



Апрель 2017
"Развитие отрасли: борьба приоритетов"

- Выборы Президента РФ. Позиции кандидатов
- РКП: Были, есть, будем
- Книжный рынок-2016: смена тренда, или Вверх по лестнице, ведущей вниз?
- Вузовское книгоиздание: от оптимизации к эффективности

[Подробнее](#) [Архив](#)

ВХОД ДЛЯ КЛИЕНТОВ

Логин
 Пароль
[Забыли пароль](#) [Регистрация](#)



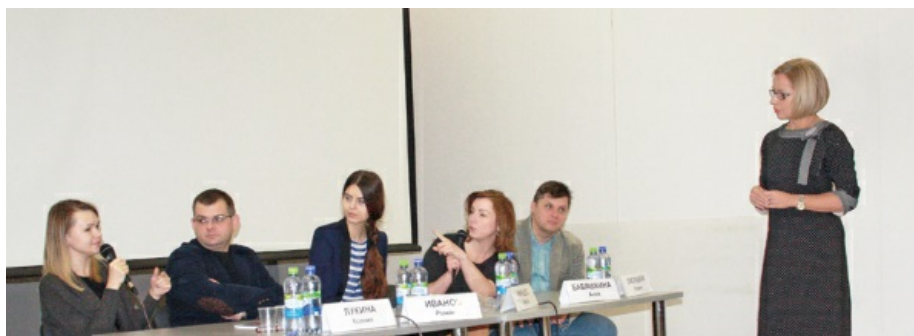
[О нас](#) | [Подписка](#) | [Издательская деятельность](#) | [Рекламодателям](#) | [Нашим авторам](#) | [Контакты](#) | [Фотоальбом](#) | [Партнеры](#)

- Интервью
- Книжный рынок
- Вузовские издательства
- Искусство издавать
- Библиотеки
- Образование
- Иновационные технологии
- Электронные библиотеки
- Культура книги
- Библиогеография
- Библиотехнологии
- Выставки и конференции
- Конкурсы и премии
- Документы
- Copyright.ru
- КНИГА+
- Год литературы
- Журнал Онлайн

[Главная](#) > [Иновационные технологии](#) > [Иновационные технологии](#) >

[Книжные рекомендательные экосистемы: развитие путём дивергенции. Ч. 2](#)
17.04.2017 10:39

Как не ошибиться в многообразии издаваемых книг? Чем способны помочь цифровые рекомендательные сервисы, социальные сети, поисковые ресурсы и мобильные приложения? Каких инструментов не хватает и каковы перспективы их развития?



Продолжение материала. [Начало](#)

ТЕХНОЛОГИИ НА СЛУЖБЕ РЕКОМЕНДАЦИЙ

По мнению исполнительного директора Ассоциации интернет-издателей **Владимира ХАРИТОНОВА**, ситуация в сфере книжной рекомендации постепенно улучшается. Так, в сентябре 2016 г. появился «Горький» — новый информационный ресурс, посвящённый книгам и адресованный широкой аудитории. На сайте Meduza книжную рубрику представляет Галина Юзефович, существуют книжные разделы в многочисленных сетевых изданиях. Критиков пока немного, но уже становится понятнее, что можно почитать и к кому обратиться за советом. Если говорить о природе книжных рекомендаций, то самые важные из них — это советы друзей, считает эксперт, и очень удачно, если этот друг — литературный критик.



НОВОСТИ

- 21.04 [Отраслевой доклад «Российская полиграфия: состояние, тенденции и перспектив развития»](#)
- 21.04 [Цифровая экономика России: сотрудничество государства и бизнеса](#)
- 20.04 [Состоялась отраслевая конференция «Состояние и проблемы российского книгоиздания и книгораспространения. Прогноз на будущее»](#)
- 19.04 [Две тысячи молодых авторов претендуют на премию «Лицей»](#)
- 19.04 [Герман Клименко: «Деанонимизация интернета — это неизбежный процесс»](#)

Цифровые рекомендательные системы могут опираться на разную информацию: о том, что читает сам пользователь, его друзья, люди, которые прочли те же книги, что и пользователь. Это всё очень разные подходы, но задача любого из таких сервисов — предложить читателю очередную книгу. В этом смысле механизмы рекомендательной системы и поисковой выдачи схожи: когда мы вводим текст в поисковую строку в «Яндексе» или Google, на первой странице попадают не только релевантные запросу результаты, но и то, на что мы с наибольшей вероятностью обратим внимание.

Сервис [Bookmate](#) опирается на знания о социальных связях пользователя, о том, что читают люди, с которыми этот человек дружит, предоставляет возможность читателю и издателю формировать подборки. Подобными рекомендациями пользуется достаточно много читателей.

Рекомендации генерируют и издательства — те, у которых есть лицо, свой бренд. Каждый издатель, по словам В. Харитонова, — это определённый набор идей, определённая миссия. Когда у читателя есть возможность ориентироваться по издателям как рекомендателям, это ещё одна важная возможность.

В базе рекомендательного сервиса [LiveLib](#) 1,9 млн изданий на русском языке. По состоянию на сентябрь 2016 г. зарегистрирован 1 млн пользователей, из них активными являются 750–800 тыс. человек. В месяц на ресурс заходит несколько миллионов посетителей. К дискуссии подключился руководитель сервиса LiveLib **Роман ИВАНОВ**.



— За последний год мы серьёзно изменили сервис. Пытаемся вовлечь в проект людей, которые задали в поисковой системе вопрос «Что почитать?» и попали на сайт. Система предложит им ответить на несколько вопросов, оценить известные произведения литературы и кинематографии и предложит книги для чтения.

На несколько ресурсов, прежде всего на [Ozon.ru](#), [LiveLib](#) экспортирует рецензии —



ОПРОС

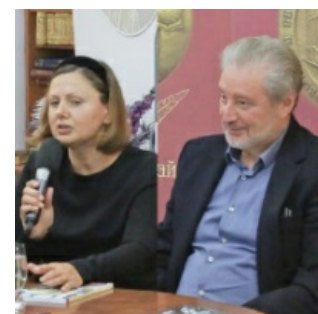
Какие форматы доступа на электронную периодику для вас наиболее интересны?

- Подписка на общие тематические ресурсы через агрегаторов.
- Пофайловое получение необходимых номеров и статей.
- Получение издания на диске.
- Онлайн доступ на сайте издания.
- Другое.

СВОБОДНЫЙ МИКРОФОН

[Книги писать или статьи печатать? Ч. 1](#)

ЛИТЕРАТУРНАЯ ГОСТИНАЯ ИМЕНИ И. СЫТИНА



Вениамин СМЕХОВ и Галина АКСЁНОВА: «А помнишь?»

ПРОЕКТЫ





ПОДПИСКА НА НОВОСТИ

Рассылка

Электронная почта

Подписаться



качественные отзывы, которые оставляют пользователи, любящие читать и умеющие писать. По словам Р. Иванова, это чем-то похоже на аналогичный сервис «Кинопоиска». В планах создателей ресурса ввести статус эксперта и присваивать его людям, которые оставляют отзывы на самые разные книги, в том числе на те, которые им предложил рекомендательный сервис.

При этом по принципиальным соображениям сервис не сотрудничает с профессиональным сообществом библиотечарей, критиков.

— Возможно, когда мы введём статус эксперта, появится смысл его присваивать известным книжным критикам или профессиональным обозревателям. Но не уверен в реакции сообщества. Оценка книг на нашем ресурсе не ангажирована, никак не монетизируется, и результат — повлиять на выбор читателя через институт профессиональных экспертов — пока неочевиден. Именно поэтому наш проект интересен Ozon.ru. Любая качественная и непредвзятая рецензия от обычного читателя, даже не очень хорошая, влияет на продажи.

Что касается монетизации самого ресурса, то она выстраивается в основном за счёт продажи рекламы. При этом есть свои особенности.

— Наша аудитория достаточно консервативна, она не очень любит flash-баннеры, что-то интерактивное, поэтому издатели, которые выводят на рынок новинки, и авторы пользуются контекстной рекламой, напоминающей «Яндекс. Директ», но это исключительно литературные объявления.

Интересно, что главная страница ресурса — не приоритетное место продвижения, так сюда заходят всего несколько процентов пользователей, которые точно знают интернет-адрес проекта. Они просматривают последние новости, читают рецензии и затем уходят в свой профиль, общаются с друзьями, работают со своей коллекцией. Основной поток приходит через карточку книги, и там есть многочисленные возможности для продвижения.

— Для издателей в этом году мы предложили специальный сервис, где показываем активность читателей по отношению к их книгам. При этом принципиально не убрали классику и переиздания. Так, переиздание Рэя Бредбери для нас является новинкой, с тем чтобы издатель понимал, не зря ли он это сделал. Идею подсказал рейтинг популярности новинок, который издатели анализировали и задавали вопрос, почему та или иная книга попала в этот список или наоборот. Теперь они могут знакомиться со статистикой читательской активности: цитаты, отзывы, рецензии, переходы в интернет-магазины и т.д. Подобный сервис мы планируем создать и для авторов.

Проект ReadRate тоже развивается технологически, и одна из самых заметных опций — партнёрское API, предназначенное магазинам, библиотекам, сайтам о книгах. Суть инновации в том, что партнёры могут экспортировать на свои сайты читательские отзывы о книгах с ReadRate.

— Как это работает, можно уже сегодня оценить на сайте магазина «Москва» и на портале Read.ru. Для партнёров это бесплатно, а нам важно, чтобы читатель мог видеть отзывы о книгах там, где он их покупает, выбирает, обсуждает. Мы хотим стать хабом для обмена книжными отзывами, — подчеркнула редактор ReadRate **Анна БАБЯШКИНА**.



Для того чтобы начать эффективно пользоваться сервисами ReadRate, необходимо связать свой профиль на проекте со всеми социальными сетями, в которых зарегистрированы. Вы сразу увидите, что читают ваши друзья, и это будет уже интересная подборка книг. Далее нужно оценить около 15 произведений, желательно те, которые отражают ваш индивидуальный читательский стиль, и система сгенерирует персональные рекомендации. Кроме того, работает редакция, которая отслеживает новинки и предоставляет рейтинг издательских проектов.

Комментируя ситуацию на рынке книжных интернет-проектов, выпускающий редактор спецпроектов Mail.ru, книжный блогер **Ксения ЛУКИНА** отметила роль двух факторов.



— Прежде всего это экономика бумаги. Финансовая ситуация изменилась, и цена на книгу серьёзно выросла. Уже более двух лет она не является доступным товаром, особенно для тех, кто привык много читать. С этой точки зрения подписные проекты типа Bookmate будут активно развиваться, особенно если вы читаете три-четыре книги в месяц и вам интересно анализировать новинки книжного рынка.

Не менее важный фактор — экономика внимания. У нас становится всё меньше свободного времени. С книгами теперь конкурируют не просто другие издания, а работа, соцсети, иные виды досуга. Книжный рынок малобюджетный; у издателей нет средств, для того чтобы активно вкладываться в развитие технологий. Но в том, что все они рано или поздно придут в рекомендательные сервисы, я не сомневаюсь. Такой ресурс в дальнейшем способен просчитать свободное время пользователя, когда он может вернуться к чтению: в метро, перед сном и т.п., и с помощью push-уведомлений и рекомендаций предлагать те или иные книги. На основе прочитанных книг и всей поисковой активности пользователя, его общения в соцсетях можно выстроить довольно чёткую схему.

Следует отметить, что у рекомендательных сервисов начала появляться репутация. Однако уже сегодня если я советую книгу своему другу, то мало сказать о том, что она хороша. Нужно ещё доказать, почему она будет ему полезна. Это важная тенденция. В условиях ограниченного времени, для того чтобы потратить часть своей жизни на книгу, требуется серьёзное обоснование. С этой точки зрения литература non-fiction будет активно развиваться.

Считаю, что стоит не столько «подсовывать» читателю книги, которые могут ему понравиться, сколько дать возможность выбора. Очевидно, что утром по дороге на работу я могу читать художественную литературу, вечером с ребёнком — детскую и смешивание рекомендаций ни к чему хорошему не приведёт. Но если появятся разделы, в которых будет анализироваться моё



Модельный стандарт библиотек



Концепция развития НЭБ



Проект Ф3 «О культуре»

МОНИТОРИНГИ



ЭБС в библиотеках - 2015



Отраслевой доклад «Книжный рынок в 2015 г.»



Государственный доклад о состоянии культуры в РФ в 2015 г.



Отраслевой доклад «Российская полиграфия в 2016 г.»



Отраслевой доклад «Периодическая печать в 2015 г.»

чтение, то, даже в том случае, если книга мне не понравится, механизм выдачи «похожих» книг решит проблему.

Следует отметить, что для современного поколения ни один рекомендательный сервис пока не стал экосистемой: мы всё так же обсуждаем книги в Facebook. А хотелось бы делать это в том месте, где мы читаем. Этим я объясняю снижение популярности букридеров: только в очень дорогих моделях есть функция выделения цитат. Статистика показывает рост потребления э-книг даже не с планшетов, а со смартфонов. И каждому читателю хочется иметь возможность не просто прочитать книгу, но тут же её прокомментировать, выложить цитаты, начать обсуждение. Пока такого сервиса нет.

Позицию эксперта прокомментировала А. Бабяшкина.

— В современных моделях ридеров реализована функция сохранения цитат, в том числе в соцсетях, на ReadRate, их можно отправить на электронную почту. Это доступно на вполне бюджетных моделях. Эффективным было бы сохранение цитат непосредственно в книге: если вы читаете и видите, что ваш друг отметил цитату и прокомментировал её, то вы можете с ним пообщаться на эту тему, не уходя в ленту соцсети. Такого в ридерах пока нет.

К разговору о социальных возможностях устройств для чтения подключилась сооснователь проекта «Книжныйгид.org» **Марта РАЙЦЕС**.



— Не следует забывать о том, что раньше под библиотеку отводилось отдельное помещение. Её не пытались совместить с гостиной, спальней, музыкальным кабинетом. Это важно, потому что, по статистике, люди, у которых есть возможность одновременно зайти в соцсети, проверить почту, не всегда дочитывают книги. И если для некоторых сервисов это допустимо, то для нас как для книжных наставников важно, чтобы люди дочитывали книги. А чем меньше отвлекающих факторов, тем больше шанс, что книгу читатель не оставит.

В нашем проекте одна из тем касается интернет-ресурсов, способных помочь пользователю во взаимодействии с книгой. В рекомендательной подборке более 40 проектов, начиная с тех, где можно дёшево купить букинистику, и заканчивая такими, которые позволяют нанять переплётную мастерскую или привезти на дом бумажные книги по подписке. Безусловно, сегодня чтение должны стимулировать рекомендательные сервисы на технологической основе. Но когда человек сталкивается с узкой темой, он ищет специалиста. Мы стараемся привлекать в наш проект экспертов, которые специализируются в узких сегментах.

Способны ли библиотекари выполнять экспертные функции? Как отметил заведующий библиотекой имени Ф.М. Достоевского **Андрей ЛИСИЦКИЙ**, в последнее время появилась категория нечитающих библиотекарей, которые вряд ли смогут стать книжными гидами. Но возникают иные возможности. В Библиотеке Достоевского выбрали путь создания линеек интересов, при этом работа ведётся с определёнными ценностными сообществами.



— Для того чтобы позиционировать себя как библиотеку большого города, у нас есть линейка тегов интересов в урбанистике. Открыта Высшая школа урбанистики, которая работает на нашей библиотечной площадке, и с ней мы делаем ряд проектов. В частности, одно из направлений — рекомендательный сервис на Bookmate; мы вошли в топ полка ресурса. Но рекомендуют книги там не библиотекари, а преподаватели Высшей школы урбанистики и члены более широкого профессионального сообщества. Мы же выступаем связующим звеном. Примерно такой же проект реализован с Институтом философии РАН. А за нами остаётся пространство художественной литературы, где библиотека выступает навигатором, опираясь на интерес к определённым литературным премиям.

Очевидно, что такую работу можно расширить, взаимодействуя не только на Bookmate, но и с другими рекомендательными сервисами. С этой точки зрения библиотеки, имеющие представительные сообщества в соцсетях, могли бы стать интересными крупным кроссмедийным платформам. Но всё должно опираться не на универсальность фондов, а на те ценностные сообщества, с которыми работает библиотека. Мы не можем рекомендовать всё и всем. В этом смысле у библиотеки появляется новая специализация, ориентация на образ жизни определённой группы людей.

ДОЧИТАТЬ НЕЛЬЗЯ БРОСИТЬ

В отношении проблемы дочитываемости книг мнения экспертов разделились. Комментируя тему, М. Гурец отметил:

— Поскольку у пользователя нашего сервиса нет возможности скачать книгу на ридер или планшет, мы можем оценить, сколько он прочитал. К сожалению, пока статистика печальная. Но на её основе мы делаем внутренние выводы и напоминаем клиенту о незавершённом производстве в надежде на то, что он к нему вернётся. Безусловно, для издателей это ценная информация, но пока это внутренний сервис. Проблема с дочитываемостью актуальна: даже прочитав половину, некоторые книги забрасывают. Всегда есть отвлекающие факторы в виде других сервисов, иных видов контента, и здесь важно понять причины. При этом, даже если человек оставляет одну книгу, он может перейти к другой. Мы пытаемся стимулировать нашу аудиторию дочитать книгу напоминаниями, рассылками с вопросами о том, насколько книга понравилась и т.п.

Как считает В. Харитонов, пользователи подписного сервиса открывают книги во многом ради компенсации затраченных средств.

— Человеку приятно иметь дело с книгой, и он может заглянуть в неё в любой момент. Не думаю, что дочитывание — это самоцель, хотя и к ней нужно стремиться. Важнее другое — чтобы человек оставлял цитаты, расшаривал их в социальные сети, чтобы люди видели, что он делает, интересовался этим и начинали читать. Социальные связи — естественная основа для

роста этого бизнеса.

— Если книгу не дочитали, значит, она неинтересна, — считает А. Бабяшкина. — Книгу бросают, начинают другие и тоже не заканчивают, в результате у человека накапливается неудовлетворённость в чтении как виде досуга. На ReadRate уровень дочитываемости в последнее время подрос; возможно, это связано с тем, что рекомендательные сервисы приобретают большую известность, а голос критика стал лучше слышен. Кроме того, люди уже освоили механизм работы с электронной книгой и делают выбор более осознанно.

— Темп жизни ускоряется, рекомендовать надо быстрее, — подчеркнул Р. Иванов. Промаживаться нельзя, и я готов подискутировать с теми, кто говорит, что неважно, дочитывается книга или нет. У нас ежегодно проходит премия «Выбор читателя». Помимо стандартных тематических жанров мы на основе статистики делаем спецноминации, например такие, как самая недочитываемая книга. Считается индекс книг, которые попадали в коллекции, но не завершались пользователями. Следует отметить, что этот рейтинг возглавили книги, на которые издатели делали большую ставку, вкладывали средства в рекламу и продвижение.

ПОЗИЦИЯ АВТОРА

Как выглядит ситуация с книжными рекомендациями в глазах писателей? Какова роль автора в продвижении книги? Дискуссию поддержала **Анна БЕРСЕНЕВА**.



— Разговор о рекомендательных сервисах напоминает мне тайное общество. Создаётся впечатление, что люди постоянно думают о том, как выделить цитаты, где их опубликовать. Но обычному человеку, который не сделал чтение своей профессиональной деятельностью, сталкивающемуся с многообразием книг, нужно понять, стоит их читать или нет. Куда он может пойти наверняка и получить ответ?

Я имею в виду прежде всего современную художественную литературу, потому что, когда речь заходит о специальных книгах, достаточно мнения специалистов, тем более что все они имеют аккаунты в соцсетях и приличный человек не откажет, если к нему обратятся с вопросом. А художественная литература для меня абсолютная загадка, и я не вижу, чтобы сфера рекомендаций была толковой в этом смысле. Меня подвигла к этой мысли история с книгой В. Бочкова «Коронация зверя». Об этом произведении в рекомендательном пространстве нет ни одного слова. Тем не менее писатель получил Русскую премию. Бывают книги, о которых очень сложно написать даже профессионалу: они ускользают от возможности оценить, чем именно они хороши. Но эта книга — та, о которой можно легко сказать на самых разных уровнях. Это может быть общественно-политический дискурс, вместе с тем это замечательно написанная проза. То есть это легко рекомендуемая книга. Я пытаюсь понять, отчего в Сети полное молчание.

По мнению Анны Бабяшкиной, «снежный ком» книжной рекомендации должно толкнуть издательство: разослать пресс-релиз, информировать критиков и пр. Но и сам автор должен проявить активность: продвигать книгу в Сети, попросить друзей начать писать отзывы. В год выходит 120 тыс. книг, и заметить конкретную довольно сложно.

— Конечно, редакции должны этим заниматься, — согласилась с коллегой Анна Берсенева. — Вместе с тем я категорически против того, что автор должен просить друзей и знакомых писать отзывы. Хотелось бы узнать, кто самый квалифицированный пиарщик книги. Безусловно, заслуживает внимания деятельность Г. Юзефович, но я с ней в половине случаев не согласна, и мне нередко приходилось читать ознакомительные фрагменты на «ЛитРес», с тем чтобы понять, стоит покупать книгу или нет.

По мнению Марты Райцес, писатель должен творить, а всем остальным — заниматься профессионалы в сфере коммуникаций. Это справедливое разделение труда. Другое дело, что сейчас это редко получается, поскольку у издательств разные приоритеты, бюджеты, да и подход к продвижению в целом. Безусловно, если издательство не информировало критика о выходе книги, то маловероятно, что он самостоятельно будет её искать и поставит в план публикаций. К сожалению, в России не работают литературные премии, тогда как в других странах автор, получивший премию, в топе продаж.

РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ НЕОФИТОВ

Если рекомендательные сервисы — это тайное общество, то какие шаги нужно сделать, чтобы к нему приблизиться? Иными словами, какие сервисы для начинающего читателя наиболее понятны и комфортны?

По мнению К. Лукиной, такими возможностями обладают книжные каналы в Telegram.

— Пока это исключительно московский проект: в регионах за этим следит немного людей, но и без этого Москва — большая аудитория. Для меня лично важен такой сервис, как «похожие» книги на Bookmate. Кроме того, я читаю то, что рекомендуют эксперты в определённых темах, и важно, чтобы специалист, которому я доверяю, у кого есть авторитет в этой области, разъяснил, чем эта книга будет полезна для меня, и убедил в этом.

М. Райцес считает, что важно разделять читателей по их уровню. Есть популяризаторские ресурсы, которые помогают человеку вовлечься в чтение и выбрать его как способ досуга, при этом существуют проекты, которые помогают профессиональному сообществу — тем читателям, у которых есть навык. Если мы говорим о начинающих, то вряд ли они будут в «Яндексе» искать специальный сервис. К такому читателю нужно прийти. Но как это сделать технически, пока неясно.

Дискуссию завершил Р. Иванов.

— Человек, который задаёт в Интернете вопрос «Что почитать?», на первой странице видит десяток рейтингов. Это самый простой подход: в них представлены в основном художественные книги: бестселлеры, новинки, здесь нет профессиональной литературы. Если книга действительно достойная и заинтересовала читателей, то её обсуждение в Сети обязательно появится, нужно только немного подождать.

 [Добавить комментарий](#)

Читать по теме

- [Книжные рекомендательные экосистемы: развитие путём дивергенции. Ч. 1](#)
- [Книжный гид: как сделать обучение техникам чтения коммерчески успешным](#)
- [Большие данные в помощь читателям](#)
- [Ставка на мультимедийность. Ч. 3](#)
- [Ставка на мультимедийность. Ч. 1](#)

Joomla! Україна