

МЕСТО И РОЛЬ ПЛАТФОРМ САМОПУБЛИКАЦИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ИЗДАТЕЛЬСКОЙ ИНДУСТРИИ (на примере российской платформы «Ridero»)

Мощное развитие информационных технологий оказало существенное влияние на современное издательское дело: начиная от стремительного распространения формата цифровой книги, который востребован не меньше печатного, и заканчивая изменениями в наборе компетенций, которыми должен владеть специалист в издательском деле. Не вызывающий сомнения факт вхождения издательского дела в пространство современной медиаиндустрии определяет трансформации, которые происходят с институтом издателей. Одной из очевидных тенденций, которая определяет корректировку роли института издателей, является рост популярности платформ самопубликации. Основоположниками данной публикационной модели, позволяющей начинающим писателям самостоятельно издавать, распространять и продавать свои книги, является Amazon, который в 2012 г. запустил первую цифровую платформу самопубликации — Kindle Direct Publishing. После признания популярности и востребованности данной издательской технологии наступил процесс тиражирования данной идеи: появление цифровых платформ самопубликации во всем мире.

В России самым ярким примером является платформа самопубликации «Ridero», которая была основана в 2014 г., и сегодня позиционирует себя как электронная издательская система, позволяющая независимым авторам создавать и распространять свои книги без посредников.

На сегодняшний момент можно говорить о том, что данный проект необычайно успешен. Самыми очевидными показателями его успешности являются следующие.

Во-первых, это очевидный количественный показатель востребованности — на платформе зарегистрировано уже более 100 000 независимых авторов.

Во-вторых, это география участников — платформа востребована не только пользователями из России, но и в других странах, таких, как Польша, Латвия, Германия.

В-третьих, это востребованность платформы не только начинающими и неизвестными никому писателями, но и уже имеющими «имя» (например, А. Архангельский).

В-четвертых, это «замеченность» институтом литературных премий авторов, книги которых были изданы на платформе (А. Архангельский с книгой «Правила муравчика. Сказка про бога, котов и собак» вошел в длинный лист премии «Большая книга», Г. Диденко в номинации «малая проза» с подборкой рассказов стал лауреатом премии «Дебют», А. Марков с книгой «Теоретико-литературные итоги первых пятнадцати лет XXI в.» попал в шорт-лист премии «им. Андрея Белого», Е. Стаховский с романом-психотерапией «43» вошел в длинный список «Национального бестселлера» и др.)

В-пятых, наличие спроса на книги, которые издаются на платформе и представлены на таких агрегаторах по продажам книг, как «Литрес», «Ozon.ru», «Amazon», «Bookmate». Сайт платформы регулярно информирует о лидерах продаж на «Литресе», «Ozon.ru», «Amazon» и прочтениях на «Bookmate».

Но платформа «Ridero» интересна не только как пример успешного проекта в издательской индустрии. Внимания заслуживает также ее деятельность в формировании новой издательской культуры самопубликации. Работа в данном направлении прежде всего связана с образовательно-просветительскими практиками платформы в формате вебинаров, ориентированных на воспитание писателя цифровой эпохи.

Обобщая всю тематику образовательно-просветительских практик платформы, можно выделить следующий набор навыков и умений, которыми должен обладать начинающий писатель.

Во-первых, создатели платформы, не включив в свою концепцию самопубликации фигуру рецензента, активно проводят вебинары, цель которых обучить законам писательского ремесла. Платформа сотрудничает с литературными школами и мастерскими («Creative Writing School» М. Кучерской и Н. Осиповой, «Хороший текст» Т.Толстой и М. Голованивской), учебными литературными курсами («Мастер текста», организуемого издательством «Астрель-СПб», «Писать легко» Т. Соло-матиной). Довольно часто проводятся вебинары, посвященные отдельным жанрам и аспектам литературных произведений (экспресс-курсы: «Мастерство рассказа», «Книга как кино: эффективные способы удержания внимания», «7 суровых, но

справедливых советов от знаменитых авторов»). Также тематика вебинаров часто связана с рекомендациями относительно популярных стратегий подготовки авторских книг («Recycle: как переработать контент сайта в книгу», «Как сделать бестселлер из сборника статей?»). Имеются также вебинары, посвященные проблеме экспорта книги на иностранный рынок («Путь русской книги к иностранному читателю», «Опыт автора: перевод книги»).

Во-вторых, команда платформы активно пытается воспитать не только хорошо пишущего автора, но и хорошо продвигающего свою книгу автора. Значительное количество вебинаров посвящено коммерческому аспекту профессии писателя в современных экономических условиях («Как превратить книгу в бестселлер?», «Как продвигать свою книгу? 7 советов, которые работают», «Книга живет по законам стартапа», «Краудфандинг: как продать не-кота-в-мешке и собрать предзаказы на книгу», «Как защищать свои авторские права», «Сколько-сколько», «Прямо сейчас: какие рукописи нравятся издателям»). Даже цикл вебинаров, сосредоточенный на тематике дизайнерского оформления книги, имеет своей целью раскрыть секреты оформления для более успешной продажи книг («Как работать с дизайнером обложки и иллюстратором книг», «Хорошая обложка: 12 правил и принципов, которые помогут книге продаваться», «Мягкая или тверда?»).

Таким образом, команда платформы «Ridero», возникнув в ситуации технологического сдвига, который изменил место и роль писателя в современном культурном пространстве, достаточно очевидно взяла на себя роль воспитателя нового типа молодого писателя. В целях воспитания она не просто предоставила ему возможность свободной самостоятельной публикации книги, минуя коммерчески ориентированных издателей, которые с недоверием относятся к неизвестному начинающему писателю, но и обозначила перед ним ряд других задач для существования не только в литературном сообществе, но и в пространстве современного читателя с его особыми как читательскими потребностями, так и покупательскими возможностями.