

DOI: 10.15372/HSS20200413
УДК 19.51.61(470+571)

И.В. ЛИЗУНОВА, А.С. МЕТЕЛЬКОВ

РОССИЙСКОЕ РЕГИОНАЛЬНОЕ КНИГОИЗДАНИЕ К 2020 г.: ИНФРАСТРУКТУРА, РЕСУРСЫ, ПРОБЛЕМЫ

Государственная публичная научно-техническая библиотека СО РАН,
РФ, 630102, г. Новосибирск, ул. Восход, 15,

В статье проводится комплексный анализ проблем современного российского регионального книгоиздания, затрагиваются вопросы финансирования издательств и отдельных издательских проектов, распространения книг, вовлечения издательств в новое коммуникационное поле и их взаимодействия с интернет-средой, рассматриваются издательские стратегии, связанные с коммерческим и некоммерческим книгоизданием. Периферийное положение регионального книгоиздания по отношению к столичному объясняется концентрацией основных издательских и авторских ресурсов в Москве и Санкт-Петербурге, слабым развитием местных книготорговых сетей, невысокой покупательной способностью провинциальных читателей, зависимостью от государственной поддержки. В таких условиях большая часть книжной продукции, выпускаемой в регионах, относится к разряду некоммерческой, по сути, культуртрегерской, распространяется отчасти спонтанно, остается недоступной большинству потребителей: читателям, покупателям, пользователям.

Ключевые слова: региональное книгоиздание, региональное книгораспространение, малотиражная литература, издательский проект, интернет-среда, краудфандинг.

I.V. LIZUNOVA, A.S. METELKOV

RUSSIAN REGIONAL BOOK PUBLISHING ON THE 2020: INFRASTRUCTURE, RESOURCES, PROBLEMS

State Public Scientific Technical Library of the SB RAS,
15, Voshod str., Novosibirsk, 630102, Russian Federation

Modern regional book publishing has been formed under the influence of trends of monopoly, monocentrism, and concentration of publishing business in the central part of the country. It has specific features and develops in a specific thematic niche. Hundreds of publishing organizations form the infrastructure of regional book publishing, but only dozens of them are stable and relatively successful. The most regional publishing houses are small and medium-sized, low-budget, unprofitable and kulturträger without their own printing facilities and promotion channels. The main problems of regional book publishing are a shortage of financial, printing and human resources, unstable state support, undeveloped local book distribution networks, inaccessibility of large capital bookselling networks, lack of quality content, and low prestige of regional publishers in comparison with metropolitan ones, low purchasing ability of local readers. Regional publishing houses have almost no chance of achieving self-sufficiency under such conditions. The main sources of funding publishing houses are state and private foundations, sponsorship, crowdfunding, and book publishing at the authors' expense. All these types of support are focused primarily on non-commercial publishing projects, which constitute the overwhelming majority in the regions. The range of regional publishing projects that can potentially be profitable is not so wide: first of all, it includes various local lore literature, as well as literature of a narrow audience orientation, in particular, educational and scientific books. The distribution of published books is also a significant problem. One of the most relevant solutions to this problem is active involvement of publishers in the modern communication space, formed both in the Internet environment and off-line, and constant direct contact with potential readers.

Key words: regional book publishing, regional book distribution, small-circulation literature, publishing project, Internet environment, crowdfunding.

Ирина Владимировна Лизунова – д-р ист. наук, доцент, заведующая лабораторией книговедения, Государственная публичная научно-техническая библиотека СО РАН, e-mail: 2004liv@ngs.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7761-9459>.

Irina V. Lizunova – Doctor of Historical Sciences, Associate professor, Head of the Laboratory of Book Science, State Public Scientific Technical Library SB RAS.

Антон Сергеевич Метельков – научный сотрудник лаборатории книговедения, Государственная публичная научно-техническая библиотека СО РАН, e-mail: mantoon@ngs.ru, <https://orcid.org/0000-0002-6591-110X>.

Anton S. Metelkov – Researcher, Laboratory of Book Science, State Public Scientific Technical Library SB RAS.

ВВЕДЕНИЕ

Сегодня необходимо констатировать, что в 2020 г. российская книжная отрасль вступила в новый период развития. Книжный бизнес сильно пострадал от пандемии коронавируса. Серьезные финансовые потери затронули все предприятия, связанные с созданием, производством и дистрибуцией книжной продукции. Ближайшие месяцы покажут способность к выживанию издающих организаций и книжных сетей. Правительством РФ книгоиздание и книжная торговля были включены в перечень наиболее пострадавших от последствий пандемии¹. Руководитель Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям М. Сеславинский отметил, что поддержка нужна всей отечественной книжной индустрии: «особенно мы переживаем за небольшие региональные издательства, которым, конечно, приходится тяжелее всего»². Чтобы спрогнозировать возможные последствия пандемии коронавируса для регионального книгоиздания и книготорговли, нужно оценить уровень развития отрасли к концу второго десятилетия XXI в.: картину динамики развития региональной книжной индустрии, ее уязвимостей, возможной инволюции или некоей стабилизации после прохождения точки бифуркации, за которой должно последовать инновационное развитие на основе новых технологических и коммуникационных возможностей либо затяжное кризисное существование книжной отрасли на периферии страны.

**РЕГИОНАЛЬНОЕ КНИГОИЗДАНИЕ:
ЛИДЕРЫ И АУТСАЙДЕРЫ,
ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ**

К 2020 г. издательский бизнес в регионах сложился как малый и средний. В большинстве своем он был малобюджетным, низкорентабельным, тематически нишевым. Реальную издательскую картину на периферии страны формировали несколько десятков издательств. Исключение составляли лишь некоторые центральные области страны (в частности, Ростовская область), в которых еще в начале 1990-х гг. возникли и смогли удержаться лидерские позиции издательства-гиганты, работающие в основном на рынке учебной литературы. В подавляющем же большинстве у региональных издательств отсутствовали свои типографские мощности, книготорговые сети, действовало сложное ценообразование на книги, зачастую издательская продукция выпускалась в собственных прикладных целях, значительная ее часть вообще не попадала в книготорговые сети. Региональное книжно-культурное коммуникационное пространство формировали частные издательства с именем и долгой историей. Лидирующие пози-

¹ Книгопечатание включено Кабинетом министров в список наиболее пострадавших отраслей // Pro-Books.ru. – Книжный бизнес. URL: pro-books.ru/news/3/21610 (дата обращения: 26.05.2020).

² Субсидии на издание социально значимой литературы в текущем году получают около 300 издательств // Pro-Books.ru. – Книжный бизнес. URL: pro-books.ru/news/3/21632 (дата обращения: 02.06.2020).

Т а б л и ц а 1

Лидеры книгоиздания регионов. 2019 г.

T a b l e 1

Leaders of regional book publishing. 2019

Издательство Publishing house	Число названий Number of names	Общий тираж, тыс. экз. Total circulation, thousand of copies
«Издательские решения» (Екатеринбург)	705	31,99
«Феникс» (Ростов-на-Дону)	588	2714,5
Объединение «Отечество» (Казань)	232	–
«Китап» (Уфа)	220	913,98
«Бук» (Казань)	203	–
«Бичик» (Якутск)	196	508,23
«Легион» (Ростов-на-Дону)	182	2778,5
«Учитель» (Волгоград)	181	–
«Ариал» (Симферополь)	180	–
«Картуш» (Орел)	56	13,55
«Лоция» (Архангельск)	37	11,26
«Роца» (Иваново)	27	10,65
«Медиарост» (Рыбинск)	25	92,3
«Бэлиг» (Улан-Удэ)	23	46,98
«Древности Севера» (Вологда)	18	13
«Калейдоскоп» (Владимир)	18	8,55
«Нижняя Орианда» (Симферополь)	16	9,5
Оренбургское книжное издательство (Оренбург)	14	15,3
«Новая книга» (Петропавловск-Камчатский)	8	6,85
«Охотник» (Магадан)	8	6,27
«Рубеж» (Владивосток)	6	8,5

ции на протяжении последних лет привычно занимают уже известные издательства, не только играющие ведущую роль в своих регионах, но и служащие ориентирами для издателей других краев и областей страны. Так, в 2019 г. в число лидеров книгоиздания регионов вошли издательства, представленные в табл. 1³.

Примечательно, что показатели выпуска книг и брошюр перечисленными издательствами сильно разнятся: от 4–6 наименований в год – до 700 и выше. Факторы, влияющие на динамику выпуска книг и брошюр участниками регионального издательского процесса, слишком разные. Они зависят от производственных и ресурсных мощностей, которыми располагают издательства, их инновационного потенциала, финансовых возможностей, внедряемых в жизнь издательских стратегий, работы с потенциальной аудиторией, проводимой маркетинговой политики. Тем не менее

³ Книжная палата / Статистические показатели 2019 года. URL: <http://www.bookchamber.ru/statistics.html> (дата обращения: 02.06.2020).



Рис. 1. Доля федеральных округов в общем выпуске книг и брошюр в России. 2002 г.

Fig. 1. The share of federal districts in the total production of books and brochures in Russia, 2002.

объединяющим началом для всех этих различных по производительности издательств стали авторитетность и степень их воздействия на культурную жизнь собственного региона, лидерские позиции на книжном рынке области/края в течение многих лет.

В масштабах страны самыми крупными производителями книг на протяжении последних десятилетий являлись следующие федеральные округа: Приволжский – 1-е место по количеству наименований (10 091) и 3-е по тиражу (6 026,99 тыс. экз.), Центральный (без Москвы) – 2-е по наименованиям изданий (7 387), 1-е по тиражу (16 171,1 тыс. экз.), Южный – 3-е (5 914) и 2-е места (8 438,71) соответственно.

В рейтинге субъектов страны по количеству названий в последние годы лидировала Ростовская область (2 473 названий). В десятку лидеров традиционно входили Республики Татарстан (2 183), Башкортостан (1 383), Свердловская (1 720), Челябинская (1 408) и Новосибирская области (1 404). Лидером по числу названий и по тиражам в Сибирском федеральном округе являлась Новосибирская область, а также Омская, Иркутская и Кемеровская области; в Дальневосточном в число крупнейших издательских центров традиционно входили Хабаровский край, Республика Саха (Якутия) и Приморский край. В Уральском федеральном округе первенствовали Свердловская, Челябинская и Тюменская области.

Однако если показатели выпуска книг и брошюр представить в общем объеме отечественного книгоиздания, то становится очевидным, что региональное книгоиздание маломощно, ничтожно мало и слабоконкурентно в масштабах страны. И как свидетель-

ствуют официальные статистические данные, из года в год продолжает сокращаться (рис. 1, 2)⁴. Так, регионы-аутсайдеры за два десятилетия снизили свою производительность по количеству выпущенных книжных изданий: Дальневосточный ФО – с 1,7 до 1,3 % от общероссийского объема, Сибирский ФО – с 4,8 до 4,3 %. И даже регионы-лидеры отечественного издательского процесса в масштабах страны уменьшили свой вес: Южный ФО – с 5,4 до 5,1 %, а Приволжский ФО – с 9,2 до 8,76 %. Тиражи за последнее десятилетие сократились повсеместно, малотиражность стала трендом современной издательской деятельности и отличительным признаком регионального книгоиздания (рис. 1, 2)⁵.

На долю региональных издателей в последние годы приходилась всего треть изданий по наименованиям от общего выпуска в стране (32,54 %; 37 463 названия; 2019 г.) и примерно десятая часть тиражей от общероссийского объема (8,21 %; 35 694,12 тыс. экз.; 2019 г.)⁶ (рис. 3, 4).

Подавляющая часть издательских проектов в силу отечественной традиции реализовывались в Москве и Санкт-Петербурге: столичные издательства обладали большим авторитетом, наличием значительных ресур-

⁴ Подсчитано по: Книжная палата / Статистические показатели 2019 года. URL: <http://www.bookchamber.ru/statistics.html> (дата обращения: 02.06.2020).

⁵ Подсчитано по: Книжная палата / Статистические показатели 2019 года. URL: <http://www.bookchamber.ru/statistics.html> (дата обращения: 02.06.2020).

⁶ Подсчитано по: Книгоиздание в регионах / Аналитика АСКИ. URL: <http://aski.ru/ru/analytics/id-21> (дата обращения: 08.12.2020).



Рис. 2. Доля федеральных округов в общем выпуске книг и брошюр в России. 2019 г.

Fig. 2. The share of federal districts in the total production of books and brochures in Russia, 2019.

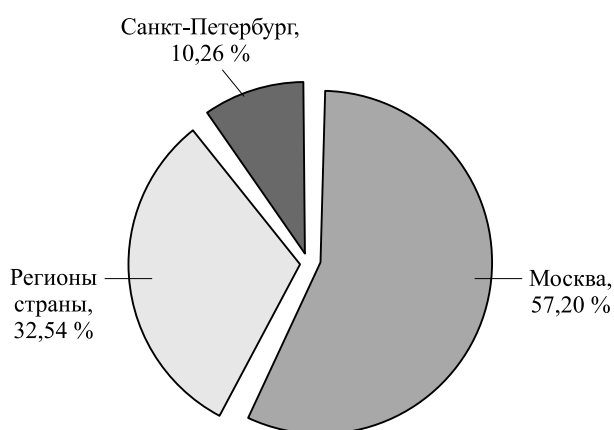


Рис. 3. Доля регионов в географии российского книгоиздания по числу выпущенных изданий, 2019 г.

Fig. 3. The share of regions in the geography of Russian book publishing by the number of published editions, 2019.



Рис. 4. Доля регионов в географии российского книгоиздания по общему тиражу, 2019 г.

Fig. 4. The share of regions in the geography of Russian book publishing by total circulation, 2019.

сов и хорошо отлаженными механизмами распространения. Сохранялся тренд на концентрацию и монополизацию издательского бизнеса в центральных регионах страны, а точнее, в столице. В 2008 г. количество изданных книг по названиям распределялось так: в Москве было издано 61 % книг и брошюр, в Санкт-Петербурге – 8, а в остальных регионах – 31 % [1, с. 9]. За десять лет положение дел практически не изменилось. Сибири, Дальнему Востоку в этой статистике отводится небольшая ниша в 0,5–1 %. Уменьшается чис-

ло издаваемых экземпляров книг и брошюр на душу населения как в России в целом, так и в отдельных ее регионах [2, с. 7].

По данным официальной статистики за последнее десятилетие средний тираж одной книги сократился на 40 %. В регионах страны процесс снижения тиражей происходил намного заметнее. Это непосредственно отразилось на показателях количества изданных книг и брошюр в расчете на одного россиянина. С 2008 г. этот показатель уменьшился почти на 45 %

[2, с. 7]. Так, в 2016 г. в стране выпускалось в среднем 3 экз. книжной продукции на одного человека, а в Сибири и на Дальнем Востоке – лишь 1 экз. на 3–4 жителя. В 2017–2018 гг. вследствие сокращения тиражей данный показатель впервые сократился ниже 3 экз. на человека – до среднестатистической отметки в 2,95 [2, с. 7].

**СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ,
ФИНАНСИРОВАНИЕ, КУЛЬТУРТРЕГЕРСТВО,
ТЕМАТИЧЕСКИЕ НИШИ**

Региональным издательствам, традиционно существующим в рамках «противостояния» центра и периферии, остается ниша узкоспециализированного книгоиздания, связанного с наукой (в регионах концентрации научно-исследовательских институтов), краеведением, художественной литературой местного значения либо сугубо прикладного характера, удовлетворяющей нужды издающей организации. Наиболее успешными издающими организациями в регионах стали местные издательства высших учебных заведений. Именно они очень быстро превратились в лидеров регионального издательского процесса. В последние десятилетия вузовские (университетские) издающие предприятия формировали общую картину книгопечатания в регионах, возглавляя издательский рейтинг на местах. В 2019 г. в числе лидеров оказались следующие вузовские издательства: Казанский национальный исследовательский технический университет (612 названий); Пензенский государственный университет архитектуры и строительства (519); Южно-Уральский государственный университет (Челябинск, 513); Тюменский индустриальный государственный университет (363); Тихоокеанский государственный университет (Хабаровск, 325); Новосибирский государственный технологический университет (321); Южный федеральный университет (Ростов-на-Дону, 251); Уральский федеральный университет (Екатеринбург, 224); Сибирский федеральный университет (Красноярск, 176); Северо-Восточный федеральный университет (Магадан, 169); Забайкальский государственный университет (Чита, 152) и др.⁷ Большая часть вузовских издательств из года в год попадала в верхние строчки рейтинга по количеству изданий в год. Однако на фоне значительного числа названий тиражи выпущенных книг в большинстве своем оставались крайне низкими, едва достигая 100–500 экз. Книги и брошюры издавались в прикладных целях вузов, прежде всего для обеспечения образовательного процесса конкретного вуза, исключительно для внутреннего пользования. Ко всему прочему у вузов отсутствовала система распространения изданной ими печатной продукции. Все это подтверждает факт невключенности вузовского книгоиздания в рыночные отношения ни в масштабах региона, ни в масштабах страны. В подобных же прикладных целях в регионе издаются книги другими

участниками издательского процесса – издающими организациями библиотек, музеев, фирм, органов власти, научных, образовательных и культурных учреждений.

Для большинства региональных издательств существует несколько основных источников финансирования: государственная поддержка, частные фонды, спонсорская помощь, самокупаемость. С точки зрения различных издателей разные источники финансирования являются ведущими. Большая часть региональных издателей придерживается мнения, что их издательские проекты являются некоммерческими и должны получать стороннюю поддержку. Действительно, в ряде крупных сибирских городов (Красноярск, Омск, Томск, Барнаул, Иркутск) существуют государственные программы поддержки местного книгоиздания [3]. Наиболее удачно они реализуются в Красноярске и в Омске, в то же время в Новосибирске подобная программа отсутствует. Программы государственной поддержки позволяют осуществлять выпуск важных для регионов изданий, однако они сопряжены с рядом рисков: важна не только «прозрачность» схемы государственной поддержки, но и стремление к максимально объективной оценке проектов, запрашивающих поддержку, наличие четких критериев их оценки.

Случаи спонсорской поддержки издателей являются спорадическими и вряд ли поддаются строгой классификации. Как правило, спонсор не ждет коммерческой отдачи от проекта, а преследует личные или корпоративные интересы. Результаты в данном случае могут оказаться непредсказуемыми: от дорого оформленных, но не представляющих содержательной ценности книг (это происходит в большинстве случаев, так как для успешного взаимодействия со спонсором издатель или сам автор должен обладать определенными психологическими характеристиками, часто идущими вразрез с творческим потенциалом) до действительно выдающихся изданий. Отдельно выделяются проекты, спонсором которых является сам издатель или его единомышленники, зарабатывающие средства на издание некоммерческих книг в совсем иной сфере деятельности. Этот сектор книгоиздания можно назвать самоиздательским, однако в случае, когда книгоизданием в таких условиях занимаются профессионалы высокого уровня, в результате появляется достойный продукт.

Ярким примером такого подхода является челябинское Издательство Марины Волковой, которое в сотрудничестве с поэтом В. О. Кальпиди занимается планомерным выпуском высококачественных книг уральской поэзии. Подобные так называемые инди-издательства производят некоммерческую, малотиражную литературу (в том числе самиздатовскую), ориентированную на ограниченный читательский спрос либо на конкретную узкую читательскую аудиторию. «Self-publishers» (в переводе с английского «самоиздатели») – независимые издатели прежде всего «публикуют только себя и никого больше» [4]. В последнее десятилетие инди-издательства стали реализовывать

⁷ Книжная палата / Статистические показатели 2019 года. URL: <http://www.bookchamber.ru/statistics.html> (дата обращения: 02.06.2020).

полноценные издательские проекты, сформировали собственное видение миссии и стратегии издательства на книжном рынке. Так, новосибирская «Артель “Напрасный труд”» (АНТ) с 1998 г. приобретает читателей к творчеству отечественных зарубежных авторов; новосибирское неформальное общества печати «iZZдат» с 2011 г. сохраняет многообразие современной сибирской поэзии.

Региональное независимое книгоиздание развивается на инициативной, творческой основе, почти исключительно за счет собственных средств, остается подвижнической, культуртрегерской деятельностью. Большинство подобных издательств работают себе в убыток, занимаясь подвижничеством (книжный бизнес почти не приносит прибыли, поэтому книгоизданием, особенно в регионах, чаще всего занимаются именно подвижники) – изданием книг, заслуживающих с их точки зрения публикации. Более жизнеспособный вариант – когда деятельность издательства развивается по двум направлениям: коммерческие проекты, обеспечивающие функционирование издательства, и некоммерческие проекты, издаваемые на доход от коммерческих.

Коммерческие проекты, не противоречащие этическим и эстетическим установкам издательства, позволяют им получать прибыль, часть которой расходуется на заведомо некупаемые некоммерческие проекты. В 1990-е гг. по подобной схеме работало, в частности, новосибирское издательство «Мангазея», зарабатывавшее на выпуске массовой литературы, а на вырученные деньги издававшее книги новосибирских поэтов и одноименный с издательством альманах [5]. Это своеобразный синтез варианта спонсорской помощи и варианта самокупаемости, на который по-прежнему рассчитывает меньшая часть провинциальных издателей.

К позиции принципиальной самокупаемости регионального книгоиздания склоняется соучредитель торговых сетей «Топ-Книга» и «Аристотель» М. Ю. Трифонов⁸. С его точки зрения, развитие регионального книгоиздания невозможно без развития сети регионального книгораспространения, причем распространение книг требует гораздо больших финансовых затрат, чем их издание. В условиях появления глобальных издательских («Эксмо» и «АСТ») и книготорговых («Читай-город») сетей развитие регионального книжного бизнеса все более затрудняется (рис. 5, 6)⁹ [6, с. 45]. В отсутствие собственной сети региональной торговли у региональных издательств нет шансов конкурировать со столичными. Единственное региональное издательство, которому удавалось представлять свою продукцию на книжном рынке на равных со сто-

⁸ Как торговать книгами в регионах [Беседа с соучредителем торговых сетей «Топ-Книга» и «Аристотель» М. Ю. Трифоновым] // «Соль». Интервью с бизнесменами. – URL : <https://www.youtube.com/watch?v=H0UJaPH4GAY> (дата обращения: 20.05.2020)

⁹ Диаграммы составлены на основе данных социологического опроса, проведенного Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям в 2019 г.



Рис. 5. Доля продукции издательств различных регионов в ассортименте книготорговых предприятий Москвы и Санкт-Петербурга, 2019 г.

Fig. 5. The share of products of publishers from different regions in the assortment of booksellers in Moscow and St. Petersburg, 2019.



Рис. 6. Доля продукции издательств различных регионов в ассортименте региональных книготорговых предприятий, 2019 г.

Fig. 6. The share of products of publishing houses in different regions in the range of regional bookselling enterprises, 2019.

личными издательствами, – это издательство «Феникс» (Ростов-на-Дону).

Сектор, в котором региональные издатели могут занять свою устойчивую нишу, – это сектор краеведческой литературы, пользующейся стабильным спросом на книжном рынке. Помимо издания литературных произведений в чистом виде сюда же можно отнести путеводители, атласы, альбомы и т. д. В ряде городов (в первую очередь – в Новосибирске) местная краеведческая литература представлена достаточно бедно, что позволяет говорить об имеющихся резервах для ее развития [7]. Одним из таких возможных резервов может стать переход от исключительно документальной краеведческой литературы к художественной краеведческой литературе. В этом поле находятся возможные точки пересечения интересов провинциальных читателей, писателей и издателей. В то же время главный редактор журнала «Неизвестная Сибирь» И. П. Севергин замечает, что на столичном рынке краеведческая литература о Сибири не пользуется спросом.

Саморегуляция процесса издания отдельных книг на основе добровольной спонсорской помощи лежит в основе явления краудфандинга. Краудфандинг является современным вариантом подписки на издание, при котором потенциальные читатели заранее вкладывают в проект книги определенную сумму и получают за это то или иное вознаграждение (либо саму книгу, либо другую преференцию: какую-то дополнительную сувенирную продукцию или свое имя в опубликованном в книге списке тех, кто поддержал издание). Однако краудфандинг может быть успешен лишь при четко определенной целевой аудитории, заинтересованной в издании. Растущая популярность этой технологии (которая стала доступной в новом коммуникационном поле после того, как традиционная система подписки на издания в 1990-е гг. оказалась фактически разрушена) показывает, насколько важен в новых условиях прямой контакт между издателем (или автором) и читателем.

КНИГОРАСПРОСТРАНЕНИЕ КАК ВАЖНЕЙШАЯ ПРОБЛЕМА РЕГИОНАЛЬНОГО КНИГОИЗДАНИЯ

Основными проблемами регионального книгоиздания, помимо дефицита качественного и востребованного контента, принято считать ограниченные возможности издателей, вызванные дефицитом финансовых, а иногда и кадровых ресурсов, низкую покупательную способность местных читателей и слабое развитие книготорговых сетей. Подобно тому как крупные издательские холдинги выпускают большую часть пользующейся спросом литературы, книготорговые сети-монополисты выстраивают свой репертуар, основанный на продукции крупных издательств. В таких условиях книгам, выпущенным небольшими региональными издательствами, крайне сложно попасть на широкий рынок. Для распространения продукции таких издательств остаются альтернативные вариан-

ты: независимые книжные магазины (их количество мало и продолжает уменьшаться под давлением книготорговых сетей) и развивающаяся интернет-торговля (оборот небольших интернет-магазинов, так же как и независимых магазинов, существующих в реальности, крайне невелик).

Книготорговые сети остаются слабым звеном российского издательского бизнеса и, в первую очередь, регионального. Монополизация книжной торговли приводит к ряду неблагоприятных последствий. Это усредненный набор изданий на полках книжных магазинов, сложности с попаданием книг небольших региональных издательств в центральные книготорговые сети, провал между имеющимся книжным репертуаром в крупных городах и небольших отдаленных населенных пунктах. Ощутимым для регионального книжного рынка стало закрытие новосибирской сети «Аристотель», в которую в 2019 г. входило 24 магазина (табл. 2).

В Новосибирске единственным издательством, имеющим сегодня стабильный выход на столичный рынок, является издательство «Свиньян и сыновья». По мнению современных издателей, успешному участию в книжном бизнесе препятствуют не только малые тиражи и специфический репертуар, но и малое

Таблица 2

Ведущие книготорговые сети России. Февраль 2020 г.

Table 2

Leading bookselling networks in Russia. February 2020

Компания Company	Число магазинов Number of stores
АО «Национальная книжная сеть» (Москва) / «Читай-город – Буквоед»	643
«Книжный лабиринт» (Москва)	89
«Мирс» (Хабаровск)	61
«ПродаЛиТъ» (Иркутск)	60
«Пегас» (Казань)	53
«Приморский дом книги» (Владивосток)	41
«Книжная лавка» (Калининград)	39
«Аист-Пресс» (Казань)	37
«Чакона» (Самара)	32
«Амиталь» (Воронеж)	31
«Магистр» (Ростов-на-Дону)	31
«Люмна» (Екатеринбург)	31
«Республика» (Москва)	30
Правительство Москвы (Москва) / ОЦ «Московский дом книги»	27
«Метида» (Самара)	25
«АВФ-книга» (Архангельск)	18
«Ростовкнига» (Ростов-на-Дону)	14

число выпускаемых наименований. Прибыль издательству, по убеждению одного из создателей издательства «АсПУр» А. Б. Кердана, может приносить выпуск 300–400 новых наименований ежемесячно.

Сохранение регионального книготоргового сегмента на современном этапе представляется возможным в русле его интеграции в социокультурное пространство, при которой читатель получает комплексный продукт: не только книжное издание, но и встречу с автором, сопутствующий коммуникативный процесс, фото- и видеоматериалы и т. п., то есть книга присваивается читателем как органичная часть его жизни. При таком подходе делаются более реальными и инвестиции в книгоиздание со стороны частных и государственных фондов.

Инерционность социокультурных процессов в регионах в большей степени, чем в Центральной России, сдерживает здесь тренд по использованию электронных книг. В то же время «ЛитрРес» активно сотрудничает с периферийными библиотеками, поставки в которые традиционных книг оказываются затруднены вследствие, во-первых, усложненной процедуры закупок и, во-вторых, ограниченных возможностей центральных библиотек по продвижению книг в отдаленные районы. В такой ситуации важную роль в обеспечении библиотек книгами играют региональные ретейлеры, более успешно, по сравнению со столичными компаниями, решающие проблемы доставки книг в отдаленные районы. Наличие большого числа слабо связанных друг с другом акторов в книжном деле российской провинции не только увеличивает наценки на книги, но и приводит к отсутствию цельной, отлаженной и относительно независимой от центра системы книгооборота. В результате в проигрыше оказываются и провинциальные авторы, и издатели, и читатели.

Казалось бы, распространение интернета стерло границы и предоставило всем равные возможности. Но в условиях, когда средства коммуникации стали общедоступны, фигура посредника между читателем и писателем (издательства, книжные магазины, библиотеки, литературно-художественные журналы и т. д.) стала отодвигаться на второй план: писатель и читатель (а сегодня все чаще один и тот же человек является и писателем, и читателем – возникает фигура литератора, человека литературы) контактируют непосредственно и все реже нуждаются в посреднике. Однако роль посредника в книжной культуре заключается не только в том, чтобы опубликовать текст и донести его до аудитории. Важной его функцией является функция отбора – экспертизы, благодаря которой выстраиваются литературные иерархии. С вытеснением посредников между читателем и писателем на периферию культурного пространства, вызванным редуцированием основной функции ретрансляции текстов, редуцируется и экспертная функция, которая в то же время становится все более важной в условиях количества контента, растущего лавинным образом. Поэтому фигура издателя и других посредников вновь

приобретает актуальность – в первую очередь в качестве эксперта.

В этой ситуации, несмотря на кажущееся равенство возможностей в интернет-среде, лидерство вновь захватывают крупные издательства и книготорговые сети, обладающие большим ресурсом для продвижения своих продуктов. На основе издаваемых и распространяемых ими книг выстраиваются новые иерархии, построенные не на ценности текста, а на его коммерческой привлекательности, и такая «мнимая» экспертиза лишь усугубляет положение дел в книжной культуре, уничтожая читательский вкус.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В сложившихся условиях у малых издательств, в том числе региональных, стратегий для успешного существования немного. Их преимуществом является более высокая мобильность по сравнению с инерционными издательствами-гигантами. В первую очередь от них требуется уникальный издательский продукт. При этом сама книга должна быть не просто носителем определенного текста, но и по возможности объединять под обложкой тексты, связанные с основным и задающие контекст: комментарии, приложения, пояснительные статьи, воспоминания, визуальный ряд и т. д., а также отличаться художественным оформлением. Одновременно с этим необходима активная интеграция деятельности издательства в коммуникационное пространство – как в Интернет-среде, так и в условиях живого общения. Хотя развитие интернета во многих случаях работает не в пользу региональных издательств, вызванное им снижение значимости территориального фактора может стать их преимуществом: для электронного книгоиздания и книгораспространения не важно, где именно опубликована электронная книга – она может распространяться по всему миру неограниченным тиражом из любой точки. В такой ситуации региональный издатель действительно оказывается потенциальным обладателем тех же возможностей, что и столичный, и может конкурировать с ним за лучшие образцы контента. В случае с печатным книгоизданием «сузившееся пространство» позволяет находить читателей в любой точке мира и без особых сложностей отправлять им заказанные книги (этим принципам следует, в частности, новосибирское издательство «Артель “Напрасный труд”»). Однако и то, и другое, как уже было сказано, требует максимальной интеграции в новую коммуникационную среду и владения ее инструментами.

Поскольку малые издательства создаются энтузиастами своего дела (сегодня любой текст может быть без каких-либо сложностей опубликован в интернете, а затратная его публикация на бумаге может быть осуществлена лишь при абсолютной убежденности издателя в необходимости его публикации), являющимися в большинстве случаев профессионалами, то именно подвижническая деятельность малых издательств может стать основой для выстраивания актуальных ли-

тературных иерархий и дальнейшего развития региональной книжной культуры.

Проблемы малотиражности, отсутствия резервов саморазвития, неразвитости книготорговых сетей, взаимодействия всех отраслей книжного дела на начало 2020 г. достаточно существенны. Глобальная пандемия коронавируса усугубила существующие проблемы в региональном книгоиздании и книгораспространении. Обострились все существующие проблемы. Вместе с тем именно в условиях кризиса появляются новые возможности для книжного бизнеса: внедрение цифровых технологий в издательские процессы, приоритет в инновационном развитии отрасли, использование альтернативных способов продвижения книги к читателю/покупателю/пользователю и др. Как правильно смогут распорядиться открывшимися возможностями онлайнизации книжной индустрии, нарастить свое присутствие в сети региональные книжные предприятия – издательства, типографии, книжные магазины? И что тогда станет с региональной спецификой отечественного книжного рынка, если в виртуальном пространстве для производителя и потребителя все участники издательского процесса окажутся равны? Конкуренция сместится в область контента, качества и мобильности предлагаемой издательской продукции, ее востребованности конкретной аудиторией. Какие из предприятий региональной книжной индустрии смогут отреагировать на изменение моделей создания, производства, дистрибуции и потребления книг, интегрироваться в цифровое пространство, чтобы суметь воспользоваться всеми его преимуществами соответственно запросам момента, покажет время.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. 2008 г. М., 2009. 89 с.

2. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. 2018 г. М., 2019. 89 с.

3. Посадсков А. Л. Книгоиздание и местная власть: к истории взаимоотношений издателей с региональными администрациями Сибири и Дальнего Востока в 90-е гг. XX – 10-е гг. XXI в. // Библиосфера. 2019. № 4. С. 3–13.

4. Савенко Е. Н. Современный книжный самиздат // Десятые Макушинские чтения : мат-лы науч. конф. Новосибирск : ГПНТБ СО РАН, 2015. С. 229–235.

5. Яранцев В. Н. Открыть тайну «Мангазеи» // Новая сибирская газета. 1996. 15 авг.

6. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. 2019 г. М., 2020. 97 с.

7. Трояк И. С. Краеведческие издания Дальнего Востока в начале XXI в.: традиции и новации // Гуманитарные науки в Сибири. 2015. Т. 22, № 1. С. 33–37.

REFERENCES

1. Grigoriev V. V. (ed.). The book market of Russia. State, trends and prospects of development. 2008: industry analyst report. Moscow, 2009, 119 p. (In Russ.)

2. Grigoriev V. V. (ed.). The book market of Russia. State, trends and prospects of development. 2018: industry report. Moscow, 2019, 89 p. (In Russ.)

3. Posadskov A. L. Book publishing and local government: the history of publishers and regional authority relationships in Siberia and the Far East in the 1990s - 2010s. *Bibliosfera*, 2019, no. 4, pp. 3–13. (In Russ.)

4. Savenko E. N. Modern book self-publishing. *Desyatye Makushinskie chteniya: materialy nauch. konf.* Novosibirsk, 2019, pp. 229–235. (In Russ.)

5. Yarantsev V. N. Open secret of “Mangazeya”. *Novaya sibirskaya gazeta*, 1996, aug. 15. (In Russ.)

6. Grigoriev V. V. (ed.). The book market of Russia. State, trends and prospects of development. 2019: industry analyst report. Moscow, 2020, 97 p. (In Russ.)

7. Troyak I. S. Local history editions of the Russian Far East in the early XXI century: traditions and innovations. *Gumanitarnye nauki v Sibiri*, 2015, vol. 22, no. 1, pp. 33–37. (In Russ.)

Статья поступила в редакцию 05.09.2020

Дата рецензирования 07.09.2020

Статья принята к публикации 15.09.2020