



Фото: Матвей Алексеев

## ВЕДУЩИЙ РУБРИКИ

**Владимир ХАРИТОНОВ**

исполнительный директор Ассоциации интернет-издателей

**Очевидно, что парадигма производства и потребления контента претерпевает серьёзные изменения. В нашем журнале темы, так или иначе связанные с электронными медиа, последнее время играют одну из главных ролей. Предлагаем вниманию читателей новую рубрику, в которой будут анализироваться современные тренды рынка электронных книг.**

# ЭЛЕКТРОННЫЕ КНИГИ: когда заканчивается ажиотаж, начинается индустрия

**Д**анных о предпраздничных продажах ещё нет, но промежуточные итоги за 2012 г. подвести уже можно, равно как и подумать о том, что ждёт рынок электронных книг в году наступившем.

## ЗАМЕДЛЕНИЕ РОСТА

Рост рынка электронных книг в США, где этот сегмент развит больше всего, замедлился, причём значительно. В 2012 г. он рос по сравнению с 2011 г. значительно медленнее и вырос «всего» примерно в полтора раза (с разным успехом в разных нишах, к примеру, на 37% в категории розничных продаж для взрослых, но в два раза в категории детских книг, источник: <http://goo.gl/qv11U>). В кавычках, поскольку все предыдущие годы увеличение доли электронных книг в продажах измерялось, как любят говорить американцы, «трёхзначными» числами, то есть более, чем на 100%. Это снижение темпов стало едва ли не главным событием года для американской книжной индустрии.

Но на «выход на плато роста» не могли не отреагировать киберскептики, давно предсказывавшие спад ажиотажа и даже возвращение бумажных книг. Темпы — темпами, но на долю электронных книг на американском рынке в середине 2012 г. приходилось уже 25% розничных продаж. По итогам ушедшего года эта доля вполне может составить 30%, а по итогам 2013 г. — и 40%. Или даже 45%, как считает, например, Майкл Кокер, основатель самого успешного американского сервиса самопубликации Smashwords (<http://goo.gl/g9BAN>). Рынок просто рос, рос, и, наконец, вырос из колыбели. Все книги электронными, конечно, не станут никогда, но и только бумажными уже тоже не будут.

Достигнутый уровень, помимо прочего, ведёт к тому, что число проданных в розницу электронных книг в экземплярах, в силу их относительной дешевизны, в 2013 г. превысит число проданных бумажных книг (Amazon отчитался о переходе этого рубежа ещё в 2011 г.), а главным носителем станет экран планшета. Их продажи растут стремительно и пока не собираются останавливаться, вместе с ними продолжится рост числа читателей электронных книг, а значит и рынка.

Рост, о котором говорят кто с тревогой, а кто и с еле скрываемым восторгом, может оказаться временным не только по причине распространения новых гаджетов: читатели, американские в особенности, вовсе не перестают читать. К концу 2012 г. подоспело и свежее исследование Pew Research Center (<http://goo.gl/SsG5V>) на эту тему: 75% американцев старше 16 лет

читают книги («самая читающая в мире» Россия может похвастаться примерно вдвое меньшим показателем), из них 30% читают в том числе и электронные книги (по сравнению с 21% в 2011 г.), а пользователи электронных книг вообще читают книг больше, чем обычные. Правда, согласно исследованию Bowker, 59% американцев электронные книги не покупают и не собираются. Но ведь у них, как правило, и планшетников ещё нет. Речь именно о планшетниках, поскольку букридер как главное устройство для чтения электронных книг в 2012 г. уступил своё место планшетному компьютеру.

#### НА СМЕНУ БУКРИДЕРАМ ПРИХОДЯТ ПЛАНШЕТНИКИ

О сокращении планов производства экранов для букридеров главный их производитель, компания eInk, объявила ещё в начале 2012 г. Итоги продаж 2012 г. печальные прогнозы подтвердили: налицо спад продаж этих специализированных устройств для чтения. А на рынке планшетников, напротив, бурный подъём, да такой, что эти устройства вытесняют не только букридеры, но и нетбуки, о прекращении выпуска которых заявили их основные производители — Asus и Acer. Потеснились даже обычные ноутбуки: объёмы их продаж в США и Китае в 2012 г. уже упали ниже продаж планшетников, а в 2013 г. эта тенденция распространится и по всему миру. Аналитики маркетинговой компании IDC ожидают продажи букридеров на уровне 19,9 млн штук по итогам 2012 г., что на 28% меньше проданных в 2011 г. (27,7 млн штук). А вот объёмы продаж планшетных компьютеров в 2012 г. по предварительным прогнозам превысят 122 млн.

Прекращать совсем производство букридеров пока ещё никто не собирается, но то, что эпоха их доминирования в сфере электронного чтения уходит, стало уже очевидно. Это заметили даже отечественные поставщики букридеров: покупатели выбирают более функциональные устройства, на которые, к тому же, начали снижаться цены — почти до стоимости букридеров.

Последствия смены «главного гаджета для чтения» оцениваются аналитиками по-разному. С одной стороны, пользователи планшетников читают много, но не столько книги (в отличие от пользователей букридеров), сколько почту, посты в социальных сетях, тексты на сайтах и т.д. Книгам приходится конкурировать за время и внимание читателя прямо у него перед глазами, на экране планшета. И не только с другими текстами, но и с видео, играми и прочими отвлекающими от душеполезного чтения развлечениями. Собственно, для этого планшетники и покупают — не только читать. Есть, однако, и другое мнение — пользователей планшетников становится настолько много, что статистика начинает брать своё: те люди, которые не купили букридер, покупают в виде планшета устройство, которое вполне подходит для чтения книг тоже.

Снижение спроса на букридеры — серьёзный вызов тем крупным дистрибуторам книг со своей экосистемой «устройство — магазин», которые слишком медленно реагировали на изменение потребительского спроса. В первую очередь это касается компании Sony, которая в отсутствие спроса может просто отказать от дальнейшего производства Sony Reader. Другие электронные книжные гиганты — Amazon, Barnes & Noble, Kobo — вовремя начали переход к производству планшетников, но их устройства пока не всегда успешно конкурируют с планшетами других производителей, не говоря уже об iPad. И это не удивительно: покупателю не нужны ограничения, он выбирает функциональность и свободу.

Планшетники, в отличие от обычных букридеров, дают не только больше поводов для отвлечения от книг, но и предоставляют больше возможностей для отображения медиаконтента и создания книг-приложений с дополнительными функциями (энциклопедическими, словарными, интерактивными и т.д.).

Приложение, в отличие от обычной «книги для чтения», — поле практически для любых экспериментов. И это, конечно, вызов для издателей: «загнать» роман в обычный epub проще, чем сделать, к примеру, цифровой дубликат иллюстрированной детской книжки.

Разумеется, сами букридеры в ближайшее время тоже никуда не исчезнут — в их производство и инфраструктуру вложено слишком много денег. Но им придётся подешеветь. Может быть, до нуля. Во всяком случае, именно такой сценарий ещё пару лет назад предсказывал основатель журнала Wired Кевин Келли. В конце концов, цена самого дешёвого устройства из семейства Amazon Kindle сравнялась со стоимостью Amazon Prime, абонемента на бесплатную доставку товаров, вход в книжный и видеоклуб. На рынке появляются и новые игроки, которые попытаются составить конкуренцию Amazon: немецкая компания Txttr готовится к началу мировых продаж одноимённого букридера по цене 13 долларов, который будет распространяться в США в крупных сетях типа Walmart и Costco.

В России серьёзного снижения цен на букридеры пока не предвидится — мы оказались в стороне от крупных книжных экосистем, и только дожидаемся, когда они к нам придут. Если цены на них рухнут, то «серость» рынка вряд ли даст им упасть до нуля. А вот конкуренция программ-«книжных магазинов» для планшетников может обостриться. К тому же, все операционные системы для них более или менее открыты, а значит и вход на рынок тоже открыт: вопрос с контентом и его маркетингом.

#### БУМ САМОПУБЛИКАЦИЙ

Если дешёвые букридеры российскому читателю достанутся ещё не скоро, то уже в этом году его ожидает рост числа электронных книг авторов, которые

решили обойтись без издателей. Американцам к этому уже не привыкать: если верить агентству Bowker, последние несколько лет практически весь рост книгоиздания (за вычетом печати по требованию) происходит за счёт самопубликующихся авторов, или Писателей, Издающихся за Собственный Счёт (помните, так в «Маятнике Фуко» звали авторов, книги которых публиковало издательство «Мануций»? ). Стигма «графоманов» постепенно с них слезает, стираемая, с одной стороны, грандиозными успехами бывших самопубликантов типа Э.Л. Джеймс, а с другой — из-за того, что традиционный издатель всё хуже справляется с ролью фильтра качества. А вот «подхватить» уже доказавшего свою популярность у читателей автора издатель всегда готов, и даже готов не скупиться. В 2012 г. Penguin приобрёл за 116 млн долларов сервис Author Solution, в базе которого 150 тыс. авторов, а в заслугах — почти 200 тыс. изданных книг, 100 млн долларов выручки с прогнозом 12% ежегодного роста.

Author Solution не единственный такой сервис: в американской индустрии работает множество сервисов, которые позволяют авторам не только опубликовать текст на сайте, но и бесплатно изготовить файл правильного формата и начать продавать свою электронную книгу чуть ли не в «один клик». Или не в один, но с шансами серьёзно её улучшить с помощью корректоров / редакторов / дизайнеров. За деньги, разумеется. Пока российский рынок не может похвастаться разнообразием предложения таких услуг, но у 2013 г. — вместе с продолжающимся уверенным ростом рынка электронных книг — есть все шансы стать годом начала бума сервисов самопубликаций. Несколько независимых стартапов уже готовятся к выходу на рынок. И самое время запустить аналогичные сервисы крупным российским агрегаторам, которые до сих пор страдают от ограниченности ассортимента традиционных издателей.

## БИТЫ, МНОГО БИТОВ

Ассортимент электронного рынка в России действительно всё ещё невелик. Как ни стараются крупные агрегаторы, но решить за издателей все их проблемы — преодолеть пассивность, наверстать уровень профессиональной компетентности, компенсировать ограниченность ресурсов для инвестиций в новое производство и справиться с юридическими вопросами — они, конечно, не могут. Тем не менее, даже текущий ассортимент (а он, очевидно, будет расширяться, в том числе за счёт появления книг самопубликующихся авторов) делает актуальным для издателя поиск эффективных способов информирования читателя о новых изданиях. Похожая проблема и у читателей: как найти и выбрать следующую книгу? В электронном магазине нельзя выложить книгу у кассы, развесить постеры и прикрепить воблеры. Можно, конечно, заполнить первую страницу магазина новинками и рейтингами, или даже выдать какой-то

нуждающихся в сбыте набор книг за «рекомендацию», — но это не решит ни проблемы издателей, ни проблемы читателей.

Российским продавцам стоит озаботиться настоящими рекомендациями, тем более, что стартапов, которые предлагают решение этой проблемы, уже очень много. Правда, по преимуществу на Западе. Впрочем, и в России есть прецеденты — растущие социальные сети типа Bookmix и книжные сервисы типа Bookmate с развитыми социальными функциями. Именно через социальные сети разного типа информация о книгах распространяется и воспринимается лучше всего. А если нынешние продавцы электронных книг не справятся с решением этой задачи, возможно, появятся новые продавцы, в том числе западные (из крупных международных дистрибуторских платформ в России прямо накануне 2013 г. начал работать Google), да и сами издатели может быть не станут уповать только на агрегаторов контента, а займутся продажами электронных книг самостоятельно.

Проблема поиска именно нужной и (или) интересной книги будет становиться всё более и более актуальной. Выбравшись на «плато роста» и став вполне взрослым и состоятельным, электронное книгоиздание позволяет становиться успешными инициативам «чисто электронного» книгоиздания, когда книга вообще не публикуется на бумаге, но распространяется только в электронном виде, причём профессиональными издателями, а не только самопубликаторами. Учитывая степень развития инфраструктуры производства и дистрибуции электронных книг в США, можно говорить о том, что чисто электронное книгоиздание будет только развиваться. Что касается России, то нашим издателям для полноценного электронного издания пока явно не хватает и навыков, и каналов дистрибуции. Но эксперименты уже начались и будут только множиться в 2013 г.

Не исключено, что решатся вступить на эту почву вслед за своими западными коллегами и российские СМИ. Американские газеты уже вовсю экспериментируют и с instant publishing (изданием электронных книг по горячим следам громких событий), и с тематическим переформатированием уже опубликованных материалов в электронные книги. Только за последние полгода начали экспериментировать (или даже расширили линейки серий электронных книг) Wall Street Journal, New York Times, Financial Times, Scientific American и другие издания, благо повторная переработка газетно-журнального контента в электронные книги стоит на порядок меньше бумажного издания.

В любом случае, рынок электронных книг в США уже состоялся. Даже если рост на нём и замедлился, они уже никуда не исчезнут. А общемировому и, в частности, российскому рынку электронных изданий это замедление роста вообще пока не грозит — ему ещё расти, взрослеть и экспериментировать. ■