

Читатели в сети

Беседовала Ольга Костюкова

Чем считать социальную сеть для читателей — социально значимым проектом или перспективным видом бизнеса? На этот и другие вопросы отвечает Алексей Васенов, основатель LiveLib, которая готовится отпраздновать свое пятилетие в Рунете.

— Алексей, насколько актуальными представляются социальные сети для читателей?

— Социальные сети — это на сегодняшний день самый удобный формат для общения пользователей в Интернете. Люди всегда стремились и стремятся объединяться и организовывать интересное совместное времяпровождение. Несколько лет назад этим целям служили чаты и форумы, а позже им на смену пришли социальные сети, и, по всей видимости, пришли надолго.

— В чем видите основные достоинства и недостатки российских и зарубежных сетевых ресурсов?

— Все очень неплохо. При грамотном управлении сейчас создаются замечательные проекты. Основными достоинствами я бы назвал предоставление пользователям максимально комфортных условий для деятельности в сети и широкое использование современных технических достижений, как, например, мобильных технологий. К недостаткам могу отнести серьезную зависимость любого перспективного проекта от финансирования, без которого зачастую становится невозможным его рост и развитие. Российские ресурсы отстают от зарубежных, но разрыв постоянно и неуклонно сокращается. Я надеюсь, что в скором времени наши ресурсы будут становиться примерами для западных аналогов.



«Лайвлибу» 5 лет

- Год создания: 2007;
- 100 тыс. зарегистрированных пользователей;
- более 1 млн. уникальных посетителей в месяц;
- свыше 2 млн. книг на полках пользователей;
- написано около 150 тыс. рецензий;
- добавлено 200 тыс. цитат;
- составлено 3000 тематических подборок;
- около 1000 написанных читателями историй о книгах.

— В чем специфика LiveLib по сравнению с другими читательскими ресурсами?

— «Лайвлиб» — социальная сеть читателей книг. Если сети общего назначения — это универсальные ресурсы без определенной направленности, то у нас — тематический проект. Встречаются специализированные приложения и в универсальных социальных сетях, однако, во-первых, эти приложения не предлагают той функциональности, которую предложим мы, а, во-вторых, они полностью зависимы от политики и моды большой сети, гостями которой они являются.

Пользователь приходит к нам с определенными

целями: поделиться впечатлениями о прочитанных книгах, пообщаться с другими читателями, организовать упорядоченный список своей библиотеки или отметить книги для будущего прочтения.

Часто случается, что читатель попадает к нам, подбирая новые книги. Вся личная библиотека прочитана, у друзей и знакомых не осталось никаких советов, покупать книги наугад не очень хочется. Что почитать? «Лайвлиб» дает ответ на этот вопрос. По прошествии короткого времени пользователи сайта формируют списки желаемых книг на несколько лет вперед.

— Как родилась идея проекта? Он задумывался как развлечение или социально значимый проект, добровольная инициатива по поддержке государственных программ по повышению популярности чтения или просто времяпровождение?

— У Анатолия Тихомирова, одного из основателей проекта, в нужное время возникла идея создать книжную социальную сеть. Он собрал единомышленников, кому небезразличны книги и чтение, — и «Лайвлиб» состоялся. Проект задумывался как полезный книжный сайт, причем с прицелом на читателей деловой литературы. Пользователи скорректировали наши планы и основным предметом обсуждений на «Лайвлибе» стала художественная литература, оттеснив нехудожественную на второй план. Однако начальную цель можно считать достигнутой — сейчас вы найдете на сайте прекрасные подборки книг по многим темам и жанрам.

Рост популярности «Лайвлиба», победа в Премии Рунета — эти факто-

ры повышают наш уровень ответственности и дают надежду, что мы сможем не только способствовать популяризации чтения, но и влиять на рынок книг.

— Какие трансформации пережил проект за пять лет существования? Какие находки кажутся вам наиболее удачными? От чего, может быть, пришлось отказаться?

— Проект планомерно развивается и улучшается на протяжении всего времени существования. Льюис Кэрролл еще писал на эту тему: «Нужно бежать со всех ног, чтобы только оставаться на месте, а чтобы куда-то попасть, надо бежать как минимум вдвое быстрее!»

Самым крупным релизом можно назвать полный редизайн сайта осенью 2010 г. с одновременным изменением концепции главной страницы, когда на ней появилась лента событий. Чаще всего это лучшие рецензии. В 2011 г. мы перешли с трехбалльной на пятибалльную систему оценивания книг — это принципиальный шаг. Тогда же запустили главный рейтинг «Лайвлиба»: Топ-100 книг по оценкам читателей.

Вообще, рецензия — краеугольный камень «Лайвлиба». Какое-то время мы предоставляли пользователям возможность обсуждать книги в ленте комментариев прямо под книгой. Но эта идея не пользовалась вниманием читателей — и мы от нее отказались.

Также мы не стали открывать англоязычную версию сайта, хотя изначально планировали и занимались развитием этого направления, решили сосредоточиться на Рунете.

Из удачных начинаний я отмечаю «Подборки» — каких только не встретишь

на «Лайвлибе»! Осенью мы открыли раздел «Раздачи». Теперь пользователи совершенно бесплатно и без всяких обязательств получают новинки от издательств — мы уже раздали больше трехсот книг. Ожидаем, что очень востребованным будет новый раздел «Книгообмен», ведь бумажные книги пользуются среди наших читателей большой популярностью.

— Экономика вопроса. За счет каких ресурсов поддерживается проект? Это окупаемый бизнес или своего рода взнос в развитие культуры?

— Мы постепенно работаем над коммерциализацией проекта. В частности, сотрудничаем с издательствами и размещаем на «Лайвлибе» рекламу. Еще готовим к запуску платные аккаунты — будем предлагать пользователям расширенные возможности. Мы хотим сохранить тот темп развития, который мы изначально задали. Без привлечения финансовых средств нам не обойтись.

— Можете дать портрет среднестатистического Лайвлибовеца? Кто он?

— В наше сообщество входят все, кто читает книги. Значительную часть составляют посетители до 30 лет, активно пользующиеся сетью, однако с ростом распространения и проникновения Интернета мы ожидаем увеличения количества и более старших пользователей. Несколько доминируют женщины, поскольку они более мужчин склонны делиться впечатлениями, обсуждать книги.

Только ли в сети происходит общение — либо уже выплеснулось в офлайн?

Одним Интернетом дело не ограничивается. На протяжении последнего года под эгидой «Лайвлиба» появились клубы в Гродно, Донецке, Екатеринбург-

ге, Киеве, Минске, Москве, Нижнем Новгороде, Оренбурге, Ростове-на-Дону, Санкт-Петербурге, Саратове, Ставрополе. Участники клубов проводят регулярные тематические встречи, выбирают и обсуждают книги.

— Реальные планы и амбициозные задачи. Что предложите читателям в обозримом будущем, что может стать возможным в перспективе?

— Мы собираемся развивать «Лайвлиб» для мобильных устройств, планируем уделять внимание некоторым новым возможностям, которые станут доступны для пользователей только по подписке.

Будем продолжать сотрудничество с издателями и изданиями. Еще думаем о том, чтобы запустить параллельный сайт или сайты смежной тематики.

Если вы заглянете в центр управления полетами — так называется наш раздел, где пользователи оставляют идеи и предложения, — то поймете, что скучать нам придется еще очень не скоро.

— Что посоветуете желающим создать подобную структуру?

— Чтобы построить хороший проект, требуются энтузиазм, целеустремленность и желание создавать полезные вещи.

— Опасаетесь конкуренции или пусть «расцветают сто цветов»?

— Мы радуемся каждому новому конкуренту. Это, во-первых, свидетельствует о росте сегмента книжных социальных сетей, заинтересованности читателей и потенциальных рекламодателей, а, во-вторых, заставляет держать себя в тонусе, что в конечном итоге благотворно сказывается и на проекте, и на лояльности пользователей.

Книга-помощник

«Какая книга реально помогла вам в работе?» — на этот вопрос отвечают руководители издательских и книоторговых организаций.

Сергей Ануриев, генеральный директор компании «ЛитРес»:

— Наверное, «Истинный профессионализм» Дэвида Майстера и книга Итана Расиела «Метод McKinsey. Использование техник ведущих стратегических консультантов для решения личных и деловых задач». В целом они относятся к консалтингу, но в них приведено много интересных моментов с точки зрения организации собственного труда и отношения

к сложным рабочим ситуациям. В частности, в одной из этих книг я нашел интересное правило организации рабочего времени. Дословно не вспомню, но суть заключается в том, что, помимо работы на работе, есть еще домашняя работа. Это подготовка к рабочему времени, которое включает в себя осмысление каких-то важных задач вне рабочей текущей. Если не делать домашнюю работу, то, как в школе на занятиях, можно «получить двойку» (в переносном смысле, конечно). Из последних книг самой значимой, видимо, будет книга о Стиве Джобсе Айзексона. Там между строк указаны очень интересные

приоритеты, которыми пользовался в своей работе Стив Джобс.

Борис Кузнецов, генеральный директор издательства «РОСМЭН»:

— Если буквально отвечать на этот вопрос, то, конечно, это книга — Гарри Поттер. Ну а если серьезно, то это «Буратино...». Это была первая книга моего детства, которую я прочитал самостоятельно. По слогам и лежал на полу. И уже много позже, читая его своей дочери, мне страстно захотелось увидеть эту книгу изданной иначе. А потом захотелось и других книг. А потом я пришел работать в детское издательство.

Никола Охотин, директор и совладелец книоторговой компании «Берроунз / Медленные книги»:

— Андре Шиффрин «Слова и деньги». Очень прозорливое, не обманывающееся и не обманывающее видение процессов книжного рынка. Все вещи называются своими именами, выстраиваются конструктивные параллели с другими явлениями. Очень структурирует мысли на сходные темы, которые у меня по долгу службы часто занята голова. Проблем книга пока не решила, но, надеюсь, еще поможет.

Николай Циомо, управляющий партнер компании «Интегратор» (BookЛавка):

— Элияху Голдратт «Я так и знал. Теория ограничений для розничной торговли». Книга описывает технологии, которые позволяют значительно повысить эффективность розничных продаж. Именно этим наша компания занимается в рамках книжного рынка.

Ирина Балахонина, генеральный директор издательства «Самокат»:

— Мне в работе помогают самые разные книги: когда я читаю хороший текст, я испытываю чувство благодарности издателю, сумевшему заметить вовремя хорошего автора, и понимаю, что мне есть к чему стремиться. Последний

пример — «Волшебная сказка Нью-Йорка» Джеймса Патрика Данливи.

Светлана Платова, руководитель департамента книжной продукции ТД «Книжный БАРС» (Рязань):

— Книги, которые хорошо продаются. В настоящий момент это книга архимандрита Тихона (Шевкунова) «Несвятые святые», вся трилогия Стига Ларссона о девушке с тату. Видимо, все надеются «легко бросить курить» по А.Карру, «любить историю» по Б.Акунину, «вернуть вора» по А.Белянину в «Дом шелка» Горовица Э. — и закрепить все это Букварем Жуковой Н.