

# Читай и применяй:

## рубрика о книгах

Дорогие читатели! В 2022 году мы публиковали подробные сведения об отдельных изданиях в каждом номере журнала. В этом году мы предлагаем подборку книг, которые прямо сейчас можно купить в магазинах и продолжить погружение в проблематику. Особый акцент – на тех аспектах темы номера, которые мы хотели, но пока не раскрыли. Например, в № 1 нам не удалось должным образом представить музыкальную индустрию. Поэтому предлагаем прочитать об этом дополнительно. Мы только наметили разговор о туризме как возможности для развития креативных индустрий – читайте об этом дальше!

Предлагаемый набор книг – это наш выбор интересных и статусных изданий. Купить книгу можно как в ближайшем магазине, так и воспользоваться доставкой, а еще можно приобрести электронную или аудиоверсию интересного вам текста – мы указали логотипы сетевых и уникальных продавцов и издательств.

У нас нет никаких обязательств перед указанными магазинами, просто мы сами любим читать и привыкли выбирать удобные форматы!

### Хезмондалш Д. *Культурные индустрии*. 2018

М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. 453 стр. Тираж 1000 экз.



Профессор Университета Лидса (Великобритания) Дэвид Хезмондалш проводит анализ изменений в культурных индустриях начиная с 1980-х годов, а также представляет читателю обзор существующих подходов к объяснению причин этих изменений. Автор подробно рассматривает споры о роли культуры и творчества в современных обществах, уделяя особое внимание вопросам авторского права, культурной политики, влияния знаменитостей и т. д. Он помещает трансформации в культурных индустриях в длительный политический, экономический и культурный контекст. В своей работе он использует особый критический подход к культурному производству, отталкивающийся от политической экономии, исследований культуры, социологии и социальной теории.

ПИТРОВСКИЙ  
КНИЖНЫЙ МАГАЗИН ЕКАТЕРИНБУРГ

Литрес

ЧИТАЙ  
ГОРОД

Лабиринт

OZON

буквоед

### Лехти М. *Вдалеке: от контркультурных исканий к индустрии путешествий в Непале*. 2022

СПб.: Изд-во Европейского ун-та в Санкт-Петербурге. 543 стр. Тираж 1500 экз.

Американский антрополог и социокультуролог Марк Лехти рассматривает культурное взаимодействие Востока и Запада сквозь призму развития туристической индустрии в Непале – стране, которая оставалась «закрытой» до середины XX века. В книге рассказывается о том, каким Непал виделся представителям западной контркультуры, какие формы принимали меняющиеся контркультурные проекции и как сами жители Непала реагировали на их «открытие» многочисленными иностранцами.



ПИТРОВСКИЙ  
КНИЖНЫЙ МАГАЗИН ЕКАТЕРИНБУРГ

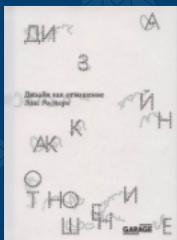
ЧИТАЙ  
ГОРОД

OZON

буквоед

## Росторн Э. *Дизайн как отношение.* 2021

М.: Музей современного искусства «Гараж». 206 стр. Тираж 3000 экз.



Дизайн гораздо больше, чем маркетинговый инструмент, с помощью которого создают привлекательные товары. Элис Росторн убедительно доказывает это в своей книге «Дизайн как отношение». Автор переосмысливает роль дизайнера, делая акцент на его социальных и гуманитарных функциях. Росторн описывает, как новое поколение дизайнеров создает идейные проекты, помогающие преодолеть межэтнические конфликты, эффективнее работать в системе здравоохранения, социальным службам, оказывать экстренную помощь жертвам природных катастроф. В книге также отображены последние изменения дизайнерской культуры, которая охватывает людей из самых разных сфер.

Элис Росторн – дизайн-критик и писатель. Рассказывает о дизайне на таких мировых площадках, как TED и Всемирный экономический форум в Давосе. Участвовала в кампании по защите прав человека «Писатели за свободу». Награждена орденом Британской империи за заслуги в области дизайна и искусства.

ПИОТРОВСКИЙ  
КНИЖНЫЙ МАГАЗИН ЕКАТЕРИНБУРГ

GARAGE

ЧИТАЙ  
ГОРОД

Лабиринт

OZON

буквоед

## Марголис М. М. *Зосимов Борис. Человек, подаривший нам MTV и «Монстров рока».* 2022

СПб.: Изд-во Европейского ун-та в Санкт-Петербурге. 543 стр. Тираж 1500 экз.

Книга знаменитого журналиста, музыкального критика и радиоведущего Михаила Марголиса посвящена Борису Зосимову, культовой фигуре российского музыкального мира. В увлекательном, почти приключенческом романе раскрывается удивительная история жизни невероятного медиаменеджера и продюсера, для которого нет ничего невозможного: организовать концерт Metallica и AC/DC в Москве за три недели, создать музыкальный канал MTV, подружить Алсу с князем Монако. Завораживающая панорама молодой музыкальной индустрии России 1990–2000-х годов переплетается в этой книге с забавными анекдотами из жизни Бориса Зосимова и его многочисленных друзей. Эта книга предназначена для всех, кто интересуется российской музыкальной индустрией, и станет настоящим подарком для любителя необыкновенных историй о рок-н-ролле, который все еще жив.



ПИОТРОВСКИЙ  
КНИЖНЫЙ МАГАЗИН ЕКАТЕРИНБУРГ

Литрес

ЧИТАЙ  
ГОРОД

Лабиринт

OZON

буквоед

## Иванова П. *Путеводитель по Екатеринбургу и Свердловску.* 2017

Екатеринбург: Уральский рабочий. 271 стр. Тираж 1000 экз.



Путеводитель состоит из 8 глав-маршрутов и рассказывает о Екатеринбурге через историю его общественных пространств – площадей, парков и набережных, которыми горожане пользуются каждый день. Помимо существующих и популярных у горожан пространств, в путеводителе рассказываются истории исчезнувших пространств: город не раз перестраивался, изменялась и его структура. Некоторые площади Екатеринбурга исчезли навсегда, но благодаря путеводителю можно узнать, какими они были и что теперь на их месте. Книга поможет лучше узнать город, понять почему прямоугольная сетка улиц нашего центра сходится не везде, и удивить своих иногородних друзей глубоким знанием города. Книга также подойдет тем, кто в городе недавно, но кому не хочется слушать формальные адаптированные экскурсии.

ПИОТРОВСКИЙ  
КНИЖНЫЙ МАГАЗИН ЕКАТЕРИНБУРГ

Ridero

Литрес

## Сибрук Д. *Машина песен. Внутри фабрики хитов.* 2022

М.: Ad Marginem, Институт музыкальных инициатив. 304 стр.



Кажется, что на заре XXI века популярная музыка достигла совершенно новой фазы развития. Для того чтобы написать песню, уже не требуется виртуозно играть на гитаре и обладать поэтическим талантом; а чтобы ее спеть, не нужен мощный голос – добро пожаловать в эпоху автотюна. Но одно дело – просто песня, и совсем другое – хит, который способен в одночасье прославить исполнителя и сделать миллионером ее автора. Кстати, кто создает все эти шедевры?

В своей книге «Машина песен. Внутри фабрики хитов» Джон Сибрук, американский культуролог и журналист, исследует феномен популярной музыки, ее влияние на современное общество, а также подробно разбирает «анатомию» хита и приходит к интересному выводу – оказывается, в таком творческом деле, как создание песни, совсем не важна оригинальность. Все подчиняется строгой логике, «математике мелодии», а стоит за этим целая команда профессионалов – продюсеры, топ-лайнеры, битмейкеры и текстовики. Изучая историю появления шлягеров, Сибрук подводит нас к другой, не менее поразительной мысли: так было почти всегда.

ПИОТРОВСКИЙ  
книжный магазин ЕКАТЕРИНБУРГ

GARAGE

ЧИТАЙ  
ГОРОД

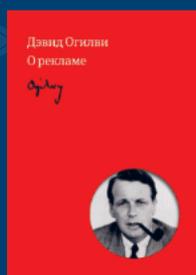
Лабиринт

OZON

Литрес

## Огилви Д. *Огилви о рекламе.* 2021

М.: Манн, Иванов и Фербер. 299 стр. Тираж 1500 экз.



Это классика книг о рекламе, написанная одним из выдающихся специалистов, отцом современной рекламы – Дэвидом Огилви. Впервые книга была опубликована в США еще в 1983 году. В 2002-м ее перевели на русский язык, и с тех пор она не выходит из списка бестселлеров. Как сделать рекламу, которая будет продавать? Какими должны быть тексты, иллюстрации, дизайн? Как привлечь и удержать клиента? Как управлять рекламным агентством? В этой книге – многочисленные истории реальных проектов, блестящих идей, а иногда и неудачных решений. Огилви описывает всю «внутреннюю кухню» мира рекламы и рассказывает многочисленные байки, которые позволяют окунуться в мир рекламного бизнеса прошлого века.

ПИОТРОВСКИЙ  
книжный магазин ЕКАТЕРИНБУРГ

ЧИТАЙ  
ГОРОД

Лабиринт

OZON

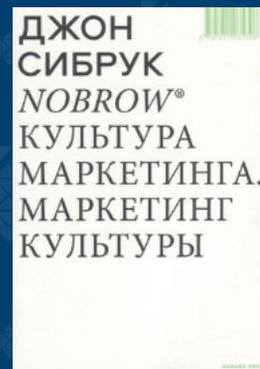
буквоед

МИО

## Сибрук Д. *Культура маркетинга. Маркетинг культуры.* 2017

М.: Ад Маргинем Пресс. 239 стр. Тираж 3000 экз.

Автор журнала *New Yorker* Джон Сибрук пишет в своей книге о крушении привычной культурной иерархии высокого и низкого, элитарного и массового, хорошего и дурного вкуса. Сегодня продукты культуры, как и другие товары – машины, одежда и обувь, предметы интерьера – подчиняются маркетинговым критериям: модно/не модно, продается/не продается. На смену привычной иерархии «высокой» (элитарной) и «низкой» (массовой) культуры пришло единое поле культуры нобрау. В своей книге Сибрук пишет о ключевых феноменах нобрау: о музыкальной культуре, сформированной телеканалом MTV, о группе Nirvana – главных разрушителях некогда незыблемого барьера между андеграундом и поп-музыкой, о кинопопее Джорджа Лукаса «Звездные войны», создавшей новую «нерелигиозную мифологию», о журнале *New Yorker* и других СМИ, ставших выразителями новой культурной иерархии нобрау, о дизайне и современном искусстве.



ПИОТРОВСКИЙ  
книжный магазин ЕКАТЕРИНБУРГ

Литрес

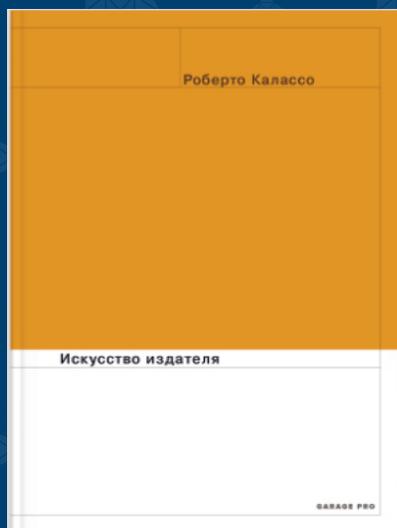
ЧИТАЙ  
ГОРОД

Лабиринт

OZON

## Калассо Р. *Искусство издателя.* 2017

М.: Ад Маргинем Пресс. 159 с тр. Тираж 1000 экз.



Роберто Калассо (р. 1941) – итальянский писатель, издатель и переводчик, владелец и главный редактор издательства Adelphi. Основал издательство в возрасте 22 лет. Переводчик Ницше, Кафки, Карла Крауса. Романы и сборники эссе Калассо переведены более чем на 20 языков. За книгу «Брак Кадма и Гармонии» (1988), изданную в 22 странах, получил Европейскую премию Шарля Вейона и французскую Премию за лучшую иностранную книгу года.

Автор и идеолог миланского Adelphi считает издание книг не бизнесом, а искусством. Подобно писателю, «настоящий издатель, осознанно или нет, сочиняет единую книгу, состоящую из всех книг, которые он издает». При этом каждая вещь в этой череде должна иметь приметы того, что Калассо, с подачи своего друга и соиздателя Роберто Базлена, называет «уникальной книгой». Средневековый мистик, автор единственного романа, малоизвестный поэт и общепризнанный классик — все они могут выйти в одной серии при условии соответствия ее

«форме», под которой, помимо типографического оформления (обложка, бумага, шрифт), понимается особое звучание текста. В этом смысле выбор произведений для Калассо – процесс интуитивный, обусловленный скорее чутьем, нежели общественным вкусом и выгодой.

Зародившись в Италии в конце XV века, книгопечатание, ориентированное на «форму», достигло расцвета в XX веке – с появлением Gallimard во Франции, Insel и, позднее, Suhrkamp в Германии, Einaudi в Италии и ряда других европейских издательств, благодаря которым можно реконструировать многогранную культуру столетия с ее литературными, философскими и критическими доминантами. В 1960-е к ним присоединилось и Adelphi.

В разное время издательство обвиняли в элитарности, коммерциализации и даже гностицизме, что лишь доказывало верность принципу уникальности. Предпочитая штучные произведения собрания сочинений, редакторы Adelphi могли делать неожиданные исключения, как в случае с австрийским прозаиком Йозефом Ротом, который был издан целиком, или романами «не о Мегрэ» Жоржа Сименона. Особое внимание всегда уделялось подбору обложек — своего рода «коже книги», о чем подробно рассказывается в одном из эссе. Другие тексты посвящены коллегам, которых автор считает выдающимися мастерами профессии, и размышлениям о сегодняшнем состоянии дел – когда издательства с ярко выраженной индивидуальностью вытесняются безликими фабриками по производству печатной продукции на любой вкус.

В книге Роберто Калассо (род. 1941), итальянского прозаика и переводчика, одного из зачинателей и многолетнего директора известного миланского издательства Adelphi, собраны эссе об издательском деле – особом искусстве, достигшем расцвета в XX веке, а ныне находящемся под угрозой исчезновения. Автор делится размышлениями о сущности и судьбе этого искусства, вспоминает о выдающихся издателях, с которыми ему довелось быть знакомым, рассказывает о пути своего издательства – одного из ярчайших в Европе последних пятидесяти лет.