

«СТИХИ.РУ» и «ПРОЗА.РУ» – электронный канал общения авторов современной литературы

Литературные порталы «Стихи.ру» и «Проза.ру» существуют уже 12 лет. Они были созданы в 2000 г., когда в Россию только-только пришёл «Живой журнал», а про понятие «Веб 2.0» ещё никто не слышал. С тех пор в Интернете сменилась целая эпоха. Теперь социальные медиа вроде Facebook и «Википедии» стали наиболее заметными и значительными ресурсами, а в те времена в пользовательский контент никто не верил. Тем сложнее нам было начинать. Однако число зарегистрированных авторов росло очень быстро. За первый год к нам присоединилась тысяча человек, за второй уже 10 тысяч, а на сегодняшний день на сайтах зарегистрированы более 500 тысяч человек, которые в общей сумме опубликовали свыше 15 млн произведений.

Разумеется, прочитать такое количество не под силу ни одному человеку, да этого и не требуется. «Стихи.ру» и «Проза.ру» в нынешнем виде представляют собой скорее не библиотеку, а социальную сеть для общения поэтов и писателей на тему литературы. Конечно, далеко не все наши авторы являются профессиональными поэтами и писателями, хотя такие тоже есть. Наша аудитория, скорее, состоит из любителей в хорошем смысле этого слова.

Обычно слово «любитель» несёт в себе некоторую долю негативной окраски. Но разве есть что-то плохое в том, чтобы любить литературу и самому пытаться что-то написать? Уровень публикаций может быть совершенно разным, но для того и существуют механизмы социальной сети в виде рецензий и отзывов, чтобы каждый автор имел возможность получить оценку своего творчества со стороны читателей, выслушать их замечания и совершенствовать своё мастерство. Обратная связь с читателем является основным инструментом, позволяющим автору отшлифовать свой талант, а также всегда быть актуальным. Все профессиональные писатели стараются каким-то образом наладить эту связь, раньше с помощью творческих вечеров и встреч с читателями. Теперь

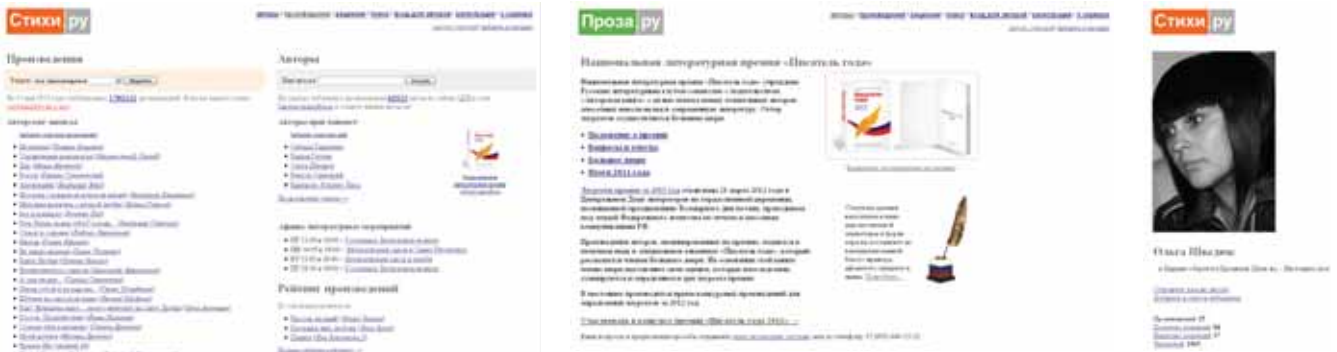
есть Интернет, и десятки тысяч отзывов, которые у нас получают наиболее популярные авторы, заменяют им те мешки писем, которые в своё время получали Шолохов и Горький. Наша задача – предоставить каждому автору механизм для максимально простого, удобного и бесплатного процесса публикации результатов его творчества в Интернете, а также для общения с читателями. А дальше всё зависит от его способностей, а также целей и задач, которые он перед собой ставит.

Если попытаться классифицировать авторские приоритеты, то их можно выделить несколько. Наиболее часто встречается, особенно среди людей старшего поколения, стремление передать своё мироощущение, выраженное в стихах или рассказах. Раньше эти люди писали, что называется, «в стол», не надеясь быть услышанными. Теперь с помощью Интернета они могут найти собеседников со сходными интересами, способных понять и сопереживать. Особенно важно это для людей из регионов, а также наших соотечественников из ближнего и дальнего зарубежья, оказавшихся в культурной изоляции, – зачастую Интернет является для них основным связующим звеном. Другие авторы ищут общение в среде

Автор



Дмитрий КРАВЧУК
руководитель
проектов «Стихи.ру»
и «Проза.ру»



людей, интересующихся современной литературой, и сами готовы выступать не только её потребителями — читателями, но также и осуществлять свои собственные литературные эксперименты. Модель массового потребительского поведения, навязываемая нам во всех сферах жизни, в том числе и в литературе, где уделом единиц считается писать книги, а уделом миллионов — безропотно их читать, не выдерживает критики со стороны представителей авангарда современного искусства. Наоборот, в современных театрах зрители принимают участие в спектаклях, а художники представляют инсталляции, в которых посетители выставки вольно или невольно принимают участие. Литература тоже не может оставаться в стороне. И если кто-то представляет современную литературу в виде напечатанной книги, которая тысячу раз отредактирована, прошла все жернова цензуры издателя, критиков, рецензентов, главных редакторов «толстых журналов», членов жюри различных конкурсов, то, на мой взгляд, такое представление уже устарело. Так выглядят мёртвые тексты из прошлого. Современный литературный процесс — это творческая среда, где мастера и читатели общаются на равных в едином информационном поле.

Кстати, одна из основных претензий, которую нам предъявляют «литературные деятели из прошлого», состоит в том, что ресурсы «Стихи.ру» и «Проза.ру» уравнивают всех авторов. Люди с совсем слабым уровнем текстов начинают считать себя поэтами и писателями, в то время как это право якобы может быть делегировано только ими — «деятелями литературы из прошлого», литературными критиками, главными редакторами «толстых журналов» и членами жюри различных конкурсов. Потому как именно они имеют специальное образование для того, чтобы отличить плохую литературу от хорошей, и видят свою задачу в том, чтобы плохую литературу к читателю не допустить, а хорошую всеми способами поддерживать. Мнение основывается на гипотезе, что сам читатель недостаточно образован и не в состоянии отличить плохую литературу от хорошей, и без их помощи для

него будет работать «ухудшающий отбор», подобно тому, как происходит на телевидении: руководители каналов жалуются, что рейтингом пользуются не слишком хорошие программы и фильмы, и по коммерческим причинам они вынуждены их показывать, а деятели культуры говорят, что в результате телевидение воспитывает свою аудиторию, что её вкусы со временем становятся ещё хуже. Возможно, в этом есть некое рациональное зерно. Без помощи профессионалов в сфере литературы творческая среда не сможет улучшить своё качество, «вытащить себя за волосы из болота» подобно Мюнхгаузену. В нашей системе мы попытались решить эту проблему следующим образом: привлекать на сайты ярких, талантливых и признанных авторов (на страницах «Стихи.ру», к примеру, представлены Андрей Вознесенский, Евгений Евтушенко, Константин Кедров), а также проводить литературные конкурсы с авторитетными экспертами в жюри. Первые из таких конкурсов — «Поэт года» и «Писатель года» — стартовали в 2011 г. В результате были выбраны шесть вполне достойных авторов: три поэта и три писателя, книги которых будут изданы на бумаге. Титул «Поэт года — 2011» получила Ольга Аникина, а титул «Писатель года — 2011» — сценарист Николай Шумейко, публикующийся под псевдонимом Никей.

«Стихи.ру» и «Проза.ру» — в большей степени, некоммерческие, гуманитарные проекты, все услуги по электронной публикации на которых бесплатные. Мы видим свою миссию в том, чтобы предоставить всем людям, которые пишут стихи или прозу, удобные сервисы и сделать их жизнь немного приятнее. Но есть несколько платных услуг, которые позволяют собирать деньги на поддержку проектов. На них имеет смысл остановиться подробнее. Мы не размещаем никакой коммерческой рекламы, но авторы имеют возможность предложить свои произведения читателям на главной странице на правах рекламы. Эту услугу можно оплатить как внутренними единицами — «призовыми баллами», выписываемыми за различные проявления полезной активности, так и деньгами. ▶

В среднем один читатель обходится в 1 рубль — вполне демократичная цена, существенно ниже, чем, к примеру, средняя стоимость клика в «Яндекс-Директе». Если автор ещё не «раскручен», то он платит за привлечение к себе читателей, а когда добьётся успеха, и читатели идут к нему сами, автор получает призовые баллы за каждого читателя, которые он может пустить на дополнительную раскрутку. В этом смысле наша экономическая модель чем-то напоминает модель «большой литературы», хотя она использует внутреннюю, или, как теперь это принято называть, «игровую» валюту.

Второй платный сервис — это наши эксперименты с печатными книгами. И хотя мы, как представители Интернета, считаем бумагу форматом из прошлого, некоторые из наших авторов, особенно люди старшего поколения, всё же хотели бы видеть свои произведения изданными на бумаге, и мы не могли не попробовать. Видов издания у нас два: это коллективные альманахи стандартного образца, в которых каждый автор может разместить свои произведения на одной или нескольких страницах, а также индивидуальные книги, издаваемые в полном соответствии с пожеланиями автора. Первый вариант — более бюджетный, стоимость участия в альманахе начинается от нескольких сотен рублей, второй вариант несколько дороже, но тоже за счёт возможностей малотиражной цифровой печати вполне по карману большинству. Эксперименты с печатными изданиями мы проводили в течение последних двух лет и можем поделиться некоторыми результатами.

Во-первых, к нашему разочарованию, количество авторов, пожелавших быть изданными на бумаге, оказалось не таким большим, как можно было бы предположить. Несмотря на то, что наши предложения в течение двух лет постоянно доводились до всей нашей 500-тысячной интернет-аудитории (в свою очередь её размер подтверждается независимыми счётчиками, посещаемость «Стихов.ру» превышает 100 тысяч, а «Прозы.ру» — 50 тысяч человек в сутки), количество желающих выпустить свои произведения в составе альманахов составило в общей сумме порядка пяти тысяч человек, а пожелавших издать собственные книги всего 250. Если разделить эти цифры на размер интернет-аудитории, то получается 1% по альманахам и 0,05% по книгам. Реальные результаты оказались значительно ниже всех оптимистичных и пессимистичных прогнозов. Возможно, в подобных прогнозах и заключается главная ошибка строителей «русских Лулу». Lulu.com — гигант-

ский и весьма прибыльный американский сервис по изданию книг для авторов, однако все попытки клонировать эту идею для России (таких сервисов я видел несколько за последние годы) провалились. Есть несколько версий объяснения причин: наши соотечественники не готовы все до одного платить в Интернете банковскими картами, средняя цена книги в наших магазинах в отличие от зарубежных существенно ниже себестоимости печати через такой сервис, что не позволяет успешно продавать книги посредством print-on-demand, к тому же российское законодательство в части авторского права не совсем годится для ведения этого бизнеса. Не просто давать прогноз, но может случиться и такое, что print-on-demand вообще обойдёт нашу страну стороной: в последнее время растёт количество



Может случиться так, что print-on-demand вообще обойдёт нашу страну стороной: в последнее время растёт количество устройств для чтения электронных книг, практически вся современная литература оцифрована и представлена в магазинах, и вполне возможно, что мы сразу «перепрыгнем» в электронные авторские книги, минуя бумажные



устройств для чтения электронных книг, практически вся современная литература оцифрована и представлена в магазинах, и вполне возможно, что мы сразу «перепрыгнем» в электронные авторские книги, минуя бумажные. Всё-таки сдерживающим фактором в издании печатного экземпляра является себестоимость его изготовления, которая для электронной книги стремится к нулю. Но небольшой рынок бумажных книг по заказу авторов, конечно, останется, и такие книги будут выполнять, прежде всего, сувенирную функцию, чтобы дарить их друзьям. Для этой задачи первостепенную роль играет качество издания книги, такие опции, как полноцветная печать и твёрдый переплёт.

На основе опыта книгопечатного проекта «Стихов.ру» и «Прозы.ру» важно отметить и такой момент, как различие социально-демографических характеристик общей аудитории порталов и аудитории заказчиков издания книг. Если аудитория порталов примерно повторяет аудиторию всего русскоязычного Интернета (количество людей в различных возрастных сегментах примерно то же, что на таких крупных сервисах, как Mail.ru и в среднем по Рунету, нет преобладания молодёжной или возрастной аудитории), то среди авторов печатных книг довольно за-



метная часть приходится на старшее поколение. Возможно, это связано с тем, что люди старше определённого возраста стремятся систематизировать в письменной форме и передать свой жизненный опыт, или просто у них больше свободного времени и меньше отвлекающих привычек, связанных с общением в социальных сетях. Думаю, такую же картину можно наблюдать и в книжных магазинах, торгующих бумажными книгами. Для краткосрочной стратегии это плюс, такая аудитория всегда ценится выше, а для долгосрочной это свидетельствует о том, что молодое поколение и связанное с ним будущее находится не здесь, а где-то в другом месте. Но это касается только печатного проекта. С социально-демографическими характеристиками посещаемости электронных текстов всё в полном порядке. И здесь уместно рассказать о поэтах и писателях нового типа, которые не мечтают об издании бумажных книг. Старый стереотип писательского успеха выглядит примерно так: контракт с крупнейшим издательством, высокий процент роялти, миллионные тиражи, поклонники, автографы, медийный успех. Но это картинка из прошлого, где тексты существовали на бумаге. Для того чтобы построить такую цепочку, нужно было положить целую жизнь. Интернет позволяет получить всё то же самое за несколько дней и совсем без затрат: напри-

мер, размещение курьёзного или забавного ролика на YouTube приносит миллионы просмотров и славу своим создателям. Прошло совсем мало времени между днём, когда Пётр Налич записал песню любительской камерой в салоне старых «Жигулей», выложив на YouTube, и моментом, когда он был избран представителем России на Евровидении. Конечно, «Стихи.ру» и «Проза.ру» имеют меньшую аудиторию, чем YouTube, но самые популярные авторы у нас могут похвастаться сотнями тысяч читателей. Мы в данном случае выступаем одним из каналов общения с аудиторией и передачи информации, поскольку обычно авторы не ограничиваются одним каналом и представлены во всех социальных сетях. Правда, есть один момент: все эти люди читают их бесплатно, а авторы, и особенно издатели, ничего с этого не зарабатывают. Но по влиянию на аудиторию они ничем не уступают своим «старшим товарищам» из «большой литературы», которые продают бумажные книги.

Влияние на аудиторию — это серьёзный ресурс, который в будущем возможно монетизировать и положить в основу профессии, но каким-нибудь другим способом, не с помощью продажи бумажных книг. А поскольку такую модель выбирает молодое поколение, есть основания полагать, что за ней будущее. ■



**КРУПНЕЙШЕЕ
В РОССИИ**
 православное
 издательство
 выпускает
 православную
 и детскую
 литературу,
 русскую классику,
 книги по истории
 христианства
 и России

Интернет-магазин
www.belygorod.ru



WWW.DAR-KNIGA.RU

ИЗДАТЕЛЬСТВО «ДАРЪ»

Тел.: (495) 304-54-64, 780-39-11

