

**И. В. Лизунова,**

ведущий научный сотрудник ГПНТБ СО РАН,  
кандидат исторических наук, доцент

## **СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА ЭЛЕКТРОННЫХ КНИГ В РОССИИ**

Изучается современное состояние рынка электронных книг в России. Определяются стадии становления российского электронного книгоиздания. Отражаются актуальные тенденции и количественные характеристики российского рынка е-книг. Выявляются основные проблемы и перспективы его развития.

*Ключевые слова:* электронное издание, книгоиздание, е-книга, рынок, интернет, устройство для чтения, контент, Россия.

We study the current state of the market of electronic books in Russia was determined of the stages of Russian electronic publishing. Current trends and quantitative characteristics of the Russian market of e-books are reflected. Main challenges and prospects of its development are identified.

*Keywords:* electronic publishing, book publishing, e-book market, the Internet, reading device, content, Russia.

Революционный этап технологического обновления российской книжной индустрии за счет внедрения в эту отрасль цифровых технологий создал новые условия для ускорения обмена электронными ресурсами и целевой доставки информации определенным микроаудиториям и, в перспективе, индивидуальным потребителям. Данные потенциальные возможности, а также быстрая адаптация контента под разные платформы и для отдельных читателей, введение в текст интерактивных элементов – несомненная прерогатива и преимущество электронных книг. Демассификация книжных форматов, их мультимедийность, вкупе с дроблением и агрегированием контента возможны лишь при дальнейшей конвергенции книжной отрасли с массмедиа, а главное, при развитии электронного издательского дела.

Возникнув относительно недавно, электронное книгоиздание прошло несколько стадий развития: от утопического энтузиазма и преобладания радикальных взглядов (эпоха печатных книг заканчивается), периода разочарования и пессимистических прогнозов (у цифрового контента самостоятельного будущего нет) до появления прагматических тенденций

и превращения в реальный бизнес, начинающий оказывать влияние на книжный рынок в целом.

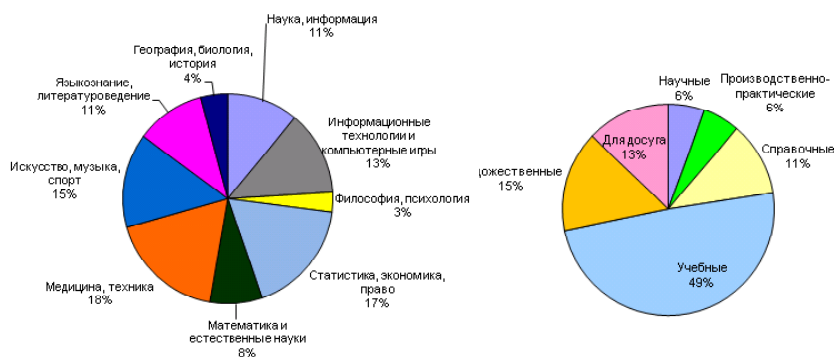
В настоящее время российское электронное издательское дело находится на начальном этапе развития. Возникнув во второй половине 1990-х гг. при ограниченной интернет-аудитории и отсутствии удобных «читалок» электронного контента, е-книги выполняли роль дополнительной рекламы, направленной на увеличение продаж печатных аналогов. Функциональное развитие электронного книгоиздания началось в первом десятилетии «нулевых», когда произошло увеличение количества интернет-пользователей, улучшение технического качества и возможностей устройств для чтения. «Электронные тексты в Сети уже не столько привлекают новых покупателей бумажных книг, сколько лишают издателей все более значительной доли прибыли» [13]. Расцвет электронного книгоиздания, по мнению теоретиков и практиков книжного дела, начался в 2009–2010 гг.: «электронные издания начинают объективно вытеснять с основного книжного рынка печатную продукцию как устаревший продукт, не отвечающий новым требованиям» [13].

Б. В. Ленский утверждает, что в настоящее время уже можно говорить о появлении и проявлении конкуренции между электронным и традиционным книгоизданием. Причем если «раньше эти два типа книгоиздания развивались как конвергенция, когда электроника поставила материальную базу нового книгоиздания, то теперь, вместо того, чтобы продолжить мирное сосуществование, начинается серьезное соперничество» [6].

Будучи быстрорастущим, рынок электронных книг считается наиболее перспективным, его положительная динамика наблюдается из года в год. По данным Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям (ФАПМК), объем рынка продаж цифровых книг в РФ в 2009 г. составил 0,9 млрд долларов. К 2011 г. его объем по сравнению с 2008 г. увеличился в 14 раз. Однако темпы развития электронного книгоиздания за это же время несколько снизились [12, с. 17]. Так, по статистическим сведениям, в НТЦ «ИнформРегистр» в 2008 г. поступило 3054 обязательных экземпляра увидевших свет электронных изданий \*, в 2009 г. – 3081 экз., а в 2010 г. – 2993 экз. [8]. Из общего количества цифровых изданий на долю электронных

\*Согласно российскому законодательству под «электронными изданиями» подразумеваются документы, информация в которых представлена в электронно-цифровой форме, прошедшие редакционно-издательскую обработку, имеющие выходные данные, тиражируемые и распространяемые на машиночитаемых носителях.

книг в 2010 г. приходилось уже около 60 % [5]. По целевому назначению свыше 70 % цифровой продукции составляли учебные книги-файлы. В числе преобладающих ресурсов числились также издания для досуга – 9,39 % и научные издания 6,92 % [5]. По состоянию на июль 2012 г. в каталоге «Российские электронные издания» НТЦ «Информрегистр» содержалось более 27 тыс. электронных изданий самой разнообразной тематики и целевого назначения. Причем большая часть цифровой продукции, как и ранее, приходилась на учебные издания (47 %). За последние годы заметно увеличилась доля других видов изданий: художественных произведений – до 16 %, книг для досуга – 14 %, справочных изданий – 12 %. (См.: диаграмму) [4].



Данные статистики подтверждает еще и тот факт, что одними из первых в России электронные издания стали выпускать именно образовательные заведения, учреждения культуры, науки, небольшие частные издательства. Крупные издательства вступили на путь развития цифровых документов гораздо позже, вынужденные искать новые способы обеспечения запросов читающей аудитории в связи с сокращением рынка книгопечатных книг. В эти годы проекты электронного книгоиздания запустили такие книжные гиганты, как «АСТ» и «Эксмо», что тут же позволило им изменить расклад сил на российском рынке электронного издательского дела. Динамика роста пришлась на Москву и Санкт-Петербург. Однако в регионах ситуация в области издания e-книг оставалась практически без изменений. Так, в 2009 г. выпуском электронных изданий в стране занимались порядка 400 издающих организаций. Из них стабильными считались только 12 %. Остальные, возникнув, реорганизовывались, либо исчезали. При этом структура рынка по изданию электронной продукции выглядела таким образом: 43 % приходятся на коммерческие издательства, профессионально

занимающиеся выпуском цифрового контента, а 57 % – на некоммерческие издательства, главным образом, учреждения образования, науки и культуры, рекламные организации [7, с. 11].

Ситуацию, существовавшую в провинции на рынке электронных книг, представим на примере Тюмени, являющейся одним из региональных лидеров книгопечатания. Современные технологии в выпуске цифрового контента здесь применяют многие организации: книжные издательства, департаменты областной администрации, библиотеки, рекламные агентства и др. Однако несомненный приоритет по выпуску книг-файлов в городе на протяжении не менее полутора десятка лет принадлежит высшим учебным заведениям. Наиболее продуктивной в издании электронных учебных пособий для вузов по гуманитарным и социально-экономическим дисциплинам считается деятельность Лаборатории мультимедиа Тюменского государственного университета (создана в 1997 г.), неоднократно с успехом экспонировавшая собственную продукцию на выставках международного масштаба в России и за рубежом. Кроме ТюмГУ крупные центры электронных образовательных ресурсов и информационного обеспечения действуют в Тюменском государственном нефтегазовом университете, Тюменском архитектурно-строительном институте, Тюменской государственной медицинской академии и некоторых других образовательных учреждениях. Необходимо отметить, что электронная продукция, выпускаемая вузами, ориентирована, прежде всего, на образовательный процесс собственных учебных заведений, имеет узкий внутренний круг пользователей и не является объектом рыночного обращения. При этом возникла парадоксальная ситуация: при бурном росте справочной и учебной электронной книги доступ пользователей к ним ограничен, а сами мультимедийные учебные издания практически не включены в торгово-рыночный процесс.

Падение печатных тиражей в период кризиса, действенная реклама производителей устройств для чтения e-книг, технологическое обновление отрасли сформировали благоприятные факторы для роста продаж электронных изданий и, соответственно, повысили спрос россиян на «читалки». Наиболее популярными устройствами для чтения электронных книг у россиян являются букридеры и планшеты. Причем, если в 2009 г. подавляющее большинство опрошенных читателей e-книг в целом называло компьютер (свыше 70 %), то в 2011 г. предпочтения отдавались именно планшетам. По потребительским предпочтениям в конкуренции между планшетами и ридерами выигрывают последние (в основном это «читалки» с экранами *e-Ink* («электронные чернила»). TFT-модели на-

бирают популярность в связи с низкой ценой). По данным аналитической группы SmartMarketing, в России в 2009 г. было продано 189 тыс. букридеров. Самыми популярными брендами «читалок», продаваемых в России, стали «Pocketbook» (43 %), «Sony» (24 %), «LBook» (18 %), «ORSiO» (7 %), «Азбука» (2 %) [11]. Объем продаж букридеров к 2011 г. вырос в десятки раз. По данным аналитической группы «SmartMarketing», в этот год в России было продано 1,43 млн устройств для чтения электронного контента – всех типов и категорий, включая «ридеры» с экранами на базе *e-ink* и жидкокристаллическими. В лидерах продаж устройств для чтения электронных книг оказались продукты с *e-ink*-экранами: «Pocketbook» (41,5 %), «Soni» (14 %), «ONYX» (7,6 %); с TFT-экранами: «WEXLER» (32,6 %), «Pocketbook» (20,1 %), «Digma» (7,3 %); «ридеров» в целом: «Pocketbook» (30,2 %), «WEXLER» (19,7 %), «teXet» (6,6 %), «Soni» (6,6 %), «Ritmix» (6,5 %), «Digma» (5,3 %), «Explay» (5,2 %), «ONIX» (3,6 %) [9].

И хотя конкуренция между производителями «читалок» постепенно возрастает, сдерживающими факторами в развитии рынка букридеров в России являются:

- слабое внимание к российскому рынку электронных книг отечественных крупных компаний производителей устройств для чтения;
- высокие цены на качественные брендовые букридеры, купить которые может себе позволить наиболее платежеспособная часть населения;
- преобладание однотипных дешевых ридеров и др.

По мнению директора крупнейшего в России издательства «Астрель» ИГ «АСТ» Ю. В. Дейкало, «рано или поздно электронная книга будет доминировать в издательском мире. Резкий поворот в продажах электронной книги произойдет тогда, когда появятся в продаже технологические решения, удобные для чтения книг... Электронная коммерция станет серьезным бизнесом и будет сильно корректировать наш бумажный бизнес» [2]. По оценке компании «PocketBook» – ведущего поставщика ридеров в Россию, только за первое полугодие 2011 г. рынок вырос примерно на 300 %. По данным, полученным от ведущих розничных сетей, в «Евросети» продажи ридеров подскочили почти в 15 раз по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года, в «М-видео» – почти в 17, в «Связном» – в 23 раза. По мнению представителей сетей, одной из причин взрывного роста стало снижение стоимости «читалок» из-за появления устройств с жидкокристаллическими дисплеями вместо экранов, сделанных по технологии *e-ink* [10], поступления в продажу новых ридеров с TFT-дисплеями. Помимо букридеров россияне пользуются и другими, более

доступными потребителям электронными гаджетами: смартфонами, мобильными телефонами, DVD- и MP3-плеерами.

По словам генерального директора компании «ЛитРес» С. В. Анурьева, рынок е-книг в России с 2010 г. устойчиво растет, в среднем на 122 % ежегодно. «При сохранении данных темпов роста доля электронной книги очень скоро (не позже 2015–2017 г.) составит 5 % от всего книжного рынка или около 3 млрд рублей» [1].

Рост количества мобильных устройств с форматом для чтения е-книг и доступом в интернет и, в целом, существенное изменение рынка устройств для чтения цифрового контента, снижение цен на них привело к увеличению рентабельности рынка электронных изданий в РФ. Помимо названных, развитию рынка е-книг в России способствуют такие факторы, как:

- растущее число интернет-пользователей;
- увеличение доли интернета в общем медиапотреблении россиян;
- рост интернет-торговли, мобильного интернета;
- доступные цены на е-книги (электронный аналог в 5–10 раз дешевле своего бумажного прототипа);
- умножение объемов продаж электронных гаджетов для чтения на территории РФ и СНГ;
- внедрение специальных предложений по чтению е-книг в большинство современных устройств (телефоны, «планшетники» Apple, Samsung), устройства на базе android и др.;
- повышение внимания издательств к рынку электронной книги и, как следствие, расширение легального контента, способного конкурировать с «пиратством»;
- внедрение новых моделей реализации е-книг – PPD (pay per download партнерская программа в интернете), подписной, рекламной моделей и др.;
- увеличение отечественных сетевых ресурсов («ЛитРес», «Elkniga.ru», «Bookee.ru», «Аймобилю» и др.);
- приход сетевых игроков мирового уровня («Google Book Search», «Amazon.com», «Apple»);
- внедрение в книгопечатание услуги print on demand («печать-по-требованию» с цифрового носителя) и др.

В качестве позитивных сдвигов, непосредственно влияющих на развитие рынка, специалисты называют также разработку и внедрение технологии, которая позволяет правообладателю осуществлять контроль онлайн-продаж книг в электронном виде. Согласно прогнозам, доля от продаж цифрового контента книгоиздателями заметно вырастет и будет приносить ощутимый доход в ближайшие два – три года [3].

Российский рынок электронных книг, будучи чрезвычайно юным, еще находится на стадии зарождения и формирования его основных параметров, взаимосвязей внутри книжной отрасли. Все это неизбежно сказывается на его показателях, отсутствии единой информации о выпускаемой продукции, ее систематичности. Развитию рынка препятствуют несколько факторов:

- несоблюдение издателями единых стандартов подготовки книг-файлов, требований в оформлении электронных изданий;
- недостаточное правовое обеспечение цифрового издательского дела (в частности, не решена проблема консолидации прав на электронные публикации издателей и авторов);
- пиратство в интернете (использование пиратских сайтов для скачивания нелегального мультимедийного контента);
- отсутствие разнообразного легального рынка электронных изданий;
- выжидательная позиция большинства российских книгоиздателей и др.

Значительная часть издателей или авторов (правообладателей) рассматривают электронное книгоиздание по большей мере как рекламную поддержку основного бизнеса по выпуску печатных книг. Издающие организации региона в массе своей не торопятся инвестировать финансовые средства в новое направление, не видят той бизнес-модели, которая способна привести к прибыли [2, с. 18].

Тем не менее, электронное книгоиздание – это не только ближайшие реалии функционирования книжной отрасли, но и возможности ее быстрой адаптации к цифровому веку. Эксперты считают, что цифровая книга, будь то текстовый или аудиоформат, – это единственная сфера, где в современном книгоиздании возможен технологический и коммерческий прорыв. Будущее есть только у тех российских издателей, которые сумеют вовремя перестроиться, влиться в общее направление стремительно меняющегося книжного мира.

#### Список использованных источников

1. *Анурьев С. В.* Объем и динамика электронных книг / С. В. Анурьев // Презентация ЛитРес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.slideshare.net/probooks/ss-12254355>. – Загл. с экрана. – Дата обращения: 18.11.2012.
2. *Дейкало Ю. В.* Рано или поздно электронная книга будет доминировать в издательском мире : интервью с Ю. В. Дейкало / Ю. В. Дейкало // Книжная индустрия. – 2010. – № 2. – С. 18–19.
3. *Иванов А.* Пиксели против бумаги: Книгоиздание в РФ и не только – голые цифры [Электронный ресурс] / А. Иванов // Российские вести : федеральный

ежедневник– Режим доступа: <http://rosvesty.ru/1964-1/society/?id=100001017>. – Загл. с экрана. – Дата обращения: 24.06.2009.

4. Каталог электронных изданий [Электронный ресурс] // Федеральное государственное унитарное предприятие Научно-технический центр «Информрегистр». – Режим доступа: <http://db.inforeg.ru/deposit/catalog/default.asp>. – Загл. с экрана. – Дата обращения: 20.12.2012.

5. *Кириллова Л. А.* Диалектика развития : статистика книгоиздания России за 2010 год // Российская книжная палата [Электронный ресурс] / Л. А. Кириллова, К. М. Сухоруков. – Режим доступа: [http://www.bookchamber.ru/content/stat/stat\\_2010.html](http://www.bookchamber.ru/content/stat/stat_2010.html). – Загл. с экрана. – Дата обращения: 12.08.2011.

6. *Ленский Б. В.* Издатели и книжная торговля Кубани: как наладить успешное сотрудничество? : интервью с Б. В. Ленским / Б. В. Ленский // Книжная индустрия. – 2010. – № 10. – С. 46.

7. *Ленский Б. В.* Книгоиздание в России: состояние, проблемы и перспективы развития / Б. В. Ленский, А. Н. Воропаев, А. А. Столяров // Книга : исслед. и материалы. – М. : Наука, 2002. – 119 с.

8. Общие сведения о депозитарии электронных изданий [Электронный ресурс] // ФГУП НТЦ Информрегистр. – Режим доступа: <http://inforeg.ru/ei/itemlist/category/80-obshhie-svedeniya-o-depozitarii-elektronnyx-izdaniy#index>. – Загл. с экрана. – Дата обращения: 10.07.2011.

9. Рынок е-книг в России быстро растет // Книжное дело. – 2012. – № 1–2. – С. 14.

10. Рынок ридеров растет взрывными темпами [Электронный ресурс] // Книжное дело. – 2011. – 19 авг. – Режим доступа: <http://www.knigdelo.ru/default.asp?id=1&news-id=3754>. – Загл. с экрана. – Дата обращения: 20.08.2011.

11. Рынок ридеров: тенденции и текущее состояние [Электронный ресурс] // SmartMarketing. – Режим доступа: <http://www.smartmarketing.ru/node/320>. – Загл. с экрана. – Дата обращения: 10.07.2011.

12. Рынок электронных книг в России и за рубежом. Аналитический обзор. – М. : РосБизнесКонсалтинг, 2012. – 26 с.

13. *Степанов В.* Электронное книгоиздание [Электронный ресурс] / В. Степанов // Открытая практико-ориентированная лекция, Москва, 2 февраля 2012 г. – Режим доступа: <http://www.slideshare.net/astapenkolena/ss-11474789>. – Загл. с экрана. – Дата обращения: 12.02.2012.