

# ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

УДК 004.915+339.13:655

DOI: 10.33186/1027-3689-2020-5-53-68

**К. Ю. Волкова, А. И. Земсков, Я. Л. Шрайбер**  
*ГПНТБ России, Москва, Россия*

## **Книжный рынок в эпоху цифровизации: что нужно знать библиотекам\*.**

***(По материалам Лондонской книжной ярмарки 2019 г.  
и других мероприятий)***

**Аннотация:** Представлен обзор основных тенденций, обсуждавшихся на семинарах в ходе Лондонской книжной ярмарки 2019 г. и в профессиональном мире. В издательском бизнесе четвертый год подряд отмечается рост продаж печатной продукции. Если в Великобритании продажи традиционных электронных книг растут, в США – второй год падают (в 2018 г. – на 3,6%), то выгружаемые аудиокниги продолжают поддерживать издательский бизнес двузначными цифрами роста (на 37,1% в 2018 г.). Популярности аудиокниг способствуют и улучшающиеся технологии, особенно распространение «умных» колонок. Люди все чаще слушают книги дома и в вечерние часы – это становится важной формой проведения свободного времени. Очень большим спросом пользуются аудиокниги в библиотеках, которые покупают их у издателей. Аудиокниги в основном выдаются по той же модели, что и печатные, т.е. «одна книга – один читатель». В эпоху изобилия фейковых новостей результаты качественных научных исследований важны для принятия взвешенных решений. Нужны стандарты и процедуры, которые помогут выявлять достоверные научные исследования: кросс-чекинг и факт-чекинг, отслеживание источника информации, публикация в академических или «хищнических» журналах, создание «белого списка» и «черного списка» журналов, отделение спонсируемого контента от научного.

**Ключевые слова:** издательский бизнес, книжный рынок в США, электронные книги, аудиокниги, поведение покупателей, роль издательств.

---

\* Часть приведенной информации была использована в Ежегодном докладе Пятого международного профессионального форума «Крым–2019» «Информационно-документное пространство образования, науки и культуры в современных условиях цифровизации общества» Я. Л. Шрайберга (Москва: ГПНТБ России, 2019).

## PROBLEMS OF INFORMATION SOCIETY

UDC 004.915+339.13:655

DOI: 10.33186/1027-3689-2020-5-53-68

**Ksenia Yu. Volkova, Andrey I. Zemskov and Yakov L. Shrayberg**

*Russian National Public Library for Science and Technology, Moscow, Russia*

### **The book market during digitalization epoch:**

#### **What should the libraries know.**

***(Based on the materials of 2019 London Book Fair,  
and other events)***

**Abstract:** Authors present a fairly detailed review of main trends as discussed at seminars held within the London Book Fair 2019. As to publishing business in general it is noted that the sales of print are rising for the fourth year in a row. E-book sales are growing in the UK and falling in the US for the second consecutive year (down 3.6% in 2018) while downloadable audiobooks continue to support publishing business with double digit growth in sales (up 37.1% in 2018). Improving technology, especially smart speakers give a boost to audiobook popularity. People are increasingly listening to audiobooks at home in the evening hours of 8pm to 10pm making them an important form of leisure. Audiobooks are in great demand in libraries. Libraries buy them from publishers and audiobooks are primarily circulated in the same way as print books, that is, “one book – one borrower”.

In the era of fake news proliferation, quality research findings are important for making informed decisions (for instance, in environmental protection). We need standards and procedures that will help us recognize valid research – like cross-checking, fact checking, tracing the source of information, taking into account whether the material was published in academic or predator journals, journal blacklists and whitelists, differentiation between research and sponsored content.

**Keywords:** publishing business, US book market, e-books, audiobooks, user behavior, the role of publishers.

Лондонская книжная ярмарка 2019 г. прошла 12–14 марта в выставочном комплексе «Олимпия». Ее девиз был таким: «Расширяя наше понимание слов, переданных в разных медиа» (*Taking word sfurther: content across media*). Почетным гостем мероприятия стала Индонезия. По словам Джек Томас, директора ярмарки, за три дня работы ее посетили 25 тыс. человек из 130 стран. Сердце выставки, по ее мнению, – продажи прав и интеллектуальной собственности литературными агентами и издателями продюсерам телевизионных программ. С учетом того, что (как показал обзор компании Nielsen) телевидение и производство кинофильмов в цифровом формате очень быстро растут, колоссально увеличивается потребность в закупках прав на переработку контента.

На ярмарке традиционно сообщается об итогах предыдущего года, обсуждаются тенденции и цитируются обзоры региональной и мировой издательской индустрии. В обзорах за 2018 г. несколько раз упоминались российские издатели в связи с планируемым снижением числа новых книг (из-за удорожания бумаги), открытием новых книжных магазинов в результате слияния сетей «Читай-город» и «Буквоед» (журнал *Publishing Perspectives*, Spring 2019. P. 2, 21).

Проанализировав прошедшие семинары, слушания и презентации, можно выделить несколько базовых тем, в первую очередь интересных библиотечным работникам:

Проблемы развития издательского бизнеса в целом; статистика роста выпуска изданий; бурный и непрерывный рост продаж аудиокниг; использование больших данных (*big data*), в частности данных о покупателях для наращивания доходов; использование элементов искусственного интеллекта и технологий блокчейна (в данном случае – прямой связи автора и читателя посредством так называемого «умного контракта» (*smart contract*)). Характерно расширение области интересов издателей за пределы собственно книги – об этом свидетельствуют и девиз выставки, и названия нескольких семинаров, например: «Не только печатный контент» (*Content beyond Print*), «Смена модели научных публикаций: не только книги и журналы» (*Breaking the Mouldin Scholarly Publishing: Moving Beyond Booksand Journals*).

Конечно, для многих участников Лондонской книжной ярмарки тема последствий выхода Великобритании из Европейского союза, получившего название «Брексит» (*Brexit*), является актуальной, прежде всего с учетом предстоящих изменений в законодательстве об авторском праве и подготовки Европейского союза к формированию Единого цифрового рынка. В 2018 г. объем американского рынка изданий для широкой публики составил 17 млрд долларов США.

Проблемы научного и вузовского издательства, внедрение цифровых технологий в издательский процесс (*digital transformation*), привлечение молодых авторов к изданию научно-технической литературы.

Открытый доступ. Какие группы выигрывают от его использования, в какой мере он является глобальным?

Авторское право, изменение национального законодательства, развитие бизнес-моделей оплаты редакторского труда (APCcost, APCcharge).

### **Проблемы развития издательского бизнеса**

Как утверждается в специальном выпуске журнала The Digital Spotlight за март 2019 г., издатели, участвовавшие в Лондонской книжной ярмарке, чувствовали себя очень уверенно в плане традиционных технологий. Уже четвертый год подряд продажи печатной продукции растут. По данным службы NPD BookScan компании NPD<sup>2</sup>, объем продаж печатных книг в США за 2018 г. увеличился на 1,3% и составил 695 млн единиц. Заметное влияние на рынок продаж печатной продукции в США оказали политически ориентированные книги: Майкл Вольф «Огонь и ярость: в Белом доме при Трампе» (*Michael Wolff. Fire and Fury: Inside the Trump White House*), в первые недели продано более миллиона экземпляров; Боб Вудворд «Страх» (*Bob Woodward. Fear*).

---

<sup>2</sup> См. <https://www.npd.com/wps/portal/npd/us/news/press-releases/2019/bestseller-success-led-us-print-books-industry-growth-in-2018-the-npd-group-says/>

Столь же успешно продавалась книга «Становление» Мишель Обамы (*Michelle Obama. Becoming*) – в 2018 г. продано 3,4 млн экз. В Великобритании рост продаж составил более 2,1% (190 млн экз.). Если в Великобритании продажи традиционных электронных книг растут, а в США уже второй год падают (в 2018 г. – на 3,6%), то выгружаемые аудиокниги продолжают поддерживать издательский бизнес двузначными цифрами роста (на 37,1% в 2018 г.).

В 2018 г. вице-президент Международной ассоциации издателей Хьюго Зетцер (*Hugo Setzer*) избран ее президентом. Одно из первых его выступлений – «О социальной ответственности издателей». Вот отрывок из интервью Х. Зетцера, вошедшего в статью «Разработчики программ Международной ассоциации издателей: взгляд на 2019 год», опубликованную в журнале *Publishers Perspectives* (Spring 2019): «В эпоху изобилия информации и фейковых новостей работа издателей в качестве “вратарей”, кураторов доверительной, достоверной и надежной информации столь же необходима, как и всегда».

Конечно, есть и сложности: президентство Дональда Трампа вызывает разные мнения в США; проблемы Брексита, безусловно, касаются и издателей; новые инициативы по открытому доступу в Европе угрожают развитию сложившейся системы научных публикаций, а пересмотр системы законодательства по копирайту сулит ожесточенные политические битвы в ходе предстоящих в Европе парламентских выборов. Законодатели всего мира самым внимательным образом изучают возможности воздействия на технологический сектор, включая в этот сектор таких гигантов, как Amazon, Facebook, Google.

Еще на закрытии Лондонской ярмарки 2017 г. директор издательства Pan Macmillan Энтони Уотсон (*Anthony Watson*) заявил, что издатели подпитывают хаосом весь внешний мир. В 2019 г. это звучит столь же верно и актуально.

## **Книжный рынок в США**

Семинар «Доступ на рынок США: обзор розничных продаж, дистрибуции и поставок в библиотеки» (*Accessing US Market: An Overview of the Retail, Distribution and Library Markets in the USA*) в переполненной аудитории зала «Олимпия» провели Джо Мэтьюз (*Joe Matthews*), руководитель компании Independent Publishers Group (IPG), специали-

рующей на поставках печатных книг, и Стивен Розато (*Steven Rosato*) из OverDrive – компании, поставляющей электронные книги (в основном в библиотеки).

Проект BookMap был запущен несколько лет назад постоянным участником Лондонской книжной ярмарки Рудигером Вишенбартом (*Rüdiger Wischenbart*) – экспертом, ежегодно выпускающим отчет Global Ebook Report. Этот проект отражает стремление расширить охват книжной индустрии, регулярно собирая данные и информацию по различным книжным рынкам, выявляя тренды и проводя анализ глобальной издательской индустрии.

Насколько велик глобальный книжный рынок, точно сказать невозможно. По оценкам BookMap, к концу 2017 г. он достиг 122 млрд евро (143,4 млрд долларов США) в розничных ценах. При таком объеме книгоиздательство выглядит мощнее, чем индустрии музыки, видеоигр или кинофильмов, хотя значительно скромнее, чем домашние видеоразвлечения. Правда, в мировом масштабе оно не растет так уверенно, как видеоигры, домашние видеоразвлечения и даже кинематограф, но и не падает так сильно, как газетный или журнальный рынок.

Если говорить об американском рынке, то он отличается хорошо налаженным сбором данных о продажах и предпочтениях читателей, в том числе с помощью компании Amazon, с целью прогноза продаж. Книжный рынок США каждый год ставит новые рекорды, в 2019 г. вышли в свет 1 млн книг. На рынке находится место как крупным, так и небольшим издательским домам, американским и зарубежным. В 2018 г. объем рынка составил 17 млрд долларов. Помимо книжных магазинов и онлайн-каналов, книги продаются в розничных магазинах, подобных Walmart, Sam's Club, а также в специализированных некнижных, где может стоять всего один стол или шкаф с книгами. Помимо книжных ярмарок, книги выставляются на ярмарках подарков.

Рынок печатных и цифровых форматов сейчас рассматривают как общий, смешанный (*blended*). Стало привычным выпускать одновременно и печатную книгу, и ее электронную версию. Общий объем продаж американских издательств достиг 9,5 млрд долларов.

На американском рынке в 2018 г. четко прослеживались следующие тренды: рост продаж аудиокниг через скачивание (37,1% в 2018 г.), скромный рост продаж печатных книг (на 1,3%), увеличение количества продаж через розничные каналы с одновременным сокращением оптовых поставок, хорошие продажи популярных книг через магазины масс-маркета, в целом продолжающийся рост продаж книг во всех форматах (на 4,5% – для взрослых, на 1,5% – детских (в последнее время их продажи росли опережающими темпами, что свидетельствует о выравнивании рынков).

Библиотеки в США представляют собой очень крупный сегмент книжного рынка. Приведем его ключевые показатели по данным компании OverDrive за 2019 г.: 8 864 центральных публичных библиотек, 7 641 их отделений и книгомобилей, 98 460 школьных, 3 094 университетских библиотек.

### **Аудиокниги**

Аудиокниги остаются самым быстрорастущим сегментом издательского рынка. Признаков замедления пока не заметно. Один из факторов роста – большое количество издаваемых аудиокниг: сейчас практически все крупные издательства имеют подразделения, занимающиеся их выпуском. Как сообщила на семинаре «Аудиокнижный бум: что способствует росту?» (*The Audiobook Boom: What is Driving Growth?*) Мишель Кобб (*Michele Cobb*), исполнительный директор Американской ассоциации аудиоиздателей, в 2013–2017 гг. количество издаваемых аудиокниг ежегодно удваивалось и достигло 46 тыс.

Более чем десятипроцентный рост отмечен как в тиражах, так и в долларовом выражении. Пик роста пришелся на 2016 г. (33,9% прироста количества аудиокниг), все индикаторы указывают на то, что он продолжится. Согласно полученной от издательств информации, примерные продажи аудиокниг в 2017 г. достигли 2,5 млрд долларов США, что означает рост на 22,7% с 2016 г.

Ежегодный обзор продаж аудиокниг в США был выполнен независимой исследовательской фирмой Management Practice по заказу Американской ассоциации аудиоиздателей.

По словам Мэри-Бет Рош (*Mary Beth Roche*), президента Macmillan Audio, аудиокниги стали фокусом издательской стратегии.

Демографическое исследование слушателей аудиокниг Edison Research, проведенное в США в 2018 г., выявило следующие ключевые статистические данные: сведения 20-летней давности о том, что это в основном женщины средних лет с высшим образованием, устарели. Произошли большие перемены, аудиокниги все больше читает, вернее слушает, молодежь. В США 54% пользователей аудиокниг – люди от 18 до 44 лет. Слушатели аудиокниг также являются и читателями: 83% из них прочли хотя бы одну печатную книгу за последний год, а 79% – электронную книгу. В среднем слушатели аудиокниг за последний год прослушали 15 книг (это немало!) и согласились, что это помогает закончить большее количество начатых книг. Очевидно, что границы между форматами стираются: люди читают/слушают книги в тех форматах, какие им удобны, с легкостью переходя от одного к другому.

А что же оставшиеся 13% (те, кто за год не прочел ни одной печатной книги)? Они (в основном молодежь) пришли к аудиокнигам через подкасты. 44% регулярных слушателей подкастов – люди в возрасте до 35 лет (данные Podcast Insights). Интересно, что слушатели подкастов, в отличие от тех, кто к ним не обращается, прослушивают в среднем вдвое больше аудиокниг (данные Edison Research).

Как и где слушают? Смартфоны продолжают доминировать – их использовали 73% опрошенных, произошел также рост числа тех, кто использует смартфоны наиболее часто (47% в 2018 г. против 29% в 2017 г. и 22% в 2015 г.).

Росту популярности аудиокниг способствуют и улучшающиеся технологии, особенно распространение «умных» колонок (*smart speakers*), таких как Amazon Echo или Google Home. 24% опрошенных сообщили, что слушали аудиокниги через «умные» колонки, а 5% – что чаще всего слушают через них.

Следующий пункт опроса слушателей – выяснить, где слушают аудиокниги, и результаты оказались неожиданными. Люди все чаще слушают книги дома в вечерние часы, по мнению 71% опрошенных, это становится важной формой проведения досуга. Опросы проведены в Филадельфии и Нью-Йорке, где жители стремятся проводить время



с пользой и не терять ни одной минуты. Тем не менее они считают важным приятное времяпрепровождение с аудиокнигой. По данным Amazon, пик прослушивания аудиокниг приходится на 9–12 часов ночи.

Результаты опроса: 71% слушают аудиокниги дома, 69% – в личном автомобиле, 30% – в самолете, 26% – на свежем воздухе, 23% – в иных местах вне дома, 20% – в поезде/автобусе, 19% – в спортивном зале, 19% – на работе. Популярность аудиокниг во многом объясняется естественным стремлением современного человека дать отдых глазам, на которые приходится основная нагрузка от воспринимаемой информации. Среди других основных причин были названы следующие: 1) позволяют одновременно делать другие дела; 2) аудиокниги портативны, слушать их можно везде; 3) людям нравится, когда им читают.

В формате аудиокниг издают не только беллетристику, но и техническую литературу. При этом графики и схемы прилагаются как файлы в формате PDF. Часто аудиокниги выпускают как компаньоны к тексту. Рынок аудиокниг сейчас настолько развит, что потребители считают: любую книгу можно приобрести в аудиоформате. Если десять лет назад издатели выбирали книги для создания аудиоверсии по таким критериям, как подходящий тип книги, известный автор, хорошие печатные продажи, то сейчас рынок стал настолько зрелым, что любой текст может стать аудиопродуктом.

Основные потребители аудиокниг – люди с доходом выше среднего и с хорошим образованием. Самые популярные жанры аудиокниг в США – детективы/саспенс/триллеры, научная фантастика и романы.

Модели приобретения электронных книг, в том числе аудиокниг, сильно различаются и быстро меняются год от года, что говорит о молодости этого рынка. Книги доступны для бессрочной продажи по лицензии, по модели подписки, также предлагается услуга *manufacture-on-demand* (изготовление по требованию), являющаяся развитием модели *print-on-demand* (печать по требованию), когда по заказу клиента выпускается книга в любом формате.

По-прежнему выходят книги на CD, занимая внушительные 11% рынка. Окончание эры CD, по-видимому, будет похоже на окончание эры кассет – производители перестанут выпускать их раньше,

чем пользователи будут готовы с ними расстаться. Например, новые модели автомобилей уже не имеют встроенных CD-плееров.

Очень большим спросом пользуются аудиокниги в библиотеках, которые покупают их у издателей. Аудиокниги в основном выдаются по той же модели, что и печатные, т.е. «одна книга – один читатель». Рекомендации библиотек играют большую роль в маркетинге новых названий и авторов: они открывают для читателей новые форматы, новых авторов и, в конечном счете, издателей. 52% опрошенных сказали, что получение аудиокниги в библиотеке или скачивание ее через библиотечный веб-сайт были «важны» или «очень важны» для обнаружения новой аудиокниги. 43% слушателей ответили, что загружали аудиокнигу из библиотеки, а 14% сообщили, что это является их основным каналом получения аудиокниг.

Другой мощный канал маркетинга и распространения информации о новых аудиокнигах – социальные сети.

Каждое крупное издательство сейчас имеет подразделение, занимающееся выпуском аудиокниг. Некоторые аудио- и мультимедиакомпании ориентируются исключительно на библиотечный рынок, хотя прямые продажи клиентам тоже присутствуют. Все производимые аудиокниги должны быть высокого качества. Если слушателю не понравится книга, голос, его можно потерять как пользователя. Для записи книг привлекают прекрасных актеров, и в этой области есть немало инноваций. Например, сайт [ahab.us](http://ahab.us) содержит обширную базу данных актеров, где представлены всевозможные голоса и акценты. Актеры – члены этого сообщества – имеют возможность отправить образцы – выдержки из книг, прочитанных их голосом, в издательства и продюсерам аудиокниг. В США появилась новая профессия – чтец аудиокниг (*audiobook narrator*).

Технически пользоваться аудиокнигами можно по-разному: есть модель загрузки (*download*), а есть облачная модель, когда файл книги находится в облаке и прослушивается в потоковом режиме (*streaming*). Большинство производителей предлагают оба варианта, особенно для библиотечного рынка.

## **В каком случае покупатели книг выбирают электронную версию?**

Сотрудница компании Nielsen Book Research Джэки Свон (*Jackie Swope*) в своей статье в журнале *London Show Daily* (13 марта, с. 24) опубликовала выдержки из двух обзоров компании 2018 г.: «Обзор потребителей аудиокниг в Великобритании» и «Обзор потребителей электронных книг в Великобритании».

В 2018 г. книжный рынок Великобритании доказал возможность существования печатных, аудио и электронных форматов, предоставляя читателям возможность выбора наиболее подходящего. Некоторые читатели используют только один формат: например, читатели в возрасте 55+ демонстрируют тенденцию отказа от покупки печатных книг в пользу электронных; 30% пользователей аудиокниг отмечают, что стали меньше читать печатные книги. При этом значительное число пользователей электронных книг могут возвращаться к печатным форматам – в зависимости от таких факторов, как цена, автор, жанр или планы по дальнейшему использованию книги: 48% тех, кто предпочитает электронные книги, но покупает и печатные, для занятий или для работы выберут печатную версию, а 45% – возьмут печатную книгу с произведением любимого автора. Примерно такое же количество пользователей обратится к электронному варианту, если идет речь о чтении в общественном транспорте или в пути.

Иную схему мотиваций демонстрируют пользователи аудиокниг – они с большой вероятностью выберут аудиокниги и для получения удовольствия, и для чтения перед сном, и для ознакомления с неизвестным автором.

Фактор цены сказывается при покупке книг любых форматов: люди, как правило, выбирают наиболее дешевый вариант.

Более подробно результаты анализа рынка Великобритании, выполненного компанией Nielsen Book Research, были рассмотрены в презентации «Тенденции издательского бизнеса – 2018 и прогноз на 2019 г.» (*Publishing trend sand sales in 2018 and ahead into 2019*). Данные представила Хейзел Кеньон (*Hazel Kenyon*), директор подразделения Nielsen Book Research. Продажи на рынке печатных книг выросли

на 2,1% в стоимостном выражении и на 0,3% в количественном по сравнению с 2017 г. Рынок остается стабильным с 2014 г. Всего в 2018 г. было продано 190,9 млн книг.

В общей структуре продаж печатных и электронных книг в Великобритании электронные заняли 31% (художественная литература – 55%, нехудожественная – 21%, литература для детей и юношества – 7%).

На рынке выявлены две растущие категории литературы, пользующейся спросом: информативные книги для детей и юношества, посвященные познанию мира и человека, и книги по самосовершенствованию. Это долгосрочные тенденции. Как с иронией сказала Х. Кенйон, человек хочет «познать мир, в котором мы живем, а потом сбежать от него». Еще одна тенденция: люди покупают книги, предназначенные не для глубокого изучения узких вопросов, а для развития широкого кругозора. В растущую категорию вошли издания: кулинарные по вегетарианской кухне, книги о достижении хорошего самочувствия, об экологии планеты, а также пазлы и викторины (форма эскапизма). Продолжает расти спрос на поэзию. Детская литература по-прежнему занимает сильные позиции.

В категории художественной литературы наибольшей популярностью в Великобритании пользуются криминальные рассказы и триллеры, далее идет беллетристика без выделения жанра, растут продажи книг по истории и мифологии (романы от них отстают), а также переводной литературы (среди языков продолжает лидировать французский).

### **Роль издательств в мире фактов и вымыслов**

Совместно с Международной ассоциацией издателей на Лондонской книжной ярмарке был организован второй семинар, посвященный свободе публикаций, – «За все надо платить: нужно ли верить истине или это устаревшая модель?» (*Paying the Price: Is Truth to be Trusted, or Just an Outdated Trend?*). Он стал продолжением успешного и вызвавшего большой интерес семинара 2018 г. о роли издательств в меняющемся издательском и медийном ландшафте.

Директор Лондонской книжной ярмарки Джек Томас поприветствовала участников; с докладом выступил новый президент Международной ассоциации издателей Хьюго Зетцер, сменивший Микела Колмана. В Международную ассоциацию издателей, базирующуюся в Женеве, входит 81 организация из 69 стран Европы, Америки, Азии, Африки и Австралии. Цель ассоциации – обеспечение благоприятной бизнес-среды для издателей по всему миру на основе свободы публикаций и уважения к авторскому праву. В эру изобилия информации и фейковых новостей роль издателей как источников и кураторов заслуживающей доверия, надежной информации не теряет своего значения.

Из выступлений на этом и других семинарах Лондонской книжной ярмарки можно было сделать вывод о том, что издательский и литературный мир становится сложно структурированным.

В обществе находится все больше групп, которые считают тот или иной контент противоречивым, а значит, снижается количество продаж. Появилась гибридная модель издательства: если находится достаточное количество людей, считающих, что контент интересный (какая-нибудь тема или книга), и готовых за него платить, то это можно издавать.

Остаются или даже растут угрозы свободе публикаций, цензуры и самоцензуры. Это относится и к изданию научной литературы. Законы о защите частной жизни используются для запрета публикации определенного контента. Истина исчезает и становится оспариваемой сущностью. К счастью, по-прежнему наибольшее уважение и доверие вызывают печатные труды ученых и профессоров. Участники семинара высказали мнение о том, что следует не замалчивать проблемы, касающиеся в частности научных вопросов, а обсуждать их.

Научные исследования по-прежнему необходимы. В эпоху изобилия фейковых новостей результаты качественных научных исследований важны для принятия взвешенных решений (например, в области экологии). Нужны стандарты и процедуры, которые помогут определить достоверность научных исследований: кросс-чекинг и факт-чекинг, отслеживание источника информации, публикация в академических или «хищнических» журналах, создание «белого списка» и «черного списка» журналов, отделение спонсируемого контента от научного.

Но главное – это образование людей, оно важнее, чем любые инструменты. Необходимо развивать критическое мышление, начиная с начальной школы.

Растет число независимых книжных магазинов, это касается не только США, но и Великобритании. По информации Американской ассоциации книготорговцев (*American Book sellers Association*), обнародованной летом 2018 г., в США было 1 835 книжных магазинов – членов Ассоциации в 2 470 населенных пунктах, что значительно больше, чем десять лет назад, – 1 401 магазин. В 2018 г. рост составил 5%. Наблюдается заметное увеличение числа молодых владельцев книжных магазинов, что вселяет надежду. В то же время в главной книжной сети США Barnes&Noble продажи снижаются.

В Великобритании процесс закрытия книжных магазинов продолжается 20 лет: в 1995 г. было 1 894 независимых книжных магазина, к 2016 г. осталось всего 867. Но с 2017 г. начался небольшой, но постоянный рост. Часто новые магазины открываются в районах, где ощущалась их нехватка, инициаторы – энтузиасты из местных жителей.

Независимый книжный магазин BrOOK's в городке Пиннер, графство Миддлсекс (*Pinner, Middlesex*) имеет лицензию на продажу алкоголя. Идея получить ее пришла владельцам после посещения «книжного бара с шампанским» во время тура по США. Местные жители приходят в BrOOK's, чтобы полистать книги за бокалом вина, поболтать и выбрать книгу или подарок.

Независимые магазины сами подбирают ассортимент книг исходя из интересов своего сообщества. Хорошие магазины воспитывают в своих посетителях любовь к чтению на протяжении всей жизни. По словам Мэрил Холлз (*Meryl Halls*), управляющего директора Ассоциации книготорговцев, «радостно видеть успех независимых книжных магазинов в 2018 г., демонстрирующий креативность и предприимчивость продавцов книг перед лицом серьезных вызовов» (*The Guardian*, 2019, 7 January).

Познавательным было выступление команды специалистов Кембриджского университета «Ломающая границы в научном издательстве: за пределами книг и журналов» (*Breaking the Mould in Scholarly Publishing: Moving Beyond Books and Journals*).

Устоявшиеся за многие годы модели научных публикаций препятствовали изданию огромного числа работ, которые не соответствовали принятым форматам книги или журнала, например, были чрезмерно большими для статьи либо слишком малыми для книги. Появление технологий цифрового издательства или издания по требованию устранило эти барьеры. Сейчас система Cambridge Elements предоставляет возможность выпустить точную, авторитетную и реферированную работу по любым вузовским дисциплинам в течение 12 недель с момента принятия в печать.

*Продолжение в следующем номере.*

### **Информация об авторах / Information about the authors**

**Шрайберг Яков Леонидович** – доктор техн. наук, профессор, член-корреспондент Российской академии образования, научный руководитель ГПНТБ России, главный редактор журнала «Научные и технические библиотеки», заведующий кафедрой электронных библиотек и наукометрических исследований Московского государственного лингвистического университета, заслуженный работник культуры РФ, Москва, Россия  
gpntb@gpntb.ru

**Земсков Андрей Ильич** – канд. физ.-мат. наук, доцент, ведущий научный сотрудник ГПНТБ России, Москва, Россия  
andzem@gpntb.ru

**Yakov L. Shrayberg** – Dr. Sc. (Engineering), Professor, RNPLS&T Academic Advisor, Editor, “Scientific and Technical Libraries” Journal, Corresponding Member, Russian Academy of Education, Head, E-libraries and Scientometrical Research, Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia  
gpntb@gpntb.ru

**Andrey I. Zemskov** – Cand. Sc. (Physics & Mathematics), Associate Professor, Leading Researcher, Priority Research and Analytical Forecasts Group, Russian National Public Library for Science and Technology, Moscow, Russia  
andzem@gpntb.ru

**Волкова Ксения Юрьевна** –  
главный специалист, помощник  
генерального директора по между-  
народному сотрудничеству ГПНТБ  
России, Москва, Россия  
kv@gpntb.ru

**Ksenia Yu. Volkova** – Senior Specialist,  
Assistant to Director General for Inter-  
national Cooperation, Russian National  
Public Library for Science and Technol-  
ogy, Moscow, Russia  
kv@gpntb.ru