

Коммерсантъ - книга

ДАЙТЕ СЛОВО
БИЗНЕСМЕНАМ И БАБУШКАМ



Раньше современным норвежским автором считался Генрих Ибсен. Теперь московская публика познакомилась с молодыми норвежскими писателями: автором романа «Наивно. Супер» Эрлендом Лу (Erlend Loe), автором романов «Каталог Латура» и «Застенчивый порнограф» Николом Фробениусом (Nikola Frobeneus). Встреча проходила в кафе «Проект О.И.».

«Молодые» писатели, к которым не так давно причисляли и авторов сильно за сорок, теперь действительно, что называется, помолодели. Если кто-то из нынешних 20-30-летних талантов еще не решился выступить с дебютным романом — ему самое время прислушаться к советам Ашшадх. Ценные указания дает директор московского издательства Ad Marginem АЛЕКСАНДР ИВАНОВ.

С молодой русской прозой сейчас связаны большие ожидания. Многие издательства ведут активные поиски молодых авторов: новые книжные серии готовят Борис Кузминский в «ОЛМА-Пресс», Ирина Прохорова в «НЛО». Что касается Ad Marginem, то мы стараемся обнаруживать переклички между литературными опытами разных стран: находим своеобразные ритмы между произведениями Михаила Елизарова и Кристиана Крахта (Christian Kracht), Владимира Сорокина и Альдо Нове (Aldo Nove).

В современной молодежной западной прозе торжествует «новый объективизм». Например, французский писатель Ми-

шель Уэльбек (Michel Houellebecq) в романе «Элементарные частицы» подвергает острому критику то, что раньше являлось предметом психологического переживания: любовную страсть он описывает с холодностью ученого-биолога. То же самое и у Кристиана Крахта в «Faszination» — объективистское, отчужденное описание реальности. В Германии новое поколение 30-летних писателей называют «новыми моралистами». От постмодернистских игр уже устали — очень востребован возврат к реальности, при том, что эта реальность уже захвачена массовой культурой. Но в этой пустоте происходит поиск точки опоры.

Чего я жду от молодых авторов — так это того, что в старину называли «физиологическим очерком». Появилась новая реальность, новые герои — нужно дать им право голоса. У нас скоро выйдет книга молодого итальянца Альдо Нове. В его романе как раз те люди, которых всегда называли «он», «она», наконец, получают возможность заговорить: какие-то официанты из ресторана, низкооплачиваемые рабочие, придурки гордились. Оказалось, что у них целый новый мир.

Именно физиологизмом интересен и Блан Ширянов с его скандальной книгой «Низкий пилотаж». Он использует в ка-

Кинематографистов занесли в Красную книгу

В издательстве «Сеанс» на подходе уникальное издание — «Новейшая история отечественного кино. 1986-2000». После «Кинословаря», изданного еще в советское время (актуар в 1986-м) у нас не вышло ни одной книжной публикации, где история кинематографа и ее главные персонажи были бы поданы в систематизированном виде. Начало выхода намечено на ноябрь. О первых впечатлениях рассказывает АНДРЕЙ ПЛАХОВ.



«Кинословарь» в свое время не повезло: он был подготовлен к печати в самый пик застоя, и немногое из того, что в него вошло, не вышло из него. Когда последняя случилась, менять что-то было уже технически невозможно. В результате словарь нес в себе все признаки советского идеологического подхода к кинематографу, книга содержала непонятные информационные дыры: Милош Форман объявлялся американским режиссером, сведения об Андрее Тарковском и Андрее Кончаловском были крайне скудные, в биографиях многих советских кинорежиссеров не было ни слова об их закрытых цензурных фильмах.

Новое издание не претендует на обзор всей истории мирового кино, а сосредоточено

только на новейшем отечественном. Но и этот островок в море кинематографа оказался весьма обширным — поспенное издание разрослось до шести увесистых томов. Три из них представляют собой развернутый словарь и посвящены исключительно персоналиям, три остальных объединены грифом «кино и контекст» и представляют собой опыт новейшей истории кино, написанной по особой методологии. В ближайшее время следует ожидать выхода трех томов словаря и одного — «Контекста».

Начнем со словарной части. Ее особая и даже экспериментальность состоит в том, что вся она есть собрание авторских статей. Таким образом, субъек-

тивизм издания возводится в квадрат: если сам выбор персоналий — дело субъективное и всегда вызывает споры, то спор будет еще больше, когда наши кинематографисты прочтут о себе статьи, подписанные разными, иногда весьма эмоциональными и пристрастными авторами-кинокритиками.

Разумеется, редакторский коллектив, работавший над изданием, попытался соблюсти баланс между авторским началом и энциклопедической объективностью. Но, может, и правильно, что организаторы и вдохновители издания — а это коллектив петербургского журнала «Сеанс» во главе с Любовью Аркус — не стали отливать «монумент при жизни». Ведь даже забронзовевшие классики типа Алексея Германа и Никиты Михалкова все равно остаются действующими режиссерами, и их место в истории кино еще далеко не окончательно определено. Кстати, их творчество отражено главным образом на этапе последних пятнадцати лет с кратким экскурсом в прошлое. А основное внимание приковано к новой волне кинематографистов, вошедших в профессию во время перестройки и во многом благодаря ей. Каждый из томов «Словаря» заключен в большой красный переплет: таким образом кураторы издания (финансово поддержанного Минкуль-

Музыкальный привет из XX века

Изданы «Письма» Арнольда Шенберга

Петербургское издательство «Композитор» выпустило «Письма» Арнольда Шенберга. Их издательская история в России насчитывает более тридцати лет. Об одной из ключевых книг о музыке XX века рассказывает КИРА ВЕРНИКОВА.

Русские «Письма» — перевод классического издания, подготовленного одним из ближайших учеников Арнольда Шенберга, Эрвинном Штайном. По-немецки оно было выпущено в 1958 году, по-английски — в 1964-м.

В СССР его хотели издать в конце 1960-х. Составителем выступил выдающийся историк музыки Михаил Друкин, переводчиком — Виктор Шнитке. Проект шенберговского тома значился первым среди нескольких книг по музыке XX века, предложенных издательству Михаилом Друкиным. Некоторые из них — «Диалоги» Стравинского или «Лекции и письма» Веберна (переведенные тем же Виктором Шнитке вместе с его братом Альфредом) — в 1970-е годы вышли в свет. С книгой же Шенберга произошло нечто необычайное. Прямо не запрещали, от издания не отказыва-



возобновились. После смерти Михаила Друкина эту работу унаследовала Людмила Ковнацкая. Вместо издательского барьера в 1990-е перед книгой вдруг вырос финансовый, преодолеть который удалось лишь в 2001 году при поддержке Института Про Арте. Книга, которую столько лет боялись издать, имеет все шансы на широкий успех, и не только в профессиональной среде. Она представляет галерею культурных героев на фоне венской, пражской, берлинской, американской жизни (среды корреспондентов Шенберга, помимо великих композиторов и исполнителей, Кандидский и Кокошка, Лоос и Томас Манн). Перевод Виктора Шнитке позволяет оценить писательский дар Шенберга, парадоксально сочетая пафос с остроумием и афористичностью письма. «Не считайте за ложную скромность, если я скажу; возможно, что-то мною и достигнуто, но хвалить за это следует не меня. Заслуга эта принадлежит моим противникам».

«государственным» композитором ГДР: «Будь моя воля, я бы как следует ему всыпал, как глупому мальчишке, и взял бы с него слово, что он никогда больше не откроет рта и ограничится писанием ноты». Встретим и ничем не сдерживаемую ярость по поводу антисемитизма. Обличения консерватизма и хосности. Шенберг — слышимом гордый и уверенный в себе художник.

С концом советского времени усилия по изданию «Писем» Арнольда Шенберга. Письма. Перевод В. Шнитке. Общ. редакция М. Друкина и Л. Ковнацкой. СПб: Композитор, 2001

Деньги из книг

бизнеса уже накопила достаточно поучительных примеров для качественного анализа. Типичный пример — «Семь нот менеджмента», книга, занявшая первое место в опросе.

Перестал толковать как дань моде маркетинг. «Кто предугадает пожелания потребителя, тот и будет править миром» — это уже не просто заученная истина, а руководство к действию для многих топ-менеджеров. Маркетинговое мышление пронизывает все этапы бизнес-процесса, но характер этого мышления преимущественно воинствующий. Показательны занятия второе место «Маркетинговые войны» и закономерный случайный ответ одного из респондентов: «Одна из самых ярких деловых книг — Энциклопедия боевых искусств». Окружающая действительность дает о себе знать. В свете последних событий не будет удивительным, если в следующем году лучшей бизнес-книгой года кто-нибудь назовет «Практическое пособие террориста (анти-террориста)». А хочется увидеть на прилавках изыскания психологов о путях перевода свойственной человеку умеренной агрессии в полезное русло — в искусство, в спорт, в бизнес, наконец. Социологам хочется пожелать призадуматься о компенсаторах, предупреждающих негативную реакцию изгоев на свое положение, и сразу повышается социума является залогом благополучия бизнеса — и маркетинг пророк его...

Лучшая деловая литература 2000-2001 годов*

- Архив русской финансово-банковской революции. 1985-1995 («Триада ЛТД»)
Бизнес в стиле фанк (Нордстрем К., Риддерстрале Й.; Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге)
Деловая этика, в 2-х т. (Де Джордж Р.; «Экономическая школа»)
Западная глобализация: атака на процветание и демократию (Мартин Г.-П., Шуманн Х.; «Альпина»)
Ключевые показатели менеджмента (Уолш К.; «Дело»)
Конкуренция (Портер М.; «Вильямс»)
Комментарий к Налоговому кодексу РФ, части второй (Шаталов С.; МЛФЭР)
Курс экономической теории (Челуприн М., Киселева Е.; «Аса»)
Малая энциклопедия трейдера (Найман Э.; «Вира-Р»)
Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход (Бернет Дж., Мориасти С.; «Питер»)
Маркетинг: 1-е изд. с приложением (Ридделиус У. и др.; «ДеНово»)
Маркетинговые войны (Райс Э., Траут Дж.; «Питер»)
Методология права (Керимов Д.; «Аванта»)
Менеджмент и финансы от А до Я (Кох Р.; «Питер»)
Основы менеджмента (Мескон М. и др.; «Дело»)
Открытое общество. Реформируя глобальный капитализм (Сорос Дж.; Фонд Сороса)
Против богов: Укрощение риска (Бернштейн П.; «Олимп-Бизнес»)
Путеводитель по царству мудрости: Теоритики менеджмента советуют (Бойетт Дж. и Дж.; «Олимп-Бизнес»)
Семь нот менеджмента. Настольная книга руководителя. 5-е изд. («Эксперт»)
Стратегический менеджмент (Стрикленд А., Томпсон А.; «Инфра-М»)
Стратегическое планирование в бизнес-системах (Ефремов В.; «Финпресс»)
Стратегия и тактика ценообразования (Негт Т., Холден Р.; «Питер»)
Технология эффективных продаж рекламы в газетах (Бедулин Ю.; «Питер»)
Управление развитием организации. 17-модульная программа для менеджеров («Инфра-М»)
Управление проектами (Мазур И., Шапиро В.; «Экономика»)
Финансовый менеджмент (Бригхем Ю., Гапенски Л.; «Экономическая школа»)
Финансовый анализ: методы и процедуры (Шавлев В.; «Финансы и статистика»)
Шагните в будущее. Стратегия в эпоху электронного бизнеса (Сигел Д.; «Олимп-Бизнес»)
Энциклопедия банковского дела и финансов (Вулфелл Ч.; «Корпорация „Федоров“»)
*Согласно опросу главных редакторов издательства, специализирующихся на выпуске деловой литературы.

Чтиво модное и не очень

Книги о моде сейчас не издает только ленивый. Всевозможные художественные издания, брошюры и словари, российские и иностранные, буквально заполнили прилавки магазинов — и не только книжных. В московских супермаркетах книги о моде считают ходовым товаром, наряду с видеокассетами, игрушками и бельем. При этом здесь — в отличие от книжных магазинов — модные издания предлагают избирательно. Читатели предлагают книги только популярных западных издательства и наиболее авторитетных авторов. Комментирует НАТАЛИЯ ОРЛОВА.



Популярные западные руководства по стилю и имиджу становятся в России бестселлерами

В 2000-2001 годах на прилавках супермаркетов было представлено с десятком переводных и отечественных изданий, способных украсить библиотеку всех, мало-мальски интересующихся такими понятиями, как мода, имидж и стиль. Пару-тройку книг вполне можно назвать бестселлерами. Будучи интересным чтивом, они одновременно являются и отличными пособиями, призванными скорректировать взгляды на имидж и гардероб и дать советы относительно выбора одежды и макияжа.

Обычное модное чтиво — смесь интервью, воспоминаний, историй и анекдотов из жизни модельеров, модных домов и манекенщиц — рассчитано на любителя жанра. Для широкого российского читателя, плохо знакомого с именами домов и именами ведущих модных домов. Иными словами, если Гуччи или, например, Уошй Yamamoto не склонны в этом сезоне обжудать малиновый цвет, блейзеры и мокасины, вы о них в журнале ничего не прочтете. Задавать подобные вопросы в бутиках зачастую бессмысленно: большинство продавцов также нацелены на собственный ассортимент и не склонны обсуждать то, чего нет в наличии.

В таких случаях западного читателя выручают пособия по стилю и одежде, издаваемые экспертами и консультантами звезд и крупных универсамов. А российского — известные российские издательства, своевременно обнаружившие отсутствие таких пособий на отечественном рынке. В числе таких пособий-бестселлеров эксперты „Ъ“ называют: «Советы по выбору стиля в одежде, причёске и макияже» Кроэл Спенсер (Эксмо-Пресс, 2000), «Как выглядеть безупречно» Ли Фэлдон (Эксмо-Пресс, 2001) и «Открывая свой гардероб» Сузи Фро (Кристина & Ко, 2001).

Эти книги великолепно иллюстрированы, написаны с большим юмором и особым подходом к моде — авторская позиция взвешена и подкреплена собственным опытом и опытом общения с многочисленными читателями-клиентами, а также авторитетными модельерами. Ценность этих книг в том, что они рассчитаны на людей, ведущих активный образ жизни, занимающихся бизнесом (или собирающихся начать свое дело) и потому желающих представить себя в наиболее выигрышном ракурсе. Читателя призывают следовать моде таким образом, чтобы она служила его интересам. То, с какой скоростью исчезают пособия с прилавков, со всей очевидностью показывает, что, помимо желания быть в курсе событий мира моды, у российского читателя есть и огромная жажда информации о стиле и имидже, которой ни модный глянец, ни прочие модные издания пока еще не в состоянии утолить.

ПУТЬ К УСПЕХУ

ИНТЕРВЬЮ С ДИРЕКТОРОМ ООО «МИР КНИГИ» СОЛОВЬЕВЫМ Ю.А.

— Юрий Аркадьевич! Ваша фирма «Мир книг» является одной из крупнейших книготорговых организаций России. Как вам удалось, избрав столь сложный вид бизнеса, как продажа книг по почте, за столь короткий срок стать лидером?
— Простое нас бесплатный журнал книжных новинок «Мир книги» появился очень вовремя, став тем недостающим звеном, связавшим издателя и читателя.
— У нас нет своих магазинов в регионах, мы работаем с покупателями напрямую, с помощью почтовых рассылок. Издательства были заинтересованы в появлении именно такой книготорговой фирмы как наша, и можно сказать, что рождение «Мира книги» было великим временем. Для издателя наши услуги остаются особенно актуальными, потому что точка зрения бизнеса и того огромного оборота, который мы наладили и обеспечиваем, не и потому, что передавая книгу в наши руки он может проследить их дальнейшую судьбу.
— Если совсем коротко, то можно сформулировать ответ так: знание одномерного и почтового и книжного рынков стали основой наших практических достижений.
— Книгопочтовая торговля давно уже популярна во всем мире. В Европе каждая четвертая книга покупается через каталоги. Каковы ваши прогнозы, как будет развиваться в этой сфере российская книгопочта?
— Делать какие-то прямые сопоставления невозможно. Почтовая доставка в Европе составляет до десяти процентов от стоимости книги, но сами книги там дороже в несколько раз, чем в России. Но сомнения в том, что деятельность нашей фир-



мы весьма перспективна — нет! Мы уже сейчас имеем более миллиона постоянных подписчиков журнала «Мир книги», которые одновременно являются нашими активными клиентами.
— Что привлекает к вам читателей?
— Широкий ассортимент. Четкое и своевременное выполнение заказов. Индивидуальная работа с каждым клиентом.
— Наш каталог предоставляет возможность выбора книг не меньший, чем крупный столичный книжный магазин. У нас выходит четыре журнала в год и в каждом от пятисот до тысячи предложений, в числе которых не только книги, но периодика, видео и аудио кассеты, сувениры.
— Спрос на книги с точки зрения потребительской предпочтений очень сложный. В восприятии наших респондентов мы являемся неформальным книготорговым объединением, так как собираем на своих страницах разных издателей.
— Залогом нашего успеха является индивидуальный подход к каждому покупателю. Это обеспечи-