



Четыре всадника апокалипсиса

Г. Л. Олди

Четыре всадника апокалипсиса или Этот день мы приближали, как могли

Как правило, после наших докладов или статей сразу появляются отклики в Интернете, которые начинаются со слов: «Олди плачутся...» Поэтому с самого начала хотелось бы пояснить: Олди не плачутся, Олди смеются и пытаются анализировать. Зачем? Если не понимать причины литературных или околотекстовых явлений, то мы не сможем предвидеть последствия и наметить пути выхода из ситуации, не сумеем узнать, кто виноват и что делать, не получим возможности выяснить перспективу — к чему, собственно, надо двигаться. Итак, приступим.

Сейчас о том, что фантастика находится в глубоком кризисе, не говорит только ленивый. Кризис-кризис-кризис... Как пел Тимур Шаов, «кризис-шмизис». При этом певцы кризиса, вышедшие из фантастического «гетто», нынешнее состояние фантастики машинально распространяют на всю литературу в целом, на весь книгоиздательский бизнес. Хорошо, мы решили вооружиться цифрами. И выяснили интересный момент: на Западе (который нам, естественно, не указ), два года подряд идет устойчивый рост книгоиздательского бизнеса — производства, продаж и т. д. И какой рост: 22 процента! Ладно, Запад — он, как известно, загнивает, а у нас, в родных осинах...

Поговорим о классике. К примеру, есть у издательства «Азбука» серия «Азбука-классика». В 2014 году в этой серии было продано полтора миллиона экземпляров! С учетом

того, что в серии выходят не новинки, а переиздания классической литературы. В 2015 году было продано два миллиона! Как вам уровень роста? И кстати, в 2016 — дальнейший рост.

Если мы заглянем в современную прозу — мы опять увидим вполне нормальные тиражи и допечатки. Дина Рубина, Евгений Водолазкин, Людмила Улицкая, Виктория Токарева... Итак, хоть в классике, хоть в современной прозе все намного лучше, чем в фантастике. В детской литературе все неплохо, и даже имеет место подъем. Короче, приходим мы к ужасному выводу: два самых колоссальных падения — в фантастике и кулинарии. Почему в кулинарии, понять несложно — все рецепты «уехали» в Интернет. А вот почему в фантастике? Как возник этот кризис, вернее, как он планомерно готовился пятнадцать лет подряд?

«Этот день мы приближали, как могли».

У нашего фантастического апокалипсиса, разумеется, как у любого нормального светопрествления, есть свои четыре всадника: Мор, Глад, Смерть и Война. Это издатели, книготорговцы, читатели и писатели. С кого начнем? Хорошо, с издателей.

Чем занимался издатель все эти годы? Обжегшись на дефолте 98-го, он с 2000-го года работал в «короткие», они же «быстрые» деньги, превращая их в «сверхкороткие» и «супербыстрые». Скорость оборачиваемости капитала все время повышалась, а с ней сокращался срок жизни книги, как новинки. Если поначалу, 12-15 лет назад, книга считалась новинкой около месяца, то постепенно этот срок сократился до одной недели. Сейчас большинство новинок фантастики считаются новинками три-четыре дня.

Что такое для книги статус новинки? В магазине она попадает на центральную выкладку, в прайсе стоит под статусом новинки; к книге привлекается внимание торговцев и покупателей. Проходит время, и книга уходит во второй-третий ряд, ее не рекламируют, о ней забывают, ее место занимают другие новинки. Короче, от статуса зависит позиционирование, а следовательно, напрямую зависят продажи. Сейчас речь идет о валовом количестве новинок, о фантастике в целом, потому что статус новых бестселлеров — отдельная, более длительная категория. Но бестселлеры выходят не в том количестве, чтобы сильно влиять на общую статистику ситуации.

Итак, у каждого товара есть скорость оборачиваемости вложенного капитала, свойственная именно этому товару. Книги — не исключение. И оборачиваемость капитала в фантастическом секторе книгоиздания стала куда более быстрой, чем это допустимо для книги в принципе. Издатель начал вести себя как *непрофильный инвестор*. Деловой человек, он быстро понял, что продать 5 новых тиражей по 10 000 экз. можно быстрее, чем одну новинку тиражом в 50 000 экз. Ага, сказал издатель. И начал увеличивать количество наименований.

Внимание, звучат страшные цифры! У нас были прекрасные, обильные годы, когда в год выходила *тысяча* новинок, и больше. Речь идет о новых книгах, изначально написанных на русском языке. Мы не берем сейчас в расчет «зарубежку» в переводах и не учитываем переиздания. Да, сборники и антологии тоже не считаем. И публикации в журналах, альманахах, всякую малотиражку...

Новые книги отечественных авторов, изданные профессиональным коммерческим тиражом — тысяча новинок в год. Если к ним добавить переводную фантастику (тоже новинки), переиздания и сборники, мы получим в год уже более полутора тысяч новинок, то есть пять книг в день. Повторим еще раз: каждый день фантастика вбрасывала в продажу четыре-пять книг! И так в течение пятнадцати лет.

Политикой «быстрых денег», бездумно наращивая количество новых наименований, издатель, как непрофильный инвестор, выжег рынок дотла.

Был ли у издателя другой выход? Был. Приблизительно в то же время французское книгоиздание столкнулось с аналогичной проблемой. Кризис перепроизводства, супербольшое количество новинок, падение тиражей и продаж, повышение цены за экземпляр, стагнация рынка. Поняв причины, издатели Франции договорились между собой — и вдвое сократили количество выпускаемых наименований. Вдвое! И ни один штрейкбрехер не нарушил эту конвенцию. Что произошло дальше? Сначала взвела часть читателей: куда подевалась эта серия и эта, и вон та?! Вскоре вой прекратился: издатели сбросили в первую очередь шлак,

который был некачественным для продажи, был хуже написан и хуже издан. Остались самые популярные и интересные серии. И после сокращения количества новинок очень скоро тиражи пошли в рост. А вслед за ними начали опускаться цены, потому что удельные расходы на издание при большем тираже упали. Книга стала стоить дешевле в производстве, соответственно, продажная цена ее тоже понизилась. В итоге проблема была решена.

Вернемся к нашим издателям и заметим, что издателей у нас двое: легальный и нелегальный. О легальном мы рассказали, самое время перейти к нелегальному – к пиратам. Да-да, те, кого называют «пиратскими библиотеками» — не библиотеки, а издатели. Почему? Библиотека работает по принципу аренды: если я взял в библиотеке книжку, то у меня она есть, а в библиотеке нет. Даже если там есть десять одинаковых экземпляров, все равно это конечное число. Конкретного экземпляра сейчас нет, и его больше никому выдать не могут, пока ты его не вернешь. Пиратский же ресурс работает на принципах тиражирования: если я сделал копию, то теперь есть и копия, и оригинал. Фактически это электронный «print on demand» — «печать по требованию», когда заказываешь себе экземпляр книги. Нам часто рассказывают, что пираты не могут быть издателями, поскольку не получают прибыль от своей благородной миссии, и мы стараемся не вступать в этот бесполезный спор. Судебные процессы над рядом издателей-пиратов, где озвучивается доход хозяина ресурса на уровне миллиона российских рублей в месяц, а также наша личная информация о десятке-другом способов прямой и не прямой монетизации популярного ресурса, очень хорошо показывают уровень доходности этого бизнеса. Степень же наивности ряда клиентов мы обсудим как-нибудь в другой раз.

Так вот, издатель-пират активно помог кризису со своей стороны. Чем именно? — он забрал себе все переиздания. Какой смысл переиздавать книгу на бумаге (а даже на платном легальном интернет-ресурсе?), если она лежит свободно в Интернете?! А главное, пират-издатель внедрил в мозги нескольких поколений четкую мысль: «Интеллектуальная собственность ничего не стоит, и это хорошо весьма.» Фильм, книга, спектакль, музыкальный альбом — интеллектуальная собственность для потребителя должна быть дармовой. Читательская аудитория это с удовольствием восприняла. Да, сейчас идет частичное перевоспитание, но с большим скрипом. Когда клиент пиратского сайта говорит, что «законники» перекрывают ему тягу к знаниям — так, извините, он не Куприна с Чеховым читает, и не Гессе с Бёллем и Ремарком. Он хочет новинок Перумова, Лукьяненко, Круза и Панова, а Гессе у него – марка пива. Ну, перепутал с «Gösser», бывает.

Кстати, кто постарше, тот помнит: в 90-е годы прошлого века было полным-полно нелегальных бумажных издателей. Их тоже называли пиратами! И тогда уже бытовало мнение, что с ними ничего сделать нельзя. Все новое – хорошо забытое старое.

Все, пора переходить ко второму всаднику. Плечом к плечу с издателями на ниве взращивания фантастического апокалипсиса трудился книготорговец. Быстрые деньги? – вот ему-то на голову каждый год и выливалось полторы тысячи новинок! И торговец должен был что-то делать с этими книгами, потому что быстро обернуть товар без него невозможно. В итоге торговец захлебнулся в новинках. Продавцы перестали ориентироваться в товаре, утратили возможность дать покупателю консультацию. А как ее давать?! — продавец что, должен в день прочитать пять книг? Он и пять аннотаций не успевает, тем более что аннотации похожи друг на друга, как братья-близнецы: по руинам постапокалипсиса ступает сталкер-зомби, в прошлом выпускница магической академии...

Книготорговец начал активно сокращать срок жизни отдельно взятой новинки. Их было слишком много. Жизнь новинки в магазине — это правильные выкладки. Читатель, заходя в магазин, должен сразу видеть именно эту книгу. И торговец начал выставлять вперед, рекомендовать и продвигать новинку сперва в течение месяца, потом две недели, неделю и наконец три дня. А в регионы новинка вообще не успевала приехать – львиную долю тиража распродавали в Москве и отчасти в Санкт-Петербурге. Повторяем: тиражи фантастики стали реализовываться в нескольких крупных мегаполисах и перестали доезжать до провинции.

На Западе до сих пор считается, что книга успешно продается, если тираж разошелся за два года. В этом случае у автора — даже неизвестного до того — можно брать следующую

книгу. У нас же писатель выяснил, что если в течение первых трех дней — а лучше до выхода тиража, предзаказами из прайса — половина его тиража не раскуплена сходу (т. е., отбита себестоимость, расходы на тираж), то его больше издавать не будут или ему сократят стартовый тираж. Опять же, для создания такого вала новинок понадобились писатели особого склада, способные писать от шести до девяти-десяти книг в год. Посмотрите номинации премий за этот период, и сами в этом убедитесь.

Торговец начал продавать не имена, но серии. Ему, торговцу, стало без надобности знать творчество писателя или содержание отдельной книги: вот вам «S.T.A.L.K.E.R.», вот «Метро», вот «Фантбоевик»... А в искусстве произошло самое страшное, что может быть для творчества — унификация.

И наконец, не успевая продавать новинки в достаточном количестве, торговец повысил цену.

К примеру, в интернет-магазине «OZON» наша новая книга конца 2016 г. стоит 263 рубля (минус скидки). В ТДК «Москва» на Тверской эта же книга стоит в интернет-магазине 324 рубля, а просто в магазине, куда заходят с улицы — 360 рублей. В интернет-магазинах Украины эта же книга стоит 150-170 гривен (370-420 рублей), а в киевском магазине возле Крещатика — 234 гривны (580 рублей).

Торговец отлично понимает, что пятьсот больше, чем двести семьдесят. Торговец объясняет свою цену кучей объективных факторов: ну, вы же понимаете, что я беру не напрямую, что есть крупный оптовик, а у него есть представитель, средний оптовик, и мне нужно платить аренду за магазин, электричество и канализацию, у меня семья и дети, мне нужно платить налоги, мне нужно давать откаты... В итоге откаты, налоги, аренды оплачивает читатель.

Вы спросите: но как же иначе? Рассказываем: у немцев, поляков и французов, в Англии и Штатах цены на книги во многих случаях напечатаны прямо на книжке. Берем свои книги в переводах с полочки, проверяем — есть цена. Она определена заранее, и из нее торговец может забрать себе от 25 до 35 процентов в разных странах. Остальное уходит издателю — он тоже, знаете ли, платит налоги и гонорары. Итак, у капиталистов цена фиксированная. Крутись, торговец! Хочешь заработать? Уменьшай складские издержки, улучшай логистику, покупай напрямую у издателя, а не у посредника. Сможешь сократить расходы и повысить прибыль — молодец.

Впрочем, это у буржуинов. У нас же торговая наценка в сравнении с издательской отпускной ценой до 300% доходит! Почему? Торговец не успевает оборачивать книгу с той скоростью, с какой нужно издателю. А если книга в два раза дороже, то продав одну книгу, он как бы обернул уже две. Торговец вынужден это делать, у него нет выбора.

Экстенсивный путь развития как для издателя, так и для торговца.

При такой скорости оборачиваемости и при такой ситуации с торговыми ценами издатель вынужден делать книги все дешевле. Экономить на редакторе и корректоре, брать плохого, но дешевого и быстрого художника, любить писателя, который будет писать девять романов в год задней левой ногой. Нам одна коллега сказала: «Разве можно ругать девушек, которые пишут «романтическую фэнтези»? Они же трудяги, пашут по двадцать четыре часа в сутки. Это же рабочие лошади фэнтези!» Мы сразу представили, как на этих лошадях пашут, как они крутят маслобойку: тысяча книг в год...

Издатель пытается сделать книгу дешевле, торговец — наоборот. Торговец не успевает оборачивать капитал, и он его оборачивает за счет наценки! Формируются «ножницы», неразрешимое противоречие.

И теперь самое время перейти к третьему всаднику — читателю. Нам скажут: да, фэндом! Что значит фэндом? — те люди, которые посещают конвенты и фестивали, сидят на профильных сайтах. Фэндом полагает, что он банкует, диктует ситуацию, но реально фэндом — три-четыре сотни человек. И в фантастике у них разные интересы: фэнтези, НФ, киберпанк, постапокалипсис, ромфэнтези... Поэтому внутри конкретного тиража конкретной книги фэндом

может обеспечить покупку ста пятидесяти экземпляров. Это что-нибудь решает для оборачиваемости тиража?!

Ничего.

Зато в Интернете создается иллюзия: шум стоит, мы хотим того, мы хотим сего, дайте нам такую обложку и эдакий перевод... А решает совсем другая читательская аудитория – та, которая помалкивает, но обеспечивает продажу тысяч экземпляров. Так вот, к сведению фэндома, она – эта аудитория — за прошедшие годы изменилась, и не только по возрасту. Тот читатель фантастики, который вырос, к примеру, на Стругацких, Ефремове, Уэллсе, Саймаке, Гэриссоне, Желязны, Шекли, Толкиене — можно долго перечислять, имена известные — он, этот читатель, не числящий себя в фэндоме, из фантастики в большинстве своем ушел.

Почему?

Потому что ему неинтересно читать «S.T.A.L.K.E.R-а», попаданцев, «METRO» и далее по списку. Ему не нужны унифицированные серии, ему нужны имена и личности. Он привык в фантастике видеть литературу, причем нестандартную, необычную. Ему необходим уровень литературного языка, неординарный полет мысли, оригинальные идеи. Он не против приключений, но когда в книжке кроме приключений больше ничего нет, этого читателя ситуация перестала устраивать.

И он ушел в мейнстрим. Эмигрировал в современную прозу, где читает свою любимую фантастику. Елизаров, Рубина, Степнова, Крусанов, Липскеров, Пелевин, Сорокин – фантастика, даже если сами они не пользуются термином «фантастика». А главное, эти литераторы хорошо пишут, умело, качественно! В их книгах есть и язык, и характеры, и человеческие взаимоотношения, и мысль, и идеи, и нестандартные фантастические элементы, причем не только мистические, но и вполне научно-фантастические.

Когда эта аудитория взяла и ушла, на ее место, поскольку свято место пусто не бывает, пришла аудитория другая, которая ориентирована под апокалипсис, созданный издателем и торговцем. Аудитория фантастики изменилась: с «человека думающего» на «человека отдыхающего». Сейчас лозунг любого издательства: «Не грузите их!». Он такой загруженный, этот читатель! Думать не надо: он на работе думает, он очень устал. Слова, которые читатель может не понять, уберите из текста. Две сюжетные линии — вы что, с ума сошли?! — он же уследить за ними не может! Двадцать персонажей — много: нужен герой, его возлюбленная и главзлодей. Фантастика пришла к аудитории «человека отдыхающего», частично геймера. Эта аудитория потребляет очень много книг. Для них сотня прочитанных книг в год – ничтожная малость. Ну, книги же выходят! Их же кто-то должен потреблять! Этот читатель потребляет не авторами, а сериями. Один любит про попаданцев, другой любит про «S.T.A.L.K.E.R.», третий — фантастический боевик, четвертый – эльфы против орков, пятый — любовные романы в обертке фэнтези. Люди, читающие сериями, хвастаются, сколько книг в год они прочитали! Так прямо и пишут в литературном сообществе:

«Всего прочитано за 2016 год – 345 книг. Это если по позициям в ежемесячных списках считать. Если считать все «потомно», получается 365 книг. Жаль, что год високосный, чуть-чуть не дотянул до норматива книга в день. Поскольку я уделяю особое внимание книгам о попаданцах в реальные исторические условия (102 книги)...»

А главное, они требуют все больше и больше новинок! «Проду» давай!» У потребителя заказ, он честно говорит, чего хочет – ему честно выдают на-гора. Но у этой аудитории другие запросы, и на эти вызовы отвечают уже другие писатели, с другой скоростью письма и другими критериями литературности.

Кстати, эта аудитория наиболее технически продвинутая. Тут кроется одна из причин, почему пираты, они же нелегальные издатели, сильнее всего шарахнули именно по фантастике. Дамские романы или, допустим, детскую литературу качают из сети намного меньше, чем фантастические произведения. А новый фэн – он с компьютером «на ты». Ресурс заблокировали? Он ставит себе TOR, заходит через прокси, и отлично знает, как все это делается. Именно читатель фантастики стал самым массовым клиентом пиратских ресурсов.

Покупать книг он стал все меньше, но читать он стал гораздо больше. И когда ему понадобились писатели под его запросы...

Четвертый всадник – писатель-фантаст.

Писатель-фантаст — самый лучший писатель на свете. Он самый добрый, самый скромный, самый смиренный. Самый покладистый! Он подписывает договор с издателем, не читая. Что там читать! — он же все равно ничего в договоре не понимает. А даже если прочитал и понимает, то все равно он на все соглашается. Он никогда не оспаривает предложенные условия. Издатель хочет права на экранизацию? Бери! Эксклюзив на электронные версии? Да пожалуйста! На театрализацию? На здоровье! Это писатель-фантаст, он на все согласный! Он готов ноги целовать издателю!

Потом он придет домой и грозно выступит в Интернете. Он всем расскажет, как его обманули! Правда, договор он уже подписал, и не под угрозой раскаленного паяльника, и оспаривать договор не собирается. Но поза! Рык! Обвинения! Хорошая штука – интернет.

Когда появляется информация, что открывается новый проект, писатели-фантасты выстраиваются в очереди. А давайте я вам чего-нибудь напишу? Вы, главное, издайте и немножко денежек мне заплатите! О, писатель-фантаст – отличный парень. Отдав все права, согласившись на все условия, готов работать в любом проекте, писатель-фантаст пришел к главному итогу, о котором успел заявить публично. Он говорит: «Имя? А зачем мне имя? Дайте мне миллион — и не нужно мне имя!»

В искусстве имя является единственной ценностью, единственным капиталом для артиста, писателя, художника, музыканта. Это Булгаков, Пикассо, Бах! Имя — это индивидуальность, личность. Писатель-фантаст заявляет: «Какое имя?! Зачем мне индивидуальность, если я работаю в восьми разных проектах? И везде свои условия: здесь можно насиловать героиню, а тут нельзя. Нет, имени мне не надо. Зачем мне имя?»

И начинается серия «Миры Льва Толстого»:

— Иван Бунин, «Воскресение возвращается»!

— Антон Чехов, «Война и мир-2»!

— Николай Гоголь «Вечера с Анной Карениной»!

Смеетесь? Зайдите в книжный магазин, в отдел фантастики, и полюбуйтесь на все эти шедевры. И знаете, что? От Толстого не убудет. А вот проектанты, увы, не Бунины и не Чеховы.

Если работать на имя, как на единственную ценность в искусстве, то имя писателя в итоге превращается в бренд, своего рода торговую марку, знак определенного качества. Можете сами взять контрольный период, скажем, в десять лет и посчитать писателей-фантастов, кто дебютировал начиная с 2006-го года и за это время превратил свое имя в бренд, узнаваемый маркер, способный, скажем, потянуть за собой межавторскую серию. Результаты говорят сами за себя. Зачем нужно имя? Зачем делать его брендом, маркой, знаком качества? Проще работать безымянной «рабочей лошадью фэнтези», которую легко заменить на любую другую «лошадь», лишь бы тянула, а брендом для читателей послужит название серии, которого в данном случае достаточно.

Подведем итоги: за пятнадцать лет четверка всадников апокалипсиса (первые пять лет эта машина раскачивалась, а потом заработала на полную катушку) привела к тому кризису в фантастике, который мы имеем радость наблюдать. Безусловно, есть и прекрасные книги, и прекрасные писатели, и издатели, которые выпускают достойные работы, и понимающие, тонкие читатели. Но сейчас мы говорим о статистике больших чисел, описываем общую ситуацию, а не исключения. Не сформулировав положение дел в целом, не назвав болезнь по имени, нельзя — читатель ты, писатель, издатель или торговец — увидеть пути выхода из тупика.

Есть ли выход? Разумеется, есть. Многие помнят очень похожий тупик начала девяностых годов прошлого века. Издавалась в основном «зарубежка», свирепствовали бумажные пираты, пробиться в печать для наших писателей выглядело подвигом. И вдруг грянул знаменитый бум 1995-1996 г. Сейчас мы имеем аналогичную тенденцию, только на

новом витке. Состоится ли прорыв, грянет ли новый бум, бумага это будет или «электронка» — это уже совсем другая история.

И о ней мы поговорим в другой раз.