

Электронное книгоиздание в России (2016)

Производство и распространение электронных книг в России: структура, проблемы и перспективы

- Электронное книгоиздание в России (2016)
 - Ударная пятилетка. Краткие итоги
 - Ситуация с печатными книгами
 - Причины спада: инфраструктура и образ жизни
 - Аудитория электронных книг
 - Экраны чтения
 - Проблема форматов
 - Структура рынка
 - Производство
 - B2G
 - B2C
 - Иностранные участники рынка
 - Государственное регулирование
 - Книги: проблема доступа и задачи государственного регулирования
 - Трансформация индустрии
 - Благодарности
 - Библиография
 - Примечания

Ударная пятилетка. Краткие итоги

За пять лет, прошедших после выхода в 2011-м году первого обзора электронного книгоиздания в России ¹, ситуация на этом рынке

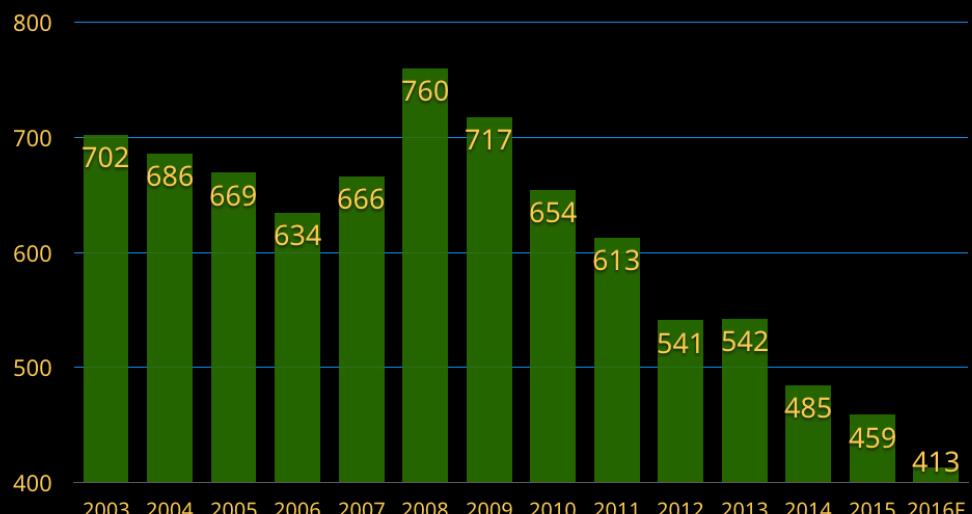
значительно изменилась: в 3 раза вырос актуальный ассортимент, продажи электронных книг в денежном выражении выросли примерно в 7 раз (розничные — в 20 раз). Выросла и аудитория электронных книг — пользуются электронными книгами примерно 1/3 всех читателей ². При этом само потребление электронных книг всё больше переходит с экранов специализированных устройств на экраны смартфонов.

Изменилась и структура рынка: успели появиться и уйти с рынка несколько крупных магазинов, крупнейший магазин и агрегатор приобрел нового совладельца, российские сервисы, связанные с электронными книгами начали успешно развиваться за рубежом. Главное — электронные книги стали значительно более привычны для читателей, а издатели, несмотря на не слишком значительные доходы от продажи электронного контента, всё более активно работают на этом рынке.

Ситуация с печатными книгами

Рост потребления электронных книг явно контрастирует с продолжающимся спадом, который переживает книжная индустрия в России. Если судить по данным производства печатных книг, сам по себе экономический кризис — далеко не единственная причина спада производства. На него, безусловно, оказали влияние несколько волн экономического кризиса, заметных на графике. После 2008 года общее производство книг сокращалось практически ежегодно. Индустрия постаралась выправиться в 2013 году, но уже в 2014 её накрыла волна общей экономической рецессии в стране ³.

ПРОИЗВОДСТВО КНИГ (В МЛН ЭКЗЕМПЛЯРАХ)



Индустрия, хотя и с некоторой задержкой, реагирует на снижение спроса. Издательства стараются удовлетворить спрос самых разных читателей и стремятся сдержать сокращение ассортимента, а то и увеличить его — за счёт издательств, которые выбывают с рынка:



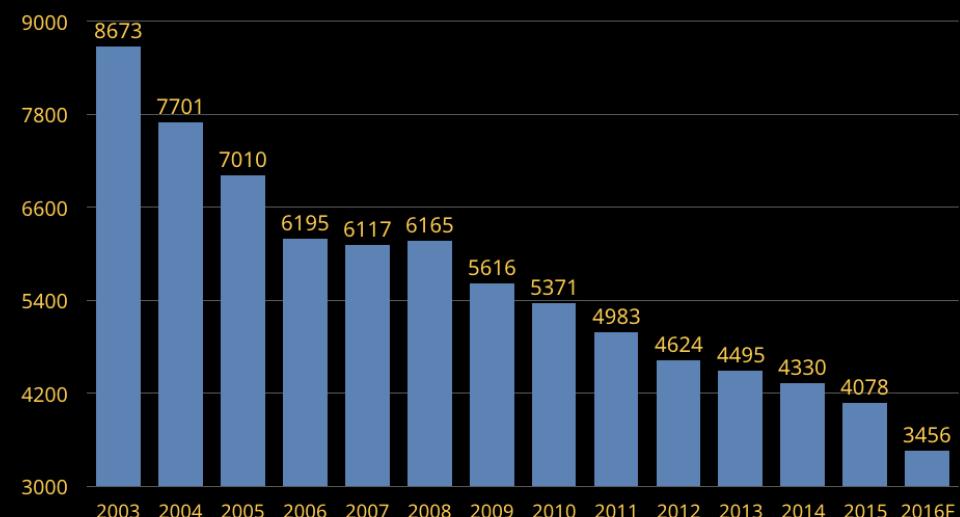
Общий спад выражается не только в сокращении тиражей, но и в сокращении денежных доходов:



Рынок в денежном выражении уменьшается не так заметно, поскольку издательства, стремясь сохранить доходы, повышают цены (с 2011-го по 2015 год — примерно на 22%). На этом графике, кроме прочего, хорошо видно, что существенный рост доли доходов, приходящихся на электронные книги, пока не компенсирует снижение продаж печатных книг, а значит никакой угрозы этим продажам так же не создаёт.

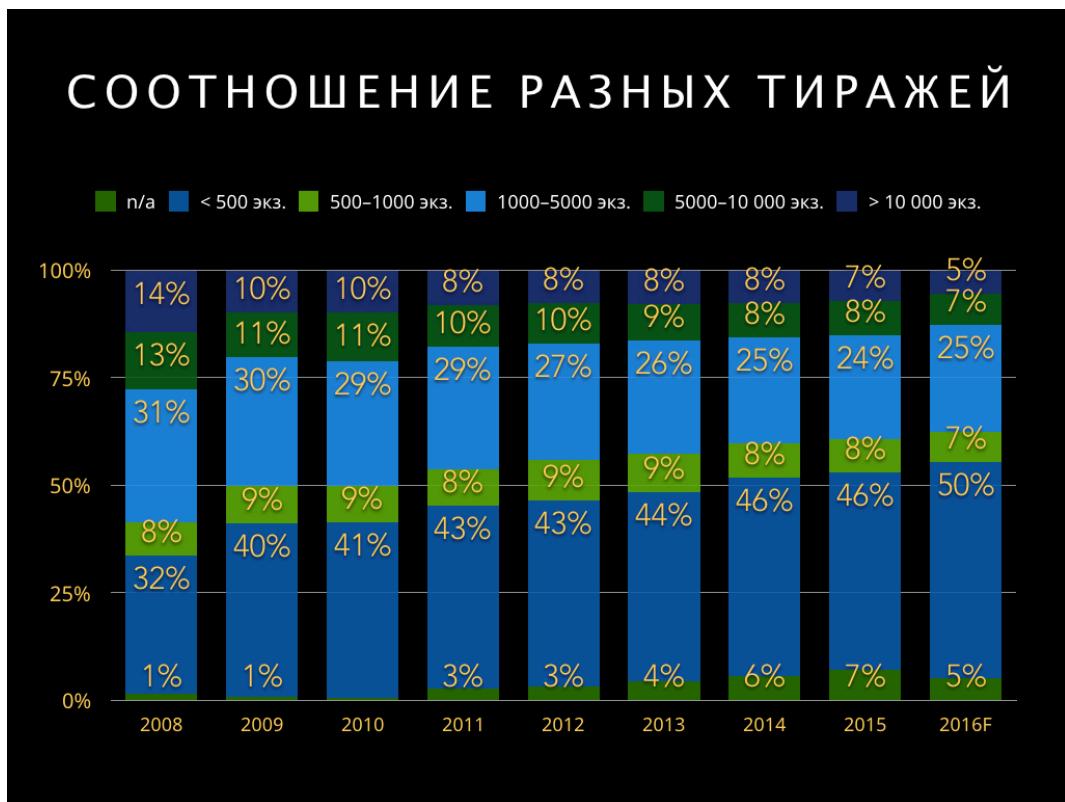
Сокращение валового тиража — вместе с усилиями по сохранению ассортимента — вместе, что логично, приводят к постепенному сокращению среднего тиража. Как видно, на это сокращение общий экономический кризис влияет не слишком значительно — снижение носит довольно плавный характер:

СРЕДНИЙ ТИРАЖ (В ЭКЗЕМПЛЯРАХ)



С 2011 года средний тираж книг, выпускаемых в России, снизился примерно в полтора раза, а за последнее десятилетие — практически в 2 раза. Примечательно, однако, не только то, что уменьшается средний тираж, но и заметно меняется доля разных тиражей в общем ассортименте.

СООТНОШЕНИЕ РАЗНЫХ ТИРАЖЕЙ



После 2011 года доля книг в ассортименте, выпускаемых тиражами до 1000 экз., превысило половину всех издаваемых в России книг. Доля же бестселлеров, книг с тиражами более 10 тыс. экз., напротив, сократилась за последние 8 лет практически вдвое. Даже издательства среднего размера, не говоря уже о небольших издательствах, всё чаще оперируют небольшими тиражами, поскольку большие тиражи могут позволить себе, как правило, только издательства крупные. Практически нормой стал первый тираж книги в две-три тысячи, а то и вовсе в одну тысячу экземпляров. При этом издательства, выпускающие научную и профессиональную литературу, уже практически целиком перешли на выпуск минимальных тиражей в несколько сотен экземпляров, печатающихся с помощью малотиражного цифрового производства. Более того, в ответ на меняющийся запрос со стороны издателей развивается и цифровая печать: традиционные полиграфические предприятия закупают соответствующее оборудование, и появляются новые проекты, типа инвестиционно-издательской группы Т8⁴, ориентированные исключительно на обслуживание малых заказов книжных издательств.

Причины спада: инфраструктура и образ жизни

В чем причина такой ситуации в книжной индустрии? Полагаем, что можно говорить о двух принципиальных факторах, являющихся ключевыми для этого процесса: (1) радикальное сокращение традиционной книжной дистрибуции и (2) изменения, которые происходят в образе жизни.



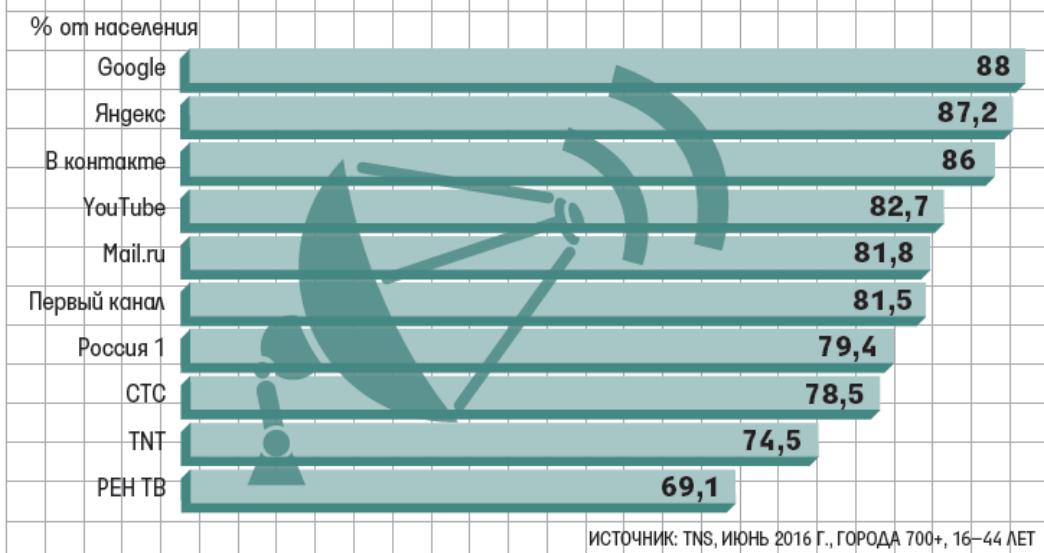
В 2011 году в России было примерно 3 тыс. книжных магазинов, к 2014 году их число сократилось на 30% и незначительно увеличилось в 2015 году до 2221⁵. Несмотря на развитие интернет-торговли, ни один из книжных интернет-магазинов так и не смог стать «российским Amazon», на продажи которого приходится более половины розничной торговли книгами в США. Поэтому уменьшение точек физических продаж — это прежде всего сокращение дистрибуции, поскольку основная часть книжной розницы в России до сих приходится на книжные магазины

(больше половины всех розничных продаж) и федеральные книжные сети, на которые вместе приходится почти 70% розничных продаж⁶. Но кроме того, уменьшение количества магазинов — это сокращение «средней длины полки», то есть сокращение книжного ассортимента, который может быть актуально представлен потребителю: тираж книги — это не только товар, но и его реклама. Снижение дистрибуции в магазинах ограничивает и размер тиражей, и книжный ассортимент.

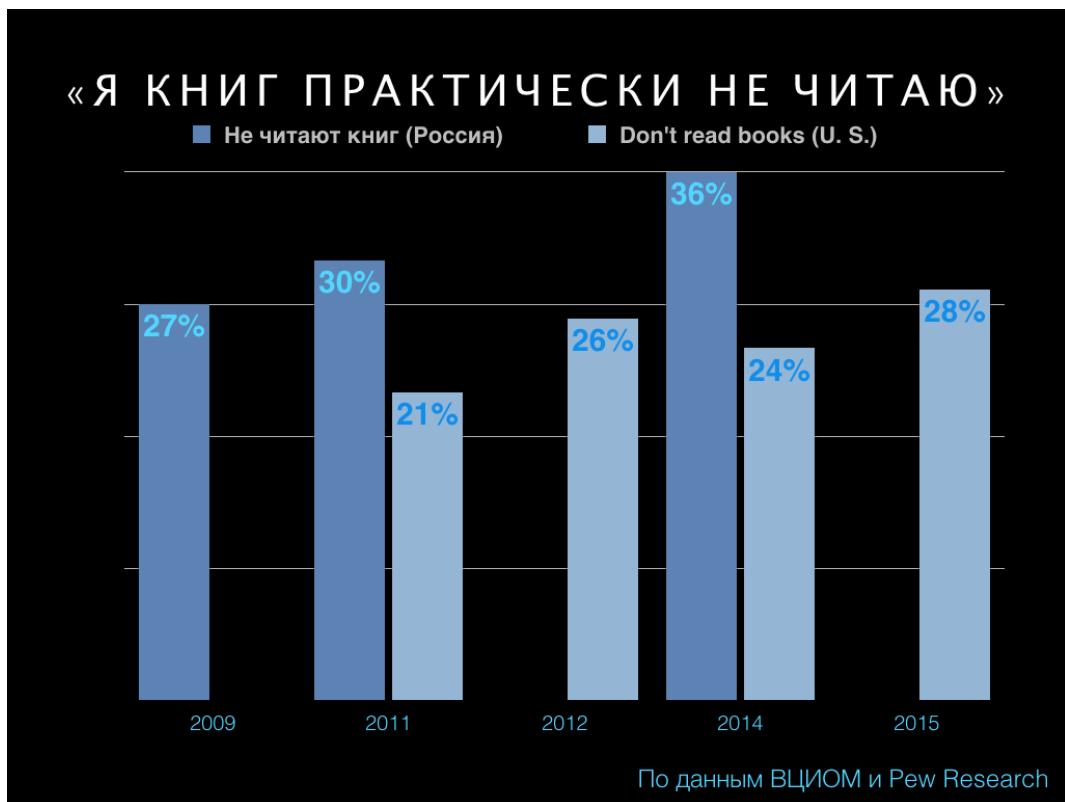
Сокращение инфраструктуры, впрочем, не единственная причина спада в индустрии. Более существенная, на наш взгляд, — постепенное уменьшение количества читателей книг и объёма их чтения. Уменьшение количества читателей происходит прежде всего за счёт сокращения времени, которое уделяется чтению, не связанному с образованием или профессиональными обязанностями. Конкуренция с новыми медиа — тенденция, которую можно было наблюдать уже и пять лет назад. К концу 2015 года в России насчитывалось 80,5 млн интернет-пользователей. При этом больше половины из них (57%, 66,5 млн) выходили в сеть каждый день. И в среднем проводили в нём 148 мин, из них в мобильном интернете — 110 мин⁷. По другим данным⁸ уровень использования интернета среди населения России в возрасте 16+ достиг отметки 70,4% (в 2014 — 67,5%).

В апреле 2012 году ежедневная аудитория yandex.ru, самого популярного сайта России, впервые превысила ежедневно аудиторию крупнейшего телеканала⁹. В 2016 году уже пять интернет-сайтов — «Яндекс», Google, «В контакте», YouTube и Mail.ru российского интернета — обогнали по размеру аудитории российские телеканалы (в 2016-м году замеры делались несколько для другой аудитории — жители городов с населением более 700 тыс. чел. в возрасте 16–44¹⁰, однако полученные данные не менее показательны).

Охват аудитории крупнейших интернет-проектов и телеканалов



Нельзя сказать, что аудитория интернета не читает. Напротив, значительная часть интернет-пользователей как раз **читает**, но — не книги, а новостные ленты, статьи на интернет-ресурсах, посты в блогах и социальных сетях. Вот только на чтение книг у россиян остаётся всё меньше времени. По данным регулярных опросов ВЦИОМ ¹¹, если в 2009 году только четверть опрошенных говорила о том, что вообще не читает книг, то в 2014 году их доля увеличилась до 36%, это более трети всего взрослого населения страны ¹². Нельзя сказать, что снижение интереса к чтению — исключительно российская тенденция. Данные мониторинга американской исследовательской организации Pew Research Center ¹³ показывают, что и в США, в одной из самых развитых «книжных» наций мира, с каждым годом постепенно становится всё меньше читателей. С 2011 по 2015 год доля тех, кто прочитал хотя бы одну книгу за последний год, снизилась с 79% до 72%.



Аудитория электронных книг

На общем фоне снижения количества времени, уделяемого книгам, весьма оптимистично смотрится тенденция роста относительного числа читателей электронных книг.

ВЦИОМ, 15/09/2014, GOO.GL/5RYSM5 И ОЦЕНКА «ЛИТРЕС» ПО ДАННЫМ
«РОССИЙСКОГО ИНДЕКСА ЦЕЛЕВЫХ ГРУПП» (2015)

КНИГИ ИЗ ИНТЕРНЕТА (И ЭЛЕКТРОННЫЕ КНИГИ)

30%

22,5%

15%

7,5%

0%

5%

11%

18%

28%

2009

2011

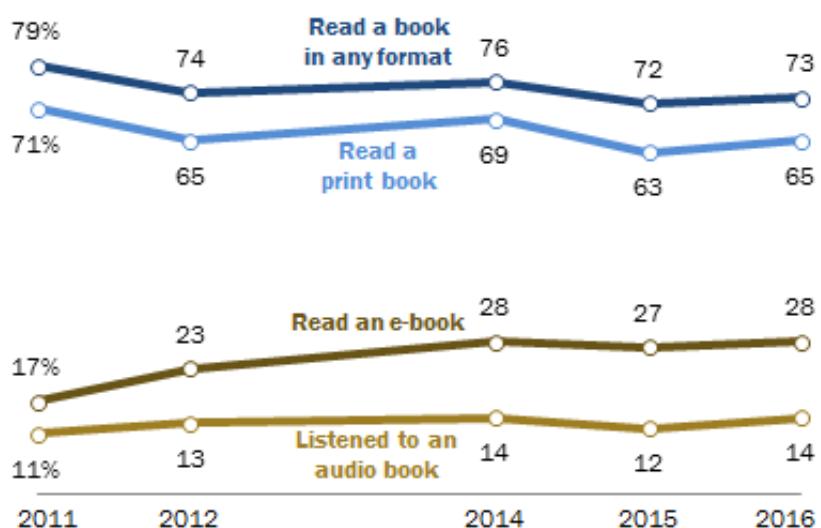
2014

2015

Последние данные на этой диаграмме (28% в 2015 году) — из исследования «Российский индекс целевых групп». Это сумма долей респондентов, которые как минимум иногда читают электронные книги. Любопытно, что тот же показатель в другом исследовании — «Мониторинге состояния московского книжного рынка» Российского книжного союза: это доля посещающих книжные магазины москвичей, которые признались в том, что «скачивают книги из интернета». Удивительно, что тот же самый уровень проникновения электронного чтения в США:

Print books continue to be more popular than e-books or audio books

% of U.S. adults who say they have ____ in the previous 12 months



Source: Survey conducted March 7-April 4, 2016.

"Book Reading 2016"

PEW RESEARCH CENTER

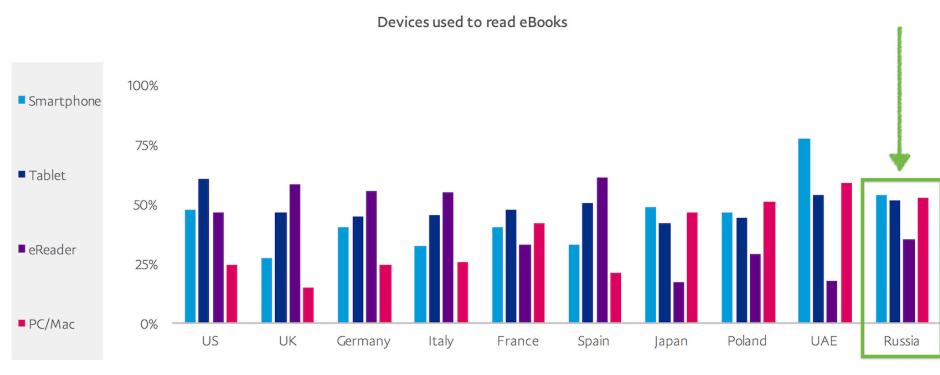
В 2015 году опрос ВЦИОМ о чтении и библиотеках дал схожие показатели: 17% предпочитают читать электронные книги, а ещё 16% читают книги в электронном виде в исключительных случаях, предпочитая другой формат, — в сумме 33%. С учётом заданной статистической погрешности в 3,5% разница с исследованием «Российский индекс целевых групп» невелика. Следует отметить, что лишь незначительная доля читателей электронных книг пользуется только и исключительно ими. Большинство читает и бумажные, и электронные книги. Однако электронные книги уже не вызывают практически никакого удивления: только 3% опрошенных ВЦИОМ в 2015 году ¹⁴ не знали, что такая электронная книга.

Экраны чтения

В отличие от бумажной книги, которая, за исключением некоторых специальных изданий для детей (книги-игрушки) или изданий образовательного (рабочие тетради) и развлекательного характера (раскраски), имеют общую форму и предполагают единственный способ их использования, электронные книги можно читать по разному — в силу различия форматов и способов их обработки — с помощью разных устройств и программ для чтения. Исторически первый способ отображения электронных книг — экран компьютерного монитора — был и наиболее распространенным ещё 4 года назад. По данным опроса, проведённого РОМИР в 2012 году, 42% респондентов читали электронные книги с помощью ПК, 38% — с помощью ноутбука. За это время популярность экрана компьютера уменьшилась:

Dedicated eReaders are more popular among western eBook consumers

In markets like Japan, Poland and Russia, multifunctional devices like smartphones win out over eReaders



Если верить данным исследования «Digital Media Consumers» по заказу PayPal (2016), три вида экранов — ПК, планшеты и смартфоны — примерно одинаково популярны в России для чтения, в то время как букридерами, специализированными устройствами для чтения электронных книг, пользуются только около четверти пользователей. «Мониторинга московского книжного рынка», проводимый экспертами Российского книжного союза, даёт иную картину: наименее популярны экраны компьютеров, примерно одинаково — планшеты и букридеры, а наиболее

популярны смартфоны:



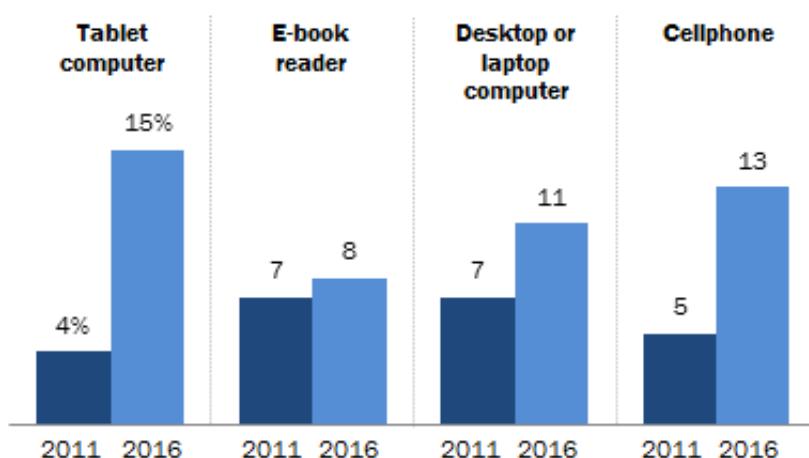
При всём сравнительном различии (связанном, по всей видимости, с формулировками предлагавшихся респондентов ответов) выводов двух исследований, примечательно уже то, что экран компьютера до сих пор остается актуальным. Можно предположить, что это связано не только с тем, что распространение удобных носимых устройств не приобрело тотального характера, но и с тем, что в некоторых случаях размер экрана имеет значение, в частности, для чтения электронных книг в формате цифровых реплик.

Что касается других устройств для чтения книг — букридеров, — то можно констатировать, что они всё ещё остаются достаточно популярными, однако их распространение в ближайшие годы, вряд ли будет повышаться, поскольку с точки зрения массового потребителя они имеют лишь ограниченные своей прямой функцией возможности. В странах, где букридеры по преимуществу являются частью инфраструктуры

дистрибуции (прежде всего США, но также Великобритания, Германия и др.), тренд на снижение их популярности будет менее выражен: зачем отказываться от хотя и малофункционального, но недорогого и удобного устройства? Однако сохранение (или даже увеличение) абсолютного количества букридеров на руках у пользователей всё равно не сможет остановить относительное сокращение их доли за счёт ростам числа пользователей универсальных мобильных устройств. Именно такие тенденции демонстрирует, в частности, рынок США:

More Americans are reading books on tablets and cellphones, even as dedicated e-reader use has remained stable

% of U.S. adults who have read an e-book in the last year using a/an ...



Source: Survey conducted March 7-April 4, 2016.
"Book Reading 2016"

PEW RESEARCH CENTER

Рост использования планшетов и смартфонов для чтения книг — это не только изменение привычек читателей, но и важный драйвер для роста рынка, поскольку распространение мобильных устройств одновременно само по себе обеспечивает появление у пользователей экранов, подходящих, в том числе, и для чтения электронных книг. Телефон не покупают для того, чтобы читать, но его приобретение обеспечивает

возможность читать.

Эта тенденция тем более актуальна для рынка электронных книг в России: за все годы его существования ни одной компании так и не удалось создать розничную экосистему, аналогичную тем, которые выросли вокруг букридеров Amazon, Kobo или Tolino — «удобный недорогой букридер вместе со встроенным магазином электронных книг». Эксперименты и крупных компаний-дистрибуторов («ЛитРес» с Litres:Touch и «Озон» с Ozon Galaxy), и производителей устройств (Wexler и PowerBook) с выпуском на рынок букридеров с привязкой к ним магазинов не были слишком успешно. Во всяком случае, повторить успех Amazon никому из заметных участников российского рынка не удалось. Причиной этого стали прежде всего отставание с запуском проектов по отношению к спросу, ограниченный ассортимент, недостаточно конкурентные цена и качество самих предлагавшихся устройств и слабый брэндинг. Для читателя в США не является проблемой ответ на вопрос, где именно можно купить бумажную книгу: экономическое поведение покупателей ориентировано прежде всего на общенационального дистрибутора, а уже затем на независимые магазины и крупные сети. Такому покупателю нет нужды объяснять, что книги есть в Amazon. Это, конечно, не означает, что потребители электронных книг в странах даже с развитой экосистемой читают только те книги, которые они покупают в магазинах: как раз наоборот, чем больше неавторизованного для дистрибуции контента потребляет пользователь, тем больше денег он тратит в магазинах электронных книг. Просто он привык искать и покупать книги сначала в том месте, о котором он хорошо знает.

Отсутствие такой же развитой экосистемы розничной дистрибуции электронных книг в России, помимо прочего, привело к тому, что в рознице, за редким исключением, не прижилась и система закрытой дистрибуции, предполагающая работающие DRM, инфраструктуру защиты от копирования, к которому привыкли пользователи Kindle и других аналогичных устройств и соответствующих платформ. Нельзя сказать, что

DRM вовсе не используется при разных продажах, однако он ограничивается только книгами отдельных правообладателей в другой модели дистрибуции, основанной на предоставлении доступа на основе подписки. Единственная сфера, где те или иные инструменты DRM актуальны, это электронно-библиотечные системы (см. далее).

Проблема форматов

Как уже отмечалось выше, электронные книги, в отличие от книг бумажных, могут существовать в нескольких видах и соответствующих форматах, диктующих способ их производства и дистрибуции. Наиболее распространенные форматы для розничной дистрибуции — текстовые (форматы на базе XML) — EPUB и FB2. Формат **EPUB** — основной формат электронных книг для мировой книжной индустрии, разработкой которого занимается некоммерческая организация International Digital Publishing Forum ¹⁵ благодаря усилиям своих членов — крупнейших мировых издательств и IT-компаний. В 2011 году форумом была одобрена спецификация 3.0 ¹⁶, которую к настоящему времени поддерживают все основные дистрибуционные платформы (включая Amazon Kindle, файлы в базовом формате которой получаются в результате конвертации из EPUB). EPUB в спецификации 2.1 поддерживается подавляющим большинством букридеров, продающихся на российском рынке (за исключением совсем страх моделей), а также большим количеством программ для чтения, распространяемых для мобильных операционных систем iOS и Android. Формат EPUB в версии 2.1 дистрибутируется основными российскими платформами и сервисами. Чего, к сожалению, нельзя сказать о формате EPUB версии 3.0, распространение которого ограничено сайтами небольших издательств и платформой Apple iBookstore (с сопутствующими ограничениями). Формат электронных книг **FB2** был разработан российским программистом Дмитрием Грибовым. Формат отличался компактностью,строенными опциями для форматирования типичных для художественного стилей. На момент появления формата он был наиболее

продвинутым среди имевшихся на то время (2004) в «зоопарке» форматов. За несколько лет формат получил особую популярность в России и даже на какое-то время стал де-факто стандартом для электронных книг, распространявшихся на русском языке. Кроме того, FB2 вместе с соответствующими инструментами производства и конвертации в другие форматы электронных книг стали технической платформой для «ЛитРес». На сегодняшний день, однако, формат FB2 серьезно устарел по сравнению с EPUB (даже в версии 2.1, не говоря уже о версии 3.0), однако, неплохо отображая «текстовые» книги несложной структурой, остаётся самым популярным форматом электронных книг, распространяемых в России посредством скачивание файлов. Формат **MOBI/KF8**, поддерживаемой платформой Amazon Kindle, за последнее время набрал некоторую популярность среди российских пользователей букридеров и программ для чтения Kindle, несмотря на то, что Amazon так официально и не вышел на российский рынок. Однако букридеры Amazon продает российским пользователям со своего международного сайта. Кроме того, к российским пользователям устройства попадают посредством «серого» импорта, а сам магазин Amazon используется небольшой категорией пользователей, которые покупают в магазине книги на иностранных языках. Помимо платформы Amazon Kindle, электронные книги в формате MOBI/KF8 (без DRM) дистрибутируются магазином «ЛитРес» и некоторыми другими. Книги в формате **PDF** до недавнего времени использовали для розничной дистрибуции только небольшие издательства академической, образовательной и профессиональной литературы для книг, конвертация которых в текстовые форматы в силу сложности макета была слишком сложной (и, соответственно, дорогой), а сами подобные издания были нужны пользователям именно в таком виде, который позволял бы использовать их в качестве цифровых реплик бумажных книг (прежде всего — с сохранением пагинации). Однако после того, как «ЛитРес» (и некоторые другие магазины) стали принимать к дистрибуции готовые файлы PDF от таких издательств для распространения, их популярность несколько возросла и в розничной дистрибуции. Кроме того, формат PDF

является основным для распространения книг по модели предоставления доступа через электронно-библиотечные системы.

Структура рынка

Рынок электронных книг в России в значительной степени интегрирован с традиционной (бумажной) книжной индустрией на стадии производства, однако обладает высокой степенью независимости в том, что касается дистрибуции контента. Интеграция с производством связана с тем, что дистрибуция электронного книжного контента пока не способна в большом масштабе полностью поддержать своё производство. Проектов, которые занимаются только и исключительно производством и распространением электронных книг в стране очень мало. Даже те компании, которые осуществляют агрегацию, конвертацию и дистрибуцию электронных книг, не готовы на полный цикл производства (вместе с инвестициями в контент), который они, как правило, получают от традиционных издательств.

В результате типичный для нынешней российской книжной индустрии процесс появления электронной книги у читателя — это конвертация файла электронной книги из издательского макета (в лучшем случае) или подготовленного для передачи в типографию PDF (в худшем и наиболее распространенном случае) силами издательства (реже — сторонним сервисом, чаще — агрегатором) и его передача агрегатору для дистрибуции конечным потребителям. В редких случаях полученные таким образом файлы издательства самостоятельно дистрибутируют через собственные сайты-магазины или налаживают каналы распространения через сторонние, в том числе иностранные, платформы.

Единственное исключение с этой точки зрения — сервисы, обслуживающие авторов, решившихся на самостоятельную публикацию (Riderо, Bookscriptor и др.). В этом случае, однако, их экономика, в отличие традиционного издательства, держится не на розничных продажах самих

книг, но на прямых платежах клиентов-авторов или отчислениях бизнес-партнеров.

Другая особенность электронных книг — разнообразие их форматов и связанных с ним особенностей их потребления и каналов дистрибуции — ещё более способствует развитию собственной сети распространения, практически независимой от традиционной книжной. По-видимому, единственный случай, когда распространение книг разных форматов происходит параллельно — сотрудничество «ЛитРес», продающего электронные книги, и «Озон», продающего бумажные, которые отправляют своих пользователей к партнёру за бумажными и электронными книгами, соответственно.

Построенная таким образом инфраструктура производства и дистрибуции электронных книг (и связанные со сложившимися особенностями соответствующих сервисов ограничения) диктует минимальный набор каналов распространения и бизнес-моделей, реализуемых в России: продажа файлов (как правило, через агрегатора) в розницу и передача файлов посредникам для предоставления абонентского доступа розничным или институциональным потребителям. Постепенно начал внедряться прокат электронных книг публичными библиотеками и включение в систему дистрибуции и маркетинга электронных книг операторов связи. Бизнес-модели рекламной монетизации, продажи контента по частям, маркетингового продвижения через чтение электронных книг и др. — в отечественной книжной индустрии электронных книг практически не реализуется хоть в сколько-нибудь заметном объёме. Это, безусловно, связано и с тем, что книжная индустрия вообще не слишком поворотлива и не склонна быстрым переменам, и с тем, что книжный рынок недостаточно велик, чтобы обеспечить пространство для эксперимента. Следует учесть, что при своих размерах российский рынок ещё и олигополизирован: крайне небольшое количество издательств контролируют не только выпуск большой части самой популярных книг, но и их дистрибуцию как в бумажном, так и в

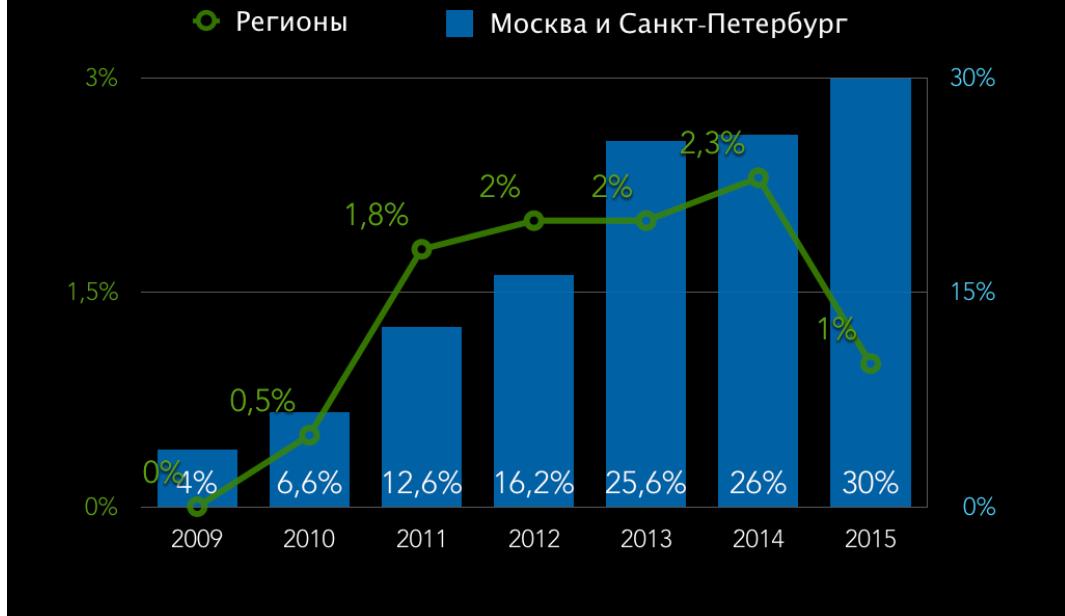
электронном виде. На конец 2015 года топ-20 издательств — это 29% совокупного ассортимента и 65% всех тиражей. Первые 10 издательств — это больше половины (55%) всех продаж. Кроме того, две крупнейшие издательские группы (ЭКСМО и Просвещение) — это по меньшей мере 16% ассортимента, 32% тиражей и 40% продаж.

С этой точки зрения причины отсутствия каких-то существенных инноваций в книжной индустрии становятся вполне понятны. Не исключено, что как-то «расшевелить» рынок могли бы иностранные игроки, однако ждать их не приходится (см. об этом ниже). Кроме того, направить развитие индустрии в новое русло могло бы государство, но в его подходе к регулированию книжного рынка, к сожалению, не просматривается никакой внятной стратегии развития: ни пресловутая программа пропаганды чтения, ни «Год литературы», ни наполовину мертворожденный проект национальной электронной библиотеки, — ничто из этого не позволяет надеяться на то, что государственная политика в отношении книжной индустрии может стать хотя бы последовательной.

Производство

Пять лет назад весь актуальный ассортимент электронных книг практически целиком состоял, во-первых, из файлов, которые стихийным образом самостоятельно готовили сами пользователи (и из них состояли все онлайневые библиотеки и файловые хранилища), и, во-вторых, из файлов, которые готовил «ЛитРес» как практически единственный агрегатор прав. Производство электронных книг издательствами находилось в зачаточном состоянии, поскольку издатели по преимуществу воздерживались от активного участия в их дистрибуции. За прошедшее время, однако, успели появиться и исчезнуть несколько крупных игроков рынка, а издатели стали относиться к электронным книгам со значительным большим интересом:

ДОЛЯ ЭЛЕКТРОННЫХ КНИГ В АССОРТИМЕНТЕ ИЗДАТЕЛЬСТВ



Более того, появляются издательства, которые позиционируют себя прежде всего как издательство электронных книг (например, издательство «Литсовет»¹⁷). Таких экспериментов пока не слишком много — в силу недостаточного объема рынка, — но можно ожидать, что вместе с ростом розничной дистрибуции таких экспериментов будет больше. Впрочем, в сколько-нибудь обозримой перспективе «вытеснения» печатных книг не предвидится, поэтому устойчивая бизнес-модель «электронного издательства», очевидно, будет включать в себя и публикацию бумажных книг.

В помощь издателям за последние несколько лет появились несколько сервисов, которые предоставляют издательствам профессиональные услуги по конвертации электронных книг: Wexler Quadlab¹⁸, Aigitas¹⁹, IQ Издательские решения²⁰, Webkniga²¹. Учитывая не слишком большой общий объем рынка, умеренный спрос издательств на такие услуги, а также — постепенное, но — приобретение издателями соответствующей квалификации, сервис конвертации вряд ли может быть

конкурентоспособным и рентабельным в долгой перспективе без дополнительных услуг, в частности, агрегации и оптовой дистрибуции. Следует также учитывать, что услуга «конвертации на аутсорсинге» постепенно будет становиться всё менее востребованной по мере того, как будут «перерабатываться» издательские бэклисты, а сами издательства начнут осваивать универсальный производственный процесс одновременной подготовки печатной и электронной версий книг, во всяком случае тех, которые не требуют слишком сложных вёрстки и дизайна. Можно предположить, что в отличие от западной книжной индустрии, где такой переход уже сделали или делают самые крупные издательства, в России первыми перейдут на новый производственный процесс сделают, напротив, небольшие издательства. Самым крупным российским издательствам может помешать слишком тесная привязка к уже существующим сервисам конвертации и их технологическим решениям.

Судя по данным ФАПСМИ, столичные издательства, на которые приходится 63% всего книжного ассортимента и 89% тиражей в стране, оцифровали в среднем около 30% своего ассортимента. Безусловно, разные издатели по разному строят свои цифровые стратегии по отношению к новому и старому ассортименту. Одни издатели оцифровали практически весь свой ассортимент, другие — едва-едва приступили к оцифровке. В частности, значительно отстают региональные издательства: степень оцифровки их ассортимента в 30 раз меньше степени оцифровки у столичных издателей. К этому много причин — маленькие портфели региональных издателей с книгами локального интереса, как правило, не слишком интересны для массовой дистрибуции. Но если столичные издательства часто уже способны заниматься производством электронных книг самостоятельно или имеют достаточные ресурсы и готовность их потратить на конвертацию на аутсорсинге, а главное — видят результаты этих усилий и затрат в реальных, пусть и небольших, продажах, то региональные издатели в подавляющем большинстве не умеют делать электронные книги, ни самостоятельно, ни с посторонней помощью. И,

соответственно, они не видят и продаж:



Есть, конечно, и исключения. Например, екатеринбургское издательство «Генри Пушель»²² не только самостоятельно делает интерактивные детские книги и достаточно успешно продаёт их, но и экспериментирует с новыми видами дистрибуции электронных книг через подарочные карточки.

B2G

В отличие от розничной дистрибуции электронных файлов модель предоставления доступа к цифровым репликам бумажных изданий через электронно-библиотечные системы практически не требует конвертации уже готовых к публикации макетов в формате PDF. По этой причине выход издателей, издающих образовательную и специальную литературу, на новый цифровой рынок произошел достаточно быстро и с минимальными, по сравнению с издателями массовой литературы, затратами. Более того,

издательства относительно быстро получили ощутимый результат, обеспеченный контрактами ЭБС с учебными заведениями и соответствующим государственным регулированием: по оценкам экспертов, в 2011–2013 годах общие доходы ЭБС выросли примерно в 4 раза до 500–600 млн рублей.

Приказ Министерства образования и науки РФ от 05.09.2011 № 1953 «Об утверждении лицензионных нормативов к наличию у лицензиата учебной, учебно-методической литературы и иных библиотечно-информационных ресурсов и средств обеспечения образовательного процесса...» жёстко регулировал количественные параметры электронно-библиотечных систем ²³ и обязывал ВУЗы обеспечивать учащихся электронными книгами и учебниками ²⁴. Не будет преувеличением сказать, что министерство фактически создало новый рынок.

Рост электронно-библиотечных систем в 2011–2014 годах и сопутствовавшая ему конкуренция привели к созданию более или менее уверенно функционирующей инфраструктура, обслуживающей ЭБС учебных заведений. В этой инфраструктуре есть и агрегаторы-посредники («Университетская библиотека онлайн» ²⁵, «Руконт» ²⁶, IPRbooks ²⁷, «БиблиоРоссика» ²⁸), лицензирующие книги издателей и обеспечивающие доступ к ним ВУЗам, и электронно-библиотечные системы, созданные некоторыми крупными издателями самостоятельно (Znanium.com издательства «Инфра-М»²⁹, ЭБС «Консультант студента» компании «Гэотар Медиа» ³⁰, IBooks ³¹, электронная библиотека издательства «Лань» ³², электронная библиотека издательства «Юрайт» ³³).

В ноябре 2014 года приказ министерства образования был отменен, а вместе с ним — и требования по обеспечению учебных программ электронным ресурсами с конкретными параметрами, что привело в 2015–2016 годах к чувствительной для многих ЭБС и части издательской индустрии стагнации и даже спаде на этом рынке. Отказ государства от продолжения насильтственного внедрения электронно-библиотечных

систем побудил игроков на рынке к слияниям и поглощениям, а в целом — к изменению стратегии за счет расширения дистрибуции в сферу розницы³⁴, перехода от модели оптовой дистрибуции книг к модели обеспечения информационной и учебно-образовательной среды и предоставления дополнительных сервисов.

B2C

Оценка общего объема российского розничного рынка электронных книг и прогноз его роста по преимуществу основаны на данных, регулярно публикуемых компанией «ЛитРес», самым популярным магазином электронных книг и агрегатором прав издательств, выпускающих основной ассортимент массовой литературы:



С такой точкой зрения согласны, однако, не все эксперты и участники рынка. Андрей Баев, СЕО «Букмейта» полагает, что «у "ЛитРес" (вместе с Mybook), думаю, — 50%, у Google — 15–17%, у нас 7–8%, мы на третьей

строчке»³⁵. Такую оценку, учитывая размер базы пользователей и среднюю цену абонемента, можно считать вполне корректной. Если к тому же учесть, что магазин iMobilco больше не функционирует³⁶, то на рынке остаётся лишь незначительное количество действительно крупных игроков.

Тем не менее, ожидания экспоненциального роста, которые питали участники рынка пять лет назад, в целом оправдались. Рост получился действительно впечатляющий — практически с нуля до почти 3 млрд рублей (прогноз на 2016 год):



По данным экспертов журнала «Книжная индустрия», агрегированная ниша электронных книг (B2C + B2G) в 2015 году составила примерно 3% рынка книжного рынка в целом:

ДЕНЬГИ КНИЖНОЙ ИНДУСТРИИ (МЛРД ₽)



При сохранении темпов роста в 2017 году объем розничного рынка электронных книг в России может составить около 4,3 млрд руб., а к 2020 году — достигнуть примерно 12,8 млрд руб. Однако до сих пор не решенная проблема с дефицитом ассортимента прежде всего переводных электронных книг и весьма вероятные последствия законодательной гиперрегуляции могут привести к тому, что темп роста рынка электронных книг существенно замедлится. При консервативном сценарии розница электронных книг в 2017 году составит не более 3,5 млрд руб., а рост рынка в целом в 2020 году не превысит 7,2 млрд руб.

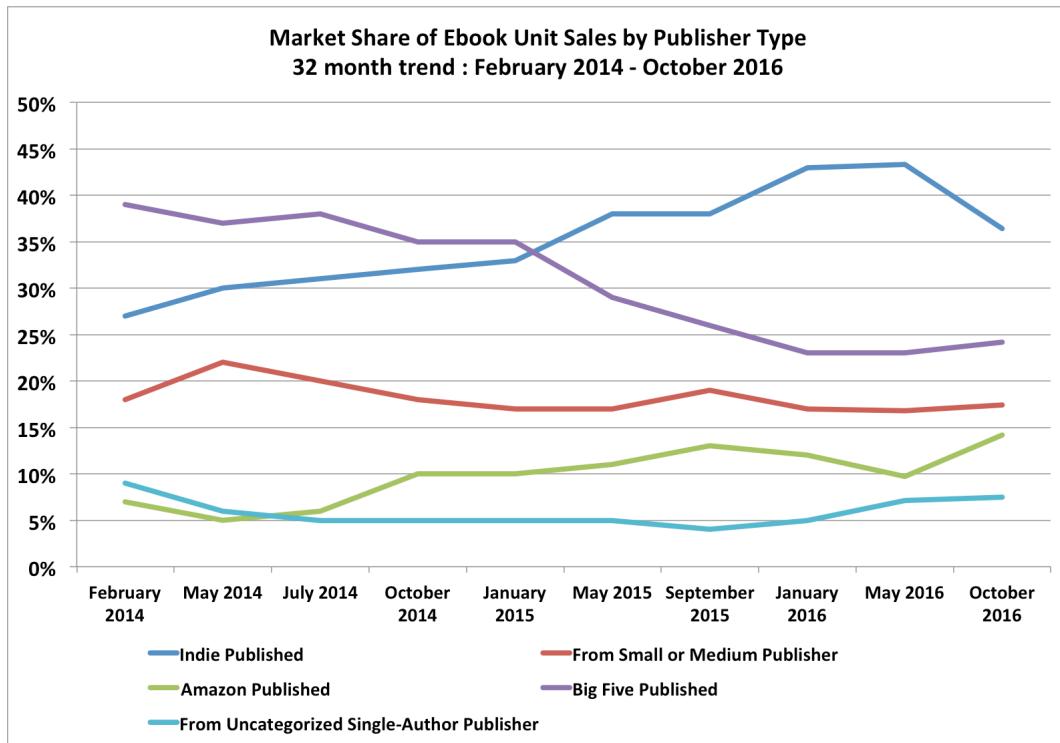


Замедление роста, впрочем, произойдет рано или поздно ³⁷, и его кривая станет более пологой, как это уже происходит на развитых рынках, например, в США, где электронные книги уже заняли устойчивое место в книжной индустрии и дальнейшее увеличение их ниши будет связано не столько с технологическим развитием или экономическими факторами, сколько с культурными изменениями и изменением образа жизни. Наблюдая такое замедление, некоторые журналисты даже поспешили заявить о «Ренессансе бумаги» и даже о «кончине электронных книг».

Продажи печатных книг в США в 2015-м году действительно незначительно выросли, по преимуществу за счет неожиданного роста продаж книг-раскрасок для взрослых, но уже в первом полугодии 2016-го года эти продажи опять пошли вниз. Снизились, действительно, и продажи электронных книг у крупнейших американских издательств, входящих в так называемую «Большую пятёрку» ³⁸, а также у издательств-членов Association of American Publishers.

Следует иметь в виду, впрочем, что спад продаж электронных книг

традиционных издательств в США во многом связан с повышением цен на них, с одной стороны, а с другой — повышением продаж у писателей, публикующих электронные книги самостоятельно³⁹, а также независимых издательств и компании Amazon, которая не только является крупнейшим продавцом цифрового контента, но и — в последние годы — довольно успешным издателем⁴⁰.



Кроме того, обычный показатель доли электронных книг на рынке США (20–21% в последние годы) абсолютно не отражает популярность электронных книг в отдельных жанрах, например, в жанре любовного романа, где на электронные продажи приходится почти 90% всего объема рынка книг этого жанра⁴¹.

Повышение цен, между тем, — фактор, актуальный и для России. Многие издатели на фоне усугубляющегося кризиса в индустрии уже пошли на повышение цен на бумажные книги. Они могут решиться и на существенное повышение цен на книги электронные.

СРЕДНЯЯ ЦЕНА НА КНИГУ (В МОСКВЕ)



До 2014 года для электронных книг — средний показатель по данным ЛитРес и Google Play.
Источник: Данные проекта «Книжный рынок России 2010-2015», экспертный опрос: август-сентябрь 2011—2016, аналитика - Мониторинг состояния московского книжного рынка

С этой точки зрения важно обратить внимание на альтернативную розничной продаже электронных книг бизнес-модель подписки, ориентированную не на институционального потребителя, а на конечного пользователя. В России два основных участника этого рынка: интернет-библиотека MyBook компании «ЛитРес» и сервис для чтения электронных книг «Букмейт».

Библиотека MyBook (осн. 2012) ориентирована на российскую аудиторию с каталогом 98 тысяч книг, соответствующим всему каталогу «ЛитРес»⁴².

Сервис «Букмейт» (осн. 2010) работает с более широкой аудиторией: весной 2016 года из 4,65 млн зарегистрированных пользователей (в том числе более 100 тысяч подписчиков) более половины (55–60%) были пользователями не из России. «Букмейт» активно сотрудничает с телекоммуникационными компаниями-операторами связи, тем самым расширяя аудиторию своего сервиса в СНГ (Казахстан и Азербайджан), Юго-Восточной Азии (Сингапур и Индонезия), Северной Европы (Дания,

Швеция, Нидерланды) и несколько стран Латинской Америки ⁴³. Сейчас в каталоге «Букмейт» около 700 тысяч книг на языках тех стран, для которых «Букмейт» локализует свои приложения. Особую ставку «Букмейт» делает на социальную и рекомендательную составляющую своего сервиса ⁴⁴.

В 2015 году в США закрылось два крупных и казавшихся популярными подписочных сервисов — Entitle и Oyster. Некоторые эксперты отрасли и представители книжной индустрии даже повели речь о том, что модель подписки не оправдала свою экономическую состоятельность. Однако рост существующих подписочных сервисов в Европе и появление новых, а также растущая популярность подписки на электронные книги в России доказывает обратное: подписка, возможно, одна из самых перспективных моделей в весьма долгой перспективе. По оценке «ЛитРес», приведенной в «Мониторинге состояния московского книжного рынка (2016)», популярность подписной модели выросла примерно в 4 раза — с 4,5% в 2013 году до 20% в 2016 году.

Иностранные участники рынка

На протяжении последних лет российский рынок со смешанными чувствами ожидал появление иностранных платформ дистрибуции электронных книг. Однако единственным крупным международным магазином электронных книг, появившимся на российском рынке в полном объёме, стал **Google**. Он принимает от российских издателей книги для дистрибуции и реализует их через встроенное едва ли не в каждое мобильное устройство на базе ОС Android приложение Google Play ⁴⁵. Интерфейс (в том числе платежный) магазина полностью локализован. Читать книги пользователи могут с помощью мобильного и веб-приложения.

Пользователи таких мобильных устройств — более бюджетных, чем мобильные устройства на ОС iOS — составляют сейчас около 10–15% платящих за контент пользователей. Однако смартфоны и планшеты с

Android уже давно занимают большую часть мобильного рынка. В России на долю Android, согласно отчету Kantar Worldpanel за III кв. 2015 г., приходится 75,6% рынка, а на долю iOS — 10,8% ⁴⁶. Поэтому даже незначительная доля использующих Google Play Store для приобретения книг оказывает влияние на рынок. По оценке компании «ЛитРес», продажи через Google в 2015 г. составили порядка 12%.

Следует отметить, что в 2015 году Google закрыл ранее открытый для всех (как юридических, так и физических лиц) партнёрский «вход», оставив за собой инициативу по заключению лицензионных соглашений. Немалая часть книг, размещённых в магазине Google, попадает туда через агрегаторов контента, в частности, через «ЛитРес».

Примерно аналогичная «односторонняя» бизнес-стратегия в отношении России у **Amazon**. Непростые отношения с издательствами у компании, впрочем, не только с издательствами, но и с покупателями книг на русском языке. Amazon фактически притормозила выход на российский рынок, видимо, не получив в дистрибуцию объёмный каталог популярной литературы ЭКСМО/АСТ. В настоящее время каталог на русском языке в магазине Amazon Kindle Store насчитывает около 36 тыс. книг ⁴⁷.

Интерфейс магазина локализован только частично, валюта оплаты зависит от того, на каком именно из национальных сайтов приобретаются книги. Локального российского сайта Amazon так и не запустила. Кроме того, в 2015-м году Amazon ограничила и загрузку через портал Kindle Direct Publishing ⁴⁸ книг на русском языке для самопубликующихся авторов независимо от страны их происхождения, хотя и принимает их для дистрибуции через компании-агрегаторы, в частности, Rideró.

Более демократичные отношения с поставщиками контента недавно установила **Apple**, позволив и физическим, и юридическим лицам размещать книги в своём магазине iBookstore, интегрированном с программой iBooks для ОС macOS и iOS ⁴⁹. Это, к сожалению, практически никак не влияет на продажи, поскольку книги на русском языке пока

недоступны для пользователей с российскими аккаунтами, хотя и доступны в 51 национальном магазине. Можно только надеяться, что Apple всё же откроет продажу русских книг, и на российском рынке появится ещё одна крупная международная книжная платформа.

Apple и Google не занимают значительной доли на российском рынке электронных книг, однако не следует забывать, что эти компании имеют для российского рынка исключительно важное значение, поскольку выступают платформами для дистрибуции «книжных» мобильных приложений для всех основных участников российского рынка электронных книг, которые уже с их помощью и распространяют книжный контент. Кроме того, эти платформы забирают 30% денег от реализации книг и абонентской платы, проходящих через их мобильные приложения.

Что касается других международных платформ, то их появление в России маловероятно. Осенью 2013-го канадская компания Kobo (с 2011 года компанией владеет японская Rakuten) уже даже открыла ⁵⁰ русский интерфейс, однако приобретение «Озоном», одним из ключевых инвесторов которого является тот же Rakuten, контрольного пакета в «ЛитРес» фактически закрыло Kobo вход на рынок.

Государственное регулирование

Государство, безусловно, также оказывает влияние на ситуацию на книжном рынке, регулируя правовые рамки и осуществляя учёт публикуемых книг. Собственно, именно изменения в Гражданском кодексе РФ установили юридические правила дистрибуции электронного контента благодаря расширению исключительного права автора на воспроизведение произведения «запись произведения на цифрового носителе, в том числе запись в память ЭВМ» (п. 2 (1) ст. 1270 ГК РФ), а также введению нового исключительного права на «доведение произведения до всеобщего сведения таким образом, что любое лицо может получить доступ к произведению из любого места и в любое время

по собственному выбору (доведение до всеобщего сведения)» (п. 2 (11) ст. 1270 ГК РФ). И хотя п. 1 этой статьи и раньше позволял автору осуществлять самостоятельно или передавать издателю исключительное право на «распространение электронных книг» («книг в электронном виде», «книг в цифровом виде» и т. п. — формулировки могли быть разными), но в силу традиции использования закона в лицензионные договоры обычно вносятся только те способы использования, которые в законе перечислены в явном виде. Это объясняет, в частности, почему у большинства российских издателей, как правило, нет прав на дистрибуцию электронных книг по договорам, подписанным с авторами до 2008 года — не было формулировок в законе, и права на это издатели, как правило, просто не получали.

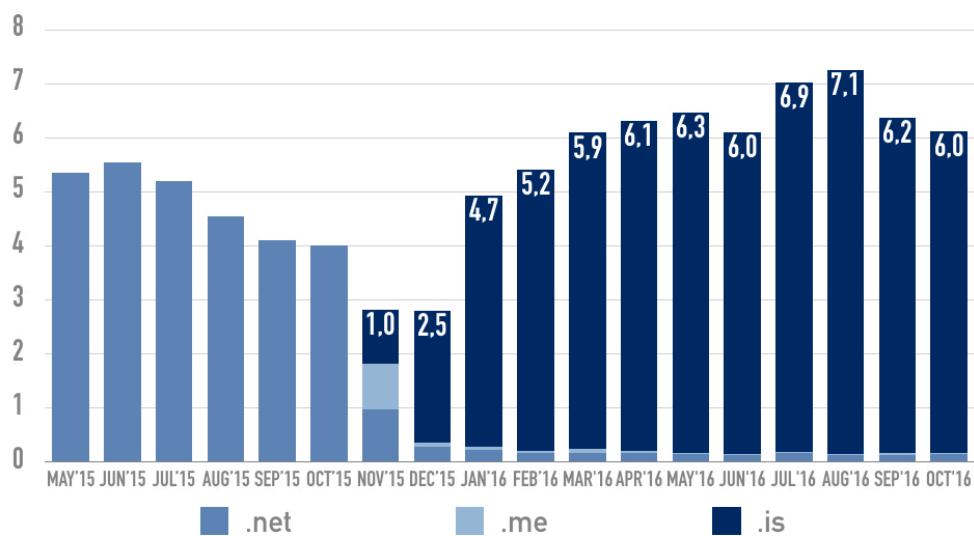
Создав юридические правила для рынка цифрового контента, государство, однако, почти ничего не сделало для того, чтобы создать условия для развития этого рынка. Напротив, Государственная дума один за другим принимает - Федеральный закон Российской Федерации от 29.12.2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», вводящий ограничения на доступ к определенной информации, - Федеральный закон № 139-ФЗ от 28.07.2012 г. «О внесении изменений в Федеральный закон "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" и отдельные законодательные акты Российской Федерации», создавший условия для построения в России государственной системы блокировок вебсайтов, - Федеральный закон № 187-ФЗ от 02.07.2013 г. «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам защиты интеллектуальных прав в информационно-телекоммуникационных сетях», получивший название «антиpirатского», который позволил блокировать сайты с нелицензионным видеоконтентом, - Федеральный закон № 364-ФЗ от 24.11.2014 «О внесении изменений в Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" и Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации», согласно которому блокировке может быть подвергнуты

сайты, содержащие не только нелегальный видеоконтент, но и другие объекты авторских и смежных прав — электронные копии книг, музыкальных произведений и программного обеспечения (за исключением фотографий). В случае повторного нарушения доступ к таким сайтам может быть заблокирован «навечно». Этот последний закон не обязывает правообладателей к досудебного урегулированию споров, тем самым создавая все условия для «копирайтного троллинга» по отношению к сервисам, ведущим легальный бизнес, связанный с контентом, генерируемым самими пользователями.

Вооружившись этими законами, лобби корпоративных правообладателей вместе с Роскомнадзором приступило к блокировке доступа российских пользователей к популярным сайтам, распространяющих нелицензированный контент. По признанию самих представителей лобби, экономический эффект таких мероприятий нерелевантен, о чём неплохо свидетельствует и данные о посещаемости этих сайтов, — «Флибусты»:

ДАННЫЕ СЕРВИСА SIMILARWEB, 2016-11-27

ТРАФИК САЙТОВ FLIBUSTA (MLN VISITS)

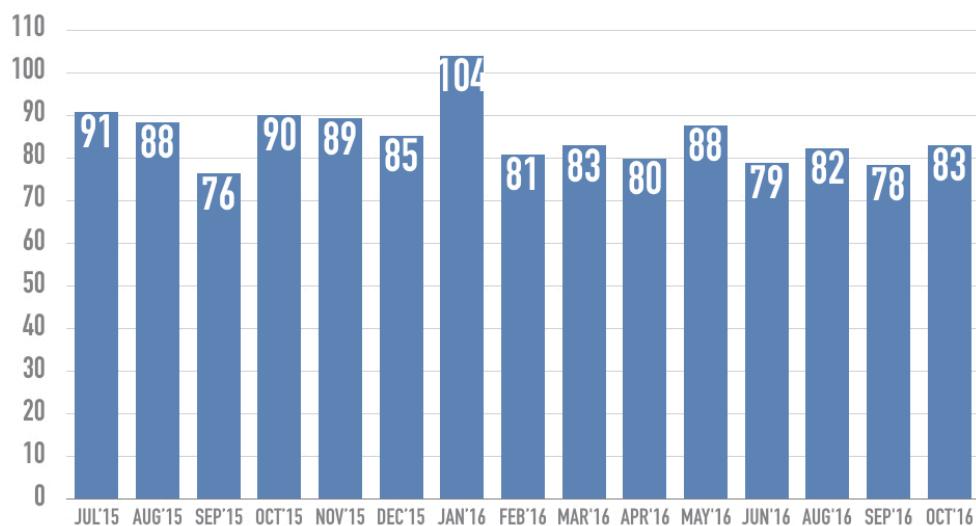


Дата блокировки 31/05/2016

и «Рутрекера»:

ДАННЫЕ СЕРВИСА SIMILARWEB, 2016-11-27

ТРАФИК RUTRACKER (MLN VISITS)



Дата блокировки 25/01/2016

Как хорошо заметно, эффект от блокировки доступа к этим ресурсам можно довольно корректно описать как нулевой, что неудивительно, поскольку аудитория этих сайтов не попадает на них случайно, а пользуется ими регулярно, а ограничения доступа обходятся без больших проблем — для этого не нужно быть даже продвинутым пользователем.

Интернет-индустрия, внутри которой, собственно, и могут появляться новые контентные сервисы, в частности, в лице Российской ассоциации электронных коммуникаций неоднократно пыталась убедить законодателей и корпоративных правообладателей в том, что любые блокировки доступа — инструмент не только бесполезный, но вредный, поскольку наносит ущерб связности интернета, и что для интернета в России требуется не бессмысленное ужесточение, но разумное регулирование, которое позволило бы реально развиваться рынку цифрового контента, в том числе и рынку электронных книг. Именно по

такой путь выбрали законодатели в тех странах, где авторское право рассматривается как сфера, требующая взвешенного подхода и поиска компромиссных, сбалансированных решений, которые позволили бы в максимально возможной степени защитить правообладателей, с одной стороны, а с другой — дать возможность развиваться интернет-индустрии, находя новые бизнес-модели, соответствующие и уровню развития технологий и образу жизни потребителей контента ⁵¹. В конце концов, как неоднократно демонстрировалось разными исследованиями поведения интернет-пользователей, потребление неавторизованного контента не является специфически российской проблемой ⁵², и эта проблема решается только трансформацией самой контентной индустрии, если она готова идти навстречу спросу потребителей, нуждающихся в простом доступе к широкому ассортименту контента ⁵³, тем более, что наиболее активные потребители нелицензионного контента в большинстве своём являются и наиболее активными потребителями лицензионного контента ⁵⁴. Наконец, неавторизованная дистрибуция далеко не всегда является проблемой, но, как ни странно, инструментом продвижения ⁵⁵.

Книги: проблема доступа и задачи государственного регулирования

Проблема узости ассортимента является не только коммерческой (меньше предложение — меньше сбыт), но и социокультурной. Публикация значительного, если не подавляющего, количества книг, выполняет отнюдь экономическую задачу: публикация мизерным тиражом научной монографии за редчайшим исключением не приносит автору никаких материальных дивидендов, а издателю — прибыли, хотя бы в малейшей степени сравнимой с публикацией даже минимального коммерческого тиража. Собственно, такая ситуация не является специфически российской: «В 1980-х годах научное издательство могло рассчитывать на продажу любой книги по истории тиражом 2 тыс. экземпляров. В 1990-х

тираж упал до 500 экземпляров. А к 2005 году нормальными стал тираж чуть более 200 экземпляров»⁵⁶.

Решение проблемы доступность книг складывается из доступности метаданных и доступности — как коммерческой, так и некоммерческой — самого контента книг. Эти основные задачи могут решены только путём совместной работы книжной индустрии в лице её отраслевых объединений и государства. Первоочередной — и, может быть, самой простой в осуществлении, — может стать решение доступности метаданных книг печатных и электронных книг, то есть создание полноценной информационной инфраструктуры для книжной индустрии. Сейчас нельзя назвать ни одного открытого ресурса, который бы позволил найти информацию обо всех книгах, выходящих в России. Не являются таковыми, к сожалению, даже базы данных Российской книжной палаты и Российской государственной библиотеки: в силу ограниченного финансирования и ограниченности обновленного федерального «Закона об обязательном экземпляре документов»⁵⁷, не требующего предоставления информации об электронных книгах (но лишь предоставления «экземпляры печатных изданий в электронной форме»). Тем самым весь ассортимент выпускаемых в России электронных книг оказывается не только не учтённым, но и не описанным, а данные об электронных публикациях — недоступными не только для специалистов, но и для широкой публики. Впрочем, даже при наличии соответствующей информации о метаданных печатных книг, у потенциального читателя нет инструмента удобного универсального поиска книг в коммерческой дистрибуции и библиотечных каталогах публичных библиотек. Таким образом институт государственного учёта публикаций работает, в сущности, на самого себя, а не в качестве необходимого составного элемента информационной инфраструктуры современного общества.

Доступность контента — задача, требующая от государства политической воли, которую оно в последние годы предпочло делегировать корпоративным правообладателям, вовсе не являющимся единственными

субъектами книжной индустрии в стране. Однако даже они — за исключением самых одиозных обществ по коллективному управлению правами — были бы готовы поддержать введение регулирования **использования «сиротских» произведений**, которое позволило бы ввести в актуальный культурный оборот громадное количество книг, опубликованных в СССР и России в XX веке ⁵⁸. Кроме того, государство может **отменить дополнительных ограничения для перехода произведений в общественное достояние** (увеличения сроков охраны произведений для авторов, которые были репрессированы или работали в Великую Отечественную войну), которые не способствуют коммерческому использованию произведений таких авторов, а на деле — препятствуют возвращению их произведений в культурный оборот. Ещё один шаг, который государство может совершить для расширения доступного ассортимента — это внести изменения в законодательство о музеях, предусмотрев предоставление музеям неисключительных прав на воспроизведение предметов из собственных коллекций: и для общества в целом это значительно упростит доступ к музейным коллекциям, а для книжной индустрии — создаст фундамент для производства книг на основе такого доступа. Наконец, только государство может обеспечить режим **открытого доступа к произведениям культуры, созданным за счёт государства**, предусмотрев, например, возможность отсрочки для нынешних правообладателей, после которой произведения должны публиковаться в открытом доступе в соответствии с условиями открытых лицензий. Что касается научных публикаций, то присоединение России к европейскому движению **Open Access** будет только способствовать росту информационной инфраструктуры, необходимой для обеспечения реального развития науки.

И последняя, хотя, может быть, и самая важная точка приложения усилий издательского сообщества и государства — это **создание льготных условий для экономического роста книжной отрасли**, в том числе и производства электронных книг. Речь идёт, конечно, о том, как видит государство книжную индустрию — тем, что приносит деньги в бюджет,

или тем, что создает культурное пространство страны? Книги, как уже неоднократно говорилось выше, это не только бизнес, однако налог на добавленную стоимость книжной продукции в России выше, чем в среднем по Европе (7,4%), и, тем более, чем в мире (4,8%)? А налог на добавленную стоимость электронных книг — ещё выше. Снижение налоговой нагрузки на отрасль, оборот которой составляет едва ли больше 1 млрд евро в год, не окажет существенного влияния на бюджет, однако может способствовать росту индустрии. Теми же соображениями государство может руководствоваться при снижении пошлин на ввоз бумаги и других полиграфических материалов для книжной индустрии. Печально, но факт: делать действительно качественную бумагу для качественной полиграфической продукции в России так и не научились, рост валютного курса в последние несколько лет очень сильно ударили по планам очень многих издательств, но никакого импортозамещения так и не произошло.

В неменьшей степени может помочь индустрии в целом, а значит косвенно, — за счёт общего роста — и индустрии электронных книг, и более активная позиция федеральной власти в плане поощрения местных органов власть снижать арендные ставки для книжных магазинов. Не стоит ограничивать политику поддержки литературы и чтения проведением праздничных мероприятий, писательских конференций и читательских семинаров. И в них, безусловно, есть некоторый смысл, но гораздо больший — в обеспечении читателей доступа к книге по приемлемой цене.

Трансформация индустрии

Возникновение и уверенное развитие индустрии электронного книгоиздания — часть больших изменений, которые происходят в книжной индустрии в последние годы. Перемены в образе жизни и способах потребления (в том числе и книжного) контента серьезно сказываются на

индустрии. Но не меньшее влияние развитие технологий и трансформаций в культуре оказывает и на производство книг. Те производственные процессы, которые на протяжении столетий были возможны только внутри индустриального производства — подготовка макета, печать книги, её дистрибуция конечному пользователю, — и доступны только самим издателям, благодаря цифровым (в том числе и печатным) технологиям стали тем, что может заказать (или где получить бесплатно) сам автор. Взрывное развитие индустрии самиздата, начавшееся несколько лет назад на американском рынке, кажется, начинается и в других странах, в том числе и в России.

Модель «издательства как сервиса», конечно, вовсе не какая-то инновация издатели во все времена были готовы издавать книги за счёт самих авторов, когда не решались вкладывать в тиражи свои собственные средства. И до сих пор любой автор без проблем может найти немалое количество более или менее серьезных компаний, которые смогут оказать ему такую услугу. Не говоря уже о том, что таким бизнесом не гнушаются даже очень крупные издательства — вопрос только в цене. Но многое меняется тогда, когда «издательство как сервис» превращается в индустриальную практику и органично встречается в уже существующие сети производства и распространения книг — как печатных, так и электронных.

Хороший пример — российский стартап Rideró, интернет-сервис создания и распространения книг. Сервис позволяет авторам в режиме онлайн создать достаточно профессионально сверстенную книгу и выставить её на продажу в цифровую дистрибуцию (Литрес, Amazon, Bookmate), а также выставить на продажу книгу, готовую к печати (технология book-on-demand), в интернет-магазине Ozon. Сервис Rideró, открывшийся в 2014 году, набрал 70 тысяч пользователей, которые опубликовали через него около 9000 книг, фактически став в 2015 году вторым по размеру ассортимента издательством (сервис публикует книги под издательской маркой «Издательские решения») в России, и пока демонстрирует

уверенный рост оборота и выручки (в 5 раз за 2015–2016 год). Как и «Букмейт», Rideró ориентирован не только на российский рынок, оказывая услуги писателям и распространяя книги читателям в странах бывшего СНГ, а также в Европе (сейчас сервис работает на польском, немецком и латышском рынках). Основные возможности сервис предоставляет авторам бесплатно, зарабатывая на дополнительных издательских услугах и получает комиссию не с авторов, а с исполнителей и типографий.

Появление и развитие таких международных сервисов с российскими корнями сервисов, как «Букмейт» и Rideró, радикально меняющих структуру потребления и производства книги, вселяет надежду на то, что российская книжная индустрия — рано или поздно — сможет не только выйти из глубокой рецессии, в которую она спускается вот уже много лет, но сможет занять заметное место на международном книжном рынке.

Благодарности

Выражаю искреннюю признательность Сергею Козлову (издательство МГТУ им. Н.Э. Баумана), Александру Колпакову («Генри Пушель»), Василию Порхачёву (iBooks.ru) за предоставленную информацию об их компаниях, Сергею Анульеву (ЛитРес), Елене Бейлиной (Университетская книга), Саттару Гюльмамедову (Wexler QuadLab), Ольге Ро (Книжная индустрия), Александру Воропаеву (ФАПСМИ), Александру Гавrilovу (Институт книги), Борису Куприянову (Альянс независимых издателей и книготорговцев), Елене Борисовне Ногиной (Российская книжная палата) за мудрые советы и ценную информацию, и всем коллегам из Ассоциации интернет-издателей, Букмейта и Rideró — за поддержку.

Обзор подготовлен в рамках проекта «Ноосфера. Запуск». При реализации проекта используются средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 05.04.2016 №68-рп и на основании конкурса, проведенного Общероссийской общественной организацией «Российский Союз

Молодежи».

Библиография

1. Книжный рынок 2013-2014. Статистика, тренды, прогноз.
Аналитический обзор // Книжная индустрия, Российский книжный союз, 2014: http://www.bookind.ru/research/is_2014.pdf.
2. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад / Под общ. ред. В. В. Григорьева. Москва: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2012. ISBN 978-5-904427-19-1.
3. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад / Под общ. ред. В. В. Григорьева. Москва: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2013. ISBN 978-5-904427-26-9.
4. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад / Под общ. ред. В. В. Григорьева. Москва: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2014. ISBN 978-5-904427-33-7.
5. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад / Под общ. ред. В. В. Григорьева. Москва: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2015. ISBN 978-5-904427-45-0.
6. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад / Под общ. ред. В. В. Григорьева. Москва: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2016. ISBN 978-5-904427-48-1.
7. Мониторинг состояния московского книжного рынка (2016). Подготовлен экспертами Российского книжного союза по заказу Департамента средств массовой информации и рекламы Правительства Москвы.
8. Электронно-библиотечные системы России: Отраслевой доклад /

- А.Н.Воропаев, К.Б.Леонтьев. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2011. ISBN 978-5-904427-16-0.
9. Электронное книгоиздание в России 2011: <http://www.digital-books.ru/report>.

Примечания

1. Электронное книгоиздание в России 2011: <http://www.digital-books.ru/report>. ↵
2. Россияне о чтении: <http://www.levada.ru/2015/05/19/rossiyane-o-chtenii/>.
↵
3. Здесь и далее использовались официальные данные Российской книжной палаты и Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. Следует отметить, что в России, к сожалению, практически отсутствует такой необходимый для нормального развития индустрии институт как достоверная статистика продаж. Если данные о публикации книг — со слов самих издательств — собирает Российская книжная палата, то учёт продаж не ведётся ни официальными государственными органами, ни независимыми компаниями. Отраслевые индустриальные объединения — Российский книжный союз, Ассоциация книгоиздателей России, Ассоциация независимых книгоиздателей и книгораспространителей — не собирают даже обобщённых данных о продажах. Одним из немногих достоверных источников сведений о продажах являются обзоры, которые готовят эксперты журнала «Книжная индустрия» на основе данных, предоставляемых отдельными крупными участниками рынка книжной торговли. ↵
4. Группа Т8: <http://www.t8group.ru>. ↵
5. Данные за 2015 год — на основе оценки проекта «Литературная карта

России». См.: Литературная карта России: все оттенки красного // Университетская книга: <https://goo.gl/OjoNgl>. ↵

6. По данным отраслевого доклада «Книжный рынок России» Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям (2016, ISBN 9785904427481). По подсчётом экспертов проекта «Литературная карта России» — 80%. ↵
7. РИФ+КИБ 2016: аудитория Рунета составляет 80,5 млн пользователей: <http://2016.russianinternetforum.ru/news/1213/>. ↵
8. Исследование GfK: за 2015 год интернет-аудитория в России увеличилась еще на 4 млн. человек // GfK: <http://www.gfk.com/ru/insality/press-release/issledovanie-gfk-za-2015-god-internet-auditorija-v-rossii-uvelichilas-eshche-na-4-mln-chelovek/>. ↵
9. Опрос в городах с населением более 100 тыс. чел. в возрасте 12–54 лет. См.: «Яндекс» стал «главной кнопкой» страны // Ведомости. 25.05.2012: https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2012/05/25/obognal_televizor. ↵
10. По данным опроса в городах с населением более 700 тыс. чел. в возрасте 16–44 лет. См.: «Яндекс» больше не единственный интернет-ресурс, который превзошел телеканалы по охвату // Ведомости. 13.09.2016: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2016/09/13/656674-yandeks-telekanali-ohvatu>. ↵
11. Книги и их читатели: как им встретиться?// ВЦИОМ. Пресс-выпуск №2671: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=114974>. ↵
12. Опрос ВЦИОМ 2015 года, посвященный книгам и библиотекам, хотя и не включал в себя прямого вопроса о чтении книг вообще, содержал данные, которые позволяют заключить, что доля опрошенных, которые

не читает книг, заметно ниже показателей 2014 года. В опросе 2015 года респондентам задавали вопрос о том, читают ли они бумажные, электронные и аудиокниги, а в качестве последнего варианта ответа позволяли отметить графу «Практически не читаю книги». В каждой строке доля выбравших такой вариант ответа (и, соответственно, вообще не читающих книги респондентов) не превысила 20%. Такое расхождение с опросом предыдущего года, конечно, заставляет усомниться в качестве проводимых этой социологической службой исследований. См.: Как пройти в библиотеку? // ВЦИОМ. Пресс-выпуск №2850: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115279>. ↩

13. Slightly fewer Americans are reading print books, new survey finds // Pew Research Center: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/10/19/slightly-fewer-americans-are-reading-print-books-new-survey-finds/>. ↩
14. Там же. ↩
15. International Digital Publishing Forum: <http://idpf.org/>. ↩
16. Последняя версия EPUB — 3.0.1: <http://idpf.org/epub/301>. ↩
17. Издательство «Литературный Совет»: <http://lit-sovet.ru/about/>. ↩
18. Wexler QuadLab: <http://wexler.ru/news/wexler-quadlab/>. ↩
19. Aegitas: <http://aegitas.ru>. ↩
20. IQ Издательские решения: <http://www.iqepub.ru>. ↩
21. Webkniga: <http://www.webkniga.ru>. ↩
22. Книги издательства «Генри Пушель»: <https://shop.pushel.ru>. ↩
23. Некоторые эксперты даже полагали, что количественным параметрам, сформулированным в приказе, соответствовала только одна определенная электронно-библиотечная система — «Книгафонд». ↩

24. См. об этом подробнее: Электронно-библиотечные системы России: Отраслевой доклад / А.Н.Воропаев, К.Б.Леонтьев. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2011. ISBN 978-5-904427-16-0. [←](#)
25. «Университетская библиотека онлайн» компании ООО «Директ Медиа»: https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red. [←](#)
26. Руконт — межотраслевая научная библиотека на базе информационной технологии «Контекстум»: <http://rucont.ru/chapter/rucont>. [←](#)
27. ЭБС IPRbooks ООО «Ай Пи Эр Медиа»: <http://www.iprbookshop.ru>. [←](#)
28. ЭБС «БиблиоРоссика»: <http://www.bibliorossica.com/about.html?ln=ru>. [←](#)
29. Электронно-библиотечная система Znarium.com разработана Научно-издательским центром ИНФРА-М: <http://znarium.com>. [←](#)
30. ЭБС «Консультант студента» (Издательская группа «ГЭОТАР-Медиа», ООО «Институт проблем управления здравоохранением»): <http://www.studentlibrary.ru/pages/about.html> и http://www.studmedlib.ru/ru/pages/studmedlib_about.html. [←](#)
31. ЭБС books.ru создана издательствами «Питер» и «БХВ-Петербург» в сотрудничестве с Ассоциацией региональных библиотечных консорциумов (АРБИКОН): <http://ibooks.ru/pages.php?pageid=6>. [←](#)
32. Электронно-библиотечная система издательства «Лань»: <https://e.lanbook.com/about>. [←](#)
33. Электронная библиотека издательства «Юрайт»: <https://www.biblio-online.ru>. [←](#)
34. В этом смысле любопытен опыт ООО «Директ Медиа», владельца ЭБС «Университетская библиотека онлайн», по обустройству розничных

- продаж на сайте <http://www.directmedia.ru>. ↵
35. Андрей Баев, Bookmate: «Книги стали альтернативой Angry Birds». Руководитель книжного сервиса – о привычках чтения, состоянии рынка и работе в Индонезии и Сингапуре // Republic. 14 октября 2015: <https://republic.ru/posts/57987>. ↵
 36. «Аймобилко» попал в переплет // Gazeta.ru: <https://www.gazeta.ru/business/2016/09/27/10217207.shtml>. ↵
 37. Судя по данным «Мониторинга состояния московского книжного рынка (2016)», первые признаки насыщения, возможно, уже есть: «Если весной 2015, согласно данным "ЛитРес", долю зарегистрированных в Москве покупателей этого магазина характеризует положительная динамика (до +80%), то в 2016-м прирост столичных клиентов стремится к нулевой отметке (экспертный опрос, сентябрь 2016, Мониторинг). Иными словами, B2C-сегмент рынка электронных книг (контента) в Москве приблизился к своей максимальной отметке, по крайней мере, по той линейке книжных продуктов, которые сегодня предлагают online-агрегаторы. Корректирующее влияние соответствующих поправок в законодательство РФ и ужесточения контроля за файлообменными сервисами в рунете остается минимальным». ↵
 38. «Большая пятёрка» (Big Five) — это издательства Hachette, HarperCollins, Macmillan, Penguin Random House и Simon & Schuster. В апреле 2015 года на книги этих издательств приходилось примерно 80% всех розничных продаж в США (<https://goo.gl/KkR79Q>). ↵
 39. См. об этом подробнее мониторинг продаж авторов-«самиздатчиков» на сайте Author Earnings: <http://authorearnings.com/reports/>. ↵
 40. Shatzkin M. eBook pricing resembles three dimensional chess // Idealog: <http://www.idealog.com/blog/ebook-pricing-resembles-three-dimensional-chess/>. ↵

41. См. об этом специальный обзор Author Earnings «Romancing the Data»: <http://authorearnings.com/2016-rwa-pn-presentation/>. ↵
42. О книжном клубе MyBook : <https://mybook.ru/about/>. Количество подписчиков приведено на странице <https://mybook.ru/payments/> и оно меняется при каждой загрузке страницы. ↵
43. Андрей Баев (Bookmate): «В мире мы на втором месте после Kindle Unlimited» // Секрет фирмы: <http://secretmag.ru/article/2016/06/07/andrej-baev-bookmate/>. ↵
44. Подробнее о особенностях читательского поведения пользователей сервиса «Букмейт» см. исследование: Braslavski P. et al. Large-Scale Log Analysis of Digital Reading // <http://kansas.ru/pb/paper/asist2016.pdf>. DOI: 10.1145/1235. ↵
45. В вебе: <https://play.google.com/store/books?hl=ru>. ↵
46. 80% всех мобильных устройств работает на Android // The Runet: <http://therunet.com/articles/5948>. ↵
47. Данные на октябрь 2016 года: <https://goo.gl/PaQ7Sm>. ↵
48. Kindle Direct Publishing: <https://kdp.amazon.com>. ↵
49. <http://www.apple.com/ibooks/>. ↵
50. <http://www.digital-books.ru/archives/2404>. ↵
51. См. об этом подробнее главу «Реформа авторского права: международный опыт» в книге: Трансформация авторского права в интернете: зарубежные тенденции, бизнес-модели, рекомендации для России / Под ред. И. Засурского и В. Харитонова. М.: НП «Ассоциация интернет-издателей»; Кабинетный учёный, 2013. ISBN 978-5-7525-2833-0. ↵
52. См. главу «Культура копирования в США и Германии»: Там же. С.

281»374. ↵

53. См. в связи с этим, например, последнее исследование потребления контента в Швеции: Svenskarna och internet 2016. Undersökning om svenskarnas internetvanor:
https://www.iis.se/docs/Svenskarna_och_internet_2016.pdf. ↵
54. См. выводы из многолетнего мониторинга поведения потребителей контента, проводимого компанией Kantar по заказу Ofcom Великобритании: OCI Tracker. High volume infringers analysis report // <http://goo.gl/4utQz5>; а также: OCI Tracker Benchmark Study. “Deep Dive” Analysis Report / Prepared for Ofcom by Kantar Media / <http://goo.gl/cmEjVzю>. ↵
55. Christian Peukert, Jörg Claussen, Tobias Kretschmer, «Piracy and Movie Revenues: Evidence from Megaupload: A Tale of the Long Tail?» // https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2176246; <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2176246>. ↵
56. Donald A. Barclay. Academic print books are dying. What's the future? // The Conversation: <https://theconversation.com/academic-print-books-are-dying-whats-the-future-46248>. ↵
57. Федеральный закон № 278-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон "Об обязательном экземпляре документов"» от 03.07.2016: <https://rg.ru/2016/07/08/ekz-dok.html>. ↵
58. См. об этом подробнее исследование экспертов Ассоциации интернет-издателей «Сиротские произведения в России: статус, пути решения проблемы»: <http://www.webpublishers.ru/?p=339>. ↵