Мохамед Наср Эд Дин Эльгебали

Айн Шамский университет (Египет, г. Каир)

**Методы продвижения переводов русской классики на арабский язык**

В статье представлены основные интернет-каналы, которые используют переводчики русской прозы для продвижения публикаций своих переводов.

Ключевые слова: русская проза, перевод, арабский язык, продвижение, сайт.

В Египетском Национальном Центре перевода недавно вышел наш перевод романа русского писателя Саши Соколова «Школа для дураков» на арабский язык. После выхода книги перед переводчиком сразу встал главный вопрос: как найти читателей и как продвигать свою книгу на рынке?

Как и прежде, важную роль в продвижении книги играют публикации на арабском языке в литературных журналах и газетах, где рассказывается о книге, значении ее автора, его месте в истории русской литературы. У нас часто публикуются фрагменты из перевода в газетах или журналах еще до выхода книги в свет. Это является идеальной её рекламой. Мы так поступили с нашим переводом романа «Время женщин» (публикации в газете «Ахбар Эль-адаб»).

Но наш опыт показывает, что один из важных методов продвижения книги сегодня – организация онлайн-мероприятий. В этом году, например, у нас организованы Национальным Центром перевода в Каире совместно с Институтом перевода в Москве презентация и обсуждение новой книги. Также мы работаем на такой важной площадке, как Каирская книжная ярмарка, которую посещают не только египтяне, но и читатели из многих других арабских стран.

Мы используем и специализированные электронные площадки, которые делятся на две группы. Первая: это гигантские платформы, где мы отслеживаем количество читателей и покупателей, сколько книг и в какой стране продано. Это дает нам возможность добавлять количество отзывов на книгу, и привлекать большее число читателей. Здесь речь идет о большой тройке: Amazon Kindle, Kobo, Google Play.

Вторая группа – платформы более мелкие, но имеющие большую гибкость. Через них можно собирать адреса электронной почты покупателей, которые автоматически накапливаются на панели управления.

Рассмотрим подробнее каждый из таких сайтов:

Амазон Киндл – на этот сайт автор может загрузить свою книгу, указать свою цену, общаться напрямую с миллионами читателей, ежедневно посещающих Amazon. Конечно, картина не совсем радужная. Конкуренция на таких сайтах очень жесткая. Одним из преимуществ ридера Kindle является то, что это устройство предназначено для чтения или прослушивания аудиокниг и у него также есть замечательное приложение для мобильных телефонов.

Если Amazon – крупнейший интернет-гигант, продающий буквально все, в том числе и книги, то канадский сайт Kobo специализируется только на книгах, и у него есть собственное устройство для чтения (Kindle), а также приложение для смартфонов (которое, к сожалению, поддерживают не все модели). В Kobo можно сделать свою книгу бесплатной. Важно, что автор сохраняет право разместить свою книгу на любом другом сайте.

Гугл плей. Гигант Google вышел на поле продажи книг через Google Play Store, и он становится более популярным среди арабов. Прежде чем публиковаться в Google, нужно научиться давать интересное описание своей книги, а также подобрать ключевые слова для него, чтобы заинтересовать максимальное количество читателей темой своего произведения.

Платные сайты:

Payhip – один из ведущих сайтов по продаже цифровых продуктов, он обладает уникальными функциями, среди которых: получение списка адресов электронной почты всех тех, кто загрузил книгу, вне зависимости от того, платная была книга или нет. Вы можете писать по электронной почте своим читателям, если у Вас есть какие-либо новости.

Paddle – один из новых сайтов с функциями продажи цифровых продуктов, с отличным обслуживанием клиентов, с возможностью общения с ними.

Дискуссионные онлайн-группы. Существует множество онлайн-чатов, к которым вы можете присоединиться, чтобы получать наставничество, организовывать встречи с писателями, редакторами, комментаторами книг и распространителями. Три самые популярные настройки для групповых бесед – это Facebook\*[[1]](#footnote-1), LinkedIn и Goodreads.

Подводя итог, можно сделать следующий вывод: медиа позволяют нам продвигать свою книгу по всему миру и иметь постоянно обновляющуюся аудиторию, но требуют хорошего знания площадок и владения алгоритмами продвижения.

1. Организация признана экстремистской по решению суда, деятельность организации запрещена на территории РФ. [↑](#footnote-ref-1)