

Участники встречи сошлись во мнении, что испанским русистам необходимо совершенствоваться в переводе русской классики, но не забывать и о современных российских авторах, тем более что сегодня переводы русской литературы на иностранные языки поддерживаются в рамках целого ряда частных и государственных программ, таких как премия за лучший пере-



«non/fictio№»



Алла Штейнман, генеральный директор издательства «Фантом Пресс» (Москва)

Несмотря на кризис и полную неразбериху вокруг, выставка non-фикшн состоялась! Людей, как и в прежние годы, было очень много, что означает — книга жива. В этом году гораздо больше покупали не художественные книги, и это показатель того, что думающие люди мало доверяют официальной информации и сами хотят разобраться, как устроен мир. Из художественных книг очевидный спрос на умные большие романы — если уж и тратить деньги, то на книги, к которым можно еще раз вернуться. В частности, в нашем издательстве самые высокие продажи были у большого американского романа Филиппа Майера «Сын». Не думаю, что еще пару лет назад этот роман имел бы такой большой успех в нашей стране. А сегодня мы постепенно и медленно становимся частью мирового сообщества, по крайней мере та незначительная думающая часть населения нашей необъятной страны, которая набирает информацию не из телевизора, а из книг и личного опыта.

Появилось много интересного в самых разных сегментах интеллектуальной литературы: современная публицистика, научные исследования, краеведение, российская проза с историческим контекстом. Что еще удивило и порадовало: очень востребованы качественные научно-популярные книги, которых не было еще лет пять назад. Это мощное противоядие от средневекового мракобесия и всякого рода псевдонаучной макулатуры.

Наметился новый тренд в покупках — «осторожность и бережливость». Люди приходили со списками и покупали книги целенаправленно, процент случайных покупок был существенно ниже. Очень хорошо сориентировали читателей списки лучших книг, анонсированных в различных СМИ накануне выставки.

Мне кажется, non/fiction—2015 в полной мере соответствовала своему первоначальному замыслу «не фикция». Но ярмарка явно переросла пространство Дома художника, и организаторам пора задуматься о расширении площадок, чтобы посетителям и участникам дышалось и работалось легче.

До встречи на non/fiction—2016!



Владимир Иванов, директор Приволжской книжной палаты (Саратов)

В Год литературы в Москве прошли три знаковые книжные ярмарки: Московский книжный фестиваль «Книги России» на Красной площади, XXVII Московская международная книжная выставка-ярмарка на ВДНХ и книжная ярмарка non/fictio№17. На первых двух ярмарках у нас были свои стенды, где с достаточно успешными результатами саратовские издатели представили свои книги, а ярмарку non/fiction я посетил в качестве гостя и представителя Саратовской области на подведении итогов конкурса «Самый читающий регион», поскольку Саратовская область вошла в шорт-лист, в десятку самых читающих.

Non/fiction всегда отличало качество представленной литературы. Это не то место, куда стремятся любители легкого чтения и конъюнктурной книги. Если коротко сформулировать тезис ярмарки, то он мог бы звучать как «умная книга для неглупых людей». Тем более приятно удивили большие очереди в кассу ЦДХ, при том что цены на билеты были далеко не символичны. Насыщенной и интересной получилась программа.

Если на ММКВЯ ее «международность» была подчеркнута Ираном, Сербией, Венесуэлой и отчасти Китаем, то, к моему большому удивлению, на non/fiction оказались достаточно интересно представлены не только испаноязычные страны — гвоздь программы, но и Франция, Германия, Швейцария, Израиль, Норвегия, Япония, Италия, Финляндия и другие. Non/fiction получилась в этом отношении более международным книжным проектом, чем ММКВЯ—2015.

В ходе ярмарки удалось встретиться со многими коллегами, с которыми мы обсудили проект передвижной книжной ярмарки «Волжская волна — 2016» в формате «Литературного теплохода». Надеюсь, что многие интересные издательства, представленные на non/fiction, смогут принять участие в «Литературном теплоходе», представить свои проекты жителям Поволжья и насладиться путешествием по великой русской реке.

семейным, деле: «Мы представляем собой сеть магазинов книг по искусству и художественных альбомов, но не являемся магазином академического характера. Наша цель — пропагандировать изобразительное искусство в первую очередь среди посетителей музеев, туристов из разных стран, рассказать им об искусстве прошлого с точки зрения настоящего».

Франц Кёниг поделился также и несколькими специфическими проблемами, с которыми сталкивается компания. С одной стороны, это конкуренция интернет-магазина сети с интернет-сервисом Amazon, с другой — определенное давление со стороны партнеров. Выиграв тендер, компания Walter König стала эксклюзивным торговым партнером бременских музеев и теперь «должна зарабатывать для музеев большие деньги. Перед нами стоит серьезная задача, потому что это не один музей, не два — это целое объединение: 20 музеев, 15 коллекций». В условиях фиксированной цены на книги в Германии и тенденции к ее снижению добиться эффективной работы компании не просто.

Немецкий гость также отметил, что Walter König, являясь сетью из двух магазинов, тем не менее очень неохотно оперирует понятием «сеть», поскольку каждый книжный магазин компании уникален, ассортимент подбирается индивидуально исходя из потребности покупателей, а каждый сотрудник — не просто продавец, но настоящий энтузиаст и относится к своему делу «со страстью». «Наша настоящая страсть — это искусство» — уверяет Франц Кёниг.

Борис Куприянов, соучредитель книжного магазина «Фаланстер» и руководитель русского отдела магазина сети Waterstones в Лондоне, отметил, что книжный магазин при Музее современного искусства «Гараж» был открыт семь лет назад при большой помощи Франца Кёнига: «Это была попытка создать большой европейский музей-магазин, аналогов которому пока нет. Только в Петербурге появился похожий магазин в Эрмитаже».

Этот факт подтвердил Олег Черноусов, руководитель двух книжных магазинов при Государственном Эрмитаже. «Каждая часть магазина отвечает той или иной тематике, и каждая из тематик представлена в зависимости от спроса и интереса покупателя, который для нас очень важен». Одним из значительных нововведений Олег Черноусов считает новый подход

к продаже каталогов текущих выставок и сопутствующих изданий: сейчас у входа и выхода с выставки стоят мобильные стенды, на которых располагается именно тот товар, который в наибольшей степени соответствует тематике экспозиции.

Олег Черноусов и его немецкий коллега согласны, что ориентированные на туристов музейные магазины в разных странах имеют много общего и должны учитывать многообразие интересов и возможностей своей аудитории, совмещая желание удовлетворить как эстетические запросы посетителей (высокохудожественные альбомы), так и утилитарные (каталоги, путеводители, в том числе карманного формата, которые удобно носить с собой), разную покупательную возможность туристов и необходимость обеспечить прибыль. Оба специалиста отмечают, что при всех сложностях в музейных магазинах наблюдается рост продаж, а также дают оптимистичные прогнозы развития этого сегмента книжного рынка.

Деловые все стали

Не менее важные проблемы обозначились и в другом сегменте книжного рынка. Что из себя представляет деловая и бизнес-книга? Как и почему меняется спрос на нее среди разных категорий покупателей? В каком формате издавать: в печатном или электронном? Как заинтересовать читателя и увеличить продажи? Эти и многие другие вопросы обсуждались в рамках дискуссии издателей деловой литературы.

Убьет ли «цифра» бумажную книгу? Эта тема «деловых» издателей волнует, наверное, больше, чем коллег, работающих в других сегментах.

«Нет, конечно. Потому что это как “убьет ли театр кино?”, “Убьет ли радио телевидение” и т.д. Это вечные вопросы. Тем не менее ничто ничего не убивает, просто перераспределяется внимание аудитории. Один человек хочет читать бумажную книгу, и ему важно, как она издана, на какой бумаге, с какими иллюстрациями, а другой просто стремится узнать новую информацию, неважно в каком виде. Не нужно отказываться от одного в пользу другого — нужно издавать и в том и в другом формате, работать над оптимальным сочетанием», — уверен генеральный директор издательства «Манн, Иванов и Фербер» Артем Степанов. «Убьет как минимум половину того, что представ-

лено на выставке. Мы видим уродливые обложки, ужасный переплет, тупой глянец, потому что так экономично, ярко-белую бумагу с черными буквами, что запрещено. Но есть книги, которые приятно читать и приятно взять в руки. И многие из них выживут в любом случае», — утверждает Михаил Горский, генеральный директор издательства «Олимп-Бизнес».

В то же время участники дискуссии отметили, что рост спроса на электронные книги по отношению к бумажным изданиям прекратился, установился некий паритет, и сегодня каждый человек может найти для себя то, что будет ему интересно и нужно. Задача издателя — поддерживать баланс интересов разных читательских групп.

Давно не новость, что художественную литературу больше покупают и читают женщины. А как обстоит дело в сегменте деловой литературы? Склонны ли издатели учитывать пол читателя и вообще — издается ли женская деловая литература?

«Да, издаем, но немного. Типичный образ покупателя книги “Здоровый образ жизни” — это, конечно, женщины, а не мужчины. Если мы хотим издать книгу, четко направленную на женскую аудиторию, то делаем определенный дизайн, шрифт, обложку и название, с которым мужчина никогда не купит», — отвечает Артем Степанов.

Однако «собственно деловой литературы для женщин у нас в России очень мало, и она почти не продается», — говорит Сергей Турко, главный редактор издательства «Альпина паблишер». Тем не менее издатели согласились, что универсальные книги с обложкой, рассчитанной на привлечение внимания женщин, продаются лучше.

Есть специфика и в работе с другой аудиторией — молодежной. Сегодня люди, достигшие возраста 25 лет, порой бывают еще инфантильны. Влияет ли данный тренд на деловую литературу? «Да, сейчас идет инфантилизация общества, и рынок это безусловно учитывает, — подтверждает генеральный директор издательства «Манн, Иванов и Фербер». — Недаром появляются раскраски для взрослых, блокноты в игровом формате, выходит много книг о том, как нужно себя вести, развиваться, планировать свой день и т.д. Пусть это и не деловые книги в полном смысле слова, но спрос на них сейчас растет, поскольку выбор — удовлетворить внутреннего ребенка или нет — все больше решается в пользу первого варианта».

Форма мысли

Лекцию с несколько вызывающим названием «Электронная книга — освобождение автора и читателя» прочитал кандидат философских наук, доцент Высшей школы экономики Кирилл Мартынов.

В современном обществе есть две позиции относительно феномена электронной книги, отметил лектор: первая версия заключается в том, что электронная книга — «это новая форма варварства, когда никто уже не читает, а только заглядывает в свой смартфон». Вторая версия более оптимистичная: на самом деле электронная книга может быть чем-то полезной, и мир с электронной книгой лучше, чем мир без нее. Докладчик придерживается второй точки зрения, хотя и с некоторым количеством оговорок.

«Проблема нашего отношения к электронной книге как к не вполне полноценной замене печатной книги связана с тем, что наш опыт читателя ограничен. Мы представляем классическую обычную книгу такой, какой она стала сравнительно недавно, — отметил Кирилл Мартынов. — Однако значительную часть истории человечества люди читали книги иначе». Возможно, и появление электронной книги стоит воспринимать не как ситуацию радикального разрыва, а как результат некой преемственности. Электронная книга меняет чтение, но при этом имеет свои плюсы. В частности, интересно рассмотреть электронную книгу как способ освобождения читателя и автора. Во-первых, очевидно, что она легче печатной книги и занимает меньше места. Во-вторых, с оцифрованными книгами проще работать: поиск цитат происходит гораздо быстрее и легче. Кроме того, электронная книга освобождает от тирании издателей. Когда книги начали производиться печатным способом, появились профессиональные редакторы и издатели, при этом автор и читатель стали, по сути, их заложниками, считает лектор. Многие книги просто не могли быть выпущены — из-за цензуры, либо из-за того, что не нашли своего издателя. Сегодня зачастую автор и издатель вообще является одним и тем же человеком. Это хорошо видно на примере фанфиков — произведений того или иного феномена, как правило, массовой культуры. Вы выкладываете в Сеть сочинение, которое, кстати, может быть любого объема, по мотивам какого-либо произведения, и другие такие



## «non/fictio№»



Фото Олега Фочкина

же писатели фанфиков их читают. Еще один пример освобождения: электронная книга — это новая модель расширенной электронной памяти. Сегодня почти любую нужную информацию можно найти в электронном виде, что позволяет не запоминать какие-то сведения.

По мнению докладчика, особенностью революции в чтении заключается в том, что книжная и электронная книги будут в дальнейшем существовать вместе: *«будущее книги — это союз электронной книги как главного носителя и бумажной книги как более дорогого и трудного во владении носителя»*.

В своеобразный диалог с Кириллом Мартыновым (хоть и на другой площадке) вступил генеральный директор компании «Директ-Медиа» Константин Костюк, представивший профессиональному сообществу свою книгу «Книга в новой медийной среде».

В своей работе автор рассматривает, как меняется отношение к книге в сложившейся медийной среде. Автор считает, что мы живем в революционное время, мы уже существуем в новой реальности. *«Я вообще считаю, что последствия будут колоссальными, правда, я связываю их не столько с трансформацией книги, сколько с трансформацией информационной среды. Именно она производит те колоссальные последствия во всем: в ментальном, социальном и уж тем более культурном строе, которые в свое время осуществила письменность. Самое первое и яркое последствие заключается*

*в том, что мы сейчас живем не поиском истины, а поиском информации»*, — говорит Костюк.

Книга противостоит этому новому состоянию общества как рупор общества традиционного, где коммуникации отводилась важная, но, в целом, рядовая роль. Книга и сегодня остается органом знания и истины, но с трудом выживает перед многообразием конкурирующих каналов и вызовов. На вопрос будет ли книга существовать в будущем, Константин Костюк ответил однозначно: *«Книга — это не предмет, а форма мысли, поэтому она останется всегда, но новые формы, безусловно, будут появляться»*.

Впрочем, новые формы уже появляются и завоевывают свою нишу. Одна из особенностей новой медийной среды — появление мультимедийных интерактивных книг, представляющих собой, по мнению автора, мост между традиционной и новой информационной средой.

## То, что нельзя напечатать

Хотим мы этого или нет, но электронные издания плотно входят в сегодняшнюю жизнь. Особенности развития новых форм электронных книг и перспективам электронного книгоиздания посвятил свой доклад на конференции «Проектирование электронных изданий. Практические аспекты иллюстрации электронных книг. Выбор технологического решения» доцент кафедры художественно-

технического оформления печатной продукции Московского государственного университета печати им. Ивана Федорова Егор Тулин.

У электронной книги есть свои существенные плюсы, отметил Егор Тулин. Если печатную книгу можно только читать, воспринимать запах типографской краски и ощущать фактуру бумаги, то с электронной книгой все гораздо более разнообразно. Можно слушать аудиосопровождение, смотреть видео, также иногда выбирать сюжет, если речь идет об интерактивных мультимедийных изданиях.

Существенное значение для электронного книгоиздания имеет развитие устройств для чтения. Докладчик отметил постепенное падение интереса к компьютерам, незначительное увеличение количества пользователей смартфонов и устоявшийся контингент пользователей ноутбуков. После 2013 года наряду с падением спроса на планшеты наблюдается стабильный рост интереса к флэблетам (гибрид телефона и планшета). *«Планшеты не оправдали надежд — не заменили ноутбуки, в то время как проверять социальные сети с помощью смартфона гораздо удобнее»*.

Знаковое событие уходящего года — число интернет-пользователей с мобильных устройств превысило пользователей со стационарных компьютеров. Соответственно интерес читателей к электронным изданиям в большей степени идет через мобильные

устройства, чем со стороны обычных компьютеров. Эта статистика позволяет уверенно заявить, что читатель оказывает влияние на физическую структуру издания. Пользователи проявляют интерес к электронным книгам, временами даже отдавая им пальму первенства.

*«Если раньше читатель читал книжки, смотрел их, каким-то образом взаимодействовал с печатными листами бумаги, то сейчас все в основном сидят в своих гаджетах: телефонах и планшетах. И у современного издателя возникает резонное решение: ну не беда, придем к нему в телефон. И тут нужно посмотреть на статистику, она вообще штука охлаждающая. Издателей, которые говорят, что “мы придем в телефон”, 1,2 миллиона на IOS магазинах, 1,3 миллиона на Android, 400 тыс. в Windows. В общем, конкуренция достаточно серьезная»*.

Читатель ожидает от электронного издания новых ощущений, новых эмоций. Он недаром купил планшет или телефон, недаром скачал это приложение. Читатель ждет чего-то большего, чем просто отсканированные файлы или текстовое полотно. Пользователь ждет участия мультимедийности, интерактивности в издании, он хочет с ним взаимодействовать, даже поиграть или развлечься иным способом.

Какие платформы помогут создать электронную книгу? Выступающий перечислил наиболее популярные: digital publishing suite, flash, Epub, iBooks, Origami Engine, Html5, Ceros. У каждой имеются свои плюсы и минусы, но тем не менее они обеспечивают читателю дополнительные возможности получения информации и новых ощущений. *«Люди готовы узнавать что-то новое, готовы к некому новому формату, симбиозу печатной книги и электронной. Электронная книга становится дополнением печатной книги или самостоятельной формой для некоего мультимедийного содержания. То есть мы можем читать физически, но при помощи планшета или телефона и соответствующих программ можем и ощутить некое новое содержание, глубже узнать то, что мы прочитали, увидеть то, чего нельзя напечатать»*.

## «Война и мир» в интерактиве

Показательным примером реализации проекта для интерактивного чтения можно считать приложение



**Алексей Захаренков, генеральный директор издательства «Вита Нова» (Санкт-Петербург)**

*Non/fiction не пропускали ни разу с 2001 года. Ярмарка приятных встреч, дискуссий, разговоров, споров с читателями и продаж в том числе. Вроде и non/fictio№17 мало чем отличалась от всех предыдущих. И все же не хватало куража, праздника, всегда сопутствующих этой ярмарке. Какая-то всеобщая усталость, напряженность. Понятно на фоне происходящего в стране и неудивительно. Но грустно. Правда, это больше касалось второго, основного этажа. Утверждению «дети — святое» ничто не грозит. Праздник третьего этажа состоялся! Спасибо детикам и их родителям! Отдельный разговор и претензии к администрации ЦДХ, но об этом не на этих страницах.*



**Константин Костюк, генеральный директор издательства «Директ-Медиа» (Москва)**

*В Год литературы в России особую актуальность приобрели вопросы сохранения интереса к чтению, будущего бумажной книги и развития рынка книги электронной. Этой теме*

*я совсем недавно посвятил свое исследование «Книга в новой медийной среде», презентация которой прошла в рамках программы ярмарки non-фичин. Я исхожу из того, что битва за книгу только начинается. Новая медийная среда — это нечто большее, чем совокупность электронных устройств или поток медийного потребления, — это новое качество жизни, в котором информация становится не продуктом, а условием жизнедеятельности всех остальных сфер. Книга противостоит этому новому состоянию общества как рупор общества традиционного, где коммуникации отводилась важная, но, в целом, рядовая роль. В этом обществе книга имела особый статус — она несла в себе истину, служила своего рода венцом цивилизации. Эту роль книге придется забыть. Книга и сегодня остается органом знания и истины, но с трудом выживает перед многообразием конкурирующих информационных медиа, каналов и вызовов. Книга не перейдет в следующую информационную эпоху сама по себе, если те, кто занимаются книгой — библиотеки, издательства, книжники, — не вступятся за нее и не создадут нишу, где бы книга чувствовала себя в безопасности.*

Ярмарка non/fiction продолжает и сегодня оставаться местом встречи читателя с качественной литературой, местом интересных дискуссий, местом встречи с авторами, где подобный разговор, который мы инициировали, вызывает живой отклик.



**Полина Ермакова, главный редактор издательства «Арка» (Санкт-Петербург)**

*Издательство «Арка» в этом году празднует десятилетие, а это значит, что мы принимали участие в выставке non/fiction десятый раз. Надо сказать, non/fiction — это именно та выставка, на которую мы неизменно приезжаем, несмотря на все неудобства и очень высокие арендные ставки на все: стенд, зал для презентации и даже грузовой лифт. Но приходится терпеть, так как именно эта выставка позволяет встретиться с нашими московскими читателями, которые знают и любят издательство. Покупатели на non/fiction — лучшие читатели, неравнодушные: они советуют, критикуют, предлагают — таких профессиональных читателей, как на non/fiction, мало где встретишь.*

В этом году выставка прошла очень удачно для «Арки», мы представляли много новинок. Среди книг для взрослых особым успехом пользовалась монография «Мой Эрмитаж» Михаила Борисовича Пиотровского и «Как говорить с детьми об искусстве XX века» Франсуазы Барб-Галль; среди новинок для детей московские читатели охотно покупали книгу «Чудо с хлебами и рыбами», посвященную новозаветным сюжетам в мировом искусстве, и «В Эрмитаж прошел поэт», презентация которой с участием авторов, Галины Дядиной и Андрея Усачева, прошла с большим успехом.

Надеюсь, что и в следующем, 2016 году, мы не разочаруем профессиональных и взыскательных посетителей выставки, встречи с которыми мы ждем каждый год.