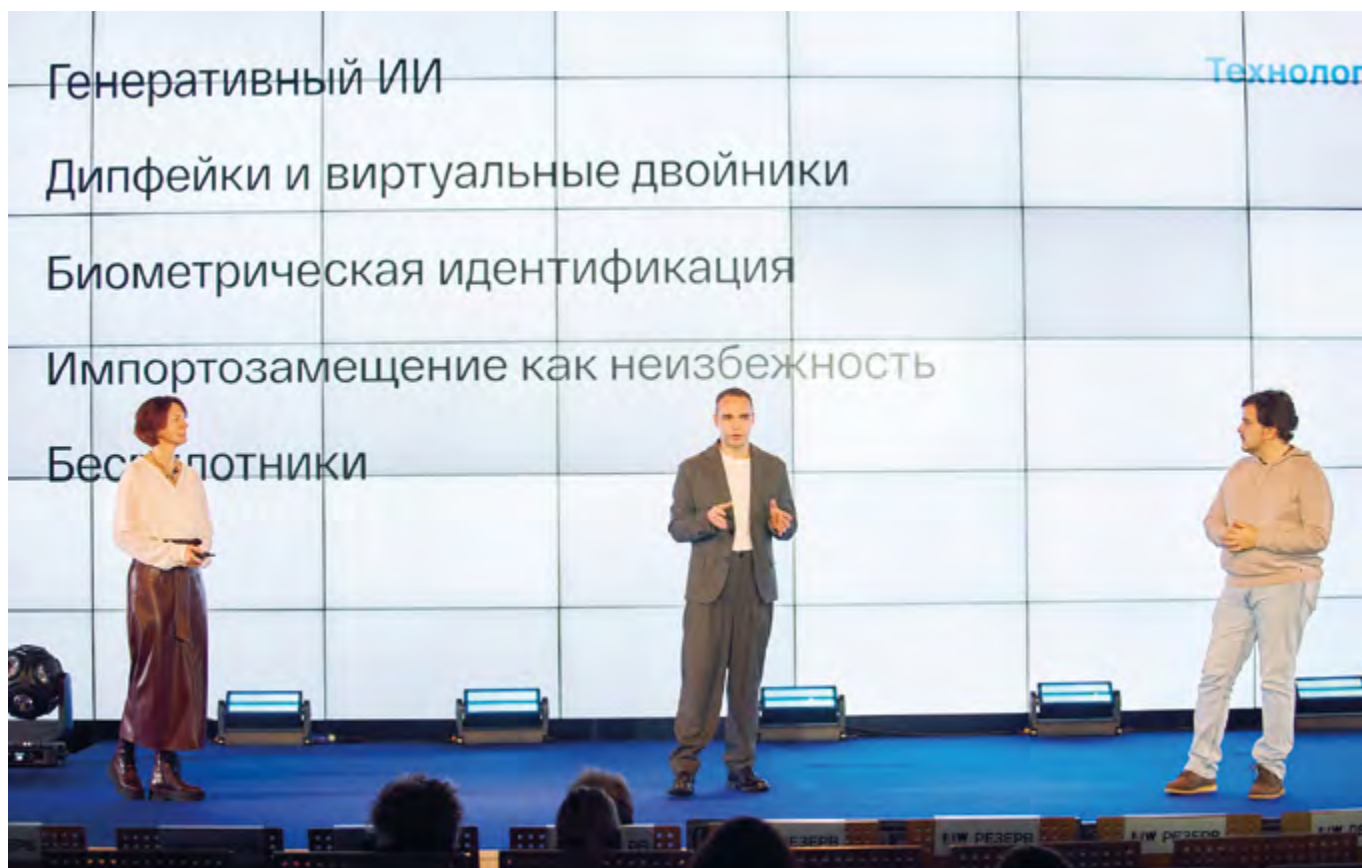


— Главное, что мы осознали в 2022 г., — все мы в одной лодке: отрасль, пользователи и государство. За годы до кризиса выстроилась экосистема российских сервисов и решений, которые по многим параметрам не уступают международным или даже превосходят их. Состоялся массовый переход пользователей в отечественные сервисы и на платформы. Надо сказать, что экосистема справилась и начала быстро развиваться. При этом корпоративные пользователи тоже поняли, что можно искать отечественные альтернативы глобальным сервисам, и начали их применять.

Важный фактор — привычка быть онлайн. Пользователи привыкли к тому, что весь мир удобно упакован в «цифру». В России всё было передовым: и финтех, и образование, и развлечения, и работа. Фактически пользователи проголосовали рублём и временем за отечественные решения. Последнее, чем готов пожертвовать клиент, — цифровые сервисы. Это серьёзный тренд, и он показал себя в полную силу.

Важно, что в 2022 г. состоялся масштабный диалог государства и бизнеса. Власть услышала нас и в очень быстром

«Важный фактор — привычка быть онлайн. Пользователи привыкли к тому, что весь мир удобно упакован в "цифру". В России всё было передовым: и финтех, и образование, и развлечения, и работа. Фактически пользователи проголосовали рублём и временем за отечественные решения. Последнее, чем готов пожертвовать клиент, — цифровые сервисы. Это серьёзный тренд, и он показал себя в полную силу»



темпе приняла третий пакет мер поддержки. Впервые в него попали представители малого и среднего бизнеса. Акцент был сделан на людях, создающих цифровой сегмент экономики. По нашим оценкам, примерно 2/3 всего офлайна связано с «цифрой». Весь этот комплекс обеспечивают около 3 млн ИТ-специалистов, которым требуются меры поддержки. АНО «Цифровая экономика» — активный участник всех этих процессов.

Ещё один фактор — запас прочности инфраструктуры. 2022 год показал, что именно от доступности «железа», комплектующих, оборудования зависит, насколько здоровой будет цифровая экономика. Оказалось, что санкционные ограничения могут серьёзно пошатнуть «цифру», просто потому, что «железо» нельзя привозить в том объёме, который необходим. Вместе с тем отрасль пока не особенно ощутила негативное влияние данного обстоятельства, поскольку есть некий запас. В ближайшие годы может стать хуже, и все это понимают. В ответ на такие вызовы государство принимает ряд мер, стимулирует развитие электроники. Здесь ещё немало вопросов, но есть ощущение, что мы встаём на путь осознания проблемы и поиска её решений.

Важнейший фактор роста экономики Рунета — государственные инвестиции. Когда коммерческих вложений становится меньше или они вообще останавливаются, государство показывает тот путь, по которому можно пойти: развивает собственные сервисы (гостех, гособлака) и помогает компаниям справиться с проблемами.

В любом случае секрет успеха — это триада: пользователь голосует рублём, экосистема остаётся стабильной, а государство оказывается вовлечённым в поддержку бизнеса. Таким образом мы выросли на 24%.

Что может повлиять негативно? Во-первых, мы не до конца осознали необходимость переформатировать процессы и адаптироваться к новым инструментам и решениям. Да, мы говорим про цифровую и технологический суверенитет. Но есть ли у нас все решения, необходимые для его достижения? Ведь переход на импортозамещённое ПО и инструментарий даже в рекламном бизнесе — это огромное направление. Раньше мы говорили о десятилетиях, сейчас — о десятках месяцев, но всё равно требуется время.

Наконец, проблема подготовки кадров также существенно замедляет развитие. Курс на импортозамещение требует серьёзного подхода в HR. АНО «Цифровая экономика» серьёзно этим занимается. Одно из основных направлений — работа с промышленными центрами компетенций.

Существенный фактор — отсутствие российских аналогов по ряду решений. Важное направление работы здесь — анализ того, какой софт используется в разных отраслях экономики, формирование заказа со стороны бизнеса и создание решений, которые могут быть адаптированы для тех или иных отраслей. Весь этот процесс должен происходить не стихийно, а модерироваться на уровне Правительства РФ. Такой подход изменит топологию всего нашего программного рынка и даст стимул к развитию.

Проблему составляют и новые требования регуляторов. Они коснулись прежде всего тех сегментов, которые сократились больше других: рекламы и контента. Экономике Рунета можно легко пошатнуть, если регулирование будет несбалансированным. Профессиональное сообщество доносит власти агрегированную позицию отраслей и выступает за стимулирующее регулирование вместо запретительно-охранительного.

«Серьёзный тренд, который сложно изменить, — переход потребителей в режим экономии. Если на цифровых сервисах пользователь не готов экономить, то на темпах развития э-коммерции изменившееся поведение пользователя сказывается. Экономить начинают и корпоративные заказчики, к примеру на инфраструктуре или на цифровой безопасности. Это максимальный риск»



Серьёзный тренд, который сложно изменить, — переход потребителей в режим экономии. Если на цифровых сервисах пользователь не готов экономить, то на темпах развития э-коммерции изменившееся поведение пользователя сказывается. Экономить начинают и корпоративные заказчики, к примеру на инфраструктуре или на цифровой безопасности. Это максимальный риск.

Как восстановить рост? Безусловно, необходимы стимулирующее регулирование и учёт инициатив, которые рождаются в отрасли. Мы не всегда думаем только о зарабатывании денег. Необходимо прислушиваться к тому, что говорит отрасль. Безусловно, необходимы государственная поддержка и макроэкономическая стабильность, но это скорее из разряда мечты. Ещё одно важное направление — саморегулирование. У нас оно есть в области авторских прав, искусственного интеллекта (ИИ), инфраструктуры. Хочется, чтобы оно пришло туда, где существует угроза жёсткого законодательного вмешательства. Есть идея создать хартию, которая заложит ключевые принципы саморегулирования отрасли и размещения объявлений в Сети.

Надеюсь, что, несмотря на санкционное давление, мы сможем развиваться, открывать новые рынки, будем взаимно усиливать отрасль и государство и обеспечивать граждан и предприятия качественными цифровыми сервисами.

ГОСУДАРСТВО В «ЦИФРЕ»



Тренды цифровой трансформации государственных органов проанализировал заместитель генерального директора АНО «Диалог Регионы» **Андрей ЦЕПЕЛОВ:**

— По данным Всероссийского центра изучения общественного мнения, среди источников новостей первое место занимает ТВ (42%). Но всё, что связано с Интернетом (соцсети и блоги, официальные сайты, мессенджеры), в совокупности составляет 45%. Таким образом, Интернет — главный канал коммуникации государства и общества. В прошлом

году просели Facebook и Instagram¹ и главными бенефициарами оказались соцсеть «ВКонтакте» и Telegram, который за последний год перестал быть просто мессенджером.

В среднем каждый регион имеет 1,7 тыс. государственных пабликов с 1 млн подписчиков и 7,6 тыс. постов в неделю. Вовлечённость составляет 1,4%. Каждую неделю проводится минимум одно исследование через онлайн-опросы. Производится примерно 150 роликов о работе власти в месяц. Администрации сотрудничают с 90% топ-овых интернет-ресурсов региона.

По оценке эксперта, в некоторых сферах произошёл тектонический сдвиг.

— Все уже привыкли, что российские губернаторы ведут страницы в соцсетях. Мы решили эту практику сместить на следующий уровень и попросили глав муниципальных районов и городов, которых в стране около 2,2 тыс., также завести личные соцсети. И если в декабре 2021 г. их доля составляла 23%, то в октябре 2022-го — уже 84%.

С 1 декабря 2022 г. вступил в силу закон о госпабликах: все органы власти и бюджетные учреждения должны вести страницы в соцсетях «ВКонтакте» и «Одноклассники». В 2023 г. перед профессиональным сообществом стоит нетривиальная задача: повысить качество 150 тыс. госпабликов. Ни в школе, ни в больнице нет SMM-специалистов. Необходимо обучать сотрудников, создавать профессиональное комьюнити, прецеденты карьерного роста, материально стимулировать этих людей, находить кейсы прямой финансовой выгоды от ведения госпабликов.

Директор Координационного центра доменов .RU/. РФ **Андрей ВОРОБЬЁВ** подчеркнул: сегодня можно сделать вывод о том, что военный конфликт и санкции не повлияли существенно на выдачу сертификатов российским доменам, потому что политика удостоверяющих центров не была единой. Кроме того, Минцифры России создало собственный



¹ Facebook и Instagram — информационные продукты компании Meta Platforms, признанной в России экстремистской организацией.

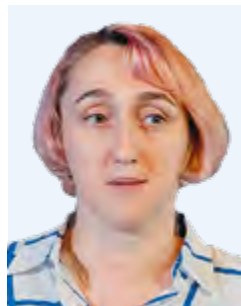
удостоверяющий центр и смогло перевыпустить сертификаты для доменов, попавших под санкции. Если до февральских событий зарубежными удостоверяющими центрами выдавалось 130 тыс. сертификатов в день, то после них — 115 тыс.

Это привело к ещё большей централизации на рынке удостоверяющих центров. До февраля 2022 г. с российскими доменами работали 10 центров, сегодня их осталось три. При этом более 90% занимает компания Lets Encrypt. Она не вводила санкции против российских доменных имён и осталась лидером рынка.

Главная задача сегодня — создать полноценный российский удостоверяющий центр, который установит доверительные отношения с большинством распространённых браузеров.

Интересная картина сложилась в сегменте ЦОД. Рынок новый, но уже разработаны отраслевые стандарты, появилась Ассоциация центров обработки данных. По предварительным прогнозам, в 2022 г. должно было появиться 4–5 тыс. стойко-мест², но в реальности этот показатель не будет достигнут вследствие сокращения импорта оборудования. Проекты откладываются: сроки затягиваются, а цены возрастают. Тем не менее прогноз на следующий год — 10–15% роста; планируется открыть до 20 тыс. стойко-мест.

МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ И СОЦСЕТИ



По прогнозам директора по развитию бренда «Триколора» **Антонины ПЕТРОВОЙ**, в 2023 г. потребление цифрового контента вырастет. Увеличивается интерес к видеосервисам, а YouTube остаётся крупнейшей в России видеоплощадкой. 76% российских пользователей смотрят YouTube ежемесячно, а 41% — ежедневно. Прирост дневного охвата осенью 2022 г. составил 16–21%. При этом

аудитория RuTube и «Яндекс.Видео» в четыре — шесть раз меньше, чем у YouTube. По итогам года «Яндекс.Видео» продемонстрировал снижение, RuTube — взрывной рост, но в последнем случае имеет место эффект нулевой базы. Что касается онлайн-кинотеатров, то их аудитория в семь-восемь раз меньше, чем у YouTube.

Ключевой тренд на рынке платного ТВ и онлайн-кинотеатров — коллаборации. Так, МТС сотрудничает с региональными операторами широкополосного Интернета, «Триколор» с X5 Group запустили общие пакеты контента. С точки зрения эксперта, в 2023 г. тренд продолжится, потому что сервисам необходимо обмениваться аудиториями и привлекать новых пользователей.

Важной тенденцией останется создание оригинального контента, который продолжит привлекать аудиторию. Но влияние этого фактора ослабевает. Дело в том, что площадки перестали держаться за эксклюзив. Ушёл зарубежный уникальный контент, и на этом фоне преуспело пиратство. Это серьёзная проблема, требующая государственного регулирования.

Очевидно, что в 2023 г. усилится производство актуального контента при поддержке государства. Будут активно развиваться нишевые продукты, а оригинальный контент останется ключевым предложением для привлечения пользователей, но он будет взаимно интегрирован разными площадками.

Если говорить о структуре медиапотребления, то ТВ остаётся ключевым элементом. 63% пользователей смотрят телевизор ежедневно. Но с января по октябрь 2022 г. охват вырос несущественно: на 0,6%. А это означает, что даже на фоне всего происходящего люди не стали смотреть ТВ больше да и длительность просмотра сократилась. Дело в том, что в Интернет пошла аудитория 45+, её доля выросла на 22%. Интерес к новостям в Интернете увеличился на 20% по итогам 2022 г. На фоне ухода ключевых площадок на 20% вырос охват Telegram. В целом лидером по времени пользователей остаются социальные сети.

В основном на всех ресурсах в 2022 г. потреблялся развлекательный контент. Новости и политика, несмотря на всё происходящее, занимают лишь 15%. Именно поэтому оригинальный контент останется востребованным.

Как отметил генеральный директор ассоциации «Интернет-видео» **Алексей БЫРДИН**, в 2022 г. онлайн-кинотеатрам удалось немного подрасти: на 5–10%, хотя в предыдущие годы рынок увеличивался на 50–60%. Значительную роль сыграл уход заметных западных компаний Netflix и Megogo, которые занимали 10% рынка. При этом подписчики Netflix для легального сегмента — безвозвратная потеря, а пользователи Megogo плавно растворились в российских сервисах. Важнейший фактор — бойкот крупнейших студий, которые перестали выпускать новые релизы на российский рынок. Оказались недоступными легальные трансляции популярных спортивных мероприятий. Появились проблемы при продлении лицензионных договоров.

— Всё это, безусловно, стимулирует пиратство. Проблема не новая, стратегическая, просто в 2022 г. она усилилась. Фиксируется рост аудитории пиратских сайтов: на 20%, хотя правообладатели удалили в 2022 г. из поисковой выдачи на 30–40% больше ссылок, чем в 2021-м, — подчеркнул эксперт.

По словам А. Бырдина, три позитивных тренда в 2022 г. усиливались.

Во-первых, новый оригинальный российский контент лидировал в просмотре и уже стал основным мотивом для продления подписок.

Во-вторых, продолжилось развитие различных экосистемных предложений, комбинированных подписок. Смысл в том, что в рамках одной услуги предоставляется сразу несколько сервисов.



² Стойко-место в ЦОД — услуга, востребованная у компаний с собственным парком ИТ-оборудования. При таком формате клиентскому оборудованию в серверном зале выделяется участок площадью 600×1100 мм или 800×1200 мм для глубокой стойки. На это стойко-место устанавливается шкаф клиента и уже в него монтируется программно-аппаратный комплекс суммарной мощностью от 3 до 20 кВт.

В-третьих, очевидно технологическое превосходство легальных аудиовизуальных сервисов над пиратскими ресурсами. Большое преимущество здесь заложено в рекомендательные системы.



За 2022 год активность пользователей на различных платформах выросла на 36% (имеются в виду не только соцсети, но и маркетплейсы, блоги, геосервисы и т.п.). Это свидетельствует о реакции пользователей на общественно-политическую повестку. По словам директора по маркетингу Brand Analytics **Василия Чёрного**, лидером остаётся соцсеть «ВКонтакте»: 472,5 млн сообщений в месяц (для сравнения: второе место у «Одноклассников» с 84,4 млн).

Количество активных пользователей в соцсетях снизилось по сравнению с 2021 г. на 6% и составило 62,2 млн. Аудитория перетекла на платформы «ВКонтакте» и Telegram. «ВКонтакте» вырос на 18%, Telegram — на рекордные 144%. Ежемесячно в соцсети «ВКонтакте» свою активность проявляют 28 млн авторов. Instagram, несмотря на двукратное снижение численности авторов, сохраняет вторую строчку в рейтинге с 17,2 млн активных пользователей. Facebook потерял 55% авторов, TikTok, лидер общего снижения, — 71%.

По объёму контента Telegram вырос в 2,5 раза: по состоянию на октябрь 2022 г. число сообщений на платформе превысило 711 млн (в соцсети «ВКонтакте» — 472,5 млн, рост на 16%). «Одноклассники» сохранили свою позицию, Instagram потерял в объёме контента больше, чем в авторах (70%).

Лидер по активности — Telegram (примерно 68 постов в месяц на канал), средние показатели «ВКонтакте» и «Одноклассников» — 16–17 сообщений в месяц.

Несмотря на все пертурбации, пользователи не готовы менять свои привычки, поэтому сохраняется специализация платформ. «ВКонтакте» по-прежнему воспринимается как универсальная сеть, хотя до сих пор платформа не перетянула видеоблогеров и тиктокеров. YouTube остаётся основным видеохостингом, Telegram аккумулирует практически всю новостную повестку (50% аккаунтов посвящены общественно-политической тематике), однако 43% всего, что здесь публикуется, — это спам-активность.

Главный тренд на сегодняшний день — развитие в направлении авторских платформ. Есть создатели контента, их 20%. Остальные 80% — зрители, читатели, слушатели, в общем, потребители.

«Главный тренд на сегодняшний день — развитие в направлении авторских платформ. Есть создатели контента, их 20%. Остальные 80% — зрители, читатели, слушатели, в общем, потребители»

E-COMMERCE И РЕКЛАМА

Электронная коммерция, которая всегда была драйвером Рунета, в 2022 г. показала рост примерно в 10%. Потребительское поведение поменялось. По результатам исследования компании Data Insight, 38% пользователей стали совершать меньше покупок, в том числе онлайн. Для 25% февраль и март были месяцами покупок впрок. В апреле — июне 2022 г. совершено на 60–65% больше покупок, чем в 2021 г., однако до 24 февраля 2022 г. скорость роста превышала 100%. Темпы роста в продовольственном и непродовольственном сегментах практически сравнялись, а самовывоз стал самым востребованным способом доставки покупок из интернет-магазинов.

Что происходило в четырёх наиболее подверженных импортозамещению категориях?³ По данным директора по маркетингу Insales **Светланы Берегулиной**, в категории «Красота» рост за 10 месяцев 2022 г. составил 48%, хотя раньше темпы были выше. Что касается среднего чека, то в 2022 г. он снизился, в то время как число покупок увеличилось.



В категории «Товары для дома» рост в 2022 г. составил 54% и также наблюдалось снижение среднего чека. Что касается одежды и обуви, то рост составил 43%. Хуже всего обстоят дела в категории «Ремонт и строительство»: рост на 27% и он произошёл в основном за счёт закупок впрок в марте.

Ситуация в сегменте электронной коммерции зависит во многом от того, насколько российские производители смогут заместить зарубежных, считает эксперт.



Директор по взаимодействию с органами государственной власти сервисов электронной коммерции «Яндекса» **Дмитрий Русаков** отметил, что 11 трлн рублей — это 10% от общего оборота розничной торговли в России.

— Кажется, что это уже немало. Но например, в Китае доля э-коммерции в обороте почти 40%. Это означает, что есть куда стремиться.

Какие факторы стали ключевыми в 2022 г.? Это прежде всего рост именно в российских интернет-магазинах. Нарушение логистических цепочек в начале прошлого года сыграло свою роль: покупатели предпочитают отечественные платформы. Скорость доставки и удобство оплаты стали ключевыми трендами.

Россияне начинают привыкать покупать онлайн FMCG-товары. Сейчас это одна из самых быстрорастущих категорий. Увеличились продажи товаров для детей, прежде всего за счёт российских производителей. Неожиданным стал рост продаж бытовой техники и электроники.

Важный тренд — рост интереса к локальным брендам. Он наметился ещё до ухода крупных игроков с российского рынка. Локальный производитель сейчас получает уникальную возможность быть представленным в

³ Анализ произведён без учёта маркетплейсов.

онлайн-канале, и это позитивное явление для экономики, потому что деньги возвращаются в регионы.

Рост в сегменте электронной коммерции был связан прежде всего с развитием маркетплейсов. Они становятся одним из самых удобных для клиентов каналов, поскольку предлагают огромный ассортимент. В результате многие игроки в сегменте выросли на десятки процентов. «Яндекс.Маркет» показал в 2022 г. рост по среднему числу покупок на 22%, по выручке — на 49%, по числу покупателей — на 54%.

Интересная тенденция — ресейл. Раньше это был узконишевый сегмент продажи товаров fashion, причём дорогих. Сейчас люди начинают больше задумываться об осознанном потреблении, о том, что можно продавать и покупать товары секонд-хенд на маркетплейсах.



Руководитель отдела медиа и контента Adindex **Мария ГЕОРГИЕВСКАЯ** подчеркнула, что интернет-реклама в 2022 г. впервые за всю историю наблюдений сократилась — на 10%, до 390 млрд рублей. Самое большое снижение (на 50–70%) коснулось рекламных агентств, работающих в данном сегменте. От более глубокого проседания рынок спасают доходы крупнейших игроков — «Яндекса» и соцсети «ВКонтакте».

В частности, «Яндекс» сообщил о том, что его доход в сегменте поиска и рекламы вырос на 45% к 2021 г. «ВКонтакте» заработали на рекламе на 29% больше, чем годом ранее.

На рынок продолжает оказывать негативное влияние сокращение доступного качественного инвентаря, связанное с уходом зарубежных площадок. Уменьшилось число зарубежных рекламодателей и количество размещений от отечественных. Своё влияние оказывает регулирование. В сентябре 2022 г. рынок рекламы столкнулся с тем, что необходимо регистрировать все креативы в Едином реестре интернет-рекламы. Законодательство о рекламе будет пересматриваться и актуализироваться в 2023 г.

Положительным образом на рынок будут влиять два фактора: рост рекламных доходов маркетплейсов и некоторых интернет-магазинов и увеличение расходов на продвижение локальных рекламодателей, стремящихся занять нишу ушедших иностранных компаний.

По прогнозам аналитиков, рынок по-прежнему будут драйвить перформанс и видеореклама.

КАДРЫ И ОБРАЗОВАНИЕ



Как отметил основатель SuperJob, председатель кластера «РАЭК/Кадры» **Алексей ЗАХАРОВ**, февраль прошлого года стал шоковым месяцем не только для сегмента ИТ, но и для рынка труда в целом.

— Тогда из России уехали около 100 тыс. ИТ-специалистов, однако они продолжали работать удалённо. И если центры обработки западных компаний релоцировали своих

сотрудников, то они и не работали на российскую экономику. Затем произошло некоторое восстановление рынка. На

«По нашим оценкам, безвозвратные потери высококвалифицированных специалистов составили около 10 тыс. человек. Утечка мозгов, с которой мы сейчас столкнёмся, сопоставима с той, какую страна испытала в начале 1990-х гг.»

осень прогнозировалась даже безработица, как это обычно бывает, но в сентябре случился очередной шок и вторая волна отъездов. Сейчас безработица в стране, и в ИТ в частности, находится на исторически минимальном уровне.

По нашим оценкам, безвозвратные потери высококвалифицированных специалистов составили около 10 тыс. человек. Многие из уехавших продолжают работать на Россию, но у части формируются новые социальные связи, новые предложения. Утечка мозгов, с которой мы сейчас столкнёмся, сопоставима с той, какую страна испытала в начале 1990-х гг.

Высококвалифицированные ИТ-специалисты экспортноориентированы, и борьба за них идёт по всему миру. В западных странах действуют специальные программы по выкачке необходимых кадров со всего мира. Мы вынуждены конкурировать, и ситуация сложная. Мы пока её не ощущаем в полной мере, потому что число проектов уменьшилось и горизонты планирования сократились: у среднего бизнеса — до месяца. Даже у крупнейших компаний — клиентов SuperJob на сегодняшний день нет и двухлетних контрактов на подбор персонала, горизонт планирования максимум три месяца.

Как восстанавливать потери? Повлиять на будущее страны мы можем, только работая с детьми. У большинства айтишников-«джуниоров», которых готовят коммерческие учебные заведения, отсутствует математическая база. Для того чтобы сформировать «сеньора», математика необходима с первого класса средней школы. Как показали независимые исследования, половина учителей математики ЕГЭ по профильному предмету на 50 баллов сдать не в состоянии. Никаких решений, которые позволили бы стратегически развивать ИТ-отрасль, сейчас нет, несмотря на то что в России действуют две госпрограммы: «Информационное общество» и «Развитие образования». Минцифры России оперативно реагирует на вызовы, но есть и другие ведомства.

Что касается трендов, то возвращается «удалёнка». В SuperJob 60% сотрудников работают удалённо, из них 10% — за рубежом. Однако, по мнению экспертов, эффективность большого числа людей на «удалёнке» падает. В частности, потому что наряду с ней появился второй тренд — мультизанятость. Сейчас люди работают на двух-трех компаниях, о чём работодатели не знают.

Тему продолжила **Юлия ГОРЯЧКИНА**, заместитель директора по направлению «Кадры для цифровой экономики» АНО «Цифровая экономика»:

— Очевидно, что дефицит ИТ-кадров — проблема не только сегодняшнего дня, и рост занятости в сфере информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) — тренд, который можно



спрогнозировать на горизонте в несколько лет. Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» действует до 2024 г. В то же время в ЕС, США, Китае планируют развитие до 2030 г. вне зависимости от «чёрных лебедей». В связи с этим одна из актуальных задач для развития цифровой экономики и кадров для неё — долгосрочное планирование.

Рост численности ИКТ-специалистов в России — 4% в год. Цифровизация проникает во все сферы экономики: от медицины до сельского хозяйства. Дефицит персонала как был проблемой, так и остаётся. Общая потребность в ИТ-специалистах в нашей стране — 1 млн человек. По прогнозу Ассоциации предприятий компьютерных и информационных технологий, к 2024 г. она составит до 300 тыс. человек в год.

Поскольку дефицит ИТ-специалистов присутствует во всех отраслях экономики, возникла инициатива «Цифровые кафедры», в рамках которой любой студент будет иметь возможность за 250 часов получить востребованную ИТ-специальность.

Высокие зарплаты ИКТ-специалистов стимулируют к выбору карьеры в этом направлении. По данным SuperJob, рост зарплаты в ИТ опережал в 2009–2019 гг. другие сферы на 20%.

Важный тренд — стремление создать качественный кадровый потенциал в трёх приоритетных областях: информационной безопасности, ИИ и науке о данных. Глобальная потребность в специалистах по кибербезопасности — 3,5 млн человек. Сегодня расширено направление подготовки по данному направлению, и многие студенты будут в основе ядра своей индивидуальной траектории иметь возможность получить навыки программирования.

Безусловно, необходимо заниматься ранней профориентацией, запускать новые совместные инициативы образовательных учреждений и бизнеса. 54 млн студентов и школьников за три года прошли «уроки "цифры"», на кончиках пальцев почувствовали ИТ-специальность. Расширение стажировочных площадок, возможностей трудоустройства — за этим будущее.



В сфере edTech происходит переход на более устойчивые модели развития, прежде всего за счёт собственных средств. Деньги инвесторов закончились, многие из них ушли. Те, кто работает на рынке дополнительного профессионального образования (ДПО), должны помогать пользователям учиться только за счёт собственных средств, прокомментировал ситуацию в сегменте **Владилен СИТНИКОВ**, бренд-директор Skillbox, сопредседатель кластера «РАЭК/edTech».

Важный момент — фокус на ИТ-направления в ДПО. В прошлом году кардинально поменялось отношение взрослых людей к обучению, многие решили попробовать себя в ИТ. В 2023 г. прогнозируется ещё более значительный всплеск интереса, появится тренд на ИТ без математики.

Следующий тренд — на прозрачность результатов обучения и изменение карьерной траектории. Все участники рынка ДПО хотят сделать так, чтобы знания были унифицированными, а результаты — прозрачными для

работодателей. Этому помогает в том числе построение индивидуальной образовательной траектории.

Важная тенденция — рост спроса на офлайн и гибридные форматы. Сейчас на это ориентировано всё больше студентов, особенно взрослых. В ДПО будет приходить больше ИИ, создаваться инструменты, обеспечивающие непрерывность образовательного процесса.

Как ни странно, наблюдается активная экспансия российского edTech-опыта на мировой рынок. ДПО в России достигло высокого качества, и многие страны ожидают, что мы можем прийти. В частности, крупные российские провайдеры онлайн-обучения завоёвывают Азию, страны БРИКС. Как следствие, edTech продолжит расти. Как показал 2022 год, за III квартал сегмент вырос на 9,5% — до 22 млрд рублей.

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И МАШИННОЕ ОБУЧЕНИЕ



По данным, которые привёл **Алексей СИДОРЮК**, директор направления «Цифровая трансформация отраслей» АНО «Цифровая экономика», совокупный объём рынка ИИ в России в 2022 г. составил 550 млрд рублей. В 2021 г. решения в сфере ИИ принесли российской экономике около 300 млрд. На горизонте в несколько лет эта цифра может вырасти до 1 трлн рублей и обеспечить 1–2% роста ВВП.

Инвестиции в стартапы в сфере ИИ увеличились в 2021 г. на 170%. Бурный рост наблюдался в сфере здравоохранения, транспорта, ритейла и логистики, а также в промышленности. Финансирование из федерального бюджета составило почти 5 млрд рублей. Более 2 млрд рублей — объём поддержки Фонда содействия инновациям, «Сколково» и других институтов развития.

«В среднем 21% всех компаний внедряет ИИ. Это немного относительно мира: за рубежом 54% компаний внедряют ИИ, в этом плане нам есть куда расти»

В среднем 21% всех компаний внедряет ИИ. Это немного относительно мира: за рубежом 54% компаний внедряют ИИ, в этом плане нам есть куда расти.

Основные сценарии применения ИИ в обрабатывающей промышленности — контроль качества продукции и обеспечение промышленной безопасности, продление срока службы оборудования и уменьшение затрат на ремонт (ремонт по состоянию), использование цифровых двойников, цифровое проектирование и моделирование, что существенно сокращает сроки и стоимость лабораторных исследований, а также роботизированные технологии. Самый яркий кейс — «Черкизово», которое организовало полностью безлюдное производство в пищевой промышленности.

Почему такие решения не внедряются широко? Дело в том, что имеют место кроссотраслевые барьеры. Часть решений в области ИИ долго окупается. Существует

дефицит кадров, обладающих компетенциями в машинном обучении. Не везде урегулированы вопросы по обмену данными, и для этого не существует единой платформы. Специфические проблемы обрабатывающей промышленности — низкий уровень цифровой зрелости компаний и устаревшее оборудование для сбора данных.

В здравоохранении ИИ-решения, как правило, связаны с применением компьютерного зрения для анализа медицинских изображений, распознаванием ковида и онкозаболеваний, поддержкой принятия врачебных решений, прогнозной аналитикой и развитием мобильного здравоохранения. При этом до сих пор нет понятной модели монетизации ИИ-решений, существуют сложности в их интеграции в региональные ИТ-контуры и в обеспечении доверия медицинского сообщества.

В ритейле и логистике основные сценарии — это повышение эффективности омниканальной коммуникации, контроль состояния водителей, оптимизация маршрутов в режиме реального времени, автоматизация складских центров и применение беспилотного транспорта.

В сельском хозяйстве применение ИИ — автономная техника для посева, выращивания и уборки урожая, выявление рискованных зон с помощью дронов, мониторинг состояния полей по спутниковым снимкам и оценка состояния крупного рогатого скота. Решения эти довольно дороги для малых фермерских хозяйств.

Таким образом, ИИ внедряется повсеместно, он не заменяет человека, а помогает ему, выполняя рутинную работу, подкрепил эксперт.



Директор по ИИ и цифровым продуктам компании «Билайн» **Константин РОМАНОВ** добавил, что 62% компаний, занимающихся ИИ, развивают проекты в области компьютерного зрения, медицины, бизнес-аналитики и естественного языка. Это говорит о том, что в этих областях мы можем увидеть прорывные решения. При этом число компаний, внедряющих решения ИИ, невелико: около 400.

Ориентировочный размер рынка больших данных по итогам 2022 г. — 221 млрд рублей. В индустрии ожидается около 32 тыс. новых рабочих мест, что в условиях дефицита кадров серьезная проблема.

Важный вопрос — этика ИИ. Технологии стали входить в нашу жизнь настолько быстро, что мы сталкиваемся с вопросами безопасности человека в контексте беспилотного транспорта и медицины. Возникает вопрос, кто принимает решения и несёт за них ответственность. И в России, и в мировом сообществе принимаются кодексы этики ИИ.

Корпоративная социальная ответственность также серьезная тема. Уже сейчас в России немало примеров, когда технологии ИИ помогают спасать людей, например поисковые отряды «Лиза Алерт» в коллаборации с «Билайном». ■

⁴ Методы машинного обучения, которые изучают контент или объекты и используют их для создания новых, полностью оригинальных данных. Они могут использоваться для создания программных кодов, разработки лекарств, а также в рамках целевого маркетинга.

НОТ-LIST-2023

Технологии

Основной тренд 2023 г. — генеративный ИИ⁴. Эксперты считают, что данная технология изменит всю инфраструктуру развлечений и будет помогать в бизнесе. Дипфейки и виртуальные двойники продолжают развиваться. Следующий тренд — биометрическая идентификация. Становится неизбежностью импортозамещение. Наконец, развитие беспилотников. У государства есть план к 2030 г. оборудовать более 19 тыс. км дорог, так чтобы по ним могли ездить автомобили, управляемые роботом.

Экономика

ИТ-компании концентрируют бизнес на профильных и прибыльных направлениях и сокращают расходы в условиях экономической турбулентности. Происходит переориентация на рынки дружественных стран: восточные, африканские и южно-американские. Следующий тренд — увеличение роли платформ. Платформенная экономика, по некоторым оценкам, уже приносит 1,5% ВВП России. Это возможность обеспечить занятость, совершенствовать логистику. Не случайно 10% роста в э-коммерции обеспечивают маркетплейсы. Будет более остро ощущаться нехватка «железа». Вырастет рынок информационной безопасности, поскольку и компании, и граждане столкнулись с беспрецедентной активностью киберпреступников.

Государство

Государство становится главным инвестором как через институты развития, так и через готовящиеся программы. В ближайшие годы рынок ИТ-стартапов будет зависеть от государственных средств. Проекты по импортозамещению обеспечивают средства госзаказчиков, которые связаны с государственными платформами и суперсервисами. Будет развиваться доступ бизнеса к государственным данным. В планах на 2023–2024 гг. создание государственных «озёр» данных, которые можно использовать для обучения ИИ и разработки новых сервисов и продуктов. В то же время в целях госуправления вырастет использование данных коммерческих компаний. Формируется новый взгляд на цифровые финансовые активы, концепция регулирования использования криптовалют будет пересматриваться в связи с потребностями экономики. Безусловно, фокус госполитики будет направлен на подготовку и удержание ИТ-кадров.

Общество

В этом направлении эксперты выявляют тренд на самозанятость. Если в начале 2022 г. людей в этом статусе насчитывалось 4 млн, то в конце — уже 7 млн. Этому процессу способствовал запуск регистрации самозанятых на «Госуслугах». К сожалению, будет расти пиратство, поскольку пользователи лишились доступа к привычному контенту. Шопинг постепенно перетекает на маркетплейсы, аудитория торговых центров сокращается. Негативный тренд — утечка данных, государство обращает на него пристальное внимание и обсуждает оборотные штрафы.

ИТОГИ ГОДА И НОВЫЕ ВЫЗОВЫ

Отечественный книжный рынок в 2022 г., несмотря на крайне сложные условия, продолжил развиваться, открывая новые имена и направления. Состоялись основные отраслевые события, вышли ключевые проекты, хотя возникли существенные затруднения с зарубежными правообладателями. Итоги были подведены под занавес года на заседании Правления Российского книжного союза (РКС).



С основным докладом выступил президент РКС **Сергей СТЕПАШИН**:

— В силу тех обстоятельств, которые сложились в 2022 г., в России зафиксирован достаточно серьёзный рост стоимости книг: порядка 25–30%. Такого не было давно, если не брать в расчёт начало 1990-х гг. Он стал рекордным как минимум за последние пять лет, особенно в сегменте печатных изданий. Среди ключевых факторов, конечно, рост стоимости бумаги, типографских услуг, краски и т.п. По данным Гильдии издателей периодической печати, за январь — август стоимость полиграфических услуг выросла в среднем на 15–20%, а бумага подорожала на 4–50%.

Сложная ситуация сегодня и на рынке цифровых книг, которые выступали драйвером отрасли. В феврале — марте рынок столкнулся с ограничением действия международных платёжных систем и уходом ключевых рекламных площадок. Другими барьерами для развития стал уход с российского книжного рынка крупных западных правообладателей и, как следствие, рост пиратства, прежде всего книг европейских и американских авторов. Изменение курса рубля, санкционное давление, разрыв логистических цепочек — всё это новые вызовы, с которыми нам придётся жить.

В беспрецедентных условиях, сложившихся в феврале прошлого года, РКС выступил со своей позицией. Мы её сформулировали следующим образом: наша задача — издавать качественные книги и воспитывать читателей, прежде всего для того, чтобы в будущем никогда не случилось подобных событий. И тезис «культура должна быть вне политики» в эти дни, как мне представляется, должен звучать, может быть, несколько иначе: «культура должна сохранить мир». На это направлены все усилия, в том числе наших авторов и писателей. Мы провели премии «Книга года» и «Большая книга», и совершенно очевидно, что сегодня передовые позиции занимают писатели именно с такой точкой зрения.

Мы всеми силами стараемся помочь нашим воинам и их семьям. Многие члены РКС не раз посетили новые регионы, военные госпитали и больницы. Нами было собрано и передано более 8 тыс. книг. И знаю, что издательства, входящие в союз, самостоятельно передавали и продолжают передавать свои книги. Были изданы сборники «Стихи из огня», «Позывной "Победа"» и многие другие.

Год традиционно начался с проведения общественной экспертизы учебников. Опубликованы поручения Президента РФ в касающейся исторической науки части, где прямым текстом сказано, чтобы в учебниках по истории нашло своё место понимание, что Великая Отечественная война и преступления немецких фашистов против советского, русского народа были, по сути дела, фактом геноцида. Соответствующие поручения даны прокуратуре и Следственному комитету РФ. Поэтому когда мы будем говорить об учебниках по истории, которые выпускаются в основном издательством «Просвещение», необходимо, чтобы данное поручение не прошло мимо.

В 2022 г. мы завершили третий сезон Национальной литературной премии имени В.Г. Распутина, провели заседание жюри, определили пять лауреатов и торжественно наградили их в Иркутске.

12 апреля стартовал уже VIII Всероссийский конкурс «Самый читающий регион» с присвоением победителю статуса «Литературный флагман России». В конкурсе приняли участие 82 региона. Литературным флагманом стала Новосибирская область, а ещё одна премия была присуждена Санкт-Петербургу, где состоялось открытие обновлённого Дома Зингера — книжного магазина современного формата.



Ещё один очень большой проект — это мониторинг состояния столичного книжного рынка, который мы делаем ежегодно по поручению Департамента средств массовой информации и рекламы города Москвы. В результате проведённых исследований был подготовлен аналитический отчёт о текущем состоянии и динамике развития книгоиздания и книготорговли в Москве. Его итоги были представлены на Городском форуме печати, здесь же состоялась церемония награждения победителей конкурса «Лучший книжный магазин Москвы». Поздравили и юбиляров. В 2022 г. исполнилось 65 лет «Библио-Глобусу», 55 — МДК на Новом Арбате и 30 — сети «Читай-город».

В прошедшем году мы также продолжили серию радиоинтервью на радио «Книга» в рамках проекта «Открывая книгу». Тема цикла передач звучала так: «Открывая книгу с...». У Егора Серова получились серьёзные, содержательные интервью, которые на нашем канале YouTube посмотрело почти 4 тыс. человек.

Осенью мы совместно с Московским домом книги организовали и провели серию литературных мероприятий, которые были посвящены юбилеям выдающихся русских писателей: Александра Герцена, Алексея Новикова-Прибоя, Ивана Гончарова, Юрия Левитанского, Владимира Арсеньева, Валентина Катаева, Льва Ошанина, Ивана Соколова-Микитова и Евгения Евтушенко.

В феврале РКС присоединился к общероссийской акции «Дарите книги с любовью», которую проводят Российская государственная детская библиотека и ассоциация «Растим читателя» при поддержке «ЭКСМО» и АСТ. Она была приурочена к Международному дню книгодарения. Наши книги отправились в библиотеки Рязанской и Ульяновской областей.

Завершилась зима всероссийским фестивалем «Книжный маяк Петербурга. Источник знаний и культуры»,

который организуют и проводят Комитет по поддержке развития книгораспространения РКС и его председатель Денис Котов.

В конце марта мы собирались на пресс-конференцию, чтобы озвучить наши предложения по мерам поддержки книжной отрасли. Мною было направлено письмо в адрес премьер-министра М. Мишустина. Ряд обращений был потом переадресован в профильные ведомства для проработки.

В апреле шла подготовка участия России в Тегеранской международной книжной выставке, это тоже важное событие. С Ираном у нас сейчас динамика отношений очень серьёзная, и в мае в течение двух недель мы представляли отечественные книги и проводили мероприятия по продвижению чтения и русского языка в Исламской Республике. Сегодня это наш стратегический партнёр, и важно, чтобы люди, живущие в Иране, больше знали о нас через призму не только политики, но и книги, культуры.

В конце мая в Санкт-Петербурге на Дворцовой площади был проведён очередной международный книжный салон. Всего было организовано порядка 20 мероприятий, в которых участвовали 50 экспертов. Впервые на главной сцене совместно с «Литературной газетой» провели так называемый поэтический баттл между московскими и петербургскими поэтами, чьи стихи зрители восприняли с большим интересом. Любовь к поэзии начала возвращаться, и это очень правильно.

С 3 по 6 июня РКС в восьмой раз выступил оператором книжного фестиваля «Красная площадь». Был заключён соответствующий госконтракт между Минцифры России и РКС.

В июле всё внимание было уделено III Фестивалю-форуму «Российская креативная неделя». В рамках недели РКС провёл достаточно много мероприятий.



Сейчас уже ни у кого не вызывает сомнений, что креатив и книга — вещи не только совместимые, но и друг друга серьёзно дополняющие.

В августе мы поддержали инициативу Мосполитеха и приняли участие в международной научно-практической конференции «Книга будущего». Ещё одним важным мероприятием стал круглый стол в Общественной палате РФ на тему «Развитие детского и юношеского чтения в Российской Федерации: проблемы и пути их решения», который мы провели совместно с уполномоченным при Президенте РФ по правам ребёнка.

Осень тоже получилась достаточно продуктивной. В сентябре прошла Московская международная книжная ярмарка, где мы организовали стенд «Культурное наследие СНГ». Выставка была организована в преддверии Читательской ассамблеи Содружества в честь проведения в 2022-м Года народного творчества и культурного наследия. 2023-й главами СНГ объявлен Годом русского языка. В принципе есть решение о том, что Россия на всех ключевых книжных ярмарках, которые станут проводить страны СНГ, будет представлена в качестве главного гостя.

С 12 по 14 сентября в Мосполитехе состоялась Вторая читательская ассамблея Содружества. На мой взгляд, она получилась очень неплохой, а участие в ней приняли порядка 200 делегатов из разных стран. Похоже, мы понимаем друг друга, а это очень важно, особенно сейчас.

Многие наши коллеги приняли участие в работе международного фестиваля «Книжная Сибирь». Он, кстати, сейчас приобретает не только региональный масштаб, но и всероссийский.

На базе Мосполитеха прошёл всероссийский этап подготовки кадров для перезагрузки издательской индустрии. Планируется, что к 2030 г. доля сектора креативной экономики в России достигнет 6%, и в связи с этим необходимо минимизировать разрыв между подготовкой кадров и запросами работодателей в креативной сфере. Это касается и книжного дела.

В октябре мы с небольшой делегацией посетили Абхазию, говорили с руководством республики о том, как продвигать русскую книгу на абхазской земле. Договорились о создании постоянного представительства РКС.

В конце октября представили российские книги и авторов на 65-й Белградской международной книжной ярмарке. За 10 дней работы провели порядка 45 мероприятий на российском стенде и шести ярмарочных площадках, в которых приняли участие более 50 спикеров, из них 12 — члены российской делегации. Белград нам сегодня очень близок во всех отношениях, и думаю, что мы будем продолжать активно работать с Сербией с точки зрения книжного дела.

Ещё одно важное событие 2022 г. — вступление РКС в Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП). Будем работать в Комитете по интеллектуальной собственности и креативным индустриям. Планируем обсудить с руководством РСПП, чем эта организация может помочь отечественной книжной отрасли в нынешних условиях.

Безусловно, продолжалась постоянная ежедневная работа: подготовка конкурсной документации по контрактам, взаимодействие с заказчиками, ведение двух сайтов РКС, сбор и передача книг в качестве благотворительности. За прошедший год мы передали бесплатно порядка 15 тыс. книг. Полагаю, что мы должны более активно работать в поддержку молодой пока ещё Ассоциации союзов писателей и издателей (АСПИ).

Глубоко убеждён, что в самое сложное время книга подчас является тем, что прибавляет и оптимизма, и духовности, и культуры, и сопереживания нашей стране.

Деятельность РКС активно поддерживает профильное ведомство — Минцифры России в лице Департамента государственной поддержки периодической печати и книжной индустрии. В рамках мероприятия основные итоги развития отрасли и своё видение ситуации представил директор департамента **Владимир ГРИГОРЬЕВ**:

— 2022 год был весьма непростым, и тем не менее за это время мы создали три экспертных совета при Минцифры России: по книгоизданию и цифровой трансформации, по поддержке литературы и по периодической печати и полиграфии. Пытаемся выстраивать государственную политику в области книгоиздания. Договариваемся о том, что Россия будет почётным гостем на всех книжных форумах



в рамках Года русского языка в СНГ. Параллельно запустили большой проект по выпуску энциклопедий, прозы, поэзии, детской литературы и публицистики самых популярных авторов стран СНГ в переводе на русский язык. Это огромный массив литературы за последние 30 лет.

Кроме того, мы инициировали большой проект антологии современной российской прозы и поэзии. Планируется, что она выйдет в двуязычном варианте в 11 странах, в проекте участвуют представляющие различные творческие союзы авторы. К слову, АСПИ получила серьёзное системное бюджетное финансирование от Минцифры России: порядка 250 млн рублей на пенсии, на поддержку литераторов и на различные программы.

В числе этих программ — подготовка нового поколения российских литераторов. Это будет четырёхступенчатая система. Первая ступень — творческие мастерские. Они пройдут в 2023 г. в 16 регионах, а через три-четыре года будут масштабированы на всю страну. Начало проекту положил четыре года назад конкурс «Класс!», в рамках которого школьники из 52 регионов соревнуются в написании очерков и эссе для проявления своего таланта в литературе. Чтобы не упустить этих детей, ведущие писатели читают их работы, и лучших из лучших мы собираем в Москве.

В восьми федеральных округах будут открыты творческие лаборатории. А на ежегодном форуме в Липках подведут итоги года, отметят тех, кто проявил себя за год в отечественной литературе.

Также в 2023 г. с помощью наших коллег из издательств, выпускающих детскую литературу, мы рассчитываем создать и популяризировать национальную премию в области детской и юношеской литературы. Премия будет проводиться по нескольким номинациям: «Проза» (0+ и 12+), «Поэзия» (0+ и 12+), «Художник года», «Проект года» и «Вклад в детскую литературу».

Кроме этого, нам удалось выделить средства для проведения в 2023 г. детской книжной ярмарки.

Большой вопрос — ярмарка интеллектуальной литературы Non/fiction. Я до сих пор не могу для себя найти ответ, требуются ли Москве четыре крупных ярмарочно-фестивальных события. Представляется, что надо встречаться, обсуждать и принимать решение.

«Не помню такого, чтоб с отрицательным мнением Правительства РФ был принят закон с безусловными белыми пятнами и изъянами, который тяжёлым бременем ляжет на индустрию. Я имею в виду поправки в законодательство о пропаганде ЛГБТ»

Серьёзная задача — масштабировать фестиваль «Красная площадь». В следующем году надеемся запустить 10–12 пилотных проектов, чтобы такие фестивали в центре города состоялись в разных регионах России. Необходимо распланировать эту линейку и сделать так, чтобы книжные фестивали были в каждом субъекте РФ, решить важные вопросы: кто станет участвовать, насколько это будет комфортно издателям, как включить региональную литературную элиту, каким образом привлечь местные театры, филармонии... Как мне представляется, контент этих фестивалей должен быть на 60% местным.

В числе перспективных книжных регионов, по моему мнению, Владивосток. Книжная ярмарка там через три-четыре года может стать крупным международным событием, поскольку для дальневосточных стран Владивосток — это Европа. Поворот государственной политики на восток привёл к тому, что в регионе стали появляться филиалы нашего Эрмитажа и ведущих музеев. Думаю, у нас есть шанс со временем получить фантастическую площадку для международных ярмарок и книжных контактов.

Что касается рисков... Не помню такого, чтоб с отрицательным мнением Правительства РФ был принят закон с безусловными белыми пятнами и изъянами, который тяжёлым бременем ляжет на индустрию. Я имею в виду поправки в законодательство о пропаганде ЛГБТ, куда мы пытались добавить одну фразу: «Действие настоящего закона не распространяется на произведения искусства, литературы, являющиеся кладом мировой культуры». Ничего подобного не было сделано. Кроме того, в документе не прописано, кто и за что отвечает, каким образом должна регламентироваться правоохранительная практика.

«Необходимо создать экспертный совет, который рассматривал бы обращения книжных магазинов, библиотек, издателей по поводу того, какого характера литературу или издания считать подпадающими под действующее законодательство. И продолжать продвигать поправки к принятому закону, потому что в сегодняшнем виде это будет постоянная угроза, мина замедленного действия, которая может в любой момент взорваться»

«Полагаю, что интернет-торговля по итогам года в целом составит уже 50% рынка бумажных книг. Конечно, полностью компенсировать потери таким образом не удастся, хотя для нас это тоже некая точка опоры, с учётом того что ликвидность товара на маркетплейсах значительно выше, и это внушает некий оптимизм и уверенность в том, что в дальнейшем они станут драйвером развития рынка»



Некоторые коллеги помнят: в своё время, когда создавался механизм Роскомнадзора по отслеживанию контента, мы договорились, что он будет применяться только в аудиовизуальной среде, а издатели станут сами регулировать свою отрасль. Сегодня, полагаю, не тот случай.

Как минимизировать риски? Условно говоря, можно продолжать задавать вопросы: что считается ЛГБТ, если это отрицательный герой в произведении, то как к нему относиться и т.д. И всё-таки я бы настаивал на Роскомнадзоре как ведомстве, которое ориентируется в контенте и имеет отношение к Минцифры России. При этом необходимо создать экспертный совет, который рассматривал бы обращения книжных магазинов, библиотек, издателей по поводу того, какого характера литературу или издания считать подпадающими под действующее законодательство. И продолжать продвигать поправки к принятому закону, потому что в сегодняшнем виде это будет постоянная угроза, мина замедленного действия, которая может в любой момент взорваться. Призываю Правление РКС и профессиональное сообщество подумать, кого из экспертов мы могли бы рекомендовать.

Сам экспертный совет имеет смысл сделать межведомственным, между Минцифры и Минкультуры России. У наших коллег из культурного ведомства инструментарий уже отработан, существует порядок выдачи прокатных удостоверений, им не надо принимать никакие дополнительные правительственные регламенты. У нас никаких регламентов не существует с 2002 г., когда отменили лицензирование издательской и полиграфической деятельности, но сейчас некоторые чиновники стремятся их вернуть.

Важный вопрос — финансирование деятельности совета. Очевидно, что в следующем году деньги в бюджете не заложены, их надо будет либо запрашивать из резервного фонда Правительства РФ, либо каким-то образом находить индустриально.

Что касается пиратства, то получено принципиальное политическое согласие на то, чтобы РКС подписал антипиратский меморандум с ведущими поисковиками, в том числе с соцсетью «ВКонтакте» и с «Яндексом», при условии что реестродержателем будет РКС. Это потребует от нас определённых затрат. Необходимо возобновить договорённости и выйти на соглашение.

К дискуссии присоединился вице-президент РКС **Олег НОВИКОВ:**

— Время сегодня непростое, я бы даже сказал нестабильное. Первая половина прошлого года для издателей была временем и ожиданий, и надежд, несмотря на мрачные прогнозы. Динамика продаж оказалась позитивной и рынок рос за счёт цен, тем не менее наши читатели в первом полугодии спокойно отреагировали на поднятие цен, с пониманием, и рынок вырос на 15%. Но третий квартал всё вернул назад: темпы роста замедлились, мы потеряли часть нашей активной читательской аудитории, многие уехали. Москва и Санкт-Петербург, несмотря на рост цен с 2019 г. более чем на 30%, выручку восстановить не могут, отставание составляет 10–15%. Практически на 50% упал товарооборот в московских и петербургских магазинах.

Да, маркетплейсы продолжают расти, несмотря на достижение значимых объёмов, и сегодня их доля более 40%. Полагаю, что интернет-торговля по итогам года в целом составит уже 50% рынка бумажных книг. Конечно, полностью компенсировать потери таким образом не удастся, хотя для нас это тоже некая точка опоры, с учётом того что ликвидность товара на маркетплейсах значительно выше, и это внушает некий оптимизм и уверенность в том, что в дальнейшем они станут драйвером развития рынка.

По итогам года мы ожидаем рост рынка на уровне 5–7%. Ещё раз подчеркну: при росте цен в среднем на 25% падение экзemplярных продаж составит около 20%, что отражается на тиражах и на дополнительном росте себестоимости.

Ноябрь — декабрь показали, что ситуация более-менее стабилизируется. Конечно, мы никогда с большим оптимизмом в очередной новый год не входили, иногда испытывали умеренный оптимизм. Но сейчас надеемся, что все взрывоопасные события, какие могли произойти, уже произошли, в том числе и те, которые тяжело было предвидеть, в частности поправки в законодательство о пропаганде ЛГБТ, тоже негативно отражающиеся на работе книжных магазинов. Они готовы снимать все книги: и детские, и подростковые, и классику, требуют каких-то экспертных заключений, чего издательства им дать не в состоянии. Создание межведомственного экспертного совета, куда хотя бы можно было обратиться и где были



бы выработаны критерии, для индустрии крайне важно, чтобы стабилизировать работу и избежать появления «городских сумасшедших», готовых рушить полки в книжных магазинах.

«Создание межведомственного экспертного совета, куда хотя бы можно было обратиться и где были бы выработаны критерии, для индустрии крайне важно, чтобы стабилизировать работу и избежать появления "городских сумасшедших", готовых рушить полки в книжных магазинах»

Но как жизнь показывает, когда готовишься к худшему, происходит всё не так плохо, на что всем предлагаю ориентироваться. Мы работаем, по-прежнему востребованы, в литературе появляются новые имена и жанры, направления, которые становятся локомотивом роста.

О проблемах на пути продвижения русского языка и литературы рассказал директор Всероссийской государственной библиотеки иностранной литературы имени М.И. Рудомино **Павел КУЗЬМИН**:

— Страны СНГ и новые территории для нас приоритетное направление. Мы регулярно проводим так называемые литературные гостиные, направленные на продвижение русского языка и поддержку школ, вывозим наших писателей для встреч с читателями.

Но есть и нюансы. Недавно я вернулся из очередной поездки в Луганск: Библиотека иностранной литературы является координатором интеграции библиотек новых территорий в библиотечный, культурный и гуманитарный ландшафт Российской Федерации. Мы привезли туда тысячу книг, собирали их по списку, который нам составила Луганская Республиканская универсальная научная библиотека имени М. Горького. Но некоторые издания пришлось взять обратно. В их числе «XX съезд Коммунистической партии Советского Союза», «Воспо-

минания о Ленине» в пяти томах, правда второго тома нет, и «X съезд РКПБ. Стенографический отчёт». Это так называемая гуманитарная помощь, которая направляется из различных регионов Российской Федерации. Наша задача — не заполнить библиотеки хоть чем-то, а привезти то, что востребовано читателями. Иначе это дискредитация очень серьёзной деятельности. Я бы просил РКС во взаимодействии с нами этот поток книг каким-то образом систематизировать.

Генеральный директор «Мосразвития» **Тимур ВАХИТОВ** рассуждал на тему повышения мотивации населения к чтению и альтернативных моделей библиотечной работы:

— Мы активно ищем подходы к тому, каким образом стимулировать наших читателей посещать библиотеки и читать книги. В профессиональном сообществе часто возникает вопрос, быть ли книжному магазину в библиотеке, т.е. можно ли продавать книги в библиотеке. Мы, честно говоря, не видим в этом противоречия. Читающий человек берёт книгу в библиотеке и ходит в книжный магазин. Популяризация чтения является полезной не только для библиотек, но и для книжных магазинов и для издательств. А сама книга сегодня становится не просто методом получения информации, но мягкой силой, воздействующей на умы и действия людей.

Поддерживаем возможность приобретения книг по Пушкинской карте. Конечно, как любой новый процесс, развитие этого проекта сталкивается с препятствиями, которые обусловлены не какими-то принципиальными запретами, а скорее тем, что пока механизмы не выработаны. Важно любым способом обеспечить возможный доступ к книге. Пушкинская карта — это большая возможность для популяризации и продвижения книги.

Мы благодарны РКС за сотрудничество, и наличие такого партнёра нас во многом обязывает. Синергетический эффект любых партнёрств в том, что вместе собираются эксперты, формируют консолидированное мнение и решения становятся безукоризненными и единственно верными. ■

КНИЖНЫЙ РЫНОК МОСКВЫ — 2022

Согласно экспертным прогнозам, по итогам 2022 г. объём книжного рынка Москвы достигнет 18 млрд рублей, показав положительную динамику к 2021-му (+5,1%), и займёт около четверти (24,5%) оборота книжного рынка России.

Столица остаётся центром книгоиздания Российской Федерации. В I–III кварталах 2022 г. здесь вышли в свет 58% наименований книг суммарного выпуска России. Фактически неизменной (89%) осталась и доля московских импринтов в суммарном тираже.

Представляем краткие итоги мониторинга книжного рынка Москвы, проведённого Российским книжным союзом.

КНИЖНЫЙ ВЫПУСК: ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

В 2022 г. суммарный выпуск в столице вырос на 6,1% по количеству наименований и сократился на 4,8% по суммарному тиражу в сравнении с девятью месяцами 2021-го, что в целом укладывается в общую динамику книгоиздания в Российской Федерации. Вполне позитивно выглядят эти результаты и в сравнении с показателями I–III кварталов 2019 г.: и тиражные объёмы выпуска практически восстановились к допандемийному уровню (–2,6%), и инвестиционная активность в московском книгоиздании продолжает расти вполне приличными темпами: +6,1% и +4,7% к 2021 и 2019 гг. соответственно. Чего не скажешь о динамике среднего тиража (рис. 1)¹.

Средний тираж книг и брошюр с московским импринтом в январе — сентябре 2022 г. составил 5610 экз. при среднеотраслевом показателе в 3550 экз. Значимое превышение отраслевых тиражных показателей традиционно для московского книгоиздания. Однако в сравнении с девятью месяцами относительно благополучного 2021 г. средний тираж столичных изданий сократился фактически на 10,3% (при снижении среднеотраслевого тиража в России на 14,4%). Впрочем, это значительное снижение обеспечивается главным образом резким (на 44–45%) сокращением среднего тиража в группе брошюр при параллельной положительной динамике среднего тиража полноценных книг: с 4928 экз. в 2021 г. до 5307 экз. в 2022-м. Но уровень 2019 г. (5614 экз.) в Москве пока не достигнут.

В наибольшей степени тиражность падает в группе новинок (–1,1 тыс. экз. в среднем тираже, или –21,9% к 2021 г.) и сериальных изданий (–1475 экз. в среднем тираже, или –17,2%), т.е. в группах, отражающих актуальность книжного ассортимента и объём лояльной читательской аудитории. Противоположная ситуация наблюдается по числу наименований: по итогам девяти месяцев 2022 г.

¹ Источники данных: Российская книжная палата (РКП), данные экспертного опроса в рамках мониторинга (сентябрь 2021/2022 гг.); данные информационного проекта «Книжный рынок России 2010–2030».



данный показатель заметно превысил результат аналогичного периода 2021-го (+7,4%). Проще говоря, инвестиционная активность московских издателей растёт вопреки росту цен на типографские услуги и расходные материалы, вопреки сокращению продаж книг в натуральном выражении и удлинению срока оборачиваемости, наконец, вопреки новым ограничениям регулятора в области распространения информации и пропаганды.

В 2022 г. столичный книжный выпуск вырос по всем тиражным группам, кроме малотиражных (до 500 экз.) изданий (табл. 1). Самые большие показатели — по книгам и брошюрам, тиражируемым в диапазоне 51–100 тыс. экз.: +19% по числу наименований и +19,4% по суммарному тиражу, при этом можно видеть существенные масштабы снижения экзemplарности в группе брошюр, тиражированных в количестве свыше 100 тыс. экз.: –30,6%. В традиционных книжных группах изданий с тиражом от 1 до 50 тыс. экз. динамика более скромная, но положительная (2,9–14%). В I–III кварталах 2022 г. сохраняется структура книжного выпуска по тиражным группам 2021-го: столичные издатели в основном инвестируют в производство книг с тиражом от 1 до 5 тыс. экз. (45,6% выпуска), в то время как в 2019–2020 гг. основной массив инвестиций приходился на издания с тиражом в 5–10 тыс. экз.

Рис. 1. Динамика среднего тиража книжного издания, вышедшего в Москве в I–III кварталах 2018–2022 гг.

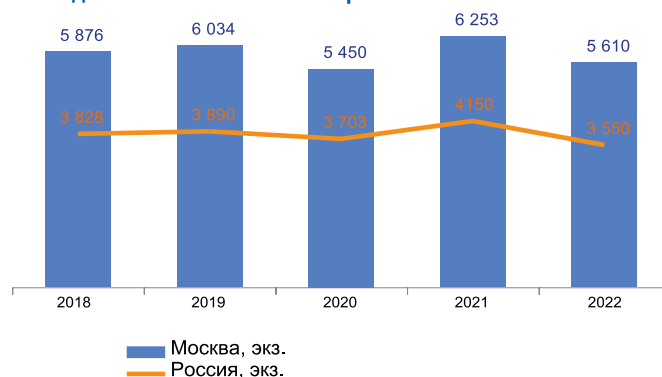


Таблица 1

Распределение выпуска книг и брошюр по тиражным группам в Москве в I–III кварталах 2022 г.

Тиражная группа	Число изданий, печ. ед.	В % к I–III кварталам 2021 г.	Общий тираж, тыс. экз.	В % к I–III кварталам 2021 г.	В % к числу изданий	В % к тиражу
Всего	49 733	6,11	279 000,65	–4,79		
До 500 экз.	12 129	–4,31	2 868,68	–4,20	24,39	1,03
До 1 тыс. экз.	4 232	8,90	3 899,59	7,83	8,51	1,40
До 5 тыс. экз.	22 667	12,87	71 863,30	14,01	45,58	25,76
До 10 тыс. экз.	4 838	4,70	39 056,06	6,52	9,73	14,00
До 50 тыс. экз.	3 260	2,94	71 151,93	0,35	6,56	25,50
До 100 тыс. экз.	326	18,98	23 393,72	19,40	0,65	8,38
Свыше 100 тыс. экз.	273	14,71	66 767,38	–30,62	0,54	23,93
Без указания тиража	2 008	4,31			4,04	

Таблица 2

Доля укрупнённых тематических разделов книг и брошюр в суммарном выпуске Москвы за I–III кварталы 2019–2022 гг.

Тематический раздел	Доля раздела в общем количестве наименований книг и брошюр, %				Доля раздела в суммарном тираже изданий, %			
	I–III кварталы				I–III кварталы			
	2022 г.	2021 г.	2020 г.	2019 г.	2022 г.	2021 г.	2020 г.	2019 г.
Политическая и социально-экономическая литература	18,56	19,43	19,22	19,89	8,19	6,56	7,37	7,71
Естественнонаучная литература	2,91	3,26	2,87	3,26	0,40	0,39	0,46	0,51
Техническая литература	3,55	4,05	3,86	4,66	0,70	0,69	0,84	0,95
Сельскохозяйственная литература	0,86	0,90	0,89	0,87	0,19	0,21	0,27	0,25
Медицинская и спортивная литература	4,14	4,30	5,08	4,32	1,45	1,52	2,01	2,00
Литература по образованию, культуре и СМИ	23,83	23,37	24,54	23,76	54,36	60,75	54,43	54,96
Художественная литература	22,36	21,13	19,73	18,94	14,56	10,13	10,49	10,78
Детская литература	18,35	18,43	18,47	18,37	18,96	18,72	22,62	21,23
Прочее	5,44	5,13	5,34	5,92	1,20	1,03	1,49	1,60

Если говорить об издательских приоритетах, то, несмотря на публичные заявления зарубежных правообладателей об отзыве прав, в 2022 г. столичные издатели печатают переводные издания в значительно большем объёме (+10,5% по числу названий и +16,9% по тиражу), чем годом ранее, запасаясь впрок для страховки от возможных рисков непродления лицензий в 2023-м. Инвестиции растут (+23,9%) в переиздания/допечатки, в то время как тексты новых авторов стартуют с меньшего тиража: 3927 экз. (в 2021 г. — 5031). Как результат, объёмная доля лицензионных продуктов (переводов) в выпуске увеличилась на 1 процентный пункт (п. п.) и достигла 24% в общем количестве наименований. Аналогично растёт и доля сериальных проектов: +4,25 п. п. по числу титулов в выпуске 2022 г.

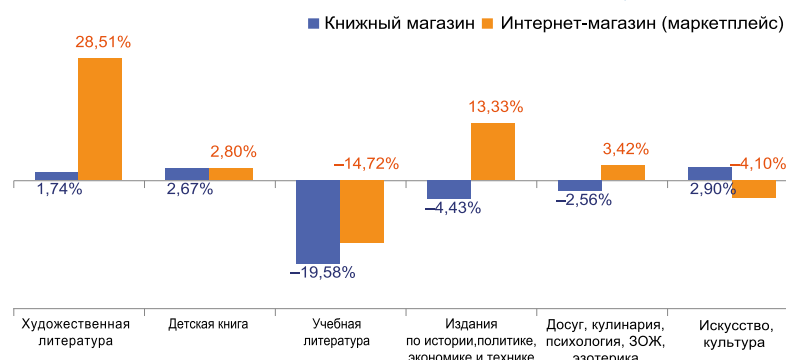
ТЕМАТИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА КНИЖНОГО ВЫПУСКА

В январе — сентябре 2022 г. основные инвестиции московских издательств были по-прежнему сосредоточены в двух лидирующих сегментах российского книжного рынка: в детской книге и учебной. Именно эти разделы обеспечили 42,2% наименований (в 2021 г. — 41,8%; в 2020-м — 50,2%; в 2019-м — 50,3%; в 2018-м — 48,5%) и 73,3% тиража (в 2021-м — 79,5%; в 2020-м — 78,0%; в 2019-м — 77,2%; в 2018-м — 76,3%) суммарного книжного выпуска Москвы за I–III кварталы 2022 г.

По данным РКП (табл. 2), в первые девять месяцев 2022 г. снижение издательских инвестиций зафиксировано только в сегментах технической и естественнонаучной литературы. Причём на фоне аналогичного периода 2021 г. суммарные потери составили лишь 213 наименований и менее 2% тиража. Заметно (на 13–15%) снизился суммарный тираж только в блоке книг по вопросам образования/культуры и в сельскохозяйственной литературе, при этом сохранилось число наименований. В 2022 г. впечатляющую позитивную динамику демонстрирует выпуск художественной литературы (+1215 титулов и +36,8% суммарного тиража к 2021 г.).

Произошла ли коррекция читательских предпочтений? По мнению столичных издателей — отчасти, и прежде всего в книгах для взрослой аудитории, которой потребовалось больше психологической поддержки и книг с позитивным содержанием. Впрочем, большинство издателей говорят о стабильности спроса на традиционные бестселлеры. Для «Вече» это прежде всего серии «100 великих романов», «100 великих», «Сибириада» и «Военные приключения». ИД «Лев» отмечает высокий спрос на свои лицензионные проекты, ИГ «Азбука-Аттикус» — рост интереса к комиксам и манге. Издательство «Вако» сообщило

Рис. 2. Динамика продаж по укрупнённым разделам книжного ассортимента в I–III кварталах 2022 г. к 2021-му



о востребованности прежде всего тренажёров, контрольно-измерительных материалов, рабочих тетрадей и серии поручных разработок «В помощь школьному учителю».

Представители столичного книжного ритейла считают, что определённая коррекция покупательского спроса очевидна уже летом 2022 г., и речь идёт не только о предпочтениях тематик, но и о зарубежном авторстве текстов.

Как показывает анализ рис. 2, в 2022 г. в книжной офлайн- и онлайн-торговле Москвы быстрее всего восстанавливается спрос на художественную литературу, в то время как продажи учебной книги, сместившись в Интернет, показывают в традиционных книжных магазинах значительную (на 19,6%) отрицательную динамику. Заметный спад спроса в офлайн-магазинах столицы регистрируется в группе книг по бизнесу, и, напротив, растёт интерес покупателей к литературе по вопросам искусства и культуры.

В январе — августе 2022 г. художественная литература была востребована взрослой аудиторией москвичей в значительно большей степени, чем non-fiction. Этому в немалой степени способствовали заявления зарубежных правообладателей о прекращении работы в России. Доля переводов в топ-50 бестселлеров на рынке художественной книги поднялась в марте — мае 2022 г. до 76%.

Следует отметить, что рост продаж и выпуска беллетристики не связан с интересом аудитории к книгам — лауреатам литературных премий. Речь идёт о жанровой продукции непрофессиональных литераторов, реализующих себя в том числе в selfpub-пространстве. Ещё одним сигналом об изменении структуры спроса в этом разделе стали растущие продажи комиксов. Графические романы как модель рассказывания истории наконец-то вышли за пределы МКАД, перестали быть нишевым сегментом и, заняв своё место на общедоступной розничной полке, постепенно набирают аудиторию. Во многом потребительская мотивация здесь строится вокруг известных франшиз кинематографических вселенных (DC Comics и Marvel Comics) или культовых авторов — классиков жанра.

Несмотря на определённое снижение продаж в московской рознице, учебная книга для школ остаётся гарантом стабильности и предсказуемости в плане динамики и объёма потребительского спроса. Конечно, и сюда в 2022 г. фактор неопределённости внёс свои коррективы. Упрощение школьной программы и итогового тестирования в период пандемии вывело углублённое изучение предметов за пределы школьного класса, и сегодня конкуренция издателей сохраняется лишь в группе тест-тренажёров по подготовке к ежегодным ВПР/ОГЭ/ЕГЭ,

а постоянные переносы сроков и сокращение объёма проверочных работ не способствуют расширению и росту прибыльности этого направления издательского бизнеса. Школьная книга по-прежнему остаётся сезонным товаром, что, в общем-то, не мешает издателям ежегодно печатать порядка 150 млн экз. учебных и методических изданий для нужд общеобразовательной школы.

ИЗДАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ

По данным РКП, можно говорить о 1470 издательствах, осуществлявших свою деятельность в январе — сентябре 2022 г. в Московском регионе (в 2021-м — 1720; в 2020-м — 1578; в 2019-м — 1759; в 2018-м — 1792). Впервые за последние пять лет столь малое количество операторов представило свои издания для учёта в РКП. Предпринимательская активность в книгоиздании Москвы находится сейчас на минимальном уровне даже на фоне «провала» 2020 г. в связи с ковидными ограничениями. Пострадала и структура столичного книгоиздания, где средние по объёму выпуска игроки фактически исчезли и всё очевиднее становится противостояние крупнейших холдингов и малых издательств, на долю которых сегодня приходится порядка 60–70% от общего числа операторов. По-прежнему состав аутсайдеров издательского бизнеса весьма подвижен. В 2022 г. здесь представлены издатели прописей для дошкольников (ИД «Цветной мир») и издательства, зарекомендовавшие себя в области медицинской литературы («Видар-М») или в выпуске детской и подростковой литературы («Октопус»), и прежде известные импринты, испытывающие в настоящий момент проблемы по ряду причин (издательства «Карьера Пресс», «Б.С.Г.-Пресс»), и, конечно, малые предприятия, которые традиционно из года в год «пробуют» себя в издательском бизнесе или заняты спонсорскими печатными проектами (НИЦ «Луч», «Конверт»).

При этом пул по-настоящему крупных издательств (от 500 наименований книг в годовом исчислении) в январе — сентябре 2022 г. немного превысил результат 2021-го, даже с учётом слияний и объединения импринтов, и насчитывает 20 компаний (в 2021 г. — 19; в 2020-м — 17, в 2019-м — 20, в 2018-м — 22).

Кризис периода неопределённости и структурной перестройки экономики сказался не только на ресурсной базе типографий, но и на готовности издательств сохранить выпуск книжной продукции в прежних объёмах. 62,5% издательств Москвы сообщили о снижении числа опубликованных ими наименований книжной продукции и 51,1% — о сокращении среднего тиража в январе — сентябре 2022 г. в диапазоне 2–23% к 2021 г. Конечно, многие издательства (в том числе «ЭКСМО», «Вако», АСТ, «Вече») ограничились снижением одного из показателей, но есть и просто удручающие результаты: ИД «Лев» сократил в 2022 г. и число наименований, и средний тираж своих изданий на 14 и 20% соответственно.

Согласно государственной статистике по итогам трёх кварталов 2022 г., 60% лидеров коммерческого книгоиздания Москвы так и не вернулись по суммарному тиражу к допандемийному уровню. Значимая (8–41%) отрицательная динамика этого показателя не зависит от профиля выпускаемых книг и отмечается как у издателей,

Таблица 3

Издательства Москвы, выпустившие наибольшее количество книг и брошюр за I–III кварталы 2022 г.

Издательство (импринт)	Число книг и брошюр, печ. ед.	Общий тираж, тыс. экз.	В % к I–III кварталам 2021 г.		В % к I–III кварталам 2019 г.	
			по числу книг	по тиражу	по числу книг	по тиражу
АСТ	7 578	33 693,61	22,36	26,09	24,58	16,59
«ЭКСМО»	7 193	35 756,74	–20,52	–8,15	–27,20	–26,24
«Просвещение»	6 682	116 575,51	18,06	16,11	15,83	7,52
«Азбука-Аттикус»	2 452	14 546,10	–6,80	1,13	0,49	–7,79
«Симбат»	1 484	7 885,00	40,66	32,97	59,06	2,01
«РИПОЛ классик»	1 441	822,72	7,38	22,96	146,32	–24,52
«Экзамен»	827	12 109,00	15,02	30,22	–5,70	–2,00
«Росмэн»	736	6 410,00	–6,84	–13,17	–18,76	84,24
«Манн Иванов и Фербер»	627	3 741,71	6,45	87,41	10,58	29,25
«Проспект»	511	1 667,17	–21,98	49,95	68,65	51,23
«Стрекоза-Пресс»	481	2 798,00	–20,76	–29,27	24,61	–35,85
«Флинта»	473	88,76	83,33	38,88	15,65	–17,52
«Клевер-Медиа-Групп»	468	2 248,35	12,77	36,28	–22,39	–10,49
«ГЭОТАР-Медиа»	466	396,93	27,67	34,17	32,01	32,25
«Мозаика-Синтез»	435	4 874,50	20,83	–14,92	32,22	16,98
«ИНФРА-М»	418	104,16	–26,41	–3,81	–34,89	–8,89
«Русское слово — учебник»	403	4 962,35	29,58	83,94	26,33	34,93
«Вече»	369	542,97	–7,52	13,07	–29,04	–34,05
«Фламинго»	335	7 188,30	20,07	29,04	1,82	–5,46
ИД «Лев»	296	3 570,02	–39,71	–52,69	–32,11	–40,88
«Альпина Паблицер»	270	735,05	16,88	–28,00	21,62	11,03
«Вако»	254	3 064,25	22,12	–59,88	–4,87	–67,76
«Центрполиграф»	238	1 078,00	–4,03	0,18	–37,37	–38,58
«Айрис-Пресс»	203	1 881,50	–1,46	–9,06	–7,73	–22,62
«Детская литература»	179	580,00	29,71	25,08	–1,10	–26,37

специализирующихся на выпуске детской книги («Стрекоза-Пресс», ИД «Лев», «Клевер-Медиа-Групп»), так и у издателей преимущественно художественной и non-fiction литературы для взрослых («Вече», «Азбука-Аттикус», «РИПОЛ классик», «ЭКСМО» и т.д.). Впрочем, многие другие издатели детской литературы («Симбат», «Фламинго») или универсалы (АСТ) и даже специализированные издатели («Проспект», «ГЭОТАР-Медиа», «Флинта»), напротив, продемонстрировали значительные восстановительные процессы в 2022 г., увеличив свой выпуск на 25% и более. Серьёзно растут по параметрам выпуска издатели учебной литературы для школ: «Просвещение» и «Русское слово — учебник». Подробная информация представлена в *табл. 3*.

Если по количеству новинок в 2022 г. можно говорить о разнонаправленности тенденций в книгоиздании Москвы, то ситуация со средним тиражом не вызывает оптимизма с 2018-го: две трети издательств из топ-25 не смогли вернуть этот показатель к уровню 2019 г. Причём среди «невозвратных потерь» ведущие издатели крупнейших холдингов страны: АСТ, ИГ «Азбука-Аттикус», ИГ «Альпина», «РИПОЛ классик». И вряд ли это можно списать на какие-то ограничительные меры или катастрофические последствия отсутствия господдержки. Такая издательская политика является скорее следствием сокращения читательской аудитории в стране и/или сужением пропускной способности каналов сбыта (*табл. 4*).

КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА

И коммерческий, и бюджетный секторы книгоиздания контролируются крупнейшими издательскими холдингами на 49,3% по наименованиям и на 73,2% — по тиражам.

В 2022 г. государственная статистика выпуска печатных изданий (РКП) свидетельствует об увеличении роста напряжённости в конкурентном ландшафте московского книгоиздания, отводя топ-10 ведущих издательств 59,4% по числу выпущенных названий и 87,5% суммарного тиража общего московского выпуска в первые девять месяцев прошлого года (в 2021 г. — 61,2 и 76,4% соответственно; в 2020-м — 54,6 и 75,9%; в 2019-м — 47,3 и 72,7%; в 2018-м — 44,7 и 70,7%). Данный тренд прослеживается прежде всего в укреплении позиций в тиражном массиве ведущего издательского холдинга России «Просвещение», а также издательств АСТ и «Экзамен», и в увеличении доли

сразу по двум показателям у ведущего на сегодня игрока рынка детской книги — компании «Симбат».

Следует отметить, что агрессивное давление на конкурентное поле со стороны монополий сегодня очевидно прежде всего в учебном и литературно-художественном сегментах книжной отрасли. Напротив, в детском разделе по-прежнему представлены успешные компании малого и среднего бизнеса с сильными командами и возможностью непрерывно инвестировать в продукт и новые технологии. Пример сторонней для издательского бизнеса компании «Симбат» — лучшее тому подтверждение. Кроме того, именно в секторе изданий для детей книжный рынок Москвы знает примеры успешного возвращения в бизнес, несмотря на трудности и даже ликвидацию компании (издательство «Робинс», ИД «Лев»). В целом именно «детские» издательства своим оптимизмом поддерживают потенциал появления новых неординарных проектов на книжном рынке. Динамику доли ведущих издательств в суммарном

Таблица 4

**Динамика среднего тиража новинок и переизданий ведущих издателей
Москвы в I–III кварталах 2018–2022 гг.**

Издательство (импринт)	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2022 г. в % к 2021-му
ИГ «Азбука-Аттикус»	5 898	6 465	5 765	5 467	5 932	8,51
«Айрис-Пресс»	7 748	11 052	7 821	10 044	9 268	-7,73
ИГ «Альпина»	3 174	2 982	3 134	4 419	2 722	-38,40
АСТ	4 669	4 751	4 508	4 315	4 446	3,04
«Вако»	14 598	35 598	16 610	36 716	12 064	-67,14
«Вече»	1 619	1 583	1 288	1 204	1 471	22,18
«ГЭОТАР-Медиа»	893	850	872	810	852	5,19
ИД «Лев»	12 968	13 851	17 221	15 370	12 061	-21,53
«ИНФРА-М»	209	178	210	191	249	30,37
«Клевер-Медиа-Групп»	4 485	4 166	4 746	3 975	4 804	20,86
«Флинта»	261	263	238	247	188	-23,89
«Манн, Иванов и Фербер»	5 674	5 106	4 059	3 390	5 968	76,05
«Мозаика-Синтез»	17 875	12 666	14 294	15 915	11 206	-29,59
«Просвещение»	27 474	21 565	20 157	19 470	17 446	-10,40
«Проспект»	3 172	3 638	2 590	1 697	3 263	92,28
«РИПОЛ Классик»	2 140	1 863	698	499	571	14,43
«Росмэн»	2 306	3 840	6 807	9 345	8 709	-6,81
«Русское слово»	13 597	11 529	12 303	8 675	12 314	41,95
«Симбат»	6 373	8 285	6 974	5 621	5 313	-5,48
«Стрекоза-Пресс»	7 445	11 300	6 647	6 517	5 817	-10,74
«Фламинго»	24 042	23 110	20 297	19 967	21 458	7,47
«Центрполиграф»	4 123	4 618	4 110	4 339	4 529	4,38
«Экзамен»	13 709	14 089	14 763	12 933	14 642	13,21
«ЭКСМО»	5 060	4 907	4 717	4 285	4 971	16,01

Таблица 5

Рейтинг издательской активности

Издательство (импринт)	Число наименований, %				
	I–III кварталы 2022 г.	I–III кварталы 2021 г.	I–III кварталы 2020 г.	I–III кварталы 2019 г.	I–III кварталы 2018 г.
АСТ	15,24	13,21	12,65	12,81	12,21
«ЭКСМО»	14,46	19,31	13,59	14,45	14,60
«Просвещение»	13,44	12,08	7,46	7,11	4,90
ИГ «Азбука-Аттикус»	4,93	5,61	5,47	5,14	2,57
«Симбат»	2,98	2,25	3,00	1,96	1,19
«РИПОЛ классик»	2,90	2,86	4,12	1,23	1,09
«Экзамен»	1,66	1,53	1,47	1,85	1,93
«Росмэн»	1,48	1,69	1,39	1,91	2,01
«Манн, Иванов и Фербер»	1,26	1,26	1,33	1,19	1,29
«Проспект»	1,03	1,40	1,08	0,64	0,84
«Стрекоза-Пресс»	0,97	1,30	0,70	0,81	0,94
«Клевер-Медиа-Групп»	0,94	0,89	0,78	1,27	0,65
«ГЭОТАР-Медиа»	0,94	0,78	0,78	0,74	0,62
«Мозаика-Синтез»	0,88	0,77	0,78	0,69	0,82
«ИНФРА-М»	0,84	1,21	1,01	1,35	1,09
«Вече»	0,74	0,85	0,74	1,10	1,38
ИД «Лев»	0,60	1,05	0,99	0,92	1,52

книжном выпуске Москвы в I–III кварталах 2018–2022 гг. характеризуют данные *табл. 5*.

С учётом текущей ситуации общей неопределённости, геополитических вызовов и структурной перестройки экономики 2022 год не показателен для оценки уровня монополизации книжного рынка. В целом можно говорить об укреплении ведущими холдингами вертикальной интеграции, приобретении малозначимых активов, высвобождающихся в связи с уходом из России иностранных акционеров, и кулуарных попытках повлиять на конкурентную ситуацию в школьном секторе рынка. Пока количество и масштаб внешних вызовов для книжной отрасли и необходимость адекватно реагировать на них перевешивают желание «подмять под себя рынок».

Если говорить о прогнозах по итогам 2022 г. значениях суммарной доли столичного рынка у пятёрки ведущих импринтов, то каких-либо кардинальных изменений здесь не произойдёт: уровень монополизации московского книжного рынка составит 53,5% (в 2021 г. — 55,1%; в 2020-м — 54,1%; в 2019-м — 54,1%; в 2018-м — 53,9%). И состав лидеров принципиально не изменится, ведь основным событием на книжном рынке Москвы в 2022 г. стало ослабление позиций издательства «ЭКСМО» в составе ведущего издательского холдинга и находящейся в процессе поглощения ИГ «Азбука-Аттикус».

В настоящий момент в Москве есть издатели, которые растут быстрее рынка. И это не только крупные игроки, но и средний и малый книгоиздательский бизнес. Так, несмотря на реализацию противоположных издательских концепций, в 2022 г. одновременно улучшили свои позиции на рынке АСТ, «Вако» и «Самокат». Такой рост обусловлен разными причинами. Кто-то действительно активно инвестировал в каталог (увеличивая выпуск по наименованиям или по тиражному массиву), расширял розничную сетку продаж, ищет новые каналы сбыта, а кто-то рос только за счёт ценовой политики на новинки и сброс остатков склада по прошлогодним ценам. Напротив, из-за серьёзных логистических проблем с доставкой тиражей из Китая заметно сократили свою долю на рынке «Лабиринт-пресс» и ИД «Лев».

Окончание табл. 5

Суммарный тираж, %					
Издательство	I–III кварталы 2022 г.	I–III кварталы 2021 г.	I–III кварталы 2020 г.	I–III кварталы 2019 г.	I–III кварталы 2018 г.
«Просвещение»	41,78	34,26	27,60	25,41	22,90
«ЭКМО»	12,82	13,28	11,76	11,75	12,58
АСТ	12,08	9,12	10,46	10,09	9,70
ИГ «Азбука-Аттикус»	5,21	4,91	4,27	4,32	2,58
«Экзамен»	4,34	3,17	3,97	4,31	4,51
«Симбат»	2,83	2,02	3,84	2,70	1,29
«Фламинго»	2,58	1,90	2,51	2,65	3,92
«Росмэн»	2,30	2,52	1,74	1,21	0,79
«Русское слово»	1,78	0,92	1,51	1,28	1,21
«Мозаика-Синтез»	1,75	1,96	2,05	1,45	2,48
«Манн, Иванов и Фербер»	1,34	0,68	0,99	1,01	1,25
ИД «Лев»	1,28	2,58	3,13	2,11	3,36
«Вако»	1,10	2,61	0,99	3,32	1,36
«Стрекоза-Пресс»	1,00	1,35	0,86	1,52	1,19
«Клевер-Медиа-Групп»	0,81	0,56	0,68	0,88	0,49
«Айрис-Пресс»	0,67	0,71	0,54	0,85	0,56
«Лабиринт Пресс»	0,12	0,28	0,60	0,58	0,62

В любом случае конкурентная ситуация в 2022 г. остаётся подвижной лишь с 9–10-й позиций ежегодного рейтинга и наибольшие потери сегодня испытывают издатели, так или иначе связанные с зарубежным производством либо с массивным присутствием переводной литературы в каталоге.

ДИНАМИКА ЦЕН

В условиях экономической неопределённости и инфляционных колебаний чувствительность покупателя к цене возрастает, и издатель уже не может корректировать прибыльность проектов за счёт элементарного роста цен.

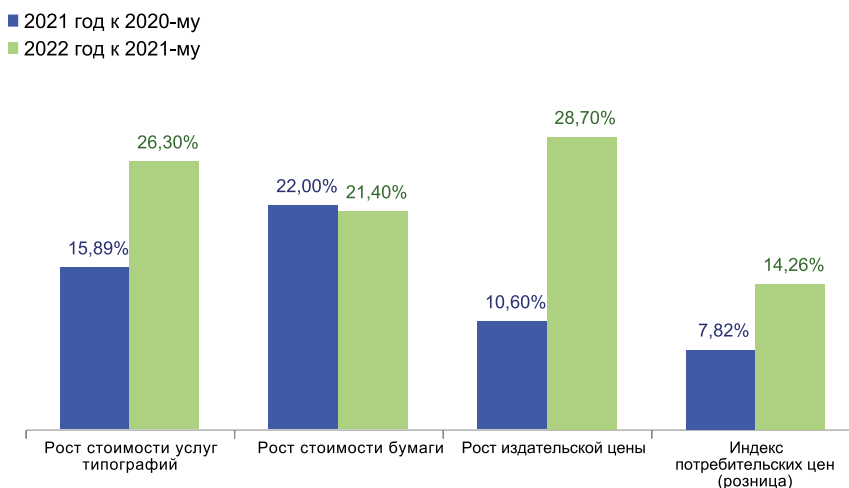
В сентябре 2022 г. стоимость типографских услуг и бумаги в среднем выросла в сравнении с сентябрём 2021-го на 26,3 и 21,4% соответственно. А учитывая тот факт, что доля типографских расходов в структуре себестоимости книжного издания находится в среднем на уровне 68%, то вполне очевиден и порядок роста отпускных цен даже при переходе издательства в режим максимальной экономии. В августе — сентябре 2022 г. новые книги поступали в книжные магазины Москвы по цене на 18–30% дороже, чем годом ранее. И это касается только прямых поставок от издательств, в то время как прайсы московских оптовиков («Лабиринта», «Абриса») и поставщиков книг на языке оригинала выросли на 50–70%. Ни книжные магазины, ни издатели не готовы жертвовать маржинальностью бизнеса. И по оценкам экспертов, в IV квартале 2022 г. издательская цена новой книги увеличится ещё на 9–15% (рис. 3).

Согласно экспертному опросу в рамках мониторинга, средневзвешенный показатель отпускной (издательской) цены в сентябре 2022 г. составил 366,68 рубля (+28,7% к 2021 г.; +85,8% — к 2019-му). И сегодня издатели в меньшей степени готовы идти на дисконтные акции для покупателей, уделяя больше внимания снижению затрат, прежде всего по фонду оплаты труда и рекламе.

Диапазон расхождения цен по каналам дистрибуции по-прежнему остаётся весьма внушительным. В сентябре 2022 г. клиент платил за книгу в книжном магазине на 46,1% больше, чем в интернет-канале (в 2021-м — на 50,2%), и на 120,3% (в 2021-м — на 134,2%) больше, чем в FMCG-супермаркете. Книжные магазины выставляются в невыгодном свете, но договорённости по сокращению ценовой «вилки» онлайн- и офлайн-продаж по-прежнему не достигнуты.

Средняя цена реализации в московской рознице в августе — сентябре 2022 г. составила 682,67 рубля (в 2021-м — 661,15 рубля; в 2020-м — 634,87 рубля), хотя социологический опрос их посетителей, проведённый в рамках мониторинга в октябре 2022 г., продемонстрировал по-прежнему достаточно низкую ценовую планку: роман для взрослого чтения (16+) для 57,6% респондентов не должен стоить дороже 500 рублей; детская книга для 44,7% читателей — не дороже 300 рублей. Только 10,7% москвичей готовы сегодня заплатить за детскую книгу более 500 рублей. И за столь очевидное превышение допустимого с точки зрения клиента ценника книжники расплачиваются снижением трафика.

Рис. 3. Рост стоимости производства печатной книги и динамика цен на книжном рынке Москвы в августе — сентябре 2021/2022 гг., % год к году



РИТЕЙЛ-КАРТА СТОЛИЦЫ

Согласно данным ведущих издательств, в I–III кварталах 2022 г. на книжный рынок Москвы приходилось от 25 до 100% общего объёма их реализации при средневзвешенном показателе в 46,5%. При этом две трети участников экспертного опроса сообщили о росте доли Московского региона в суммарных продажах за истёкшие три квартала прошлого года (средневзвешенный показатель — плюс 15 п. п.).

В целом 62,5% издательств, участвовавших в опросе в рамках мониторинга, сообщили о росте продаж в Московском регионе в I–III кварталах 2022 г. на 1–14% и треть (37,5%) издательств (преимущественно детского/учебно-профилья) — о снижении в диапазоне 3–15% по отношению к продажам в аналогичный период 2021 г. Согласно сентябрьским прогнозам, абсолютное большинство издательств (72,7%) предполагает по итогам 2022 г. прирасти в обороте на 5–25% к 2021-му. Более того, многие рассчитывают значимо превзойти обороты допандемийного уровня, прибавив суммарно 25–65% к результатам 2019 г. Однако речь идёт только о рублёвых продажах. Оборот растёт, но продажи в натуральном выражении практически у всех издателей уходят в минус в диапазоне от 7 до 23% за три квартала 2022 г.

В связи с пандемией и проведением карантинных мероприятий на территории Москвы традиционные книжные магазины начиная с 2020 г. ожидаемо уступили первенство онлайн-площадкам (табл. 6). И в августе — сентябре 2022 г. пропускная способность канала московской книжной розницы по-прежнему находится на довольно скромном уровне: в среднем 20,14% суммарной реализации столичных издательств (в 2019-м — 32%). Более того, у целого ряда издательств только за последний год количество партнёров в этом сегменте сократилось на 8–50%.

В 2022 г. онлайн-магазины продолжают лидировать по объёму продаж книжной продукции. На интернет-канал приходится от 20 до 61% суммарной реализации ведущих издательств Москвы (исключая компании с учебным профилем). Основными партнёрами издательств стали OZON.ru, Labirint и Wildberries. Чуть меньше, но тем не менее растёт (с 4,2% в 2019 г. до 6,4% — в 2021-м) доля интернет-продаж даже у издательств группы компаний «Просвещение», и это не только собственные онлайн-сервисы группы (LECTA и PROSV.ru), но и сторонние интернет-магазины, прежде всего Labirint и Wildberries. В целом структура реализации школьных учебников и в Московском регионе по-прежнему в значительной степени (до 68–75%) ориентирована на прямую продажу библиотекам

и бюджетным организациям, а для изданий из списка дополнительных пособий (тесты, рабочие тетради и пр.) — до 100% на книготорговых оптовиков/логистов.

В целом в обороте издательств доля онлайн-канала в августе — сентябре 2022 г. составила 31,64%, что на 5 п. п. ниже результата аналогичного периода 2021 г. Это немного, но тем не менее демонстрирует усталость издателей от сотрудничества с маркетплейсами с их техническими и логистическими проблемами. Ряд издательств счёл более разумным вернуться к традиционному для себя варианту работы с интернет-магазинами (Labirint.ru или собственная витрина). Впрочем, вклад собственного интернет-магазина даже у тех издательств, кто уделяет этому повышенное внимание, как правило, составляет 5–7% оборота.

Значимую роль в продаже книг в столичном регионе сохраняют и непрофильные для книжников каналы сбыта — торговые площадки FMCG-сетей (включая сетевую ритейл товаров для детей) и отделения связи АО «Почта России», в то время как участие городских киосков с печатной продукцией фактически свелось на нет. Пропускная способность этих каналов находится на уровне 1,35% от объёма реализации издательств Москвы по киосковым сетям и 8,27% — по FMCG и «детскому» ритейлу.

ТРАДИЦИОННАЯ КНИЖНАЯ РОЗНИЦА

По состоянию на октябрь 2022 г. на территории Москвы насчитывался 241 специализированный на продаже книжных изданий (>50% торговой площади под книги) стационарный торговый объект. Расчётный показатель обеспеченности населения Москвы книжными магазинами составил 1 : 52 429 (или один магазин на 52,4 тыс. жителей), что заметно лучше ситуации 2021 г. (1 : 54 784), но по-прежнему уступает показателю 2019-го: до пандемии один книжный приходился на 50 тыс. жителей столицы. Основные потери в пуле московских книжных магазинов пришлось на весну 2022 г. и связаны были с общей ситуацией нервозности и противоречивости бизнес-прогнозов даже в краткосрочном периоде. К лету ситуация стабилизировалась и началось активное открытие объектов в сетях «Книжный Лабиринт» и «Детский книжный». Но даже с учётом новых объектов столица по уровню обеспеченности населения книжными магазинами в прошлом году уступала Санкт-Петербургу (1 : 19 344), Казани (1 : 28 162), Новосибирску (1 : 38 615) и другим городам-миллионникам в России.

В целом с октября 2021 г. по сентябрь 2022-го столица приросла на 4% от общего числа книжных магазинов, но и потерь было немало. В этот период было ликвидировано

сразу семь магазинов единственного государственного на территории столицы книготорговое предприятие ГУП ОЦ МДК. С декабря 2021 г. закрылись магазинчик детских книг издательства «Клевер», объект франшизы «Территория» и очередной магазин знаменитой «Академкниги». Продолжили практику закрытия своих нерентабельных магазинов и столичные филиалы межрегиональных розничных сетей «Книжный Лабиринт» (два объекта) и «Читай-город» (пять

Таблица 6

Топ-5 партнёров-посредников в Московском регионе с разбивкой по базовым для издательств каналам сбыта: I–III кварталы 2022 г.

Стационарный книжный магазин (сеть)	Киосковая сеть	Интернет-магазин	Непрофильный ритейл (FMCG)
ОРС «Читай-город / Буквоед»	«Почта России»	Wildberries	«Ашан»
ТД «Библио-Глобус»	ГК «Кардос»	OZON	«Бэст Прайс»
ТДК «Москва»	ООО «Иммедиат Дистрибьюшен»	Labirint	«Детский мир»
«Молодая Гвардия»	ООО «Сейлс»	Yandex	«Лента»
ГУП ОЦ МДК	ООО «Газетта»	Chitai-Gorod	«Окей»

объектов), ещё на два магазина сократилась обанкротившаяся ранее сеть «Республика». Правда, книжные сети не только закрывали, но и параллельно открывали новые магазины в других локациях: у «Книжного Лабиринта» — 16 новых магазинов, у «Читай-города» — восемь. Завершилось реформирование менеджмента (переход под новое управление) в сети магазинов «Республика», и к осени 2022 г. новая команда открыла собственный объект. Ещё в ноябре — декабре 2021 г. книготорговая система столицы пополнилась клубными магазинами издательств «Никея» и «Поляндрия», а также филиалом авторского магазина «Во весь голос» (Санкт-Петербург). Филиал на Никитской открыл столичный магазин «Достоевский». На протяжении всего отчётного периода открывала и закрывала магазины сеть «Детский книжный».

Суммарная торговая площадь книжных магазинов Москвы по состоянию на октябрь 2022 г. составляет 64 150,1 м² (в 2021-м — 62 919,1 м²; в 2019-м — 67 197,2 м²), и за последний год она подросла только на скромные 1,96% в связи с закрытием преимущественно крупноформатных объектов и их заменой на меньшие по торговой площади. Если сравнить с показателями годом ранее, то в октябре 2022 г. посещаемость торговых центров Москвы упала на 13%, а с 2019 г. — на 28%. По итогам III квартала доля пустующих площадей в ТЦ Москвы выросла до 12%. И по мнению экспертов, если этот негативный тренд сохранится, то доля незанятых помещений достигнет 15%, а к середине 2023 г. вакантность может вырасти до 20–22%. Вполне вероятно, что эти процессы приведут к массовому закрытию книжных магазинов, размещённых в торговых центрах, уже в январе 2023 г.

2022 год начался для книжной розницы серьёзным проседанием продаж. В среднем оборот книжных магазинов Москвы за I квартал 2022 г. не добирает более 3% по сравнению с продажами в аналогичный период 2021-го вопреки значительному росту цен в IV квартале 2021 г. Наиболее значимое падение по экземплярным продажам (до 30%) демонстрируют книготорговые сети и универсальные VIP-магазины, работающие с советских времён в Центральном АО Москвы, в то время как независимые книжные клубного формата отмечают даже некоторое увеличение потока посетителей к допандемийному уровню.

В последние 10 лет значительное присутствие не книжных товаров и услуг в столичном книжном магазине считается нормой, вопрос лишь в объёме выделяемой под них торговой площади. В 2022 г. книга может занимать от 40 до 85% площади книжного магазина, в обороте — 30–80%. Разброс значительный достаточно высок даже в пределах одной сети.

Средневзвешенный показатель долевого участия книги в офлайн-канале розницы Москвы в III квартале 2022 г. составляет:

- 62,7% площади торгового зала (показатель 2021 г. — 65,8%; 2020-го — 72,3%; 2019-го — 67,5%);
- 55,4% оборота книготоргового предприятия (в 2021 г. — 60,2%; в 2020-м — 65,0%; в 2019-м — 71,8%).

В марте — сентябре 2022 г. книжные магазины фиксируют снижение спроса на книги по досугу, медицине, экономике и на зарубежную литературу, представленную на языке оригинала. И напротив, наблюдают определённый рост интереса покупателей к художественной литературе, биографической прозе, комиксам и детской книге, а также

к изданиям по вопросам истории. В августе — сентябре 2022 г. средний чек книжных магазинов в Москве поднялся до 1619,3 рубля (+24,8% к 2021-му).

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ

В 2022 г. инициатива по продвижению и продаже книг в Интернете полностью перешла от онлайн-подразделений издательств к маркетплейсам. Более того, банкротство компании My-shop.ru и её приобретение в марте акционерами «Лабиринта» сократили число независимых онлайн-площадок с книжной витриной. В 2022 г. это прежде всего OZON.ru, Labirint.ru, а также книжный департамент маркетплейса Wildberries.

OZON.ru по итогам первого полугодия 2022 г. вырос в книжном обороте на 33% и на 32% — в количестве заказов книг. Причём рост зафиксирован не только в столице, но и в регионах. И если на конец 2021 г. доля столицы в продажах OZON.ru составляла 40%, то уже ко второму полугодю 2022-го она сократилась до 38%. Впрочем, в абсолютном значении цифры книжных продаж на маркетплейсе остаются внушительными: в первом полугодии 2022 г. OZON.ru выполнил 7,4 млн заказов книг по средней цене позиции в 450 рублей. Традиционно в топ-5 этого интернет-магазина представлены проекты non-fiction, но в 2022 г. OZON.ru отмечает тенденцию увеличения продаж художественной литературы, а также значительную положительную динамику изданий Young Adult и комиксов/манги.

Существенно увеличивает книжный оборот и маркетплейс Wildberries. На начало 2022 г. Wildberries — это 3 тыс. действующих поставщиков, 3,5 млн позиций, 90 тыс. ПВЗ в 20 странах и все типы книжной продукции: от цифры до букинистки.

FMCG-ОБЪЕКТЫ

В ритейл-карту московского книжного рынка достаточно органично на сегодняшний день включены киосковые сети, а также площадки FMCG-сетей, предлагающие книги в качестве сопутствующего товара (менее 10% торговой площади).

Несмотря на то что издатели сократили список партнёров в этом сегменте в 2022 г., полностью исключив площадки X5Retail Group и «Магнит/Дикси», доля книжных покупок москвичей в непрофильных супермаркетах заметно растёт: 10,65% посетителей книжных магазинов «сознаются» в практике покупки книг в отделах гипермаркетов параллельно с другими покупками (в 2021 г. — 5,7%). Впрочем, число любителей купить книгу одновременно с товарами первой необходимости в 2022-м так и не достигло допандемийного уровня в 15% от общего числа респондентов. Почти половину (40,1%) книжного оборота в FMCG-объектах составляют детские книги и только чуть более процента — non-fiction для взрослых. Средняя цена реализованного книжного издания в этом канале в августе 2022 г. находилась на уровне 309,85 рубля (в 2021-м — 248,08 рубля; в 2020-м — 247,06 рубля; в 2019-м — 273,02 рубля).

FMCG-сети теряют интерес к реализации книжной продукции, тем более что речь идёт прежде всего о продукции категории эконом-класса: покеты-изданиях детективов и женских романов, а также брошюр с раскрасками для детской аудитории и лунными календарями для дачников.

По данным компаний на сентябрь 2022 г., книги присутствовали в ассортиментной матрице торговых площадок следующих непрофильных потребительских сетей:

- «Ашан» — 52 площадки в Московском регионе;
- Metro Cash & Carry — 12 площадок;
- «Детский мир» — 117 площадок;
- «Гиперглобус» — четыре площадки;
- «Окей» — девять площадок;
- FixPrice — 323 площадки;
- «Лента» — 180 площадок.

В прогнозных значениях на 2023 год в структуре каналов книгораспространения для Московского региона возрастёт значимость «крафтовых» уникальных книжных магазинов клубного типа. Востребованным останется и канал интернет-сервисов заказа/доставки книг, и канал непрофильного сетевого ритейла с ограниченным предложением книг в качестве покупок «по пути», и традиционные книжные магазины в ТЦ с широким выбором книг.

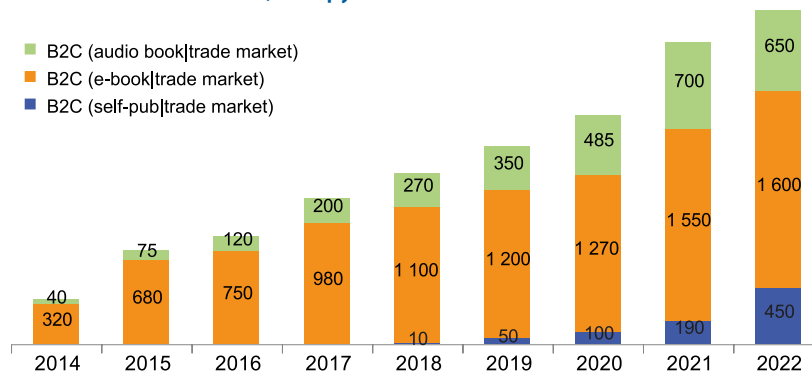
ЦИФРОВЫЕ ФОРМАТЫ

Согласно экспертной оценке, объём московского рынка электронных (текстовых и аудио-) книг, включая самиздат-проекты, в январе — августе 2022 г. составил 2,1 млрд рублей при темпах роста к аналогичному периоду 2021-го в 2,88%. В годовом исчислении объём столичного рынка прогнозируется на уровне 2,5–2,6 млрд рублей (+6,5% к итогам 2021 г.), т.е. его годовые темпы прироста сократятся в четыре раза (рис. 4).

Доля продаж электронного книжного (текст) контента зарегистрированным пользователям Московского региона находится на уровне 25% от общероссийского оборота электронных текстов. В 2022 г. она снижается (пока на 2 п. п.), что отчасти связано с прекращением работы иностранных цифровых сервисов весной 2022 г. Впрочем, рынок электронных текстовых книг в Москве приблизился к своему максимальному уровню вовлечённости аудитории ещё в 2019 г., по крайней мере по той линейке книжных продуктов, которые сегодня предлагают онлайн-агрегаторы.

Вклад столичных жителей в приобретение аудиокниг в последние два года чуть больше их участия в обороте

Рис. 4. Объём рынка цифровой дистрибуции в Москве в 2014–2022 гг., млн рублей



электронной текстовой книги, но в 2022 г. он снизился до 26% от общероссийских продаж (в 2021-м — 28%). Только за январь — август 2022 г. легальный рынок аудиокниг в столице сократился на 3%, в то время как динамика за те же месяцы в 2021-м составляла +45%; в 2020-м — +40%. Согласно экспертам, в годовом исчислении объём продаж аудиокниг в Москве не превысит 0,6 млрд рублей. Таким образом, аудиокнига потеряет свой статус драйвера рынка и с высокой вероятностью в 2023–2024 гг. сравняется по объёму продаж с весьма привлекательным сегодня для москвичей selfpub-продуктом.

Кроме того, несмотря на очевидное сохранение положительных темпов роста, в целом московский рынок цифровой (текстовой и аудио-) книги пока слишком компактен и предполагаемый рост его объёма с 14,25% (2021) до 14,46% (2022) от продаж печатной книги в Москве за последний год принципиальной роли не играет. К тому же потенциал роста у электронной книги в столице фактически исчерпан. Об этом свидетельствуют результаты социологического опроса посетителей книжных магазинов Москвы, проведённого в рамках мониторинга. В октябре 2022 г. о скачивании электронных книг из Интернета сообщили лишь 7,93% москвичей, в то время как доля скачиваний в аналогичном опросе 2021-го составила 13,05%. Динамика рынка носит явно негативный характер: только за три последних года столичная армия поклонников электронной книги сократилась в три раза.

В лучшем случае после восстановления и выхода из нынешнего кризиса рынок электронных книг к 2024–2025 гг. сможет рассчитывать на 14–16% москвичей, покупающих книги.

Конечно, определённый потенциал, по крайней мере для маржинальности бизнеса, у цифрового сегмента есть, и связан он с постановлением Правительства РФ, благодаря которому вдвое (до 10%) снижена ставка НДС для электронных и аудиокниг образовательной, научной и культурной тематик.

Возможности для расширения рыночного сегмента электронной книги появляются и в связи с распоряжением Правительства РФ от 13 августа 2022 г. № 2234-р, в котором утверждён перечень мобильных приложений и программ для обязательной предустановки на смартфоны, планшеты, компьютеры и Smart-TV с 1 января 2023 г. и где среди прочих представлен книжный сервис «ЛитРес».

С позитивной точки зрения можно рассматривать и рост интереса к рынку электронных книг со стороны маркетплейсов и операторов сотовой связи (МТС и «Билайн»), что позволит задействовать рекламные кампании совсем другого масштаба.

Средний чек покупателя электронного контента у легального поставщика в Москве в январе — августе 2022 г. демонстрирует широкий диапазон значений в зависимости от дистрибьютора или тематики контента: от 202 рублей (только текстовые книги) до 259 рублей (только аудиокниги). Средневзвешенный показатель (с учётом самиздата) — 218 рублей с динамикой +1,4% к данным января — августа 2021 г. ■

КНИЖНЫЕ МАРКЕТЫ В ГОРОДСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

В большинстве регионов литературный фестиваль — весьма заметное книжное культурное событие. Во многих из них такие мероприятия стали брендами территорий: «Белый июнь» в Архангельске, «Китоврас» во Владимире, Южноуральская книжная ярмарка со всероссийским литературным форумом #РыжийФест в Челябинске, «Ярославское книжное обострение» и др. В библиотеках и культурных центрах книга уже давно объединяет множество событий: образовательные семинары, презентации авторов и общественных деятелей, лектории, театральные мастерские и т. д. Это привлекает сообщество, способствует продвижению чтения, становится мостиком между учреждениями культуры, издателями и руководством города, региона.

Фестивальная и ярмарочная деятельность сейчас проходит серьёзный апгрейд, и предстоит ещё много работы для получения должного общественного резонанса и синергетического эффекта.

Новые условия партнёрства, правила проведения успешной ярмарки и требования к площадкам обсудили участники встречи «Книжные маркеты на территории культурных центров и улицах города». Организатором мероприятия выступило Агентство креативных индустрий, а модерировала его главный редактор журнала «Университетская КНИГА»; член Правления и руководитель Комитета по электронным ресурсам и цифровой трансформации книжного рынка Российского книжного союза

Елена БЕЙЛИНА.



Библиотеки Москвы в последние годы переживают серьёзную трансформацию. Они превращаются в культурные центры, их влияние на аудиторию существенно возрастает. Как это отражается на продвижении книги и чтения? Дискуссия открылась выступлением генерального директора «Мосразвития» **Тимура ВАХИТОВА**.

— Зачем мы приходим в библиотеку? Прежде всего для того, чтобы бесплатно взять книгу. На самом деле библиотека — это вообще про книгу, а книжный маркет — не только продажи, но и популяризация чтения. Это ещё одно важное событие в информационном поле, когда произносятся слова, однокоренные со словом «книга», или его синонимы.

Библиотеки и культурные институции — субъекты, участвующие в покупке книг. Закупочные механизмы с

«Книжный маркет — не только продажи, но и популяризация чтения. Это ещё одно важное событие в информационном поле, когда произносятся слова, однокоренные со словом "книга", или его синонимы»



каждым годом совершенствуются. Достаточно давно в московских библиотеках появилась традиция приобретать произведения лауреатов литературных премий. С введением информационных систем мы стали дополнительно знать, что востребованно у читателей.

В московских библиотеках около 14,5 млн наименований книг. Ежегодно закупается не менее 300 тыс. наименований pop-fiction. Чтобы найти необходимую книгу, сегодня даже не надо посещать библиотеку лично. Достаточно зайти на сайт mos.ru, в ближайшей библиотеке забронировать издание, прочитать его по дороге на работу и сдать в библиотеку на выходе из метро. Кстати, единый читательский билет, который для этого потребуется, тоже можно получить на сайте Мэра Москвы. Тем не менее человек, не нашедший книгу в библиотеке (например, новинку), с большой вероятностью пойдёт в книжный магазин или книжный маркет и купит её там. Как минимум 500 тыс. универсальных читателей в столице готовы прийти на книжные площадки. Представьте себе уровень персонализации сообщений, которые получают владельцы читательских билетов: о том, что проходит тот или иной книжный маркет. При этом надо учитывать, что адресов, где выполняется библиотечная функция и где можно узнать о книгах, на данный момент около 600.

44

Московские библиотеки оказываются в новой роли по отношению к книжным маркетам и иным формам продажи книг. Они становятся субъектами, осуществляющими организацию этого процесса. Примером является книжная ярмарка в парке «Зарядье», когда библиотеки организуют весь процесс, решая при этом свои задачи — выдавая читательские билеты и расширяя собственную аудиторию. Раньше мы опасались отраслевого «каннибализма»: ведь люди приходят в библиотеку за бесплатной книгой. Но если библиотека будет ещё и продавать книги? Мне кажется, желание человека обладать чем-то хорошим неистребимо. Конечно, коллаборации культурных институций и книжных маркетов, любые формы продажи и предоставления в доступ не чужды московским библиотекам.

«Как минимум 500 тыс. универсальных читателей в столице готовы прийти на книжные площадки. Представьте себе уровень персонализации сообщений, которые получают владельцы читательских билетов: о том, что проходит тот или иной книжный маркет. При этом надо учитывать, что адресов, где выполняется библиотечная функция и где можно узнать о книгах, на данный момент около 600»

Книги выходят из стен библиотек и магазинов на улицы, и Новый Арбат тому подтверждение. Ряд инициатив представила Алла КЛИМЕНКО, заместитель руководителя ГБУ «Московские ярмарки»:

— В 2016 г. было принято решение о реконструкции пешеходной зоны, и на Новом Арбате появилось много места, куда люди могут приходиться, проводить там свободное время. К нам поступило множество обращений о перепрофилировании ярмарки в книжную. Так в 2018-м появился фестиваль «Букинист». Обычно фестивали в рамках проекта



«Московские сезоны» проходят циклично. В допандемийное время мы организовывали два фестиваля в месяц. Но «Букинист» работает на постоянной основе. Это такая большая, нетрадиционная и неформальная библиотека. Ежедневно в любое время с 10 до 20 часов туда можно прийти и пообщаться с людьми, близкими вам по духу, любящими книги, заказать издание, купить, обменять. Это особый, живой книжный мир. Мы понимаем, что немало читателей предпочитают сейчас книги на электронных носителях. Но все, наверное, согласятся с тем, что бумажная книга — это душа, особенно если она выпущена давно. Что может быть лучше, чем если ты нашёл для своего ребёнка стихи Агнии Барто в том издании, которое читал в детстве.

За время работы фестиваля более 67 тыс. книг продано, половина из них — детская и научно-популярная литература. В числе хитов классическая зарубежная и отечественная детская литература. Приятно, что люди читают Чехова, Толстого, Барто, Чуковского. Как правило, к каждому фестивалю формируется своя подборка, связанная с книгами. Мы находим редкие иллюстрации, чтобы радовать людей чем-то новым. Любой наш фестиваль — библиотека на свежем воздухе.

Культурный центр «Зил» — безусловный региональный бренд: библиотека, огромное число просветительских мероприятий. О книжных коллаборациях рассказала директор культурного центра **Мария РОГАЧЁВА**:

— «Зил» всегда был книгоцентричен, сосредоточен на литературной жизни. В прошлом году мы отмечали 100-летие библиотеки, которая начиналась как передвижка на заводе. В этом году 85 лет культурному центру, а в следующем будет 90 лет театральной студии. Таким образом, библиотека появилась раньше, чем дворец культуры. Проводились литературные среды, был лекторий, вечерняя школа. На сегодняшний день все эти форматы восстановлены.

Ежегодно проходит около 2 тыс. мероприятий и далеко не все финансируются из госзадания, поэтому вопрос

«Необходимо искать городские форматы с дополнительной поддержкой издателей, тогда нам будет экономически целесообразно участвовать в таких проектах»

распределения финансовых потоков принципиален. На данный момент наиболее важные вопросы уже решили: расплатились с долгами, купили необходимое оборудование. В следующем году займёмся редким фондом, который насчитывает 1,5 тыс. экз. Также мы обладаем уникальной коллекцией исторического архива «Зил». Это подшивки газет «Автозаводец» и других, которых нет даже в Российской государственной библиотеке.

Выстраиваем активное партнёрство с издательствами Inspiria, Livebook, «Альпина». Коллеги дарят нам книги, участвуют в организации книжных маркетов. Для нас это уже повседневная жизнь. В следующем году планируем проводить их на постоянной основе. Обычно маркеты проходят совместно с крупными событиями: фестивалями «Зил. Наука», «Зил. Искусство», «Зил. Эко» и др. Это не просто книжные ярмарки, но с определённой тематикой. Например, активно развивается тема астрономии: лекторий, обсерватория и книги. Такой подход, когда книга обеспечивает интерес к той или иной области знаний и интегрирована в мероприятие, самый правильный.

Мы не гонимся за цифрами, поскольку у нас нет отчётных показателей. Нет задачи «загонять» в библиотеку людей, но при этом посещаемость растёт. Работают книжные клубы: художественной литературы, книг на иностранных языках и т.д. Согласна с позицией, что библиотека и книжный маркет не антагонисты.

Некоторые издатели занимают активную позицию в отношении собственных мероприятий и интегрируются в библиотечные события. При этом очевидно, что для издателя главные критерии успешного участия — объём продаж и влияние на читателей. К дискуссии подключилась **Ирина АНТОНОВА**, директор по маркетингу издательства «Альпина Паблишер»:

— Организация собственных мероприятий и участие в событиях партнёров — часть нашей маркетинговой

ЦЕНА УЧАСТИЯ	УСЛОВИЯ ПЛОЩАДКИ	ВОЗМОЖНОСТИ ДОСТАВКИ
Возможность частичного или полного бартера, бесплатное участие	Открытые площадки только в летнее время, имеющие крышу, стены и пол	Грузчики на площадке, возможность подъезда и парковки
<u>PR-КАМПАНИЯ ЯРМАРКИ</u>	<u>ПРОГРАММА ФЕСТИВАЛЯ</u>	<u>УЧАСТНИКИ ЯРМАРКИ</u>
Нишевая, направленная на читательскую аудиторию + реклама на широкую публику. Своевременный старт	Необходим куратор, продуманная сетка по возрастам. Заблаговременное информирование о мероприятиях	Объединение в группы издательств одного ценового сегмента. Количество участников адекватно рекламной кампании
<u>КОНЦЕПЦИЯ ИЛИ ТЕМА ЯРМАРКИ</u>	<u>КОММУНИКАЦИЯ ОРГАНИЗАТОР — ИЗДАТЕЛЬСТВО</u>	<u>ВНЕШНИЕ УСЛОВИЯ (ПОГОДА, НОВОСТНАЯ ПОВЕСТКА и пр.)</u>
Книги. Гаражная распродажа. Рождественская или благотворительная	Подробные инструкции, поддержание договоренностей	К ним нельзя быть готовым на 100%, но надо позаботиться о рисках



стратегии. Мы откликаемся на все форматы, которые предлагают Москва и регионы. Как издателям нам важна коммуникация с аудиторией. Когда мы организуем свою «Веранду», это, конечно, книжные продажи, но ещё мы проводим лектории, приглашаем театры, понимая, что люди приходят не просто купить книгу, но интеллектуально провести время. Они приводят детей, и мы устраиваем детские мастер-классы. Это действительно расширяет книгу как продукт. Выступают авторы: это живая экспертиза от первого лица. Человек может подписать книгу, услышать что-то новое, провести время с пользой, купить книги со скидкой. Актуальное расписание наших событий представлено на сайте издательства.

Цифры важны также в отношении партнёрских мероприятий. Мы готовы участвовать в книжных маркетах, вести просветительскую деятельность, но несём при этом серьёзные расходы. Для того чтобы отвезти книги на площадку, надо нанять водителя, грузчика. Поскольку у нас всё официально, мы оплачиваем работу продавца с кассой. А значит, должна быть возможность подключиться к Интернету, необходимо сухое отапливаемое помещение, чтобы книги не испортились. Таким образом, складывается некий райдер, позволяющий сделать наше участие в маркете успешным. Для того чтобы в Москве принять участие в событии с продажами книг, потребуются одновременно потратить 5–8 тыс. рублей. Необходимо искать городские форматы с дополнительной поддержкой издателей, тогда нам будет экономически целесообразно участвовать в таких проектах.

Тему продолжила **Наталья КУПРИЯНОВА**, руководитель отдела трейд-маркетинга издательства «Самокат»:

— Издательство «Самокат» — активный участник различных книжных событий не только в России, но и в других странах. С 2003 г. у нас накопился большой опыт: и позитивный, и негативный. Успех ярмарки для издателя складывается из ряда составляющих. Во-первых, это цена участия. Если даже площадка бесплатная, есть дополнительные расходы. Все ярмарки разные, и на ценообразование влияют различные факторы.

«Ценно, когда продумана программа мероприятия, когда понятно, какое сообщество собирается. Серьёзный момент — коммуникация организатора с издателями. Работать с книгой непросто, и конкретные имена авторов здесь играют ключевую роль»

Важны условия площадки: помещение, в котором мы будем находиться. Книга — хрупкий товар, для его сохранения нужны особые условия. На открытую площадку издателю сложно согласиться, если она организуется не летом.

Ценно, когда продумана программа мероприятия, когда понятно, какое сообщество собирается. Серьёзный момент — коммуникация организатора с издателями. Работать с книгой непросто, и конкретные имена авторов здесь играют ключевую роль. Часто в коллаборации мы сами несём ответственность за то, придут к нам или нет. Поэтому необходима вдумчивая своевременная пиар-кампания: блогеры, СМИ. Разная аудитория предполагает различные форматы вовлечения, виды мероприятий: мастер-классы, встречи с известными авторами. Иногда, для того чтобы кого-то привезти, требуются большие расходы, но они оправданны: присутствием таких авторов определяется успех мероприятия.

Как собрать комьюнити? Современное издательство должно вести адекватную рекламную кампанию для привлечения большого количества посетителей. Но если в ярмарке участвуют 20 издательств с похожим ассортиментом, то выручка поделится на всех и каждый уйдёт более-менее ни с чем.

Необходима чёткая концепция. Когда нас приглашают, но перед самой ярмаркой что-то вдруг меняется, это неприятно. Важна своевременная коммуникация.

По каким ключевым показателям эффективности работают площадки? Как привлечь аудиторию и грамотно выстроить коммуникацию с аудиторией?

«С одной стороны, можно использовать количественный критерий: сколько книг продано. С другой — участие в мероприятии целесообразно включать в бюджет рекламы и продвижения. Иногда приходится фиксировать убыток, но нас чаще оценивают по числу привлечённых людей, а не по количеству проданных книг»

Т. Вахитов:

— Я бы предложил следующий тезис. С одной стороны, можно использовать количественный критерий: сколько книг продано. С другой — участие в мероприятии целесообразно включать в бюджет рекламы и продвижения. Иногда приходится фиксировать убыток, но нас чаще оценивают по числу привлечённых людей, а не по количеству проданных книг. Приходя на книжный маркет или в магазин, люди ищут знакомые обложки, известных авторов, знакомые темы или громкие названия. Важны экспертные оценки. Коллаборация продаж с мероприятием тем ценна, что для потенциального покупателя это место, где он получает авторитетное мнение касательно той или иной книги. Завербовать читателя, который потом придёт и купит книгу в магазине, бесценно. Второй сценарий — накопление репутационного потенциала и узнаваемости бренда.

М. Рогачёва:

— На самом деле это миф — если площадка государственная и учредитель выделяет деньги, то никто ничего не считает. Мы внимательно следим за статистикой, знаем, сколько стоит каждый квадратный метр, его обслуживание, работа любого сотрудника. Когда мы проводим почти 900 бесплатных для посетителей мероприятий в год, расходы на логистику нам хорошо знакомы. Самое главное — качественно готовить программу и следить за контентом: что интересно той или иной публике. Как только позволяют условия, будем вкладываться в пиар. Не всегда государственная площадка имеет финансовые возможности продвигать свои мероприятия. Mos.ru — это, пожалуй, наш единственный рупор. Но для включения в общую повестку надо постараться, чтобы на события были известные лица, уникальный контент и т.д. Я вижу перспективу в том, чтобы решать эти задачи совместно с издательствами.

Анастасия СОКОЛОВА, «Самокат»:

— Издатель приезжает на любую городскую площадку и продает там книги по издательской цене, т.е. по той, что он назначает для конкретной аудитории. Маржинальность, которую издатель при этом получает, неполная. Но для площадки это важный момент, имиджевая составляющая. Площадка демонстрирует своей аудитории, что на мероприятии можно приобрести товар по привлекательной цене. Мы должны быть взаимно заинтересованы в сотрудничестве. В издательстве «Самокат» общее количество подписчиков — 3 тыс. Мы прикладываем максимум усилий к тому, чтобы привлечь их на мероприятия. Но здесь вопрос цены касания: она должна быть оптимальной, для каждого издателя это свой кейс.



«Самокат» в целом использует так называемый безбюджетный маркетинг, поэтому любая помощь со стороны площадки (как правило, мы просим бесплатное участие) приветствуется.

Какие региональные ярмарки издатели считают успешными?

Н. Куприянова:

— Считаю удачным визит в Красноярск летом 2022 г. Это была «гаражная» распродажа, которую «Самокат» инициировал сам. Мы арендовали площадку, продумали репертуар, пригласили ещё несколько издательств, разделив с ними аренду. Для того чтобы к нам пришли, самостоятельно написали конкретным людям, знакомым нам по Красноярской ярмарке книжной культуры, в том числе блогерам, подключили локальные каналы. Так же поработало каждое издательство, и мы объединили усилия. Потратили на пиар 3 тыс. рублей и книги. С точки зрения входа участие было дорогим: аренда, доставка груза, но соотношение расходов и выручки нас устроило.

И. Антонова:

— Когда мы едем в регион, то понимаем, что расходы значительные: перелёты, проживание, логистика. Наш бюджет на маркетинг близок к нулю: единственное, на что «Альпина» тратит деньги, это коммерческий инструментарий на маркетплейсах. Если региональная площадка не берёт на себя эти расходы, мы отказываемся от участия, поскольку не в силах нести их самостоятельно. Более того, невозможно предсказать, сколько мы заработаем. Площадка новая, сложно оценить аудиторию и оптимальный ассортимент.

Успешными можно назвать фестиваль «Смена» в Казани и «ЛитераТулу» до её отмены, потому что сами институции активно занимались продвижением. Также мы организовывали свою «Веранду» в Санкт-Петербурге, было много участников, успешный лекторий. Безусловно, планируем участвовать в региональных событиях, но при этом всегда важен баланс и по цене, и по коммуникациям. ■

Евгения РЫКАЛОВА: «Приход больших игроков станет новой эрой развития»



Ландшафт российского книжного рынка, особенно его цифровой ипостаси, в последние годы серьёзно меняется.

Уходят ключевые игроки, прежде всего зарубежные, и нишу занимают крупные отечественные экосистемы. С 2015 г. МТС развивала проект «МТС Библиотека» в партнёрстве с «ЛитРес».

А в конце сентября 2022 г. ушла в самостоятельное плавание, объявив о запуске нового книжного сервиса «Строки» на собственной платформе.

К разговору о месте и роли проекта в цифровом сегменте отечественного книжного рынка, о бизнес-стратегии, о тенденциях и перспективах развития мы пригласили **Евгению РЫКАЛОВУ**, руководителя сервиса цифровых книг «Строки» от МТС.



— **Евгения, поделитесь причинами реорганизации и приоритетными направлениями концепции развития. Кто в Вашей команде?**

— Правильнее говорить о создании нового сервиса и новой, полностью автономной, платформы, которой являются «Строки» от МТС. На протяжении долгого времени «ЛитРес» был локомотивом развития цифровой книги в России. Я всегда подчёркиваю, что «ЛитРес» в нашем сотрудничестве проявлял себя как надёжный партнёр и для нас совместная работа была хорошим опытом. Но для дальнейшего развития сервиса и собственно книжного рынка надо двигаться самостоятельно, в том числе конкурировать с «ЛитРес», выводить на рынок новые продуктовые решения и эксклюзивный контент.

МТС — экосистемная компания, объединяющая множество сервисов, создаваемых внутри группы, на основе её уникальной экспертизы и возможностей. «Строки» — один из них. Мы не единственный в России книжный

«Мы не единственный в России книжный сервис, существующий в экосистеме. Недавно о запуске подобного продукта объявил "Яндекс". Конкуренция становится всё более интересной. Крупные цифровые компании осознают ценность и привлекательность книжных сервисов. А для книжного рынка, как мне кажется, приход больших игроков станет новой эрой развития»

сервис, существующий в экосистеме. Недавно о запуске подобного продукта объявил «Яндекс». Конкуренция становится всё более интересной. Крупные цифровые компании осознают ценность и привлекательность книжных сервисов. А для книжного рынка, как мне кажется, приход больших игроков станет новой эрой развития.

МТС первой из крупных цифровых экосистем начала развивать это направление. Его включение в периметр экосистемы имеет два измерения: во-первых, это яркий и привлекательный эмоциональный якорь для пользователя наряду с онлайн-кинотеатром KION, «МТС Музыкой», «МТС Live», во-вторых, цифровой книжный сервис — это и потенциал монетизации, и вовлечённость пользователей, и время наедине с экосистемой.

Имея большой опыт работы в книжном бизнесе, свою команду я собирала из тех, кто успел себя проявить на рынке. На самом деле сейчас принцип формирования команды очень прост — это те, с кем я работала ранее, те, кого рекомендовал кто-то из команды, и стажёры: мы «выращиваем» команду под свои задачи и свой формат работы.

— **Расскажите о новых возможностях сервиса и его конкурентных преимуществах.**

— У сервиса «Строки» полностью обновлённый интерфейс с расширенным функционалом и улучшенной навигацией по каталогу по сравнению с тем, что было в «МТС Библиотеке». Книги каталогизированы по тематикам и жанрам. Для переключения с текстовой версии на аудиовнедрены мультикарточки. Система персональных рекомендаций стала важной частью сервиса. С помощью технологии больших данных наша платформа будет анализировать предпочтения пользователя, моделировать его запросы и поведение и предлагать ему книги, а теперь и фильмы из KION, которые ему могут быть интересны.

Важное преимущество сервиса — его интеграция в экосистему МТС. Важно, что пользоваться «Строками» и оформить на них подписку сможет абонент любого оператора. Весь функционал будет доступен в полном объёме. Но у абонентов МТС появятся определённые предпочтения, например возможность внести абонентскую плату кэшбэком. В конце прошлого года подписка «Строк» «Чуть-чуть» стала доступна в сервисе «МТС Premium» вместе с «МТС Музыкой», KION и расширенным пакетом Интернета за небольшую абонентскую плату.

Одно из главных наших конкурентных преимуществ — качество библиотеки. Самые интересные новинки fiction и non-fiction, топовые отечественные и зарубежные авторы у нас есть. Качество контента — то, чему мы будем уделять особенное внимание.

Для современного пользователя очень большую роль играют удобство, функциональность и дружелюбный интерфейс. И это в «Строках» мы тоже реализовали.

Мы работаем над бесшовным переходом в чтении: например, вскоре появится решение, которое позволит продолжить чтение бумажной книги в электронном или в аудиоформате, обеспечив быстрый переход со скана страницы. Думаю, многие технологические решения ещё появятся в процессе развития сервиса.

— **Какие тенденции были выявлены за эти месяцы в читательском поведении? Кстати, каковы портрет вашей аудитории и её предпочтения?**

— Самый быстрорастущий жанр — любовный роман. Россия следует общемировым тенденциям и, как во всём мире, демонстрирует прирост по времени чтения произведений этого жанра более чем на 60%. Кроме того, востребованным остаётся хоррор, растёт популярность произведений в жанре historical fiction. Уже на старте запуска мы предвидели этот тренд, закупили достаточно много наименований книг этих жанров как для собственного издательства, так и у издательств-партнёров.

А вот портрет читателя мы раскрывать не готовы. Я много лет занимаюсь построением потребительских (читательских) портретов и сценариев поведения, считаю эти знания одним из ключевых для успеха продукта факторов.

«Мы работаем над бесшовным переходом в чтении: например, вскоре появится решение, которое позволит продолжить чтение бумажной книги в электронном или в аудиоформате, обеспечив быстрый переход со скана страницы. Думаю, многие технологические решения ещё появятся в процессе развития сервиса»

Одно могу сказать точно: мы постоянно исследуем аудиторию, формируем стратегию продукта, контента и маркетинга точно под каждый сегмент.

— **Каковы ваша тактика и стратегия в отношении развития «Строк»? На какие цели и задачи намерены направить основные инвестиции?**

— У нас три основных направления инвестиций: в технологии, т.е. в саму платформу и в систему аналитики, которая

будет помогать её совершенствовать; в библиотеку и контент в широком смысле — т.е. в то, за чем пользователи приходят на платформу, и, наконец, в продвижение — если мы не будем рассказывать о своих сервисах и возможностях, о тех книгах, которые есть у нас в каталоге, пользователи к нам не придут и инвестиции в первые два пункта себя не оправдают. Что касается технологий, то мы планируем активно вкладываться как в совершенствование самой платформы и её функционала, так и в развитие аналитики Big Data, которая поможет нам правильно выстроить стратегию закупок на основании пользовательских предпочтений и корректно, адресно и ненавязчиво выстраивать систему рекомендаций. На стыке технологий и контента — использование искусственного интеллекта, разработанное в рамках группы МТС. Например, сейчас мы запускаем большой объём озвучки произведений с помощью роботов. Это существенно ускорит и упростит работу по расширению аудиоконтента в сервисе. Что касается самого контента, то мы работаем по всем возможным направлениям: и через собственное издательство, в том числе покупая права на выпуск книг, изданных за рубежом на других языках, берём на эксклюзивную цифровую дистрибуцию книги других издательств, сотрудничаем со сторонними сервисами, в том числе по озвучке и распространению аудиоформатов и подкастов, ищем на российском рынке и контрактируем перспективных авторов. Мы стремимся формировать сбалансированный портфель художественной литературы и разного рода non-fiction.

— **Как выстраиваете ассортиментную политику? Какую долю занимает (будет занимать) эксклюзивный контент? Как намерены осуществлять взаимодействие с зарубежными правообладателями?**

— С зарубежными правообладателями мы активно и очень эффективно работаем через международные скаутинговые агентства. Наши опыт и интуиция помогли закупить контент, который «выстрелил» при запуске «Строк». Например, хиты нашего портфеля — романы нобелевского лауреата по литературе Абдулразака Гурны, можно сказать, сами пришли к нам в руки на старте: счастливое стечение обстоятельств и отличная первая находка в портфель top-fiction. Сейчас стоит задача максимально интенсивно наполнять сервис и расширять типы контента весь следующий год. Точно добавим комиксы, мангу, подкасты и даже научно-популярные лекции.

В целом в ближайшей перспективе будем ориентироваться на всё, что востребовано рынком и что предлагают издательства. В издательском проекте станем делать акцент в том числе на выпуск женских романов и historical fiction. Это находится в рамках общемировых литературных трендов, где любовный роман — самый быстрорастущий жанр. При этом качественных переводных и отечественных книг пока на рынке не так много, как он мог бы освоить. Рассчитываем заполнить эту нишу. Ещё один глобальный тренд в fiction — хорроры. У нас они тоже есть и будут появляться ещё.

Отдельное направление — профессиональные издания. Они востребованы и далеко не везде доступны. Их наличие в цифровых сервисах проблему решает. Поэтому на данное направление будем внимательно смотреть, перспективы есть.

— В последние годы активно развиваются разнообразные формы доступа к контенту и его оплаты: подписки, абонементы и пр. Какие проекты и направления считаете интересными и перспективными? Что пользуется наибольшей популярностью в вашем сервисе?

— Мы не ориентируемся только на подписку. В нашем сервисе пользователь может выбрать, как ему удобно платить за чтение: покупать книги поштучно, платить за подписку или получить экосистемное предложение, в котором не только книги. Сейчас в сервисе доступны три подписки: «Чуть-чуть», рассчитанная на 10 часов доступа к контенту за 299 рублей, «Много» — на 30 дней за 549 рублей, «Больше всех» — на 30 дней и три платные книги из премиального каталога за 899 рублей. Но как я и говорила, можно не оформлять подписку, а покупать книги поштучно. А подписка «МТС Премиум» стоит для пользователя всего 249 рублей.

При этом нам удалось договориться с правообладателями, обычно на такое не соглашавшимися, о том, что все книги, которые обычно запрещены к продаже в подписках, у нас будут в одной из подписок — премиальной. Да, её стоимость выше средней по рынку. Но она сопоставима с ценой трёх электронных или аудиокниг, если покупать их поштучно в любом сервисе. А то, что читатель в этой подписке получает, более чем оправдывает ценовую политику.

Большинство пользователей «Строк» пользуются сквозной подпиской и читают в среднем 2,5 книги в месяц. 15% пользователей сервиса с подпиской также покупают новинки, недоступные в подписках.

— Одновременно со «Строками» было запущено одноимённое издательство по выпуску бумажных и электронных книг. В сентябре был анонсирован ассортимент популярной художественной, исторической и детской литературы. Сколько названий уже выпущено (и в каких форматах), как оцениваете будущие релизы?

«Что касается технологий, то мы планируем активно вкладываться как в совершенствование самой платформы и её функционала, так и в развитие аналитики Big Data, которая поможет нам правильно выстроить стратегию закупок на основании пользовательских предпочтений и корректно, адресно и ненавязчиво выстраивать систему рекомендаций. На стыке технологий и контента — использование искусственного интеллекта, разработанное в рамках группы МТС»

— С момента запуска «Строк» мы уже успели выпустить несколько десятков собственных эксклюзивных изданий. Это преимущественно художественная литература: как для взрослых, так и для детей, в цифровых текстовом и аудиоформатах. Несколько топ-изданий вышли и в бумажных версиях. Притом для некоторых, например для книг Абдулразака Гурны, предусмотрены сразу два формата: в переплёте и в обложке.

К Новому году мы выпустили несколько новых книг: роман Дмитрия Болдина «Лишний», написанный в стиле виртуального экшена, серию женской прозы, в том числе интригующую французскую историю

«Какие планы на Рождество?» Карен Понт, «Алое небо над Гавайями» Сары Акерман, «Аллегорию радужной форели» Мари-Кристин Шартъе, «Вино для Роуз» Кейт Нанн, «Шёпоты дикого леса» Уиллы Рис, «Китайку на картине» Флоренс Толозан и др. А также специальную детскую серию к новогодним каникулам: захватывающий детектив «Три ключа» из четвёртого "А" Натальи Савушкиной, комедийную космическую одиссею «Кролы и цаки» Алексея Олейникова, новую серию истории о цветочной банде «Новогодняя мафия с подоконника» Ирины Лейк и удивительные новогодние чудеса в сборнике рассказов «Снежный шар истории». В преддверии праздников мы запустили аудиоадвент-календарь для детей, который специально для «Строк» подготовила писательница Ася Ванякина.

Планируем издавать для сервиса в среднем одну книгу в неделю. В ближайшее время выпустим «Семь лун Маали Алмейды» лауреата Букеровской премии — 2022 Шехана Карунатилака, «Честь» («Glory») зимбабвийки Новайолет Булавайо и «Доверие» («Trust») аргентинца Эрнана Диаса.

— ИТ — важный фактор развития любой компании. В частности, Big Data в книжной отрасли не только прогнозирование тиражей, оптимизация складских запасов, но и создание удобных сервисов, оценивающих потребительское поведение, предлагающих рекомендации читателям и выстраивающих маркетинговые модели. Как используются подобные инструменты в «Строках»?

— В МТС как крупной цифровой компании аналитика Big Data вообще один из важнейших стратегических инструментов, влияющих на планирование и развитие бизнеса и отдельных направлений. «Строки» в этом отношении не являются исключением и интегрированы в общую систему. Что такое Big Data? Это не изучение отдельно взятого пользователя, а масштабная аналитика и сравнение больших обезличенных массивов данных. Но применение этого инструмента позволяет достаточно точно моделировать поведение отдельных обезличенных читателей по заданным характеристикам, прогнозировать их предпочтения и предлагать им именно те сервисы,

которые потребителям со схожими поведенческими характеристиками близки и интересны. Для нас как для бизнеса инструменты Big Data делают поведение пользователя более предсказуемым. Мы можем спрогнозировать, сколько он готов потратить, за что готов платить, а что мы можем ему предложить бонусом, чтобы сохранить его доверие и лояльность.

Но и для пользователя Big Data — важный инструмент взаимодействия с бизнесом. Он помогает делать пользование сервисами компании комфортным, переходы между услугами — бесшовными по ощущениям, а новые предложения — не навязчивыми, а полезными. Реклама и продвижение перестают быть раздражающими и превращаются в заботу.

Мы не только анализируем поведение пользователей, но и, видя их заинтересованность в каком-то продукте, предлагаем им совместимые с ним. Например, читателю Пастернака — экранизации его романов в KION, а фанатам сериалов KION — их новеллизированные версии.

— Как оцениваете перспективы развития нейросетей и робоозвучки?

— Робоозвучку активно внедряем и будем дальше двигаться в этом направлении. Запрос на аудиоформаты, которые можно совмещать с другими видами занятий, будет только расти. Озвучивать всё человеческим голосом дорого и долго. Робоозвучка — очень нужный и эффективный инструмент. Но надо понимать, что нельзя озвучивать роботом всё, поэтому мы активно сотрудничаем и с крупными аудиоиздателями, и с небольшими студиями.

Если под нейросетью понимать искусственный интеллект, который может решать множество совершенно утилитарных задач: от распознавания текстов до визуализации образов, то, разумеется, он будет активно использоваться в качестве инструментария в обозримой перспективе.

— В последние годы аудиокниги были драйвером рынка, однако в текущем сезоне сегмент развивался достаточно сложно и, по предварительным оценкам, едва достигнет 3,4 млрд рублей от прогнозируемых 4,5–4,7 млрд. Каковы особенности моделей реализации и потенциал рынка?

— По нашим оценкам, потребление книжного контента в аудиоформате составляет чуть более 5% от общего объёма. Но пока в целом лишь небольшая доля каталога цифровых книг доступна в аудио. Мы со стороны МТС прикладываем усилия, чтобы это соотношение изменить, в том числе за счёт озвучки части произведений с помощью технологий искусственного интеллекта. Перспективы у направления есть. Но для их достижения потребуется определённое изменение предпочтений и поведенческих моделей аудитории.

— Планируете ли выстраивать взаимодействие с библиотеками?

— Интересная тема. Разумеется, каждый дополнительный контакт с потенциальным и существующим пользователями важен. И библиотеки — ценный канал коммуникаций с ключевой читательской аудиторией. Но как будет выстраиваться взаимодействие, пока обсуждать преждевременно.

— Антипиратские инициативы. Как оцениваете текущую ситуацию?

— Регуляторика и набор инструментариев для противодействия пиратству существуют. В том числе работает закон о блокировке зеркал пиратских сайтов. Другой вопрос, что технический инструментарий пиратов неуклонно совершенствуется. И поэтому мы должны постоянно держать руку на пульсе и улучшать свои системы защиты.

— Коммуникационная стратегия в соцмедиа. Что работает наиболее эффективно?

— Искренность. Соцмедиа — тот формат коммуникаций, где важны искренность и точное адресное попадание в целевую аудиторию. И мы активно используем соцмедиа как инструмент продвижения. Ведь сервис «Строки» — это тоже как раз про искренность и эмоции. А интеграция в соцмедийные площадки даёт нам возможность адресно достучаться напрямую до нишевых и очень узких групп нашей целевой аудитории. И в соцсетях мы к ней можем обращаться непосредственно на её языке. Это очень ценно для нас. И даёт высокую и качественную обратную связь.

— В прошедшем году впервые продажи электронных книг не показали роста: сказалось сокращение числа каналов сбыта и коммуникации, отключение платёжных систем. Как оцениваете перспективы российского рынка электронной книги на ближайшую перспективу? По Вашим предположениям, какие неожиданные (или ожидаемые) факторы могут повлиять на его динамику?

— Прошедший год был нетипичным для многих рынков. И не только в России. Делать на основании него какие-то долгосрочные прогнозы и строить стратегию — занятие неблагоприятное. Очевидно, что у электронных книг есть перспективы. Вопросы с платёжными системами сегодня практически полностью решены. Проблем с оплатой, особенно внутри страны, нет.

На российском рынке цифровых книг заявили о себе два новых мощных игрока: мы со «Строками» и «Яндекс» с реинкарнацией «Букмейта», жду ещё выхода на рынок Ozon.ru и Wildberries в ближайшие месяцы. Усиление конкуренции, появление новых игроков, разумеется, будут драйвить рынок и сыграют на нём оздоравливающую роль.

Из негативных факторов (но это относится и к бумажным книгам, и к кино) — принятие закона о запрете пропаганды нетрадиционных отношений без чётких критериев того, что подразумевается под такими отношениями и их пропагандой.

Думаю, рынок будет искать какие-то инструменты балансирования, чтобы, с одной стороны, соблюдать требования закона и не попасть под штрафные санкции, с другой — чтобы не сделать литературный ландшафт ограниченным, пресным и стерильным.

Но с учётом раскладов на конец года уверена, что этот литературный ландшафт окажется очень интересным и крайне важным для будущего вектора развития рынка.

Сервисы станут инвестировать в новый контент, в новые формы его потребления, в новые креативные форматы продвижения. Скучно точно не будет. И рынок в целом от этого выиграет и выйдет на новый уровень. Мы уже заявляли, что претендуем в обозримой перспективе на треть рынка и до конца года рассчитываем по аудитории и оборотам выйти на второе место в России.

— Спасибо и удачи! ■



ВСЕ ФОРМАТЫ ХОРОШИ, ИЛИ ЕЩЁ РАЗ О ПОЛЬЗЕ ДЕТСКИХ КНИГ



Детская книга, пожалуй, самый консервативный сегмент издательской отрасли. Но и здесь заметны изменения, связанные с развитием технологий, сменой паттернов потребления контента и родительских запросов. В рамках Non-fiction №24 прошла серия мероприятий, посвящённых обсуждению новых форматов и авторских траекторий.

МЕЖДУ FICTION И NON-FICTION

Может ли детская художественная литература нести образовательную функцию? Служит ли современная сказка моделью для выстраивания правильных психологических и поведенческих установок ребёнка? Концепция полезных детских книг между non-fiction и fiction уже обрела огромную популярность во всём мире. Как данный сегмент литературы чувствует себя в России? Какие идеи заложены в этих продуктах?

Борис КУЗНЕЦОВ, генеральный директор издательства «Росмэн»:

— Издатели и писатели никогда не любили вопрос о том, чему учит их книга. Сейчас он из раздражающего стал актуальным. Книга, которая чему-то учит, вполне закономерное направление и в России, и за рубежом. Полезная книга — та, которую родитель покупает, чтобы решить какую-либо проблему с ребёнком: сформировать коммуникативные, эмоциональные, социальные навыки, развить эмоциональный интеллект. Сюжет в данном случае вторичен. В данную тему вовлекаются те родители, у кого ребёнок не хочет идти в детский сад, боится врача, не хочет, чтобы мама уходила на работу. Все эти истории можно проиграть с ребёнком через какую-то ситуацию и связанных с ней персонажей. Такие книги начинают покупать родители, не готовые читать художественную литературу в принципе. Более половины детских издателей сейчас начали выпускать условно полезные книги, и думаю, что через год они уже будут у каждого игрока на рынке.

Анастасия ОРЛОВА, автор детских книг:

— Сейчас маркетинг издателей изменился: мы начинаем идти от потребностей в литературу, а не наоборот. Мне как родителю интересно читать книгу с большой художественной ценностью, из которой можно узнать что-то новое. Начав писать для детей, я попыталась включить в сюжет

интересные факты, которые ребёнок узнает при чтении книги. Эта идея присутствует в серии «Это грузовик, а это прицеп». Можно изучить правила дорожного движения, цвета, виды машин, отдельные физические законы. Когда есть сюжет и эмоция, информация запоминается намного быстрее и без специального целеполагания.

Валентина ДЁГТЕВА, детский писатель:

— Когда родитель приходит в магазин за детской книгой (а надо признать, что они стоят недёшево), ему хочется купить и красивое, и интересное, и полезное издание. Как писатель я понимаю, что книгу с полезным компонентом издательство примет проще, чем просто какую-то весёлую историю. Моя книга про шахматы («Сбежали как сказка, но затем в ней появился алгоритм шахматных правил, чтобы дети, читая, могли чему-то научиться».

Виктория ШИМАНСКАЯ, доктор психологии, эксперт по эмоциональному интеллекту:

— С одной стороны, каждый из нас как родитель понимает: книга может научить чему-либо полезному, особенно если это яркая история и её можно обсудить. Полезная книга — это не только формат, но и мотивация, которая возникла у родителей и которую они пытаются сформировать у ребёнка. Это одновременное понимание книги как интерес-

са, вдохновения, яркого переживания и, самое главное, как совместного полезного опыта родителя и ребёнка.

Эмоциональный интеллект — возможность понять чувства и переживания свои и других людей, а также выяснить их причину. Почему ребёнок расстроен? Может быть, ему мало уделили внимания или он не понял, о чём рассказывается в книге? Или потому, что чтение завершено, а ему хочется продолжить? Как только поймёте причину, вы сможете управлять и своими эмоциями, и чувствами ребёнка.

Развитие эмоционального интеллекта, как и других навыков, не то, что можно сделать по шелчку пальцев.

«Полезная книга — та, которую родитель покупает, чтобы решить какую-либо проблему с ребёнком: сформировать коммуникативные, эмоциональные, социальные навыки, развить эмоциональный интеллект. Сюжет в данном случае вторичен»



Это формирование новых нейронных связей, которое происходит только при регулярном взаимодействии. 10 минут совместной игры, приятного и полезного переживания приносят главную пользу в деле формирования гармоничной личности.

Какими бывают полезные книги? Можно ли выделить жанры?

Б. Кузнецов:

— С точки зрения рынка, прайсов, каталогизации никто ещё не придумал такой классификации. Но каждый издатель, поняв, что такие книги продаются хорошо, выпускает одну серию, вторую, третью, а потом видит, что начинается внутренний каннибализм и книги надо позиционировать отдельно. Поэтому их можно классифицировать по навыкам, которые с их помощью формируются: бытовые (очень востребованы книги про приучение к горшку), социальные, эмоциональный интеллект, психологическая компенсация и решение психологических проблем, связанных с поведением ребёнка. Мы недавно провели эксперимент: попытались разложить и наши книги, и зарубежные по какой-то модели. Получается плохо, но делать это необходимо, потому что скоро весь наш сегмент окажется покрыт полезными книгами. Если мы не будем замечать этот тренд, то рано или поздно получим очень похожие друг на друга издания невысокого качества.

В. Дёгтева:

— Безусловно, такие книги будут востребованы, но мне как автору было бы неинтересно писать книгу про приучение к горшку. Я люблю сочинять познавательные истории, но считаю, что они должны быть более серьёзными, глубокими и основательными. Мне кажется, что с примитивными бытовыми задачами родитель и сам справится.

Форматы могут быть разными. Например, у меня выходила книга «Творческий дневник», когда ребёнок сам выполняет упражнения, ему для этого даже не нужен родитель. Существует жанр энциклопедический: сказка и вставки со сведениями, которые ребёнок считывает. И есть формат «Сделай сам», как в книге «Ворона, Лишица и пицца»: в ней содержится рецепт изготовления указанного блюда.

«Есть классическая литература, цель которой — погружать читателя в некий вымышленный мир, книга как портал. А полезная книга соединяет авторский мир с реальным. Будь то горшок, шахматы или правила дорожного движения, задача книги — быть помощницей родителя, для того чтобы научить ребёнка осваиваться в реальной жизни»

В. Шиманская:

— Для меня основным критерием является следующий. Есть классическая литература, цель которой — погружать читателя в некий вымышленный мир, книга как портал. А полезная книга соединяет авторский мир с реальным. Будь то горшок, шахматы или правила дорожного движения, задача книги — быть помощницей родителя, для того чтобы научить ребёнка осваиваться в реальной жизни. Поскольку наш мир непредсказуемый, хрупкий, родителям приходится справляться со всё новыми вызовами. Поэтому сфера полезных книг только расширяется.

Какими должны быть герои полезных книг для читателя в том или ином возрасте?

Б. Кузнецов:

— Тема эмоционального интеллекта, социальных навыков в зарубежном книгоиздании существует давно, таких книг в магазинах огромное количество. И коллеги там говорят, что в качестве персонажей лучше выбирать не ребёнка, а какое-либо существо, животное. Дело в том, что ребёнка как персонажа маленький читатель с собой не отождествляет: это какой-то другой мальчик или девочка. А если это зверюшка или волшебное существо, его ситуацию можно переложить на себя. Такие книги лучше продаются, это реальный выбор родителей. При этом следует учитывать, что верхняя граница полезной книги — пять-шесть лет.

В. Шиманская:

— Антропоморфность живых существ в сказках — то, что существовало в культуре и в сознании людей задолго до появления книг: в сказках и колыхельных. Важно, что это связано с возрастом. Если книга предназначена малышам, то животное в качестве героя приветствуется. А с семи-восьми лет лучше в качестве персонажей использовать людей, и вопрос идентификации связан с определённым погружением в текст, с талантом автора.

Очевидно, что до пяти-шести лет ребёнок, как правило, сам не читает. Значит, это чтение является общением. Мы можем прочитать какую-то историю и затем её обсудить: кто грустил, кто радовался и было ли такое в жизни ребёнка. Это можно сделать на примере любой литературы. Другой случай — книга, которая имеет своей целью именно развитие эмоционального интеллекта. В ней будут соответствующие задания, книга напрямую спросит, какие чувства испытывал ребёнок. И в тот момент, когда он отделяет эмоции от себя, формируются определённые навыки. Полезные книги облегчают родителям поиск конкретной сложной ситуации.

Может ли художественная книга быть полезной?

А. Орлова:

— В разное время блогеры, библиотекари и литературоведы составляли библиографические списки по тем или иным темам. Например, есть книги, в которых рассказывается о смерти близкого человека и о том, как пережить это несчастье. Существуют книги о сиротах. В библиотеках есть специальные полки, где представлены книги, помогающие справиться с той или иной проблемой.

«Конечно, каждая книга чему-то учит, но именно полезная инструментально решает определённые задачи, которые родитель не может решить самостоятельно»

Б. Кузнецов:

— Мы находимся в поле, где много терминов и дефиниций, но нет определённости. Когда мы говорим о полезной книге, нельзя подгонять под этот термин любую литературу. Конечно, каждая книга чему-то учит, но именно полезная инструментально решает определённые задачи, которые родитель не может решить самостоятельно. Ему нужна профессионально выстроенная поддержка при участии психологов и методистов.

На какие жанры следует обратить внимание издателям детской литературы?

Б. Кузнецов:

— Жанр, существовавший ещё 10–15 лет назад, за последние три года удивил всех и попал в топ. Это так называемые научные сказки, или энциклопедии в сказках, — ещё один способ донести научный контент через fiction. Если вспомнить Геннадия Юдина с «Букварёнком», то там тоже были fiction-приёмы, которые приводили к каким-то фактам. Сейчас эта тема снова востребованна: согласно данным Российской книжной палаты, в топ-50 детских книг входит много изданий, передающих важное содержание в художественной форме.



Я Б В ПИСАТЕЛИ ПОШЁЛ... В ДЕТСКИЕ

Как стать детским писателем? Помогают ли в этом школы литературного мастерства и литературные конкурсы? Дискуссия на эту тему состоялась в рамках Non-fiction на площадке «Территория познания».

Нина ДАШЕВСКАЯ, писатель:

— Не думаю, что издатель в наше циничное время будет выпускать книгу незнакомого автора. Прежде всего необходимо участвовать в конкурсах. Вторая важная вещь — найти сообщество, в котором начинающий автор станет «вариться». Возможно, это будут писательские курсы, такие как Creative writing school или другие.

Полина ВЛАСОВСКАЯ, директор по проектам издательства «Росмэн»:

— Это принципиально разные вещи: когда рукописи приходят в издательство самоотёком и когда они поступают на конкурс. Когда мы проводим конкурс («Новая детская книга». — *Примеч. ред.*), редакция мобилизуется, мы ставим дедлайны, собираемся, обсуждаем, заносим в специальные формы свои впечатления. Последние два сезона шли ожесточённые споры, когда мы обсуждали короткие списки. В третьем сезоне шорт-лист ограничен 10 книгами, но практически все мы хотели бы опубликовать. В прошлом конкурсе был один победитель, но несколько книг других конкурсантов мы также решили напечатать.

Фокус-группой часто выступают наши собственные дети, на которых мы тестируем конкурсные произведения. Но вообще, предпочитаем читать всё сами. В этом году на конкурс поступили 470 рукописей. Конечно, не в состоянии давать обратную связь по каждому произведению: у нас всего четыре редактора и в таком случае мы больше ничем не сможем заниматься. Конечно, бывает, что определённых авторов нам рекомендуют, но не думаю, что в этом случае кто-то кому-то способен составить протекцию. Надеюсь, что конкурс и далее будет открывать новые имена.



Вокруг писательских курсов много мифов и споров. Некоторые эксперты считают, что вообще нельзя научить человека писать. Другие полагают, что детским писателем может стать любой. Достаточно ли погрузить человека «с улицы» в творческую среду, чтобы он начал писать?

Ксения МОЛДАВСКАЯ, критик детской литературы, журналист, редактор, педагог, преподаватель *Creative writing school (CWS)*:

— CWS — история коммерческая. Конечно, у нас есть конкурс: можно выполнить определённое задание и выиграть бесплатное обучение или скидку в 25 либо в 50%. Но и те, кто написал откровенную чушь, могу заплатить деньги и учиться. Иногда цели меняются «в полёте»: уже посещая курсы, люди понимают, что им интересно не писать, а читать и рассказывать о прочитанном. Считаю это большой победой сил добра, потому что не у всех развита та часть мозга, которая ответственна за создание художественной литературы.

Если у человека есть желание, то, естественно, каким-то вещам его можно научить. В конце концов, любого школьника, если он психически нормален, можно научить писать эссе, хотя бы на уровне ЕГЭ. Но будет ли оно блестящим и талантливым, не от педагога зависит. Вообще, курсы писательского мастерства — захватывающая история. Сюда приходят люди уже состоявшиеся, просто потому, что хотят быть именно в писательском сообществе. И если конкурс «Книгуру» создаёт комьюнити читателей, потому что они оценивают отзывы друг друга, голосуя за книги, то CWS — сообщество писателей.

П. Властовская:

— Добавлю про смену целей «в полёте». Однажды к нам пришёл автор, который работал спортивным обозревателем, и принёс рукопись книги в стиле фэнтези. В принципе сделано было неплохо, но мы предложили ему написать книгу о футболе: тогда как раз шёл чемпионат мира. Автор очень быстро перестроился и написал потрясающую книгу «Мяч в игре»: вышло уже три тиража и это пример того, как

«Если у человека есть желание, то, естественно, каким-то вещам его можно научить. В конце концов, любого школьника, если он психически нормален, можно научить писать эссе, хотя бы на уровне ЕГЭ. Но будет ли оно блестящим и талантливым, не от педагога зависит»

писатель может гибко реагировать на предложения издателя, не обижаться и выдавать результат.

Какими качествами должен обладать детский писатель?

П. Властовская:

— Для меня грамотность, отсутствие орфографических ошибок не имеют большого значения. Главное, чтобы в тексте была искра. Если он «цепляет», то с рукописью можно работать. В частности, сейчас, в третьем сезоне, мы включили в короткий список книгу, в которой вторая часть с точки зрения редактуры вообще никуда не годится. Но текст хорош, и, если с автором можно договориться о том, чтобы он доработал эту рукопись, она станет заметной. Крайне важным представляется фактчекинг. В одной из книг прошлого сезона уже на стадии вёрстки обнаружилось, что часть информации переписана из «Википедии»: слонёнок ходит по пустыне, ищет свою маму и по дороге встречает разных животных, их описание было полностью заимствовано. С другой стороны, конечно, должно быть научное редактирование. У нас большинство книг проходит через научного редактора, и ошибки можно поправить.

К. Молдавская:

— Писателем может стать любой человек, способный рассказать историю, заинтересовать своей темой. А вот если автор хочет воспитать читателя, чтобы тот всё делал «правильно», и использует для этого манипулятивные техники, то никакой литературы из этого не получится.



АУДИОКНИГИ И ПОДКАСТЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ. НОВЫЕ ФОРМАТЫ ИЛИ КОНКУРЕНТЫ?

За последние два года способ потребления аудиоконтента детьми изменился с появлением и развитием голосовых помощников, снизилась возрастная планка самостоятельного выбора продукта. Есть ли у издателей ориентация на детей более младшего возраста, новые способы с ними говорить, расширяется ли контент?

Катя ЛАММ, ведущая подкастов «Гусьгусь»:

— «Гусьгусь» — это детское приложение проекта Argamas: с подкастами, лекциями, сказками, рассказами и колыбельными. У нас есть материалы для всех возрастных групп начиная с самых маленьких. Конечно, это самые простые форматы, когда писатели и поэты читают свои произведения. Стараемся ранжировать контент по возрасту. По нашим субъективным оценкам, потребление аудиоконтента растёт, но ещё недостаточно для того, чтобы насытить рынок.

Анастасия ТРОЯН, директор по детскому продукту МТС «Строки»:

— По исследованиям МТС, «умная» колонка есть у 13% детей в возрасте трёх — пяти лет. К школьному возрасту эта доля возрастёт до 30%, но в любом случае она намного меньше, чем процент мобильных телефонов и планшетов у детей. Поэтому говорить о том, что есть какая-то зависимость от аудиоконтента, не приходится. Хотя его потребление действительно растёт. На это большое влияние оказали Storytel, производители подкастов для детей и подростков. Детский аудиоконтент растёт вместе со взрослым, поскольку этот сценарий потребления становится всё более популярным. И проактивное участие родителей здесь, в отличие от потребления видео, достаточно велико. По нашим данным, среди дошкольников самостоятельное прослушивание аудио не превышает 7%.

Как книжная индустрия ориентируется и адаптируется под этот тренд?

«По исследованиям МТС, "умная" колонка есть у 13% детей в возрасте трёх — пяти лет. К школьному возрасту эта доля возрастёт до 30%, но в любом случае она намного меньше, чем процент мобильных телефонов и планшетов у детей. Поэтому говорить о том, что есть какая-то зависимость от аудиоконтента, не приходится»

Людмила НИКИТИНА, главный редактор издательства «Абрикобукс»:

— Мне кажется, мы ещё долго будем зависеть от проникновения Интернета в регионы. В Москве, Санкт-Петербурге, Московской и Ленинградской областях, в городах-миллионниках всё в порядке и с Интернетом, и с гаджетами. Но есть удалённые территории, регионы с плохой связью и низкой покупательной способностью. Мы, как сообщающиеся сосуды, завязаны на экономику.

Издательство «Абрикобукс» обратилось к аудиоконтенту в период первого карантина от отчаяния, скуки и желания что-либо сделать. Мы решили просто попробовать и выпустили аудиоспектакль, который показал неплохие финансовые результаты. Нас это вдохновило, мы записали ещё несколько спектаклей, но они не сработали. Безусловно, мы понимаем, что аудио — это тренд. Не хочешь читать — слушай аудиокнигу. Не нравится аудиокнига — вот подкаст с блогером, который тебе интересен. Однако издатель будет этим заниматься лишь в том случае, когда такой контент начнёт приносить прибыль.

Как оказалось, просто пойти в данный сегмент недостаточно: необходимо тестировать разные форматы. Например, читатели «Зверского детектива» слушают подкаст «Гусьгусь»: аудитории пересеклись. Поэтому есть надежда, что какие-то аудиопроекты будут коммерчески успешными. Но если вы не крупный издатель, не записываете что-то роботом, а что-то — актёрскими голосами, вряд ли получится создавать качественный контент в большом объёме.

На что сейчас есть запрос у родителей и отрабатывают ли его производители аудиоконтента?

А. Троян:

— Безусловно, в зависимости от возраста ребёнка есть зависимость в жанрах и форматах. Для детей в возрасте от нуля до трёх лет это сказки, стихи, в возрасте шести — восьми лет уже интересны познавательные произведения, приключения, фэнтези. Ближе к подростковому возрасту подключается фантастика. У родителей, разумеется, востребован развивающий, познавательный контент, книга как источник знаний, и для аудио это тоже характерно.

К. Ламм:

— Мы исходим из собственных интересов и производим контент, не опираясь на то, что четырёхлетним необходимо одно, а восьмилетним — другое. Например, один из наших первых подкастов, про страны, родился исключительно из того, что было интересно мне. Кроме того, я поняла, что детям на тот момент вообще нечего было слушать на русском языке. Подкаст «Карманный учёный» от «Розового жирафа» на тот момент закончился. Мы решили сделать что-то своё. Вторым появился подкаст про книги, его просто интересно делать моим коллегам. Полагаю, что на стыке интересов получают продукты, которые оказываются востребованными.

А. Троян:

— Перед издателем всегда стоит вопрос, следовать за аудиторией или развивать её. Для меня ответ звучит так: необходимо находить определённый баланс. Понятно, что все мы работаем и нам надо получать прибыль. При этом опираться только на то, какой запрос озвучивает аудитория, тоже неправильно, потому что мы будем ходить по кругу, но не станем развивать наших читателей и слушателей. Следует предлагать аудитории то, что ей нравится, но при этом оставлять определённый процент в своём портфеле на социально важные темы, предлагать читателям и слушателям интересный non-fiction, о котором они даже не подозревают.

Понятен ли non-fiction маленьким детям? Есть ли какие-то лайфхаки по созданию развивающего контента для самых юных слушателей?

К. Ламм:

— Всё, что мы делаем, это как раз и есть non-fiction для маленьких (для начальной школы). Он упакован в так называемые подкасты: про птиц, про книги, о профессиях. Судя по отзывам, это хорошо воспринимается детьми: для них такой контент не является чем-то образовательным, но по факту является инфотейментом.

Л. Никитина:

— Мы в какой-то момент поняли, что популярность «Зверского детектива» существенно выросла, и попробовали записать подкаст совместно с биологом: автор сочинил следующую часть серии и параллельно обсуждал детали биологии животных. На площадке «Гусьгусь» при участии детей-экспертов состоялась запись подкаста «Хвостоеды», состоящего из восьми серий. Он имел колоссальный успех, и это позволило нам выйти за пределы онлайн. На площадку Библиотеки-читальни имени И.С. Тургенева пришли около 350 детей, и обсуждение продолжилось



вживую. По результатам мы опубликовали книгу «Хвостоеды», записанную голосом автора. Так получилось, что из подкаста выросла фантастически популярная аудиокнига в жанре non-fiction и целая история длиной в год.

Что слушать учащимся средней школы?

А. Троян:

— Очевидно, что для этой возрастной группы есть определённые проблемы в контенте, хотя перспективы неплохие. С ребёнком, который пошёл в школу, уже можно говорить как со взрослым, и следить за логикой изложения здесь уже проще. Вопрос в том, что рынок ещё просто не успел дойти до этого контента, хотя каких-либо ограничений здесь не прослеживается, а проникновение гаджетов к семи-восьми годам составляет уже 98%.

Есть некий родительский скепсис по поводу того, что дети начинают потреблять контент через аудио. Каково мнение экспертов на этот счёт?

Л. Никитина:

— Мы не настаиваем на том, чтобы дети читали, и очень радуемся тому, что они слушают книги. Ребёнок может быть неадаптивен к потреблению контента через чтение, как и взрослый, собственно. А другие не могут слушать аудиокниги: отвлекаются, не способны сконцентрироваться. Раньше для подростков существовали журналы: «Ровесник», Yes, Teen. Сейчас их место занимают аудио- и видеоподкасты. Какой бы способ ребёнок ни выбрал, у него должна быть такая возможность.

К. Ламм:

— Когда дети что-то общее слушают или читают, они начинают между собой общаться. Выход за пределы контента и коммуникация с единомышленниками — важная добавленная стоимость всего, что производится. Полезный опыт — самое ценное, что может обеспечить контент.

А. Троян:

— Ребёнок, как правило, идёт за своим интересом. Если ему интересны динозавры, то он прочтёт все книги, прослушает все подкасты и просмотрит все фильмы. В данном случае чем больше он потребляет контента, тем больше будет его искать, а мы станем создавать для него всё новые и новые книги. ■

«САМАРСКАЯ СИМФОНИЯ»: ОПЫТ УЧАСТИЯ ВУЗОВСКОЙ БИБЛИОТЕКИ В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОЕКТИРОВАНИИ



**Валерия Эдуардовна
ЛЕОНТЬЕВА,**
библиотекарь первой категории
Библиотечного научно-
информационного центра
ФГБОУ ВО «Самарский
государственный институт
культуры» (БНИЦ СГИК)



**Юлия Николаевна
ЕСИПОВА,**
начальник Библиотечного научно-
информационного центра ФГБОУ
ВО «Самарский государственный
институт культуры» (БНИЦ СГИК)

Проектная деятельность — важнейшее направление развития современной библиотеки. Сегодня конкуренция среди образовательных организаций не позволяет им оставаться статичными, потому гибкость и способность к внедрению инноваций становятся основными факторами долгосрочного устойчивого развития. Это является стимулом для совершенствования вузовской библиотеки. Успешные творческие проекты не только помогают продвигать услуги и ресурсы библиотек, но и способствуют повышению профессиональных компетенций сотрудников, увеличению финансирования, обновлению технического оснащения.

Проект — это последовательность взаимосвязанных действий, которые происходят в течение установленного ограниченного времени и направлены на создание нового продукта, услуги или результата. Проект имеет свою специфику:

- временность — наличие чётких временных рамок;
- уникальность — создание авторских продуктов, эксклюзивных услуг и пр.;
- последовательность — развитие проекта во времени через определённые этапы/шаги в соответствии со спецификой, обусловленной содержанием.

Ключевыми составляющими в осуществлении проектной деятельности являются кадры, финансы и время.

В работе над проектом квалифицированные кадры играют важную роль, поэтому необходимо правильно распределить обязанности по его реализации. Идеальный вариант: проект интегрирован в рабочий процесс, сотрудники успевают выполнять свои должностные обязанности и задачи по проекту. Кроме работников библиотеки активное участие в проектной деятельности могут принимать студенты вуза, которым близки идея или направление,

а также сотрудники организаций-партнёров и волонтеры. Такой подход при подборе сотрудников для осуществления проекта позволяет наладить быстрое взаимодействие для оперативного выполнения проектных задач и реализации своих творческих возможностей.

Безусловно, ни один проект не может быть осуществлён без необходимого финансирования. Бюджет должен быть обоснованным и реалистичным. Рассчитывает его руководитель проекта, опираясь на запланированные мероприятия. Если есть возможность, то организация-инициатор самостоятельно обеспечивает бюджет. В противном случае требуется софинансирование. Для этого создаётся заявка для участия в грантовом конкурсе какого-либо фонда.

Создание конкурсной заявки — кропотливое дело. Необходимо учитывать множество факторов, чтобы получить финансовую поддержку. Прежде всего следует определить, какому фонду близка тематика будущего проекта. Для этого надо провести мониторинг грантовых конкурсов. Сам же проект должен быть нацелен на решение актуальной социальной проблемы, иметь чёткие цель и задачи,

обозначенные ожидаемые результаты, бюджет. Без этих составляющих ни один фонд не станет рассматривать проект.

Время — один из самых важных и дорогих ресурсов. Проектная деятельность требует качественного тайм-менеджмента. При подготовке проекта необходимо тщательно продумывать и планировать этапы его реализации и сроки их выполнения. Например, если инициатива библиотеки коррелирует с основной деятельностью учебного заведения, то лучший вариант — наладить взаимодействие между структурными подразделениями учебного заведения и партнёрами. Вплетение проекта в основной рабочий поток организации позволит минимизировать временные потери, а участники будут совершенствовать свои компетенции в ходе его реализации.

Примером успешной проектной деятельности библиотеки творческого вуза стал проект «Самарская симфония: социальная технология формирования экокультурного ландшафта» (далее — «Самарская симфония»). Он был создан и реализован БНИЦ СГИК и автономной некоммерческой организацией культурного и духовного развития «У-РА» (АНО КДР «У-РА») в период с июля 2021 г. по сентябрь 2022-го. Инициатива стала победительницей конкурса Фонда президентских грантов по направлению «Поддержка проектов в области науки, образования, просвещения». Библиотечный центр не только выступил одним из инициаторов проекта, но и оказывал информационную поддержку на всех его этапах, принимал непосредственное участие в организации и проведении всех творческих мероприятий.

«Самарская симфония» была создана для решения проблемы отсутствия в Самарской области успешной модели деятельности в сфере образовательного туризма. В областной столице не было туристических маршрутов, связанных с историко-культурным наследием города, а его история богата значимыми событиями. Созданный проект предложил новый формат знакомства с городом через призму деятельности известной творческой личности.

Творчество Дмитрия Шостаковича было выбрано не случайно. Создание Седьмой симфонии, «Ленинградской», стало важным событием музыкальной жизни страны. Над ней композитор начал работать в годы войны, находясь первые месяцы в Ленинграде, а закончил уже в эвакуации в Куйбышеве. Именно здесь 5 марта 1942 г. симфония была впервые исполнена на сцене Дворца культуры имени В.В. Куйбышева (ныне — Самарский академический театр оперы и балета) оркестром ГАБТ СССР под управлением дирижёра Самуила Самосуда. Премьера транслировалась всеми радиостанциями Советского Союза. В 2022 г. театру было присвоено имя композитора.

Проект «Самарская симфония: социальная технология формирования экокультурного ландшафта» включает в себя:



- маршрут пешеходной экскурсии «Слушая Шостаковича, или С композитором по улицам Куйбышева» по исторической части Самары, с обзором объектов культурного наследия, которые связаны с жизнью композитора в период его пребывания в городе;
- образовательные мероприятия, подготовленные сотрудниками и студентами СГИК совместно с АНО КДР «У-РА»;
- культурно-массовые мероприятия, организованные студентами и сотрудниками СГИК с привлечением учеников музыкальных школ и профессиональных музыкантов;
- выставки отобранных архивных документов — стационарные и мобильные.

Проект носит системный характер и объединяет усилия представителей разных направлений: библиотекарей, историков, музыкантов, краеведов, художников, музыковедов и психологов.

Основными целями проекта стали повышение уровня образованности и мотивированности населения к изучению родной истории, а также привлечение внимания различных социальных групп к сохранению исторического и культурного наследия города с опорой на одну из самых ярких страниц музыкальной жизни Самары в годы Великой Отечественной войны.

Задачами проекта являлись:

- повышение уровня информированности широких социальных групп об актуальности обучающего туризма;
- разработка и обнародование инновационной социальной технологии «Формирование экокультурного ландшафта как социальная технология развития образовательного туризма» для создания условий развития и тиражирования проекта;
- обучение на базе БНИЦ СГИК студентов-волонтеров методам проектирования в сфере культуры и туризма;
- усиление волонтерства в сфере образовательного туризма в Самарской области.



В ходе работы участниками было создано и размещено более 60 информационных материалов о проекте: посты в группах БНИЦ СГИК и АНО КДР «У-РА», публикации в городских СМИ, информация на сайте СГИК с общим количеством просмотров более 29 тыс. Разработана мультимедийная платформа «Дмитрий Шостакович: Самарская симфония» (<https://dschonline.online/>). Специалистами библиотеки и студентами-волонтерами проведена огромная работа по поиску, сбору, оцифровке и размещению архивных материалов. Созданный информационный ресурс предоставляет любому пользователю возможность ознакомиться с отобранными архивными документами (фотографиями, афишами, объявлениями, репродукциями картин, где изображён композитор) и видеоматериалами (видеоэкскурсиями, художественными и документальными фильмами, записями концертов, лекциями, стримами, мастер-классами). Общее количество файлов превышает 300.

Кроме того, организованы и проведены стационарные выставки в БНИЦ СГИК, где экспонировались копии документальных материалов, фотографий, фрагментов воспоминаний композитора и его современников. Ранее выставка побывала на закрытой площадке Струковского парка Самары, а также в зале ожидания на железнодорожном вокзале станции Самара Куйбышевской железной дороги.

В рамках проекта проводились творческие мероприятия. 22 мая 2022 г. в Летнем театре Струковского парка был организован концерт на открытом воздухе «Музыка войны», в котором приняли участие музыканты Самарской государственной филармонии, представители Аксаковского комитета Самарской области, а также студенты и преподаватели СГИК. В программе звучали произведения Д. Шостаковича, И. Дунаевского, М. Минкова и др., литературные произведения и показаны хореографические номера. 22 июня 2022 г. состоялся концерт в онлайн-формате с участием Самарского молодёжного симфонического оркестра под управлением Народного артиста РФ Михаила Щербакова.

Преподаватели СГИК подготовили и провели лекции в формате стримов на темы психологии творчества и

психогеографии («Киномузыка Дмитрия Шостаковича», «Дмитрий Шостакович и музыкальная культура города»), а также мастер-классы для музыкантов оркестра («Исполнение произведений Дмитрия Шостаковича симфоническим оркестром»). Мероприятия, реализованные на различных этапах проведения проекта, смогли предложить изучение истории города с помощью различных форматов и познакомить самарцев с современной творческой стороной Самары.



«Слушая Шостаковича, или С композитором по улицам Куйбышева» — туристический маршрут, который в течение года знакомил жителей и гостей Самары с культурной историей города. Пешеходная экскурсия позволяет в увлекательной форме познакомиться с Д. Шостаковичем и узнать о пребывании композитора в Куйбышеве в период Великой Отечественной войны (октябрь 1941 г. — март 1943-го). Объекты пешеходной экскурсии расположены в исторической части Самары, некоторые из них являются объектами культурного наследия: сквер на пл. Куйбышева, памятник Д. Шостаковичу — пл. Куйбышева — ул. Красноармейская, 17 — ул. Фрунзе, 140 — ул. Фрунзе, 146 — пл. Чапаева (Самарский академический театр драмы имени А.М. Горького) — ул. Вилоновская, 2а — пл. Куйбышева и Самарский театр оперы и балета, памятник Д. Шостаковичу. В конце 2022 г. на региональном конкурсе «Лидеры туризма — 2022» новый туристический маршрут стал победителем в номинации «Маршрут года».

По итогам работы БНИЦ СГИК создал методическое пособие «Разработка формата сбора архивных материалов и мониторинга показателей проекта "Самарская симфония: социальная технология формирования экокультурного ландшафта"». Это результат почти двухлетней совместной работы АНО КДР «У-РА» и СГИК. Пособие является информационным методическим материалом, который



представляет собой описание инновационной социальной методики по разработке формата сбора архивных материалов и мониторинга показателей.

Пособие будет полезно студентам всех образовательных квалификационных уровней, специализирующихся в области культурологии, музыковедения, искусствоведения, преподавателям истории и краеведения, научным работникам, а также всем, кто интересуется музыкальной историей нашей страны.

Непосредственными благополучателями проекта стали более 7,2 тыс. человек, к работе привлечено свыше 70 волонтеров из числа студентов творческих вузов и музыкантов города.

Резюмируя вышесказанное, можно отметить, что работа по реализации проекта позволила наладить взаимодействие между подразделениями вуза и организациями-партнёрами, привлечь новых пользователей, увеличить обращаемость фонда и востребованность услуг БНИЦ СГИК, а также привлечь туристов к новому экскурсионному маршруту. «Самарская симфония» предоставила возможность изучать культурную историю города с помощью традиционных и инновационных форматов библиотечных мероприятий, а сотрудники получили новый опыт, который поможет в работе над следующими культурными проектами.

«Самарская симфония: социальная технология формирования экокультурного ландшафта» — проект с большим потенциалом. На основе разработанной инновационной социальной технологии можно создавать новые туристические образовательные маршруты, которые раскрывают историю города иначе.

Подобный проектный формат можно использовать в масштабах всей России, изучая не только культуру, но и другие страницы истории нашей страны. В каждом городе, области, крае были и есть люди, внёсшие огромный вклад в культуру и науку.

Не обязательно ограничивать данный формат границами одного государства. Проект может быть реализован с международным участием. Образовательные экскурсии, выставки, мастер-классы — всё это прекрасно воспроизводится в виртуальном формате, охватывая большую аудиторию. ■

КОНСОРЦИУМ СЭБ: ДВУКРАТНЫЙ РОСТ ЧИСЛА ПРОЧТЕНИЙ ЗА ГОД

Консорциум сетевых электронных библиотек (Консорциум СЭБ) — один из некоммерческих проектов Образовательной системы Лань. В нём состоят 376 вузов России, а также несколько университетов из Белоруссии и Казахстана. Это одно из самых значительных по числу участников вузовских объединений.

Проект развивается совместными усилиями вузов-участников. Все они получают бесплатный взаимный доступ к единой электронной базе учебной и научной литературы, которую сами издают и предоставляют для размещения. Общий фонд Консорциума СЭБ составляет 59,5 тыс. наименований литературы по всем областям знаний, по всем дисциплинам и направлениям подготовки (на момент выхода номера количество книг достигло 60 тыс. — Примеч. ред.).



Александр НИКИФОРОВ,
директор
Образовательной
системы Лань,
лидер проекта
«Консорциум СЭБ»

В начале каждого года оператор проекта Образовательная система Лань подводит итоги работы Консорциума СЭБ за прошедший год, анализирует статистику и заметные ротации вузов в рейтингах самых активных участников. С результатами 2021 г. можно ознакомиться в прошлогоднем номере «УК» за январь — февраль, а в этой публикации представлены данные мониторинга развития Консорциума СЭБ за 2022 год.

СОСТАВ УЧАСТНИКОВ КОНСОРЦИУМА СЭБ В 2022 г.

В сравнении с 2021 г. число участников Консорциума СЭБ в 2022-м увеличилось во всех отраслевых группах (табл. 1). Самый большой прирост новых участников в 2022 г. наблюдается среди медицинских вузов (+30%). Увеличение на 15% и более продемонстрировали СЭБ вузов физкультуры и вузов экономики и права в совокупности, СЭБ классических университетов и СЭБ технических вузов. В целом количество университетов в Консорциуме СЭБ за год выросло с 331 до 376.

Тройка наиболее крупных по числу участников СЭБ за год не изменилась: это по-прежнему технические, классические и аграрные вузы.

В каждой отрасли по результатам прошедшего года определился лидер по числу просмотров размещённого в общем фонде контента. Указанное в табл. 2 количество просмотров означает, сколько раз пользователи из данного вуза обратились к изданиям в Консорциуме СЭБ.



Таблица 1

Динамика числа участников* Консорциума СЭБ

Наименование СЭБ	Число участников		Прирост, %
	2021 г.	2022 г.	
СЭБ аграрных вузов	53	55	4
СЭБ педагогических вузов	33	36	9
СЭБ технических вузов	89	102	15
СЭБ медицинских вузов	23	30	30
СЭБ вузов культуры и искусств	42	43	2
СЭБ классических университетов	62	71	15
СЭБ вузов физкультуры, вузов экономики и права	29	34	17

* В числе участников не только российские вузы, но и зарубежные, а также научно-исследовательские институты.

САМЫЕ ЧИТАЮЩИЕ ОРГАНИЗАЦИИ В СОСТАВЕ КОНСОРЦИУМА СЭБ В 2022 г.

Таблица 3

В 2022 г. студенты и преподаватели обращались к 56 692 книгам из всех 59,5 тыс. научных и учебных изданий в Консорциуме СЭБ. То есть востребованы были 95% фонда.

Топ-10 вузов, откуда читатели больше всего обращались к литературе фонда Консорциума СЭБ, представлен в *табл. 3*.

В рейтинге самых читающих вузов 2022 г. почти половина технических, треть составляют аграрные университеты.

В топ-10 появился новый участник, которого не было в мониторинге в прошлом году, — Томский государственный архитектурно-строительный университет.

Самый заметный результат показал Пермский национальный исследовательский политехнический университет: с восьмого места за год вуз переместился сразу на третье.

Снова в десятке самых читающих Омский государственный аграрный университет имени П.А. Столыпина, Новосибирский государственный аграрный университет, Южно-Уральский государственный университет, Кемеровский государственный университет, Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет имени С.М. Кирова, Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина, Санкт-Петербургский государственный университет ветеринарной медицины и Волгоградский государственный технический университет.

Таблица 2

Самые читающие организации в составе Консорциума СЭБ (по отраслям)

СЭБ	Вуз	Число просмотров
СЭБ аграрных вузов	Омский государственный аграрный университет имени П.А. Столыпина	69 484
СЭБ технических вузов	Пермский национальный исследовательский политехнический университет	61 557
СЭБ классических университетов	Южно-Уральский государственный университет	55 818
СЭБ педагогических вузов	Московский педагогический государственный университет	23 458
СЭБ экономики и права	Финансовый университет при Правительстве РФ	17 037
СЭБ вузов физкультуры и спорта	Поволжский государственный университет физической культуры, спорта и туризма	10 218
СЭБ вузов культуры и искусств	Белгородский государственный институт искусств и культуры	8 102
СЭБ медицинских вузов	Новосибирский государственный медицинский университет	4 205

10 самых читающих вузов — участников Консорциума СЭБ в 2022 г.

№ п/п	Участник СЭБ	Число просмотров
1	Омский государственный аграрный университет имени П.А. Столыпина	69 484
2	Новосибирский государственный аграрный университет	63 680
3	Пермский национальный исследовательский политехнический университет	61 557
4	Южно-Уральский государственный университет	55 818
5	Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина	49 923
6	Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет имени С.М. Кирова	44 515
7	Томский государственный архитектурно-строительный университет	44 161
8	Санкт-Петербургский государственный университет ветеринарной медицины	43 520
9	Кемеровский государственный университет	35 840
10	Волгоградский государственный технический университет	33 800

САМЫЕ ВОСТРЕБОВАННЫЕ КНИГИ 2022 г.

За год фонд Консорциума СЭБ увеличился почти на треть и достиг 60 тыс. наименований литературы.

Самые популярные издания характеризуют данные *табл. 4*.

По количеству обращений уникальных организаций перечень наиболее востребованных книг выглядит иначе. В *табл. 5* указано число организаций, пользователи которых читали то или иное издание.

Как показывает анализ *табл. 5*, популярностью пользовались учебники по истории (каждая третья книга), экономике и научным исследованиям.

ВУЗЫ С САМЫМ ПОПУЛЯРНЫМ КОНТЕНТОМ, РАЗМЕЩЁННЫМ В ФОНДЕ КОНСОРЦИУМА СЭБ

Рейтинг вузов, чей контент оказался самым востребованным среди других участников Консорциума СЭБ в 2022 г., содержит 15 организаций. Они представлены в *табл. 6*.

Второй год подряд топ-лист возглавляет Кемеровский государственный университет. Как и в прошлом году, в пятёрке вузов с самым популярным контентом — Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет имени С.М. Кирова и Омский государственный аграрный университет имени П.А. Столыпина.

Таблица 4

Наиболее популярные в Консорциуме СЭБ книги (число прочтений)

№ п/п	Книга	Издающая организация	Число прочтений
1	Еремина И.А., Долголюк И.В. Пищевая микробиология: лабораторный практикум	Кемеровский государственный университет	3 090
2	Нечаев А.В., Курлыкова Ю.А. Внутренние незаразные болезни. Ч. 2. Частная патология, терапия и профилактика внутренних незаразных болезней	Самарский государственный аграрный университет	2 968
3	Баймишев Х.Б., Баймишев М.Х. Акушерство и гинекология	Самарский государственный аграрный университет	2 737
4	Бекаева А.В. Финансовый анализ	МИРЭА — Российский технологический университет	2 483
5	Клиническая диагностика в ветеринарии. Составитель Н.А. Башкатов	Донской государственный аграрный университет	2 478
6	Сулейманов С.М., Дроздова Л.И. Патологическая анатомия животных	Воронежский государственный аграрный университет имени императора Петра I	2 200
7	Болбаков Р.Г., Горбатов Г.В., Сеницын А.В., Абрамов А.А. Компьютерная графика: практикум	МИРЭА — Российский технологический университет	2 194
8	Белова Л.М., Гаврилова Н.А., Ширяева В.А., Кузнецов Ю.Е., Логинова О.А., Роберман М.Г. Протозойные болезни животных	Санкт-Петербургский государственный университет ветеринарной медицины	2 109
9	Латинский язык. Составитель Е.А. Красильщик	Костромская государственная сельскохозяйственная академия	1 853
10	Юдичев Ю.Ф., Дегтярёв В.В., Хонин Г.А. Анатомия животных: в 2 т. Т. 1. Введение в анатомию. Остеология. Артрология. Миология. Общий покров	Оренбургский государственный аграрный университет	1 786
11	Елукова Ж.А. Arctic Leader	Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова	1 782
12	Алексеева И.Г., Дорофеева В.П., Маркова М.В. Инфекционные болезни мелких домашних животных	Омский государственный аграрный университет имени П.А. Столыпина	1 775
13	Карабаева К.Д. Право	Оренбургский государственный университет	1 596
14	Курлыкова Ю.А., Савинков А.В. Внутренние незаразные болезни	Самарский государственный аграрный университет	1 592
15	Пиотровская Л.А. Фонетика современного русского языка	Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена	1 205

МИРЭА — Российский технологический университет впервые по результатам 2022 г. попал в список 15 вузов с наиболее востребованным контентом, и сразу на третье место.

ВЫВОДЫ

Представленные результаты не преследуют цель сравнить вузы друг с другом, так как совершенно очевидно, что образовательные организации существенно различаются по численности студентов, по количеству филиалов и по другим показателям. Ежегодный мониторинг носит аналитический характер, он позволяет вузам, и в особенности их библиотекам, наблюдать за своими результатами и достижениями коллег, видеть изменения в собственной ротации, отслеживать, какой контент наиболее востребован у читателей, кто из участников активно читает и издаёт литературу, чтобы учитывать это в своей работе.

Консорциум СЭБ развивается как образовательная кооперация, его задача — предоставить как можно более значительному количеству читателей качественную, разнообразную литературу по всем областям знаний.

Как показал анализ, **56 692 уникальные книги, или 95% фонда, прочитали более одного раза, 19 395 наименований (33% фонда) — свыше 10 раз и 11 661 наименование (20%) — более 50 раз.**

Общее количество прочтений книг, размещённых в фонде Консорциума СЭБ, в 2022 г. превысило показатели 2021-го в два раза. За прошлый год в фонде из 59,5 тыс. наименований было зафиксировано 2 401 218 фактов книговыдачи (годом ранее — 1 195 935).

У этих результатов несколько слагаемых. Это прежде всего работа вузовских библиотек, их активная деятельность по продвижению проекта, по серьёзному отбору действительно необходимых, востребованных книг в общий фонд, их вовлечённость и готовность обеспечивать читателей качественной литературой, предоставлять им лучший контент.

Свой вклад вносят и авторы учебников и учебных пособий: от их компетентности, экспертности как педагогов, методистов, учёных зависит не только популярность написанных ими книг, но и репутация вуза,

Таблица 5

Наиболее популярные в Консорциуме СЭБ книги (число организаций)

№ п/п	Книга	Издающая организация	Число организаций
1	Новиков М.С. История (история России, всеобщая история)	Омский государственный аграрный университет имени П.А. Столыпина	142
2	Правоведение. Составители: Муртаева Д.З., Набиуллина В.Р.	Государственный аграрный университет Северного Зауралья	128
3	Бекаева А.В. Финансовый анализ	МИРЭА — Российский технологический университет	128
4	Яркина Н.Н. Экономика предприятия (организации)	Керченский государственный морской технологический университет	127
5	Беспятова Е.Б., Даноян В.Л., Ефременко В.В. Красивская В.Н. История России. IX–XXI вв.: схемы, таблицы, карты, документы, задания	МИРЭА — Российский технологический университет	122
6	Кривенько А.П. Реакции конденсации ароматических альдегидов и кетонов	Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского	122
7	Алексеева Н.И. Методология и методы научных исследований	Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского	121
8	Самойлова И.В. История (история России, всеобщая история)	Пензенский государственный аграрный университет	118
9	Мичурина Ф.З. Экономическая теория	Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д.Н. Прянишникова	114
10	Асхаков С.И. Основы научных исследований	Карачаево-Черкесский государственный университет имени У.Д. Алиева	113

Таблица 6

Рейтинг популярности контента вузов — участников Консорциума СЭБ

№ п/п	Вуз	Число просмотров
1	Кемеровский государственный университет	90 083
2	Омский государственный аграрный университет имени П.А. Столыпина	60 713
3	МИРЭА — Российский технологический университет	57 299
4	Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет имени С.М. Кирова	56 192
5	Самарский государственный аграрный университет	46 425
6	Пензенский государственный аграрный университет	46 370
7	Красноярский государственный аграрный университет	46 028
8	Костромская государственная сельскохозяйственная академия	38 343
9	Волгоградский государственный аграрный университет	33 952
10	Оренбургский государственный университет	33 526
11	Ставропольский государственный аграрный университет	33 062
12	Российский университет транспорта	32 642
13	Новосибирский государственный технический университет	31 062
14	Пермский национальный исследовательский политехнический университет	30 161
15	Донской государственный аграрный университет	30 027

который они представляют, продвижение научной школы, к которой принадлежат. Консорциум СЭБ предоставляет возможность использовать их наработки коллегам из других вузов, включать эти материалы в свой образовательный процесс.

Профессиональный свободный взаимообмен на уровне трёх сотен вузов — это преимущество, которое проект предлагает всем своим участникам независимо от их профиля, численности, местоположения и статуса. ■

СУБСИДИЯ НА КОМПЛЕКТОВАНИЕ: МНЕНИЯ ПОСТАВЩИКОВ



В 2022 г. продолжилась практика субсидирования расходов на формирование фондов муниципальных библиотек. Запланированный объём федеральных средств, выделенных из резервного фонда, составляет 550 млн рублей в год, обязательное условие освоения субсидии — софинансирование со стороны регионов.

В целях выявления успешных кейсов, проблем и рисков Российская национальная библиотека, Российская государственная библиотека, Российский книжный союз, Российская библиотечная ассоциация, Ассоциация книгоиздателей России и журнал «Университетская КНИГА» провели вторую волну мониторинга опыта работы издательского сообщества с библиотеками по использованию межбюджетных трансфертов на комплектование.

Таблица 1

География респондентов	
Субъект РФ	В % к числу респондентов
Москва и Московская область	56,5
Санкт-Петербург и Ленинградская область	12,5
Волгоградская область	4,2
Республика Крым и город Севастополь	4,2
Нижегородская область	2,8
Астраханская, Вологодская, Кировская, Оренбургская, Орловская, Самарская, Свердловская, Челябинская области, республики Чувашия, Татарстан, Башкортостан, Саха (Якутия), Ставропольский, Пермский, Краснодарский края	По 1,4

В исследовании приняли участие 144 компании, представляющих 23 региона России. Как показал анализ результатов мониторинга, география респондентов (табл. 1) по сравнению с прошлым годом изменений не претерпела. Всё так же лидируют издатели и книготорговые компании столичного региона, на втором месте остаются респонденты из Санкт-Петербурга и Ленинградской области.

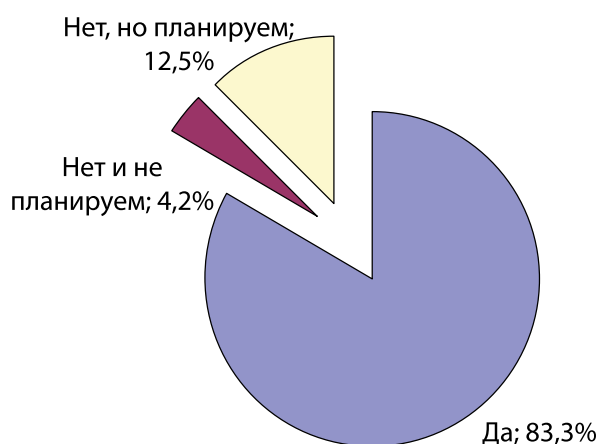
Как и в прошлом году, подавляющее большинство респондентов (83,3%, рис. 1) сотрудничают с библиотеками по вопросу комплектования фондов.

Основные способы взаимодействия с библиотеками представлены в табл. 2.

Анализ показывает, что имеют место некоторые изменения в структуре закупок у единственного поставщика. Так, снизились доли закупок по исключительным правам

Таблица 2

Рис. 1
Ответы на вопрос «Работает ли ваша компания с государственными и муниципальными библиотеками?»

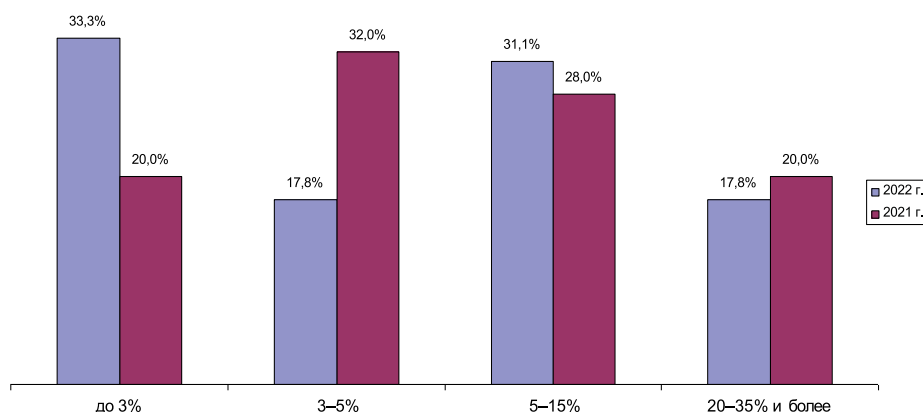


Способы взаимодействия с библиотеками
(в % к числу респондентов)

Способ взаимодействия	2021 г.	2022 г.
Закупка у единственного поставщика по исключительным правам (п. 14 ч. 1 ст. 93 ФЗ-44)	89,7	75,0
Закупка у единственного поставщика по счетам (п. 4 ч. 1 ст. 93 ФЗ-44)	41,4	50,0
Закупка у единственного поставщика по счетам (п. 5 ч. 1 ст. 93 ФЗ-44)	34,5	23,3
Электронный аукцион	27,6	25,0
На региональной площадке для малых закупок	24,1	23,3
Котировка	17,2	15,0

Рис. 2

Оценка респондентами доли государственных и муниципальных библиотек в общем объёме реализации книжной продукции



и по счетам в соответствии с п. 5 ч. 1 ст. 93 ФЗ-44 (годовой объём закупок до 5 млн рублей) и увеличился процент закупки по счетам в соответствии с п. 4 ч. 1 ст. 93 ФЗ-44 (до 2 млн рублей в год). Доли электронных аукционов, малых закупок и котировок практически не изменились. При этом в 2022 г. 5% респондентов дополнительно отметили, что передают библиотекам книги бесплатно — как в качестве обязательного экземпляра, так и в виде пожертвований.

Что касается оценки респондентами доли государственных и муниципальных библиотек в общем объёме реализации книжной продукции (рис. 2), то сравнительный анализ позволяет сделать вывод о том, что существенных изменений за год здесь также не произошло: несмотря на колебания внутри групп, совокупно доля тех, у кого комплектование фондов в общем обороте занимало до 5%, и в 2022 г., и в 2021-м около 50%. Незначительные изменения и в остальных группах.

При этом, как и год назад, более половины респондентов (52,5%) отметили, что субсидия на комплектование библиотечных фондов в общем объёме их реализации оказалась совсем незаметной. 18,6% опрошенных посчитали её незначительной и столько же — весьма заметной. 3,4% респондентов отметили, что субсидии как таковой не было. В издательстве «Аврора» (Санкт-Петербург) подчеркнули, что с 2019 г. состоялась только одна закупка на 10 тыс. рублей.

Отчасти подтверждают отсутствие значимых трансформаций ответы респондентов на вопрос «Как изменился порядок взаимодействия с государственными и муниципальными библиотеками в 2022 г.?». 41,7% опрошенных отметили, что изменений вообще не было. «Сами звоним по библиотекам от случая к случаю, никакой инициативы библиотеки не проявляют», — прокомментировали в НИЦ «Ладомир» (Москва). «Мы работаем с библиотеками 30 лет и продолжаем работать почти в том же режиме», — подчеркнули в издательстве «Лири-2» (Пермский край). При этом 75,7% из оставшихся указали, что библиотеки стали чаще заказывать книжную продукцию по исключительным правам (табл. 3). 27% отметили, что увеличился объём продаж через федеральных оптовиков (электронные аукционы, котировки). Похожие тренды наблюдались в исследовании прошлого года.

Как показал анализ, в 2022 г. более половины респондентов (52,5%) не испытали никаких трудностей при комплектовании библиотек за счёт субсидии (в 2021-м об этом сообщила треть опрошенных).

«Если у библиотеки возник интерес (а это крайне редко), то проблем не возникает», — так прокомментировали ситуацию 3,4% опрошенных издателей. Ещё 10% не сталкивались с реализацией книг по субсидии. «Не было никаких заказов, несмотря на то что мы аккуратно представляем все новинки в Российскую книжную палату и в Российскую государственную библиотеку. Вообще не понимаем, как это работает», — заявили в издательстве «Аякс-пресс» (Москва). «Мы не заметили, что у библиотек появились какие-то субсидии», — добавили в столичной компании «БуксМарт». «Книги у местных издательств в рамках субсидии не закупаются», — фиксируют

в издательстве «О-Краткое» (Кировская область).

При этом рейтинг проблем претерпел изменения (табл. 4). 2021 год во многом можно считать экспериментальным: деньги были выделены поздно, под конец года, и способы эффективно распределить субсидию выработались в условиях жёсткого цейтнота. Соответственно на первом месте были сжатые сроки отработки заказа и поставки (55,6%). В 2022-м лидирует такая проблема, как отсутствие в актуальном ассортименте необходимых позиций (68,2%). «Большинство библиотек при составлении списков не проверяют наличие книг на рынке», — пояснили в Межрегиональном библиотечном коллекторе.

По сравнению с прошлым годом в ходе анализа была выявлена новая проблема, связанная с оформлением документации. Об этом сообщили 13,6% респондентов. «Достаточно громоздкий пакет документов при заказе книг на небольшие суммы (до 10–15 тыс. рублей)», — отметили в издательстве «Кварц» (Нижегородская область). «Библиотеки часто не хотят возиться с бумагами, если заказ небольшой», — добавили в издательском доме «Лингва-Ф». «Совершенно разные формы документации в каждой библиотеке и очень длительное зачисление средств на счёт издательства, а так же направление основных объёмов закупок в региональные книготорговые организации», — прокомментировали ситуацию в издательстве «Снег» (Ставропольский край).

Таблица 3

Ответы на вопрос «Как изменился порядок взаимодействия с государственными и муниципальными библиотеками в 2022 г.?»

Характер изменений	В % к числу респондентов
Библиотеки стали обращаться напрямую, заказывая книжную продукцию по исключительным правам	75,7
Увеличился объём продаж через федеральных оптовиков (электронные аукционы, котировки)	27,0
Увеличился объём продаж по агентской схеме (через центральные библиотеки, региональных поставщиков и пр.)	21,6
Увеличился объём продаж через региональных поставщиков	18,9

Как показывает анализ данных *табл. 5*, в структуре источников информации, используемых издателями для отражения сведений о своём ассортименте, с небольшими изменениями продолжают лидировать их собственные сайты и прайс-листы. Существенно снизилась в 2022 г. доля социальных СМИ: до 16,2% с 33,3% в 2021-м. Очевидно, это связано с блокировкой в прошлом году ряда зарубежных соцсетей и мессенджеров, которые издатели привыкли использовать для коммуникации с читателями и бизнес-партнёрами.

В практике издателей также такие форматы, как дни очного комплектования с привлечением специалистов краевых библиотек, местных издательств и писателей («Лира-2») и виртуальная витрина «ЭКМО».

Таблица 4

Проблемы при комплектовании библиотек за счёт субсидии
(в % к числу респондентов, указавших конкретные трудности)

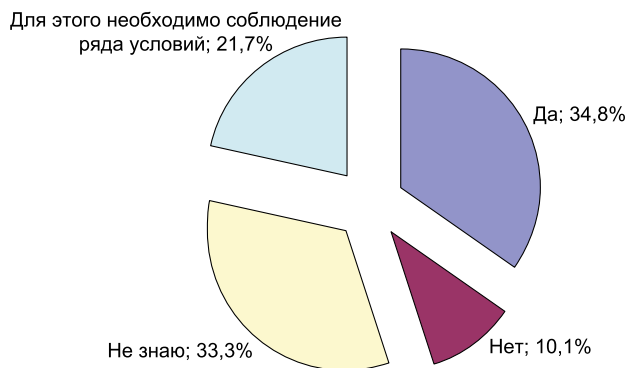
Проблема	2022 г.	2021 г.
Давно закончились тиражи заказываемых позиций, отсутствие книг на складе в необходимом объёме	68,2	27,8
Сжатые сроки отработки заказа и поставки	31,8	55,6
Непроверенные (устаревшие) прайс-листы	22,7	22,2
Невыполнимые условия (доставка, ценообразование, ассортимент, маленькая экзemplярность, отсутствие рентабельности, невыгодно работать с заказом и пр.)	13,6	16,7
Проблемы с оформлением документации	13,6	
Проблемы с исключительными правами	4,5	

Таблица 5

Источники информации, которые используют респонденты для отражения сведений о своём ассортименте

Источник	В % к числу респондентов
Прайсы издательств	94,1
Сайты издательств	83,8
Прайсы книготорговых фирм	35,3
Сайты интернет-магазинов (https://chuvbook.ru/catalog/ , https://книжные-новинки.рф/ , Ozon.ru , Wildberries , «Лабиринт»)	30,9
Книжные блоги	17,6
Социальные СМИ	16,2
Поисковые системы	10,3
Экспертные каталоги	8,8
Другое	8,8

Рис. 3
Готовность респондентов к работе через Национальную книжную платформу (НКП)



Готовность издателей работать через НКП иллюстрирует *рис. 3*. Обращает на себя внимание тот факт, что в 2022 г. больше респондентов, чем в 2021-м (21,7%), считают, что для этого необходимо соблюсти ряд условий.

В их числе:

- чёткие условия участия в проекте издательств/фирм — 50,9%;
- больше информации о проекте в открытом доступе — 24,5%;
- возможность тестового подключения — 5,7%;
- возможность заключения контракта на базе НКП; упрощение условий появления книги в личном кабинете поставщика; учёт особенностей ассортимента и др. — 18,9%.

В 2022 г. оператор НКП заявил о том, что в версию системы 2.0 будет интегрирован ряд опций, улучшающих функциональность сервиса. В ходе исследования респондентам было предложено оценить их необходимость и востребованность по 10-балльной шкале (1 — наименьший показатель, 10 — наибольший). Результаты представлены данными *табл. 6*.

Как показал анализ, респонденты довольно высоко оценили все инициативы, и прежде всего связаны с автоматизацией документооборота и отчётности. Намного меньше энтузиазма вызывает возможность подключения модулей рич-контента и каталогов печати по требованию. Возможно, в первом случае респонденты просто не обладают всей полнотой контента, обеспечивающего книгу добавленную стоимость, во втором — опасаются утечки данных. В любом случае отношение издателей к этим вопросам необходимо дополнительно изучать.

Оценку респондентами целесообразности рекомендаций Минкультуры России по использованию средств субсидии характеризуют данные *табл. 7*.

Представляют интерес комментарии участников исследования относительно данных рекомендаций.

По ограничению года выпуска книг:

- необходимо расширить временной интервал для закупки литературы до пяти — восьми лет (т.е. начиная с 2015–2017 гг.);
- библиотеки часто плохо знают ассортимент небольших издательств, иногда они узнают о выходе книги через

Таблица 6

Оценка респондентами планируемых к внедрению в НКП опций

Опция	В % к числу респондентов				Средний балл
	1–3 балла	4–7 баллов	8–10 баллов	Итого	
Перенос стоимости доставки с поставщика на комплектатора	25,4	32,2	42,4	100	5,9
Автоматизация и стандартизация документооборота	18	24,6	57,4	100	7,2
Автоматизация отчётности	13,6	25,4	61,0	100	7,4
Внедрение системы предварительного заказа	14	38,6	47,4	100	6,9
Подключение модулей рич-контента, т.е. обогащённого описания книг: интервью с авторами, 3D-картинки, «листалки», видеоролики, публикации в СМИ	18,6	49,2	32,2	100	6,0
Подключение каталогов print-on-demand	35,0	36,7	28,3	100	5,2

Таблица 7

Оценка респондентами целесообразности рекомендаций Минкультуры России по использованию средств субсидии (в % к числу респондентов)

Рекомендация	Положительно	Отрицательно	Всего
Расходовать субсидию на закупку книг, выпущенных российскими издательствами преимущественно с 2019 г.	72,7	27,3	100,0
Учитывать, что доля закупки книг для детей и юношества, а именно художественных произведений современных отечественных и зарубежных детских авторов, книг лауреатов книжных премий и конкурсов в области детской и юношеской литературы, должна составлять не менее 40% от всей закупаемой литературы	66,7	33,3	100,0
При формировании перечня изданий для комплектования фонда отдавать предпочтение литературно-художественным изданиям, научно-популярной литературе, книгам для слабовидящих, справочно-образовательной литературе, а также литературе по библиотечному делу	68,3	31,7	100,0

несколько лет, поэтому ограничивать закупку последними тремя годами нельзя. Большинство библиотек плохо укомплектованы изданиями, выходящими последние 10 лет;

- есть старые книги, которые переиздают каждый год, от того, что там написан 2022 год, издание новее не станет. Поэтому бессмысленно это ограничивать;
- издательство может располагать выпущенными ранее 2019 г. актуальными и востребованными тиражами изданий, на которые ещё действуют исключительные права;
- книги, изданные в 2019 г., возможно, уже не будут перевыпущены в последующие годы;
- на складе издательств есть интересные и актуальные книги и более ранних годов издания, просто муниципальные библиотеки не знали о них раньше, поэтому ограничивать закупку 2019 г. неправильно;
- издания, выходящие в рамках многолетних серий, не будут попадать в библиотеки в требуемых объёмах;
- необходимо учитывать тот факт, что некоторые издатели выпускают книги максимально высокого качества и это затрудняет их мгновенную реализацию;
- в библиотеку должны поступать преимущественно новые издания;
- для сегмента научно-познавательной литературы очень важен актуальный год издания.

По установлению доли закупки книг для детей и юношества:

- при закупках книг необходимо ориентироваться не на процентное соотношение отдельных сегментов, а на качество и востребованность;
- предпочтение по детской литературе в размере 40% приводит к тому, что закупаются исключительно книги, выпускаемые крупными и столичными издательствами, хотя у региональных издателей есть продукция не менее достойная (интересная, содержательная, изданная на высоком уровне);
- библиотека должна сама решать, что ей закупать, исходя из своих потребностей, обусловленных её местоположением, региональными особенностями и запросами со стороны читателей;
- все категории граждан должны обеспечиваться новыми книгами равномерно;
- не стоит загонять в какие-то проценты библиотеки, они сами разберутся;
- дети и юношество читают мало, и ничего с этим поделать нельзя, лишняя трата денег. Ориентироваться надо на тех, кто читает;

Таблица 8

Формы методической поддержки, в которых нуждаются издатели

Форма методической поддержки	В % к числу респондентов
Рекомендовать библиотекам работать с издательствами напрямую по исключительным правам, информировать о такой возможности	59,1
Предоставлять (по запросу поставщиков) контакты ответственных за комплектование в централизованных библиотечных системах	59,1
Проводить ежегодный мониторинг потребностей населения в библиотечных фондах и публиковать результаты	34,8
Предоставлять разъяснения по работе НКП и личного кабинета поставщика	34,8
Оценивать эффективность использования субсидии	30,3

- должно быть многообразие;
- издательства, которые работают со взрослым ассортиментом, могут остаться без заказов;
- перечень рекомендуемого репертуара книг для закупок желательнее дополнить социально значимой, особенно краеведческой, литературой;
- иногда конкурсы проходят очень субъективно. Если проводится электронное голосование, то результаты такого голосования не отражают реального положения дел;
- странно, что акцент делается не на признанной мировой классике, которую и должен прежде всего знать образованный человек, а на современных авторах и лауреатах книжных премий. Ни Л.Н. Толстой, ни Ф.М. Достоевский никакими лауреатами не были.

По предпочитаемым жанрам и видам литературы:

- «Директ-Медиа» специализируется на научной, учебной литературе, non-fiction. Закупка большой доли художественных произведений может дублировать ранее выпущенную продукцию;
- необходимо обратить особое внимание на учебную и научную литературу для высших учебных заведений (издательство Российского государственного университета правосудия);
- научно-популярная литература тоже востребована читателями, но библиотеки в основном отказываются её рассматривать для закупок (ИПК «Гангут»);
- в библиотеках должен в первую очередь формироваться фонд некоммерческих изданий (научные, образовательные, каталожные, альбомные и др.);
- доля книг в фондах библиотеки для слабовидящих должна прямо пропорционально соответствовать количеству таких читателей, ввиду того что специализированная литература медленно обновляется;
- наше издательство выпускает путеводители, сейчас прежде всего по России. Но это узкий жанр, и нас всё время обходят вниманием (ООО «Аякс-пресс»);
- необходимо разделять областные научные библиотеки и массовые. Если массовая библиотека может закупать художественную и научно-популярную литературу, то областные научные — именно научную и научно-популярную;
- получается, что книги по искусству библиотекам совсем не нужны? (БуксМарт»);
- предпочтение надо отдавать разным литературным жанрам, в том числе новинкам;
- предпочтения в тематике закупок зависят от специализации библиотеки.

Общие замечания:

- в целом правильно, но рекомендации — это не запрет, они не должны ограничивать библиотеки в покупке литературы по году выпуска и виду продукции, всё зависит от спроса;
- не должно быть никаких ограничений для библиотек;
- необходима помощь и издателям, и библиотекам;
- следует приобретать книги местных, региональных авторов, в первую очередь военно-патриотического содержания.

Как показал анализ, 37,4% респондентов необходима методическая поддержка по вопросам использования субсидии на комплектование библиотечных фондов. Желаемые формы представлены в табл. 8.

В ходе исследования респонденты высказали следующие пожелания и предложения в отношении рекомендаций Минкультуры России по использованию субсидии:

- актуализировать рекомендации по срокам обновления печатной учебно-методической литературы в библиотечных фондах (не менее одного раза в пять лет);
- заблаговременно информировать издательства о тех или иных программах, не скрывать от участников рынка правила и возможности предоставления субсидий, сделать эти условия более открытыми, доступными и прозрачными. Принять комплексную программу поддержки региональных издательств;
- включить в перечень закупок аудиокниги для библиотек;
- выделить часть субсидии на закупку у небольших/региональных издательств книг на национальных языках, краеведческой литературы, социально значимых изданий, направленных на патриотическое воспитание;
- отказаться от ограничительных рамок по году издания книг. При закупках художественной литературы год выхода книги в свет не ухудшает потребительские характеристики книги. Год выпуска критичен для правовой и бухгалтерской литературы;
- упразднить электронные аукционы, упростить процедуру закупок для небольших сумм, предусмотреть возможность для библиотек заказывать книги напрямую от издательства, направляя заказы на утверждение в руководящие органы, исключить закупку книг через единственную библиотеку в регионе, обучать библиотекарей разным вариантам закупок;
- наладить работу портала поставщиков, создать единую базу (контакты) библиотек;
- сохранить и не сокращать объём выделяемых субсидий;
- формирование фонда полностью оставить за библиотекой без каких-либо сторонних требований и жёстких процентных или иных цифровых показателей. ■

Р. Каплин

«ГОЛОСА. НАСТРОЕНИЕ. КНИГИ»

ИЗДАТЕЛЬСКИЕ ВСТРЕЧИ НЕМЕЦКИХ И РОССИЙСКИХ КОЛЛЕГ В ЭПОХУ ПЕРЕМЕН

Решающее значение имеет не геополитика, а качество текста.

Петра Хардт, свободный консультант немецких издательств

Сложная ситуация в книгоиздании проявляется особенно ярко в сфере международных контактов российских и европейских издательств. Российско-немецкие книжные связи выстраивались и создавались в течение почти 30 лет, практически со времени основания Центра немецкой книги в Москве — первого представительства Франкфуртской книжной ярмарки за рубежом. Его первоочередной задачей является содействие продвижению немецкоязычных книг в России и помощь российским издателям, желающим принять участие во Франкфуртской книжной ярмарке. В 2023 г. событие отметит своё 75-летие и пройдёт с 18 по 22 октября.



Центр немецкой книги в Москве традиционно проводит Издательскую школу с немецкими издателями, редакторами, писателями, переводчиками, литературными агентами, менеджерами по правам и их российскими коллегами. В 2022 г. формат был изменён, и издательские встречи под девизом «Голоса. Настроение. Книги» состоялись онлайн. Организаторы пригласили к участию представителей детского издательства «Герстенберг», издательств «Шёффлинг и Ко», «Маттес & Зайтс Берлин», «С. Фишер», «Карл Ханзер», «Ауфбау», «Карлсен», «Спектор Букс», а также основателя и главного редактора издательства «Ад Маргинем» Александра Иванова. Издательские встречи провела руководитель Центра Анастасия Милёхина с переводчиком Михаилом Перегудовым, чья блестящая работа по созданию живого диалога специалистов двух стран была неоднократно отмечена российской и немецкой сторонами.

Основной темой обсуждений стало современное состояние и перспективы сотрудничества книгоиздателей, писателей, художников, переводчиков, литературных агентов и других специалистов в свете происходящих событий. Можно отметить общую позицию российских и немецких коллег: сохранить то, что есть, и стараться не потерять контакты в будущем. О перспективах же говорили лишь в части примерного планирования, какой-либо конкретики не предлагалось ввиду полной неопределённости геополитической ситуации. Как отмечали участники, это новый опыт и никто не знает, что предстоит, надо работать, но, как раньше, точно уже не будет.

Вместе с тем увлечённость работой: издание новых интересных книг, поиск новых авторов и проблемы передачи авторских прав, переводы на русский язык немецких книг и русских — на немецкий, новые дизайнерские решения в оформлении и доступность книг в России и Германии — это причина для оптимизма и настрой на хорошие перспективы, как отметили участники встреч.

ДЕТСКИЙ ЧАС

Первая издательская встреча под названием «Детский час» прошла при участии главы отдела прессы и связей с общественностью детского издательства «Герстенберг» **Андреа ДАЙЕРЛИНГ-БАЙЕР** и детской писательницы и известной художницы из Берлина **Уте КРАУЗЕ**. Была представлена интересная красочная презентация с рассказом об издательстве, его программе, о книжных новинках и не книжных товарах, о правах и лицензиях, о книгах на русском языке, о знаменитом авторе более чем 70 книг, выпущенных издательством, Эрике Карле, совокупный тираж его книги «Голодная гусеница» — более 55 млн экз., она переведена на 88 языков.

Книги широко известной и любимой многими художницы **Ротраут Сюзанны БЕРНЕР** выходят по всему миру, в том числе в России (в издательстве «Самокат»).

Недавно была переведена на немецкий и выпущена в издательстве «Герстенберг» книга **Александры ЛИТВИНОЙ** и **Анны ДЕСНИЦКОЙ** «Старая квартира» под названием «В старом доме в Москве». Это первая книга планируемой серии, и появилась идея сделать такую же книгу о берлинском доме. Книга стала очень популярной, она рассказывает о жизни жителей этой квартиры более чем за 100 лет истории, сейчас выходит уже пятое издание.

Популярны и многие другие книги из России: например, книга «Москва — Владивосток» (издательство «Самокат») о путешествии по Транссибу была номинирована в 2022 г. на немецкую премию в области литературы для детей и юношества.

Уте Краузе, уже знакомая российской публике, рассказала, как создаёт свои произведения для детей и какие темы освещает в своём творчестве, и подчеркнула: «Очень приятно, что встреча получилась и контакт не прервался, что мы всё ещё в состоянии друг с другом разговаривать и такая возможность у нас сегодня есть».

КНИГОИЗДАНИЕ В ЭПОХУ ПЕРЕМЕН



Обсуждение этой темы вызвало большой интерес у участников издательских встреч. Диалог **Петры ХАРДТ**, независимого консультанта, которая в течение долгих лет возглавляла отделы прав и лицензий издательств «Зуркамп» и «Инзель», и **Александры ИВАНОВА**, основателя и главного редактора издательства «Ад Маргинем», позволил прояснить многие аспекты современного издательского дела, общие для наших стран.

Первым вопросом стало влияние искусственного интеллекта (ИИ) на книгоиздание. Как отметила Петра Хардт, сейчас мы ещё пока можем предсказать, куда приведёт развитие ИИ в создании текстов и книг. Выпуск книги издательством отличается от других способов публикации тем, что издатель осуществляет контроль качества текста, заботится о его уровне. Работа издательства связана с рисками, поэтому там есть команда специалистов, каждый из которых контролирует качество на своём участке работы.

— На продукт работает большое количество людей. Смогут ли ИИ их заменить? Откровенно говоря, я в этом

сомневаюсь. Издательства не живут одним днём: книги, которые выпускаются ими, существуют долго, часто дольше действия авторских прав. Планирование издания книг — это длинная временная цепочка. А что может сделать алгоритм? Он умеет лишь то, что ему «скормил» программист, т.е. работать с теми данными, которые в него ввели. В принципе уже сейчас ИИ создаёт неплохие тексты.



Может быть, через какое-то время он будет писать книги и делать ещё что-то. Но контроль качества, работа с каталогом, а главное, совместный путь длиной в десятилетия, которым идёт издательство вместе с автором, не в компетенции ИИ. Он может помочь на этом пути, но заменить людей — нет, — объяснила свой взгляд на проблему Петра Хардт.

«Ключевые задачи издательства ИИ выполнять будет не способен, хотя он может улучшить текст, привести его к каким-то этическим стандартам, распознавая определённые паттерны, которые встречаются в книгах, но пока что ИИ имеет мало общего с тем, чем занимаются издатели»

Эксперт подчеркнула, что ключевые задачи издательства ИИ выполнять будет не способен, хотя он может улучшить текст, привести его к каким-то этическим стандартам, распознавая определённые паттерны, которые встречаются в книгах, но пока что ИИ имеет мало общего с тем, чем занимаются издатели.

Интересную аналогию провёл Александр Иванов: когда люди листают ленту в социальных сетях, они как бы разматывают папирус или свиток, попутно фиксируя разнообразную информацию в своём окружении. В отличие от книги, которая требует более концентрированного внимания, цифровая реальность связана с рассеянным вниманием. И эта рассеянность является определённым вызовом сосредоточенности, концентрации на тексте и отношению к книге, которые были характерны для классического книгоиздания.

Петра Хардт определяет чтение как важнейший аспект жизни и уверена, что люди будут читать всегда, но всё же привычки работы с текстом меняются:

— Оглядываясь на свою профессиональную жизнь, я понимаю, что 20 лет её прошли в аналоговой форме, а 20 лет — с «цифрой». Но я уверена: никакие новые технологии не заменят книгу. Издательства даже на фоне снижающихся тиражей продолжают работу, потому что понимают: читать мы будем всегда.

Издательства накапливают и распространяют информацию, готовы идти на финансовый риск, чтобы знание формировалось внутри страны, а далее благодаря переводам выходило бы за её границы и начинало распространяться по всему миру. По мнению Петры Хардт, эту практику



«В будущем издательствам придётся вкладывать ещё больше сил в сохранение качества книг, чтобы их уровень не снижался, причём в глобальном масштабе. В немецкие издательства сейчас приходит много запросов из Африки, из Индии, из арабских стран. Это множество языков разных народов. Поэтому издателям надо держаться вместе, больше читать, чтобы знать о других странах и других культурах»

заменить не удастся ничем и никогда, несмотря на то что появляются новые форматы потребления контента. В будущем издательствам придётся вкладывать ещё больше сил в сохранение качества книг, чтобы их уровень не снижался, причём в глобальном масштабе. В немецкие издательства сейчас приходит много запросов из Африки, из Индии, из арабских стран. Это множество языков разных народов. Поэтому издателям надо держаться вместе, больше читать, чтобы знать о других странах и других культурах.

— Сама книга будет ещё долго сопровождать нас. Остаются универсальные форматы, темы и имена, которые будут важны и дальше. Ради этого нам всем стоит продолжать работу. Есть очень длинные, вековые истории, например русская классика, тот же А.П. Чехов — культовый автор, чьи пьесы постоянно ставят в театрах Европы. Стоит думать не только о тех, кто формирует книжный ландшафт на ближайшие 20–40 лет, но и о тех, кого будут издавать спустя 100 лет, — подчеркнула Петра Хардт.

Эксперты отметили неопределимый опыт общения издателей разных стран на Франкфуртской ярмарке, которая даёт эмоциональный и интеллектуальный опыт, предоставляет широкий спектр личного общения, способствует оптимизму во взгляде на издательскую деятельность. Также была обозначена потребность в организации на базе крупнейших книжных ярмарок стипендиальных программ и научных стажировок. В этом случае издатели из разных стран не просто посещают какие-то профессионально значимые точки: между ними возникает коммуникационная сеть, которая работает много лет. В связи с этим Петра Хардт вспомнила о своей поездке в российскую столицу:

— Когда я впервые побывала в Москве, я влюбилась в этот город, в издательский мир Москвы, в мир книг, который мне открылся. Я смогла невероятно расширить свой дискурс и кругозор благодаря этой поездке. Поэтому приглашаю: приглашайте коллег, привозите их, общайтесь с ними, так вы сможете создать сеть очень важных контактов, а Франкфурт будет приятным дополнением к такому общению.

Что происходит в издательском мире Германии? Какие тренды прослеживаются в литературе? Как преодолеваются кризисы, связанные с пандемией и современной политической ситуацией? На эти вопросы Петра Хардт постаралась ответить подробно. Но если обобщить, то основные тренды — разнообразие тем, сюжетов, авторов, учёт разных сторон жизни и стремления человека к познанию самого себя.

Заметно, что тексты «умнеют», изменяется и становится интереснее поэзия, появляются новые имена и направления. Например, углубление конфликта между мужчинами и женщинами — это очень острая тема и для художественной литературы, и для non-fiction, потому что женщины сейчас меняют систему и структуру власти, которую мужчины выстраивали под себя и которая обеспечивает их доминирующее положение. Ещё одна тема — как совместить работу и семью, об этом скорее пишут авторы non-fiction. Проблема изменения климата волнует всех, но

особенно остра она в Германии: размышления о том, что, может быть, уже поздно, но надо что-то делать, заполняют страницы книг, пока что в основном тоже non-fiction. И всё же тенденции — это временно. Например, пандемия. На эту тему было написано много книг, но прошло время, и она уже неактуальна. В книжном мире трудно выделить какие-то тренды, как в мире моды, например.

— Я доверяю не тенденциям, а текстам. Текст универсален, а тренды заканчиваются более-менее быстро. Многие издательства посвящают модным темам целые серии, потому что такие книги успешно продаются. А полученные деньги можно потратить на что-то более полезное, — отметила Петра Хардт.

По мнению А. Ивановой, Петра совершила некое философское открытие: ввела категорию издательского времени, или издательского срока. Долгота, присущая отношениям издательства и авторов, — большая ценность. Издательство «Зуркамп» и лично г-жа Хардт сделали много для популяризации русской литературы в Германии и во всём мире. Один из примеров такого успеха — книга Марии Степановой «Памяти памяти. Романс», над которой работало издательство «Зуркамп», являясь владельцем мировых прав на это произведение. Марии Степановой была вручена французская премия за лучший зарубежный роман 2022 г., книга переведена на 15 языков.

На вопрос о влиянии нынешней ситуации на восприятие русской литературы в Германии и других странах П. Хардт ответила, что, как ей кажется, особо события на русские издания не повлияли: книги выходят, пьесы в театрах идут.

— В конечном счёте решающее значение имеет не геополитика, а качество текста. Мы слишком часто думаем в биполярных категориях, но мир становится многополярным, надо размышлять в этом направлении, — подчеркнула эксперт.

А. Иванов согласился, заметив, что издательство «Ад Маргинем» планирует издавать много книг немецких авторов, потому что всегда интересно, что происходит в литературном мире Германии. События последнего времени актуализировали некоторые книги, написанные давно, но прочитанные сегодня как бы заново. Абсолютным лидером стал Э.-М. Ремарк, наблюдается ренессанс его книг по всему миру, они издаются большими тиражами в России, в Европе, в Америке. Очень популярны Томас Манн, Эрнст Юнгер и другие писатели начала и середины XX в.

На вопрос о своих читательских предпочтениях и о том, что она рекомендует к чтению, Петра Хардт ответила, что может назвать сотни авторов, чьи книги ей нравятся и чьи книги можно рекомендовать:

— Мне всегда трудно советовать, какие книги читать. Я своих детей и внуков обычно вела в библиотеку, и они сами выбирали, что читать. Каждый человек индивидуален, у каждого свои предпочтения, и всегда можно выбрать книгу лично для себя. Но может быть, есть смысл идти не от текста, а от издательства: если вы уверены, что издательство хорошее, имеет положительную репутацию и там знают своё дело, то смело читайте и рекомендуйте его книги. Это вопрос воспитания чтения и воспитания чтением. Поэтому очень важно детское чтение, чтобы в будущем человек понимал, что написано живым человеком, а что — ИИ, и отдавал предпочтение «человеческой» книге.

На вопрос о состоянии образования в сфере книгоиздания и подготовки специалистов для книжной отрасли в ФРГ г-жа Хардт ответила коротко: есть множество курсов и факультетов. Самый успешный курс — «Прикладное литературоведение» в Свободном университете Берлина, это как раз то, что нужно издательствам. Там много студентов, молодые люди стремятся туда поступить. Так что проблем с кадрами у издательств Германии нет.

В завершение беседы Петра Хардт ещё раз подчеркнула:

— Я не знаю немецких издателей, которые отказались бы сотрудничать с коллегами из России в связи с текущими событиями. Да, были вопросы перед Франкфуртской ярмаркой, не состоялся российский стенд, были проблемы с выдачей виз. Но ведь это временно. Всё пройдёт. Глупо было бы сейчас разрушать связи, которые нарабатывались десятилетиями. И мы снова будем встречаться и издавать качественные книги хороших писателей, независимо от их места жительства и национальности.

МОДЕЛЬ СВОБОДНОГО ВХОДА

Третий день издательских встреч открылся выступлением переводчика, ведущего редактора издательства «Шёффлинг и Ко.» (Франкфурт-на-Майне) **Забиньы БАУМАН**. Она рассказала о переводах с русского языка на немецкий, о новых именах и новинках издательства, о фестивале «Франкфурт читает книгу» и охарактеризовала современный литературный процесс.



Литературный агент **Томас ВИДЛИНГ** предложил новую модель своего агентства для более свободного входа различных авторов из России в связи с изменившейся ситуацией и выразил надежду на дальнейшее успешное издание русских книг за рубежом, однако выразил тревогу и опасения на этот счёт. Он отметил, что трудности, связанные с пандемией, оказались не такими уж и серьёзными по сравнению с теми, что возникли сейчас. Из-за пандемии были отменены поездки, ярмарки, личное общение, но этот кризис способствовал внедрению новых технологий в работу издательств и литературных агентств. В течение почти 30 лет многие из таких организаций встраивали книги из России в общий издательский ландшафт, чтобы их присутствие на книжном рынке воспринималось как нечто нормальное, обыденное, привычное. Но всё вдруг изменилось в феврале 2022 г.

— Сейчас из-за военного конфликта возникла ситуация невероятной неопределённости. Никто не может знать, что станет с русской литературой через два года. Даже если представить себе, что этот конфликт закончится скоро, та нормальность, которую мы выстраивали десятилетиями, закончилась, ничего нельзя вернуть, — так обозначил проблему Т. Видлинг.

Все стали очень осторожны и прогнозов не дают. Но Т. Видлинг стремится искать другие возможности, чтобы не потерять русскую литературу за рубежом:

— Я всегда считал, что моя роль состоит в том, чтобы строить мосты между российской литературой и немецкими читателями. Наше агентство очень надёжное, все знают, что мы окно в мир русской литературы, и мне бы хотелось, чтобы так и осталось.

Ситуация требует изменений, хотя что-то менять на пике кризиса, по мнению Т. Видлинга, не стоит, надо подождать. Он считает, что сейчас модель эксклюзивного агентства скорее препятствие, чем мост, что в России есть много интересных авторов, которые не имеют агентов и рынка сбыта произведений. Поэтому г-н Видлинг хочет предложить модель для более свободного входа различных авторов из России и надеется, что она будет работать благодаря предыдущим годам успешной деятельности. Есть разные формы, например когда несколько агентств занимаются одним автором, интернет-площадки, рассылки и т.д. По утверждению Т. Видлинга, сейчас будут появляться новые авторы очередной волны диссидентства, те, кто уехал из России из-за несогласия с политикой власти: они отрезаны от российского рынка, пишут, критикуя власть. Но и при работе с такими авторами ни в коем случае не исключается строгий отбор и контроль качества текста.

«Имеет место очень осторожное отношение к авторам и художественным книгам (но не non-fiction) из России. Некоторые издательства отложили публикацию книг из России на следующий год, потому что публика сейчас может на них неадекватно реагировать»

На вопрос, были ли моменты, когда издательства отказывали русскому автору в связи с текущей ситуацией, Томас Видлинг ответил, что имеет место очень осторожное отношение к авторам и художественным книгам (но не non-fiction) из России. Некоторые издательства отложили публикацию книг из России на следующий год, потому что публика сейчас может на них неадекватно реагировать. Были ситуации, когда некоторые издательства и книжные магазины категорически отказывались от русских книг, это относится к польскому книжному рынку: с полком просто снимали книги с русскими именами вне зависимости от политической позиции автора. Нередко издательства опасались вкладывать деньги в русские книги, но это был не бойкот, а экономические причины. Вместе с тем многие считают, что, наоборот, сейчас самое время читать русские книги.

— Я продолжаю сотрудничать со всеми авторами из России. Среди них много тех, чьи книги были изданы раньше. Негативное внимание к России не оказало влияния на это сотрудничество. Издательства выходят на меня и просят русские книги, — отметил Томас Видлинг.

ПРАВА И ЛИЦЕНЗИИ

На издательской встрече «Права, лицензии, новинки независимых книжных издательств Германии» выступили **Андреас РЁТЦЕР**, издатель «Маттес & Зайтс Берлин», и **Ханс БАЛЬМЕС**, руководитель программы зарубежной литературы в издательстве «С. Фишер», соредактор литературного журнала *Die neue Rundschau* («Новое обозрение»). Они представили актуальные литературные программы и ответили на многочисленные вопросы слушателей о сотрудничестве с российскими издателями в столь сложное время. Главным содержанием этой встречи, как и всех других, стало обсуждение вопроса о судьбе принятых к изданию русских книг в Германии и о передаче авторских прав. Как и все немецкие участники издательских встреч, **Андреас Рётцер** и **Ханс Бальмес** выразили уверенность в выполнении всех обязательств перед российскими авторами, с которыми подписаны договоры, по выпуску их произведений и готовность в дальнейшем приобретать права на издание русских книг, а также передавать права российским издательствам для перевода и публикации книг немецких писателей.

Менеджер по правам издательства «Карл Ханзер» **Клаудиа ХОРЦЕЛЛА** в своём выступлении сказала, что весь мир поменялся в феврале 2022 г. Ситуация была очень нервная, отмечался колоссальный рост цен на печать, на бумагу. Многие издательские планы казались невыполнимыми, по мнению большинства издателей, рухнул весь процесс продажи прав за рубеж, и казалось, что в отличие от предыдущих двух лет за год ничего не стабилизируется. Но в конце 2022 г. снова появились запросы о продаже авторских прав за рубеж и состоялась Франкфуртская книжная ярмарка в нормальном формате.

— Никакой самый лучший zoom не может заменить живое общение. Ярмарка вернула нам коллег, эта атмосфера захватывает и включает в водоворот. Слышишь все языки, видишь авторов из самых разных стран. Но на второй взгляд понимаешь, что всё поменялось: проходы стали шире, некоторые важные участники отказались от традиционного стенда. Не хватало многих коллег из Восточной Европы и Азии. Зарубежные партнёры говорили об одной и той же, хотя и разными словами: инфляция, рост цен на книги, падение продаж... Но никто не жаловался, все сохраняли оптимизм, — поделилась своими впечатлениями Клаудиа Хорцелла.

Эксперт отметила рост спроса на художественную литературу в этом году. Покупатели издательских прав хотят книг «полегче», и художественных, и non-fiction, сложнее стало в отношении книг с мрачным содержанием и изданий с большим количеством иллюстраций: их печать стала дорогой. Издатели, которые раньше выпускали высококую литературу, сейчас больше интересуются коммерческими книгами.

«ИЗДАТЕЛЬСКИЙ КАЛЕЙДОСКОП»

Программа под таким названием была представлена издательствами «Ауфбау», «Карлсен» и «Спектор Букс». Три встречи со специалистами этих компаний были интересны участникам семинаров своими новыми программами, развитием разных линий литературы non-fiction, книгами по актуальным темам современной немецкой

жизни. Ведущий редактор современной и классической литературы **Неле ХОЛДАК** и ведущий редактор литературы non-fiction **Кристиан КОТ** издательства «Ауфбау» рассказали об истории издательства, которое было крупнейшим в ГДР и сумело сохранить свой высокий статус в объединённой Германии. Они представили презентации издательских новинок, книги старых и новых авторов, а также произведения писателей из России.

В выступлении **Сильвии ШУСТЕР**, менеджера по правам и лицензиям издательства детской литературы «Карлсен», которому в следующем году исполняется 70 лет, была представлена абсолютно новая программа для начинающих читателей First Reader. Презентация этой программы планируется на книжной ярмарке в Болонье в марте 2023 г., но слушатели издательских встреч познакомились с ней уже сейчас, в том числе с книгами, на которых базируется этот проект. Сильвия Шустер обратила внимание на общую для наших стран проблему: как сделать, чтобы дети читали?

— Отношение детей к книге и сам процесс детского чтения кардинально поменялись, и это связано с социальными сетями. Теперь в школах чтению учат совсем иначе, чем 40–50 лет назад. Дети воспринимают текст по-другому, они во многом ориентируются на картинку для понимания написанного. Мы хотим, чтобы ребёнок воспринимал книгу всем своим существом, чтобы книга дала ему разнообразные положительные переживания, — отметила Сильвия Шустер.

Для этого выпускается серия для самых маленьких читателей «Учиться читать просто». В 2023 г. планируется издать 40 книг этой серии (20 — к ярмарке в Болонье и 20 — к Франкфуртской ярмарке). Первые книги серии уже вышли, они знакомы и российским читателям, потому что переведены издательством «Альпина». Книги набраны крупным шрифтом, простые слова сопровождаются большим количеством картинок.

Автор, издатель и дизайнер компании «Спектор Букс» **Ян ВЕНЦЕЛЬ** в своём выступлении рассказал о работе над книгой «Бабий Яр», которая стала лауреатом конкурса «Самые красивые немецкие книги — 2022» и является уникальным примером работы дизайнеров с помощью новейших технологий для сохранения памяти о трагических событиях человеческой истории. «Наш сегодняшний контакт очень важен, необходимо, чтобы мы держались вместе и говорили о книгах и не только о книгах», — отметил Ян Венцель.

Завершая издательские встречи 2022 г., руководитель Центра немецкой книги в Москве — представительства Франкфуртской книжной ярмарки Анастасия Милёхина подчеркнула:

— Вижу нашу главную задачу в том, чтобы обеспечить возможность диалога, предоставить площадку, где немецкие издатели могли бы озвучить свою позицию, а российские издатели — послушать, задать вопросы, вступить в диалог. Очень важно сейчас понимать друг друга и разговаривать на одном языке. ■

Н.А. Барсукова

*Видеозапись школы представлена по адресу:
https://www.youtube.com/playlist?list=PL5VF26J_JMXUfjWXOUYFRqXzv4a5axkxg*

МЕЖДУНАРОДНЫЕ БИБЛИОТЕЧНЫЕ ДИАЛОГИ: КАКИМИ ИМ БЫТЬ?



В Библиотеке иностранной литературы при поддержке Секции Российской библиотечной ассоциации (РБА) по международному сотрудничеству в гибридном формате состоялся круглый стол «Организация взаимодействия библиотек в рамках проекта “Библиотечные диалоги”».

В мероприятии приняли участие более 40 специалистов библиотек из 20 регионов России. Во время динамичного обсуждения участники постарались осмыслить результаты уже осуществляемых долгосрочных библиотечных диалогов, выявить лучшие практики, составить методические рекомендации для развития и масштабирования этого формата профессионального взаимодействия.

ВЕДУЩАЯ РУБРИКИ

Дарья БЕЛЯКОВА,

руководитель Центра библиотековедения и профессионального взаимодействия ВГБИЛ имени М.И. Рудомино, член Постоянного комитета Секции РБА по международному сотрудничеству

Более 10 лет российские коллеги участвуют в международных библиотечных диалогах, которые являются каналом популяризации лучших достижений и результатов библиотек, включения их в глобальную повестку и продвижения лучших мировых практик в российское профессиональное сообщество. Инициатором и координатором этого формата профессионального взаимодействия является ВГБИЛ имени М.И. Рудомино. Продолжает ли быть актуальным этот формат? Есть ли возможности для расширения географии и тематики диалогов? Кто, кроме библиотечных специалистов, может быть вовлечён в эту работу? На эти вопросы отвечали ведущие эксперты российского библиотечного сообщества, участники Германо-Российского (ГРБД, начат в 2009 г.) и Российско-Американского (РАБД, стартовал в 2016 г.) библиотечных диалогов.

Модератором круглого стола выступила **С.А. Горохова**, советник генерального директора Библиотеки иностранной литературы, учёный секретарь Центральной городской публичной библиотеки им. В.В. Маяковского, председатель секции РБА по международному сотрудничеству, организатор и сопредседатель Российско-Американского библиотечного диалога.



Сегодня мы говорим об уникальных продуктах, которые Библиотека иностранной литературы реализует уже более 10 лет и которыми всегда с удовольствием делится со своими региональными коллегами. Я надеюсь, что это обсуждение позволит ответить на вопрос, актуален ли формат международных библиотечных диалогов в настоящее время, и в случае положительного ответа придаст новый импульс его развитию

(П.Л. Кузьмин, генеральный директор ВГБИЛ имени М.И. Рудомино)



Открывая мероприятие, генеральный директор ВГБИЛ имени М.И. Рудомино **П.Л. Кузьмин** и директор Государственной публичной исторической библиотеки России, президент РБА **М.Д. Афанасьев** обозначили его задачи: выявить характерные особенности международных библиотечных диалогов, ответить на вопрос, в чём ценность и незаменимость этого формата профессионального общения, в свете современной геополитической повестки наметить перспективные регионы для профессионального сотрудничества, его тематику.



В первой части встречи участники поделились наработками и результатами Германо-Российского библиотечного диалога и Российско-Американского библиотечных диалогов.

Об истории развития и задачах ГРБД рассказала его координатор, руководитель Центра редкой книги и коллекций «Вселенная Гутенберга» Библиотеки иностранной литературы **К.А. Дмитриева**. Стартом для этого диалога послужила работа экспертной комиссии по перемещённым культурным ценностям, в которую вошли специалисты из России и Германии. Сначала у обеих сторон практически не было точек соприкосновения, только разногласия, связанные с местонахождением культурных ценностей, перемещённых в годы Второй мировой войны. Постепенно разговор перешёл в другую плоскость: от взаимных претензий — к поиску решений, которые содействуют распространению информации о местонахождении тех или иных документов, обеспечению доступа к их содержанию. За прошедшие годы в рамках диалога в России и в Германии состоялось шесть встреч, в эту работу было вовлечено около 500 специалистов обеих стран: учёные, библиотекари, реставраторы, историки, архивисты.

Особое внимание было уделено практическим результатам ГРБД — определению местонахождения книжных собраний, перемещённых в ходе Второй мировой войны, составлению каталогов этих книг, публикации сводных каталогов библиотек, реконструкции книжных и формированию виртуальных коллекций. О вовлечённости в это профессиональное взаимодействие региональных библиотек, о значимости этой деятельности для региональных специалистов рассказала давний участник проекта **Г.С. Ланцузская**, начальник отдела редких книг Зональной научной библиотеки Воронежского государственного университета. За несколько лет

библиотекой создана база данных книг, перемещённых из её фонда в результате Второй мировой войны. На сегодняшний день база содержит около 4,5 тыс. записей, и этими сведениями пользуются исследователи всего мира.

“Вдохновителем Германо-Российского библиотечного диалога была генеральный директор Библиотеки иностранной литературы **Е.Ю. Гениева**. С 1992 г. регулярно проводились встречи специалистов, их исследования осуществлялись в рамках научно-практической деятельности библиотек. Этот диалог объединяет людей из разных сфер науки и культуры. За годы его проведения были найдены пути для совместной работы, налажены рабочие и человеческие контакты, достигнуты конкретные результаты, вплоть до физического возвращения некоторых перемещённых коллекций и отдельных книг на историческую родину: в Павловск, в Саратовский государственный университет

(**К.А. Дмитриева**, руководитель центра редкой книги и коллекций «Вселенная Гутенберга» ВГБИЛ имени М.И. Рудомино)



Координатор РАБД С.А. Горохова поделилась своим видением организации этого формата мероприятий как площадки для обмена профессиональным опытом и взаимодействия на постоянной основе. Основной акцент был сделан на вовлечении в диалог специалистов всех видов и типов библиотек, представителей разных



Формат библиотечного диалога позволяет каждый год выбирать тему, актуальную для обеих сторон, привлекать к её обсуждению экспертов равного профессионального уровня, вести живые дискуссии, динамично реагировать на мнения коллег, делиться результатами работы в группах. В мире много стран, в которых библиотечное дело находится на высоком уровне, например страны Востока, Азиатско-Тихоокеанского региона, Карибского бассейна. В них строятся новые библиотеки, оснащённые современными технологиями. К сожалению, российские специалисты очень мало знают об этих достижениях, о формах работы с населением, цифровых проектах, кадровой политике и т.д.

(И.Б. Михнова, директор РГБМ)



возрастных категорий, поскольку именно такое разнообразие позволяет реализовывать масштабные совместные проекты и всесторонне изучать актуальные профессиональные проблемы. Отдельно были отмечены такие черты РАБД, как постоянное развитие диалога, создание корпуса документов — итоговых деклараций и положения о РАБД, расширение форм работы, вовлечение более широкого круга участников за счёт гибридного формата, создание молодёжных групп для совместного социокультурного проектирования, активное использование социальных медиа. Основное внимание в рамках РАБД уделяется в первую очередь вопросам работы с сообществом. В ходе профессиональных встреч специалисты обменивались опытом: как библиотеки помогали местному населению в период пандемии, как они могут содействовать достижению Целей устойчивого развития ООН, как работают в рамках зелёной повестки, помогая развивать ответственное отношение к окружающей среде и к собственному здоровью.

О том, какую практическую пользу для профессионального роста сотрудников, для улучшения библиотечно-информационного обслуживания читателей и взаимодействия с местным сообществом принесит участие в международных библиотечных диалогах библиотекам регионов, рассказала директор Новосибирской областной универсальной научной библиотеки С.А. Тарасова. Благодаря встречам РАБД библиотеки Новосибирской области усилили взаимодействие с общественными организациями, региональной администрацией и стали опорными точками по работе с населением.

Вторая часть круглого стола была посвящена выявлению характерных черт формата международного библиотечного диалога и определению перспективных направлений его развития. Модератор дискуссии А.С. Крымская, заместитель декана библиотечно-информационного факультета Санкт-Петербургского государственного института культуры, предоставила участникам встречи возможность высказать свои мнения и предложения. Результаты



Библиотечные диалоги — это международные площадки для обмена опытом, популяризации лучших достижений и результатов работы российских библиотек, обсуждения новых тенденций и проблем в работе библиотек и совместного поиска решений. Создание методических рекомендаций по проведению международных библиотечных диалогов позволит значительно расширить их географию и тематику. Этот инструментарий позволит библиотекам любого уровня организовывать профессиональные диалоги с зарубежными партнёрами по той тематике, которая является для них актуальной. При этом необходимо учитывать, что излишняя формализованность библиотечных диалогов только повредит их развитию. Разговор должен происходить на уровне не организаций, а людей, профессионалов, общественности. Такой подход является намного более результативным

(С.А. Горохова, советник генерального директора Библиотеки иностранной литературы, учёный секретарь Центральной городской публичной библиотеки им. В.В. Маяковского)





обсуждения фиксировались модератором на электронной платформе и были видны как очным, так и дистанционным участникам. Модератор предложила им назвать отличительные черты формата «Международный библиотечный диалог», определить перспективные страны или регионы и ключевых партнёров для реализации подобных диалогов и их актуальную тематику, а также обозначить свою готовность принимать участие в этом профессиональном взаимодействии.

Активными участниками дискуссии стали директор Российской государственной библиотеки для молодёжи (РГБМ) **И.Б. Михнова**, директор Новосибирской областной универсальной научной библиотеки **С.А. Тарасова**, генеральный директор издательского дома «Современная библиотека» **Л.А. Казаченкова**, заместитель директора Департамента экономики и финансов, начальник отдела сводного планирования и отчётности Российской государственной библиотеки (РГБ) **Л.Н. Зайцева**, руководитель Центра библиотковедения и профессионального взаимодействия ВГБИЛ имени М.И. Рудомино **Д.А. Белякова**.

В числе характерных черт обсуждаемого формата профессионального взаимодействия были названы открытость, неформальность профессионального общения, личная вовлечённость, общность интересов, дискуссионность, практическая направленность на

РАБД даёт почувствовать присутствие российских библиотек в глобальной повестке. Ранее мы не осознавали роль и возможности региональных библиотек в решении глобальных вопросов в жизни общества. Участие во встречах диалога помогло нам расширить картину целеполагания, это было полезно для стратегического планирования работы наших библиотек на перспективу, помогло подняться выше повседневных задач

(С.А. Тарасова, директор Новосибирской областной универсальной научной библиотеки)

получение новых знаний и привлечение потенциальных партнёров, актуальность тематики. Тема каждого библиотечного диалога эксклюзивна, зависит от национальной проблематики, специфики сотрудничества, истории взаимоотношений обоих государств, наличия профессиональных вопросов, представляющих интерес для обеих сторон.

Для меня самым важным в этой работе является открытость и ориентация на практический результат. Работа РАБД в период пандемии в онлайн-формате позволила значительно расширить географию участников и уделить достаточно много времени обсуждению практической реализации очень интересных проектов с участием молодых специалистов. На мой взгляд, важной темой для многих стран сейчас является сохранение языков коренных народов. Эту проблему мы могли бы обсуждать с Бразилией, Индией, странами Латинской Америки. В библиотечные диалоги необходимо вовлекать общественные организации и органы власти, чтобы все достижения и наработки получили широкое распространение

(Л.А. Казаченкова, генеральный директор издательского дома «Современная библиотека»)



Хотелось бы поблагодарить Библиотеку иностранной литературы за саму идею библиотечных диалогов и их многолетнюю поддержку. Для всех библиотечных диалогов характерна методическая составляющая, которая их «цементирует», придаёт системность развитию формата. Перспективными темами могут стать сохранение культурного наследия, в том числе сохранность фондов, создание цифровых проектов, цифровая трансформация всех сфер жизни общества, т.е. темы, которые выходят за рамки узко библиотечных, а также подготовка кадров специалистов. Ориентируясь на состав участников, необходимо вовлекать в диалог разные поколения библиотекарей, такой состав даёт наилучшие результаты в практической работе

(Л.Н. Зайцева, заместитель директора Департамента экономики и финансов, начальник отдела сводного планирования и отчётности РГБ)



Важная цель Библиотечного диалога стран СНГ — сохранение общекультурного пространства путём знакомства с современной литературой стран Содружества. Когда люди читают одни и те же книги на разных языках, у них формируется общий культурный код, который помогает вести межкультурный диалог. В этом отношении особую специфику имеет сотрудничество библиотек приграничных регионов. Результаты их профессиональных диалогов как нельзя лучше будут содействовать развитию межкультурной коммуникации обслуживаемых ими сообществ.

Были названы условия, необходимые для эффективно-го развития международного библиотечного диалога. В их числе наличие надёжного партнёра, поддержка местной профессиональной ассоциации и учредителей организаций — участниц диалога, стабильность финансирования, регулярность встреч, продолжение работы в период между встречами в течение года. Для координации работы диалога необходима постоянная инициативная группа. Деятельность должна регламентироваться с помощью уставных и

ежегодных итоговых документов. Необходимо постоянное продвижение результатов работы, информирование о них пользователей и профессионального сообщества. Обязательными условиями были названы также расширение географии участия, репрезентативность каждой из сторон: многообразие организаций-участниц, обновляемый состав членов, в перспективе — создание профессиональной сети участников диалога. Программой-максимум должно быть включение результатов работы диалога в политическую повестку каждой из стран-участниц.

В качестве перспективных регионов для инициирования международных профессиональных диалогов участники круглого стола предложили рассмотреть Содружество независимых государств, страны Азиатско-Тихоокеанского региона, Латинскую Америку, Африку, участников БРИКС и др.

Актуальными темами для обсуждения в ходе диалогов были признаны вопросы сохранения и продвижения мирового и национального культурного наследия; создание общекультурного пространства путём знакомства с современной литературой; вопросы сохранения языков и культуры коренных народов; роль библиотеки в жизни местного сообщества, кадровая политика библиотек в отношении молодых специалистов, их адаптации и профессионального роста.

В завершение модераторы встречи ещё раз подчеркнули важность международного профессионального сотрудничества как катализатора эффективного развития библиотеки, источника новых идей для её социокультурной и образовательной деятельности. Одной из ежегодных площадок для обмена профессиональным опытом в этой сфере стал профессиональный конкурс на лучший международный библиотечный проект «Премия Рудомино». В Год народного искусства и нематериального культурного наследия народов России организаторы конкурса особенное внимание уделяли библиотечным проектам, посвящённым этнокультурному многообразию, работе с многонациональным населением, в том числе с коренными малочисленными народами и диаспорами. Приветствовались проекты, посвящённые приграничному сотрудничеству библиотек.

Доступна видеозапись круглого стола:
https://vk.com/video-59877134_456239503. ■

Д.А. Белякова, С.А. Горохова



Библиотечные диалоги являются оптимальной моделью для достижения взаимопонимания между специалистами разных стран. По своему формату они близки к дипломатическим переговорам. Но в отличие от переговоров мы не стремимся поставить точку в наших взаимоотношениях, а стремимся к их развитию. Чем сложнее политическая ситуация в мире, тем бо льшую важность приобретают библиотечные диалоги и тем перспективнее становится этот формат для налаживания взаимоотношений в культурной сфере

(М.Д. Афанасьев, директор Государственной публичной исторической библиотеки, президент РБА)



ОРГАНИЗАТОРЫ:



РОССИЙСКИЙ
КНИЖНЫЙ СОЮЗ



МОСКОВСКИЙ
ПОЛИТЕХ

**Эксклюзивные
книжные партнеры:**



ЧИТАЙ
ГОРОД

буквоед

Эксклюзивный партнер
Санкт-Петербурга

Партнеры:

КНИЖНАЯ
индустрия

РОССИЙСКИЙ
КНИЖНЫЙ СОЮЗ
КНИГА

книга будущего 2023

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС
МОЛОДЕЖНЫХ ПРОЕКТОВ



Главные книжные новости



Для принятия решений