



литературно-художественный журнал

# ЭТАЖИ



Этажи – это жизнь:  
 это огни окон – бесконечная россыпь огней  
 в тёмном пространстве ночи.  
 Этажи, горящие настольными лампами,  
 торшерами, люстрами –  
 это то, что делает родным чужой город.  
 Это – жизнь, которая встречает тебя,  
 когда ты возвращаешься домой.  
 И здесь, и там, и на краю земли –  
 жизнь похожих и разных людей:  
 за этажом этаж,  
 за рядом ряд.



## Нужен ли пинок литературным журналам

В октябре в Сочи прошёл форум современной журналистики «Вся Россия», в котором, среди прочих средств массовой информации, участвовал литературно-художественный журнал (!), что уже явилось событием. Мало кто из этого вида прессы решается совершить «выход в свет» из замкнутой системы, с одной стороны — элитарной, с другой — не интересной широкой публике. Еще более неожиданно, что именно литературный журнал стал дипломантом профессионального творческого конкурса в номинации «Лучший дизайн».

За три года работы «Этажи» привлекли к своим страницам не только множество авторов, но и, что ещё важнее, читателей. ИРИНА ТЕРРА, один из создателей и главный редактор «Этажей», не боится, что журнал обвинят в гламурности или поверхностности — имена, стоящие под публикациями, признаны и уважаемы литературным миром.

А вот методы продвижения действительно менее консервативны, чем у коллег. Не радикальны, нет — но и этого достаточно, чтобы внести непривычное свежее дыхание в мир «толстяков».



— Почему возникла идея сделать литературно-художественный журнал иллюстрированным, да ещё с такой необычной, игровой обложкой? Это маркетинговый ход или просто эстетическая потребность редактора?

— Это, безусловно, моя эстетическая потребность, которая хорошо вписалась в маркетинговый ход. Я ещё не знала, какой будет обложка, но уже точно могла сказать — не такой, как у многих «толстяков», потому что скучно. Она должна привлекать внимание и радовать глаз, и нужно соответствовать маркетинговому запросу, вложив в яркую, красочную «обёртку» серьёзное художественное содержание, что мы и делаем.

Мы не единственные в этом стремлении — всегда радовала обложка «Иностранной литературы», «Новой Юности», а когда я увидела обложку украинского литературного журнала «Шо», с дизайном в стиле поп-арт на тему фантастики и комиксов, то захотелось спеть песню безумству храбрых и пожать руку главному редактору Александру Кабанову, что я и сделала на фестивале «Киевские Лавры».

Дизайн обложки, в свою очередь, диктует дизайн для внутреннего блока, поэтому иллюстрации к рассказам стали необходимым дополнением нашего стиля.

— Кто создал такую яркую обложку для «Этажей»? И почему каждый раз там изображена девушка? Это аллегория современной литературы?

— Сначала мы хотели в каждом номере на обложку помещать портрет писателя, на первой экс-

периментальной обложке (которая так и не вышла) было фото красавицы и поэта Веры Павловой с дочерью Наташей. Но я предполагала сложности с таким дизайном — не у всех писателей есть студийные портреты нужного для печати качества, значит, пришлось бы выезжать к ним для съёмки, а это — время и деньги; а ещё я вовремя заметила, что уже есть такой литературный журнал Prosodia с портретами поэтов на обложке, и мы стали бы их близнецами.

Однажды, просматривая Фейсбук, я обратила внимание на иллюстрации одной художницы, Тани Кноссен-Полищук. И влюбилась в её работы с первого взгляда — элегантные девушки, грациозные коты, рыбы, бумажные кораблики, восточные орнаменты, но главное — домики, изящные и сказочные, светлые и манящие, как наши «Этажи». Мир, созданный Таней, оказался близок не только моему эстетическому вкусу, но и нашей идеологии журнала — «у каждого свой свет в этом общем мерцании этажей». Её картины несут свет, я это чувствую.

Таня стала нашим главным художником, автором иллюстраций для обложек, а её работы — визитной карточкой журнала. Да, её любимый персонаж — девушка, весьма поэтическая натура, ещё и красавица. Но был и мальчик! В мартовском номере 2017 года. Гендерный баланс на обложках неравный, это правда, ну что делать... Придётся терпеть женскую красоту.

— Думаю, мужчины-писатели точно не будут возражать. Что касается иллюстраций — как они

появляются в журнале (и на сайте «Этажей», где их ещё больше), с какими художниками вы работаете? Может ли автор сам предложить картинку к своему произведению?

— Для сайта мы берем картинки из Интернета, подходящие для рассказов по сюжету и настроению, это могут быть творения как известных художников — Дали, Пикассо, Мунк и пр., так и менее известных, современных. Если у автора есть своя иллюстрация к рассказу, то мы и её можем разместить.

Для печатного журнала подход более строгий — все рассказы иллюстрируются приглашённым художником, которого мы выбираем для каждого отдельного выпуска. Благодаря такому подходу каждый номер выдержан в одном художественном стиле и технике, — а это важно. Первые два номера мы выпустили с иллюстрациями от разных художников, и нас за это раскритиковали в прессе — и справедливо, надо заметить. Зато теперь «Этажи» стали безупречными по дизайну.

Художников находим по знакомым и в социальных сетях. Это могут быть как начинающие иллюстраторы, так и уже сложившиеся.

— А почему бы не взять одного постоянного художника на все выпуски «Этажей»?

— Потому что вряд ли кто-то согласится работать постоянно. Ту сумму, которую мы предлагаем за одну иллюстрацию, стыдно даже назвать... Но у нас нет другого выхода, журнал не приносит прибыли и не финансируется ни госуда-

рством, ни меценатами. Преуспевающие художники соглашаются нам помочь из-за любви к журналу, а начинающие — ради пополнения портфолио. И всем хорошо.

**— Это обычная история — поэты и прозаики тоже в большинстве случаев не получают гонораров от публикаций. На ваш взгляд, что нужно сделать для продвижения литературно-художественных журналов? Надо ли вообще этим заниматься, или же пусть подобная пресса остаётся редким деликатесом для избранной публики?**

— Реальность сегодняшнего дня такова, что чтение художественных текстов, публицистики или новостей стремительно и безвозвратно уходит в Интернет, а печатные книги становятся электронными.

Уже давно мы наблюдаем тенденцию к сокращению чтения, потому что сейчас информацию или эмоцию можно получить более быстро, сжато и менее энергетически затратно. Кстати, страница журнала ВКонтакте не набирает подписчиков именно поэтому — у молодёжи нет интереса читать вообще, а уж тем более художественную прозу или поэзию. А вот в Фэйсбуке на нас подписано уже 12 тысяч читателей, там аудитория постарше.

Итак, давайте остановимся на той аудитории, которая всё же читает литературные журналы (исключительная молодёжь — скорее всего, филологи, литинститутовцы или те, которые сами пишут — процентов 10, люди среднего возраста — процентов 30, остальные — старшее поколение). И ес-

тественно, практически все читают сетевые версии журналов!

Зачем покупать, если можно в сети прочитать всё бесплатно? За журналом ещё и в магазин ехать придётся, деньги на дорогу тратить, а потом где-то на книжных полках искать место для хранения. Бумажный номер в основном нужен опубликованному в нём автору, но и ему полагается бесплатный авторский экземпляр. При таком подходе печатные тиражи сократились до небывалого минимума — это не плохо и не хорошо, это данность нашего времени, и редакциям необходимо под него подстраиваться. Поэтому продвигать печатный журнал не имеет смысла, время ушло, нужно заниматься продвижением интернет-журналов.

Прежде всего сделать сайт с мобильной версией для чтения. Это обязательно, иначе пользователи уйдут от вас на другие более комфортные ресурсы — сейчас большинство читают с мобильных и планшетов в поездках, на даче, на отдыхе. К слову говоря, у недавно закрытого Журнального Зала не было мобильной версии.

Я несколько раз пробовала почитать материалы ЖЗ в дороге — крайне неудобно. И там не отображались просмотры на каждую статью, а для авторов это важно: синдром социальных сетей с количеством лайков и просмотров переносится и на другие сайты. И, конечно, необходимо создавать группы в соцсетях и давать там ссылки на статьи в журнале. Раньше для печатных журналов работала подписка по почте, сейчас работает подписка на группу журнала в соцсети. Чем больше подпис-

чиков в группе, тем больше будет прочтений на сайте журнала.

А что для редакции главное? — чтобы журнал читали и комментировали. Что для авторов главное? — чтобы их читали и комментировали. Полная гармония, когда удаётся этого добиться. Нам удаётся, и мы можем это подтвердить количеством прочтений и комментариями на сайте.

Мы работаем по удобному для читателя и издателя формату — дайджест. Все тексты сначала выходят на сайте, и их читают тысячи читателей, а в печать ежеквартально отбираем процентов 20 материалов. Именно такой формат позволяет нам доступным способом и без существенных затрат донести до читателя современную прозу, поэзию, критику. Ну, а пе-



Художник *Таня Кноссен-Полещук*





чатный журнал, как вы сказали, деликатес для самих авторов, для принципиально читающих только на бумаге, и, конечно, для нас, редакции. Так приятно держать в руках красивый номер с уникальным контентом — избранное из избранного.

Нужно ли заниматься продвижением литературных журналов? (Как вы уже поняли, я имею в виду сетевые журналы). Да, безусловно. Вкус к хорошей литературе нужно прививать так же, как и любовь к чтению. Если этого не делать, то более зрелищные и денежные проекты, например, клипы Соло Моновой или Ах Астаховой, станут эталоном вкуса, сами девушки — поэтами, а их тексты под музыку — поэзией. Литературные журналы, при всеобщем и легкодоступном самиздате на сайтах Стихи.ру и прочих, сейчас остаются единственным эстетиче-

ским цензором в литературе. И такого рода цензура необходима.

**— Если говорить о продвижении журналов, то взять, к примеру, тот же форум современной журналистики «Вся Россия-2018», где «Этажи» получили диплом профессионального творческого конкурса... Были там представлены еще какие-то литературно-художественные журналы? Нужны ли вообще какие-то конкурсы, форумы, чтобы стимулировать развитие журналов и интерес к ним?**

— Форум современной журналистики «Вся Россия» проводится каждый год, это грандиозный по своему масштабу проект — этой осенью в Сочи приехали более 1400 участников, вся гостиница «Жемчужина» была заселена журналистами, каждый день проводились мастер-классы, дискуссии,

конференции, круглые столы, кинопоказы. Я впервые побывала на этом форуме — меня пригласил Союз журналистов как победителя конкурса «На лучшее журналистское произведение 2017 года».

Перед поездкой я открыла сайт СЖР, чтобы изучить программу и другие новости, и увидела информацию о творческом конкурсе для СМИ — участников форума. Больше всего меня привлекла номинация «Дизайн», куда я и подала верстку нашего журнала. В последний день форума проходило открытое обсуждение работ, присланных на конкурс: меня удивило, что там были представлены одни газеты. Практически не было журналов, тем более литературных! (Мне вообще показалось, что я была на форуме единственным представителем от литжурналов).

Конкурировать в дизайне с газетами тяжело — там другая специфика: первая полоса должна привлечь внимание фотографиями, шрифтом, заголовками, цветом — как реклама. Информация сжатая, дизайн броский — у нас же нет 120 полос, которые всё равно не заполнить так насыщенно, да и не нужно, потому что в литжурнале всё же главное сам текст.

Но надежда, что нас как-то отметят, у меня была, потому что двое экспертов на обсуждении говорили о нашем журнале. Им понравилось оформление обложки, иллюстрации внутри, но главное, один из экспертов сказал, что зачитался нашими текстами! Вот это для меня было самым важным.

Интригу держали до последнего! На закрытии форума, в торжественной обстановке, в зале сочинского Зимнего театра стали

называть победителей. И прозвучало название нашего журнала, который получил диплом конкурса, что было невероятно радостно! Это уже вторая победа нашей редакции, в прошлом году журнал «Этажи» стал лауреатом журналистского конкурса «Многоликая Россия» в номинации «Цикл публикаций в интернет-СМИ».

Такие конкурсы, конечно же, стимулируют интерес к журналу, но прежде всего дают стимул самой редколлегии для дальнейшей работы и развития: в такие моменты понимаешь — всё не зря! Без прибыли и гонораров, с постоянными обидами неопубликованных авторов, с общим ощущением ненужности и забытости литературных проектов, — вот такое признание коллег чрезвычайно важно.

**— Прогнозируете ли вы на несколько лет вперёд? Вас всё устраивает в проекте «Этажи», или вы готовы меняться, приспосабливаться к развитию новых форматов, технологий, возможно даже, к новой аудитории?**

— На несколько лет вперёд мы не прогнозируем, в жизни всё так непредсказуемо... Ещё недавно мы гордились нашей рубрикой «Музыкальная гостиная», которую вела Ирэна Орлова, известный преподаватель фортепиано. Там выходили эксклюзивные интервью с выдающимися музыкантами (Дебаргом, Десятниковым, Осетинской, Луганским, Маслеевым, Борейко...).

Наши публикации копировались другими сайтами, в том числе «Музыкальным обозрением», журнал был рекомендован для прочтения в консерватории. Ирэ-



на умерла в мае этого года, и всё остановилось. Нет человека — и нет уже такой популярности у рубрики. Сейчас рубрика пополняется, и мы стараемся её поддерживать, но без активности и авторитета Ирэны это сложно сделать. А ведь мы планировали выпускать отдельное приложение к «Этажам» — «Музыкальные этажи», настолько был хороший спрос и интерес.

За новыми форматами и технологиями в Интернете я слежу. Недавно попробовали запустить «Этажи» на новой платформе «Яндекс-Дзен», но не пошло — наши статьи и интервью на 40 тысяч знаков плохо дочитываются, люди-дзен настроены на короткие, скандальные и провокационные тексты.

Мне бы очень хотелось сделать приложение для смартфонов с нашим журналом! На мой взгляд, за этим будущее любого проекта. Вышла публикация в интернет-журнале, и тут же в телефон пришло уведомление, человек нажал на одну кнопочку и сразу оказался на странице с текстом. За одну секунду информация поступает всем подписчикам, которых

может быть десятки и сотни тысяч!

Сравните с подпиской на важные журналы: оформить на почте, ждать доставку, волноваться, что украдут из ящика... Неудивительно, что такая подписка уже неактуальна и практически перестала работать. Сейчас смартфон-приложения есть у самых крупных газет — «Газета.ру», «Аргументы и факты», «Лента.ру» — и ни у одного литжурнала.

И ещё хотелось бы «омолодить» нашу аудиторию, чтобы журнал читала молодёжь, начиная лет с двадцати. Мы участвуем во многих молодёжных программах и форумах, делаем отдельные номинации от «Этажей» для победителей конкурсов молодых авторов, даем шанс первой публикации и радуемся вместе с ними.

&

БЕСЕДОВАЛА ЮЛИЯ  
МЕДВЕДЕВА,  
Москва — Санкт-Петербург,  
октябрь 2018