



В октябре в Сочи прошел 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 еще 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 еще 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 еще 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 «обертку» серьезное 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».

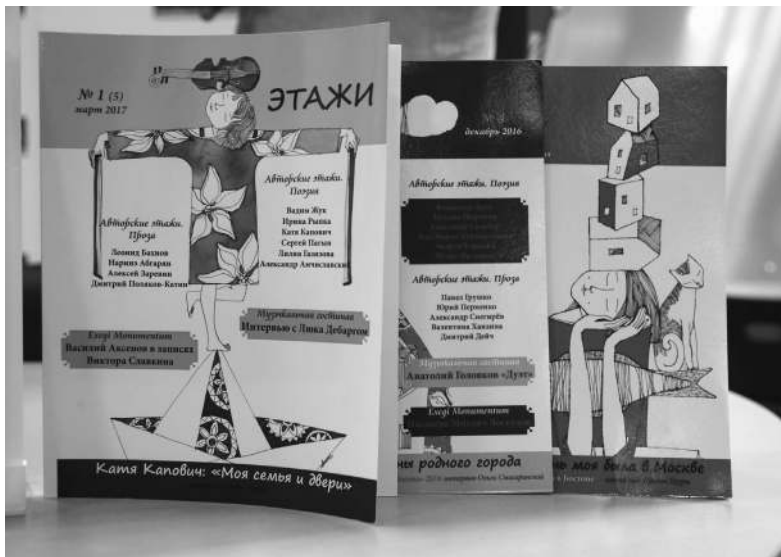
**Кто создал такую яркую обложку для «Этажей»? И почему каждый раз там изображена девушка? Это аллегория современной литературы?**

Сначала мы хотели в каждом номере на обложку помещать портрет писателя, на первой экспериментальной 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 съемок, а это — время и деньги; а еще я вовремя заметила, что уже есть такой литературный журнал Prosōdia 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 ее 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». Ее картины несут свет, я это чувствую.

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

**Думаю, мужчины-писатели точно не будут возражать. Что касается иллюстраций — как они появляются в журнале (и на сайте «Этажей», где их еще больше), с какими художниками вы работаете? Может ли автор сам предложить картинку к своему произведению?**



Обложки журналов «Этажи»

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 ее можем разместить.

Для печатного журнала подход более строгий — все рассказы иллюстрируются приглашенным 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. Те деньги, которые мы предлагаем за одну иллюстрацию, стыдно даже озвучить... Но у нас нет другого выхода, журнал не приносит прибыли и не финансируется ни государством, 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. Тут хочется затронуть более широкий пласт проблем. На ваш взгляд, что нужно сделать для продвижения литературно-художественных журналов? Надо ли вообще этим заниматься, или же пусть подобная пресса остается 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. Да и сам способ получения информации, такой как чтение, заменяется на более легкие и приятные — прослушивание или просмотр аудио- и видеозаписей. 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 молодежи нет интереса читать вообще, а уж тем более художественную прозу или поэзию. А вот в Фейсбуке на нас подписано уже 12 тысяч читателей, там аудитория постарше.

Итак, давайте остановимся на той аудитории, которая все же читает литературные журналы (исключительная молодежь — скорее всего, филологи, лингвисты или те, которые сами пишут — процентов 10, люди среднего возраста — процентов 30, остальные — старшее поколение). И естественно, практически все читают сетевые версии журналов! Зачем покупать, если можно в Сети прочитать все бесплатно? За журналом еще и в магазин ехать придется, деньги на дорогу тратить, а потом где-то на книжных полках искать место для хранения. Бумажный номер в основном нужен опубликованному в нем 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. Поставить такую функцию легко, а нежелание это делать может говорить только об одном — не хочется показывать низкую посещаемость сайта.

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 подписчиков 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 удается этого добиться. Нам удастся, и мы можем это подтвердить количеством прочтений и комментариями на сайте.

Мы работаем по очень 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 печатный 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 эстетическим цензором в литературе. И такого рода цензура необходима.

**Если говорить о продвижении журналов: 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



*Автограф художника Олега Ильдюкова к иллюстрации*

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 привлекать внимание фотографиями, шрифтом, заголовками, цветом — как реклама. Информация сжатая, дизайн броский — у нас же нет 120-ти полос, которые все равно не заполнить так насыщенно, да и не нужно, потому что в литжурнале все 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 — все 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.



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.



Иллюстрации Тани Кноссен-Полищук к обложкам журналов

**Приостановление работы (или, возможно, полное закрытие) проекта «Журнальный Зал» — с вашей точки зрения, зло или благо? Может ли отсутствие одного авторитетного источника заставить задуматься редакции литературных журналов о модернизации собственных сайтов, чтобы сделать их более привлекательными, посещаемыми?**

Что произошло с остановкой работы «ЖЗ»? С одной стороны, это был один из немногих ресурсов, который монотонно и целенаправленно собирал и конспектировал тексты, создал за 20 лет избранную энциклопедию современной литературы. И всегда печально, когда литературный проект, существовавший долгие годы, вдруг прекращает свою работу.

С другой стороны, закрылась ярмарка тщеславия для многих авторов. Достаточно было произнести — «журнал из ЖЗ» и авторы падали в обморок от благоговения. Сколько раз я слышала в адрес «Этажей» — «во всем хороший журнал, но вам бы еще в «ЖЗ» попасть» или «ну, я собрал новые стихи, но они для журнала в «ЖЗ». И авторов не волновало, что их тексты на портале «ЖЗ» читать неудобно — нет мобильной версии, и что невозможно посмотреть количество прочтений — нет счетчика, зато есть рейтинг самых читаемых авторов, рейтинг на доверии. И все играли в этот рейтинг, даже самые серьезные и взрослые писатели. Вообще, создать такой культ одного интернет-портала, это надо еще умудриться; отдаю должное основателям — правда, молодцы! И чем более закрытым клубом был «ЖЗ», тем больше он привлекал и манил — всех, и авторов, и редакции журналов. И нас манил! Нам тоже хотелось, чтобы авторы отдавали нам свои лучшие новые тексты, и чтобы критики, которые просматривали обычно материалы только из ЖЗ-журналов, тогда и на наши тексты обратили бы внимание.

Сейчас, с приостановкой работы «ЖЗ», многие журналы начнут разрабатывать собственные сайты, на это уйдут силы, время и деньги, или войдут в менее статусные аналоги, такие как «Журнальный Мир», «Читальный Зал», «Мегалит», «Интелрос» и прочие.

Но мне кажется, «ЖЗ» еще возобновится — на другом сайте и в более удобном для чтения формате. Поживем — увидим. А пока будем наблюдать за процессом становления и выхода к интернет-аудитории журналов вне клуба. Мне кажется, временные трудности приведут к серьезным изменениям в самом подходе продвижения литжурналов. Иногда надо дать хорошего пинка для ускорения и поиска новых возможностей.

**А не много ли вообще развелось литературных журналов? Может, не так будет и плохо, если некоторые из них вообще закроются?**

Это сложно сказать... «Нам не дано предугадать, как слово наше отзовется...» И какая реакция последует после публикации, тоже неизвестно.

Вот, например, совсем недавно в «Этажах» вышло мое интервью с Ефимом Бершиным, которое уже прочитали 12 тысяч человек, и на сайте много хороших отзывов и комментариев. А через три недели после выхода интервью к Ефиму обратились с телеканала «Культура» с предложением записать с ним передачу, — сказали, что прочитали интервью и заинтересовались темой приднестровской войны, о которой мы с Ефимом говорили.

Или, когда у нас еле выдерживал сайт, потому что рассказ «Страшная Маша» Алены Жуковой читали со скоростью 30 человек в секунду, а на сегодняшний день 280 тысяч прочтений, — мы тоже не могли предположить такого читательского интереса. Алена получила невероятное количество отзывов и подписчиков на своей странице, что важно для автора.

После выхода статьи об андеграундном сказочнике Савелии Низовском его вдова Анна Соловей получила предложение от издательства «Детгиз» о переиздании его сказок.

А сколько еще впереди таких историй?.. Если и в других литературных журналах так отзывается слово, то пусть их будет много и самых разных.

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

На несколько лет вперед мы не прогнозируем, в жизни все так непредсказуемо... Еще 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 публика-



ции копировались другими сайтами, в том числе «Музыкальным обозрением», журнал был рекомендован для прочтения в консерватории. Ирэна умерла в мае этого года, и все остановилось. Нет человека — и нет уже такой популярности у рубрики. Сейчас рубрика пополняется, и мы стараемся ее поддерживать, но без активности и авторитета Ирэны это сложно сделать. А ведь мы планировали выпустить 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 кнопку 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 бумажные журналы: оформить на почте, ждать доставку, волноваться, что украдут из ящика... Неудивительно, что такая подписка уже не актуальна 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 еще хотелось бы «омолодить» нашу аудиторию, чтобы журнал читала молодежь, начиная лет с двадцати. Мы участвуем во многих молодежных 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**