

УДК 655.41/.42(470+571)

**Екатерина Петровна Касьянова**

*Санкт-Петербургский государственный институт культуры, аспирант,  
Россия, Санкт-Петербург, e-mail: kasssianova@ya.ru*

## **Издательские проекты книжных магазинов в русле российского книгоиздания**

*Аннотация.* Автор рассматривает новый тип отечественных независимых издательств, его особенности, количественные (тираж, объём издательского пакета) и качественные показатели (специализация). Анализируются издательские проекты независимых книжных магазинов Москвы, Санкт-Петербурга, Нижнего Новгорода.

*Ключевые слова:* независимое книгоиздание; издательские проекты; издательская продукция; книжные магазины.

**Ekaterina Petrovna Kasyanova**

*St Petersburg State Institute of Culture, graduate student,  
Russia, St Petersburg, e-mail: kasssianova@ya.ru*

## **Publishing projects of bookstores in line with the Russian book publishing**

*Abstract.* The author describes a new type of the country's independent publishing houses and their characteristics, both quantitative (print run, publishing package volume) and qualitative (e.g. specialization). Also publishing projects run by independent bookstores in Moscow, St Petersburg, and Nizhny Novgorod are analyzed.

*Keywords:* independent publishing; publishing projects; publisher's production; bookstores.

---

**С**пецифика независимого книгоиздания, проблемы его развития всё чаще становятся предметом дискуссий в книжном деле.

Общим проблемам отечественного издательского рынка посвящены работы таких авторов, как И. О. Демуз [1], Д. П. Зылевич [2], И. В. Лизунова [3; 4], А. С. Метельков [3], Е. Н. Савенко [4], И. В. Митрофанова, О. В. Коробов [5], Е. Н. Струкова [6].



**Е. П. Касьянова**

---

В зарубежной историографии независимое книгоиздание рассматривается в основном в контексте развития издательского рынка каждой отдельной страны, что говорит о постепенном накоплении научных фактов страноведческого характера. Таковы работы Н. Фордхэм [7], Гун Ун Ли, Мин Чжон Ко [8], Дж. М. Пак [9], К. Сэндс-О'Коннор [10], П. С. Вилларга [11].

Предпринимаются попытки прояснить некоторые вопросы, связанные с терминологией и классификацией не-

зависимого книгоиздания. За рубежом существует понимание данного направления в книгоиздании, состоящее из трёх близких понятий («indie publisher», «small press» и «independent publishing», смежных с «private press»), характеризующее независимое книгоиздание как издание с годовым объёмом продаж и/или тиражей ниже определённого уровня. Термины «инди-издатель» и «независимая пресса» или «самоиздание» иногда используются как синонимы [11, с. 82].

В отличие от зарубежного подхода, в отечественной науке внимание уделяется не только формальным, но и качественным признакам данного феномена. Обобщив основные определения независимого книгоиздания, получившие распространение в российской научной литературе, можно утверждать, что независимая издательская деятельность определяется как «деятельность издательств, которые не являются частью крупных конгломератов или транснациональных корпораций» [7, с. 82]. Главный редактор издательства «Арго-Риск» Д. Кузьмин считает показателем независимости книгоиздания отсутствие рыночного подхода к деятельности, её некоммерческий характер. Основатель книжного магазина «Фаланстер» Б. Куприянов полагает, что не менее важное свойство независимого книгоиздания — идейная и экономическая независимость от государства.

Если в основе зарубежных определений лежат количественные критерии — тираж, количество наименований, то в отечественной науке акцент делается на идейной и экономической независимости от государства, экономической независимости как от крупных издательских конгломератов, так и от рыночной конъюнктуры в целом, на некоммерческом, просветительском характере деятельности. Являются ли эти характеристики обязательными? Существуют ли иные принципиально значи-

мые характеристики независимого книгоиздания? Какие разновидности независимого книгоиздания можно выделить?

Исследователи отмечают, что малые независимые книгоиздательства имеют рыночные преимущества, среди которых основным является гибкость издательской политики и оперативность реагирования на требования относительно узкой целевой аудитории [11, с. 76]. Стремление к сохранению этого преимущества является причиной того, что малые издательства не расширяют читательскую аудиторию, но при этом быстрее реагируют на новые тенденции и литературные веяния.

Степень распространения независимого книгоиздания в нашей стране и за рубежом значительно различается. В России доля тиражей независимого книгоиздания на рынке составляет несколько процентов, а в зарубежных странах, в частности, в Великобритании и США, независимые издательства с тиражом, не превышающим 300–500 экземпляров, «составляют половину книжного рынка» [9, с. 110].

Если за рубежом независимое книгоиздание имеет многолетнюю непрерывную историю развития, то в нашей стране с 1920-х до конца 1980-х гг. развитие этого вида книгоиздания было приостановлено. Само понятие «независимая печать», распространившееся затем на книгоиздание, возникло в русскоязычном пространстве только в конце 1980-х гг. Суть его заключалась в неподконтрольности государству и поддержке традиций самиздата [6].

Официальное, лицензированное существование подобного рода издательств стало возможным после принятия в 1990 г. закона «О печати и других средствах массовой информации» и завершения советского периода. Наибольшее число независимых издателей появилось именно в 1990-е гг. Если в 1980 г. в СССР функционировало около 200 издательств, большая часть которых

была непосредственно связана с Госкомиздатом, то в 1990–1992 гг. возникли сотни негосударственных издательств. Уже в 1993 г. они выпускали больше книг, чем издательства государственные [5, с. 31]. Под влиянием серьёзных экономических трудностей большая часть новых издательств прекратила существование, однако некоторые выжили и преуспели, став знаковыми явлениями в книжной отрасли.

Именно в системе негосударственного книгоиздания зародилось такое явление, как независимое книгоиздание.

В 1990-е гг. появляются и продолжают активно действовать издательства, отличающиеся ориентацией на узкую читательскую аудиторию: московские «Ад Маргинем», «Время», «Ультра. Культура», петербургские «Лимбус-пресс», «Симпозиум», специализирующиеся на иностранной интеллектуальной литературе; издательство Ивана Лимбаха гуманитарного профиля; «Красный мартос».

Чтобы выявить специфику подобного книгоиздания, следует вспомнить о типизации издательств. Издательства могут быть классифицированы по таким критериям, как целевое и читательское назначение, цель предпринимательской деятельности, в соответствии с которыми их можно характеризовать как универсальные или специализированные; коммерческие или некоммерческие. В качестве дополнительных критериев применяются количественные критерии (средний и абсолютный тираж, количество наименований, средний объём издания, объём издательского портфеля и др.), в соответствии с которыми издательства относятся к крупным, средним или малым.

Большая часть независимых издательств относятся к малым (т. е. выпускают менее 12 изданий в год), специализированным (занимают чётко очерченную и достаточно узкую нишу). Они

могут быть как коммерческими, так и некоммерческими.

В 2010-е гг. возникла новая разновидность независимых издательств, созданных на базе независимых книжных магазинов. Специфика книгоиздательской деятельности независимых книжных магазинов во многом обусловлена их изначальной интеллектуальной направленностью. К данному типу книжного магазина, проанализированному Л. Д. Шехуриной [12], изначально относились университетские и академические магазины. Их отличает взаимодействие с издательствами, выпускающими интеллектуальную литературу, т. е. литературу, требующую от читателя интеллектуальной работы: научную и научно-популярную литературу, классическую и современную литературу высокого качества. Независимые книжные магазины зачастую работают в формате магазина-клуба, становясь точками притяжения, особого рода культурным пространством, местом встреч и общения авторов, издателей, читателей и покупателей. В ситуации постоянного глубокого взаимодействия с читающей аудиторией хозяева книжных магазинов быстро находят лакуны и начинают выпускать книги, которых не хватает им самим или их покупателям. Как заявляет глава магазина и издательства «Циолковский» М. Сурков, «мы издаём книги, которые сами хотели бы прочитать». Таким образом, формируется единство издательской и книготорговой цели.

В настоящее время существуют пять независимых издательских проектов Москвы, Санкт-Петербурга, Нижнего Новгорода. Сбор данных осуществлялся нами по таким критериям, как начальный год деятельности магазина и издательского проекта, специализация, объём издательского портфеля, тираж (табл. 1).

Как следует из табл. 1, издательские проекты, созданные в 2010-е гг. на базе книжных магазинов, являются более

Таблица 1

## Издательские проекты российских независимых книжных магазинов

Книжный магазин и одноимённое издательство	Год основания магазина	Год основания издательства	Объём издательского портфеля, изд.	Специализация книжного магазина и одноимённого издательского проекта	Тираж, экз.
Циолковский (Москва)	2011	2016	26	«Футуризм, забытые авторы, редкие переводы, неглупые приключения, поэзия и философия — мы издаём книги, которые сами хотели бы прочитать». Примеры: «О чувстве, заключённом в вещах, и о магии» Кампанеллы; «Даосизм» Ю. Эволы; «Мифомания» Ю. Головина; «Астрей: имперский символизм в XVI веке» Ф. Йейтса; «Бесконечный тупик», «Лепорелло», «Необходимо и достаточно» Д. Галковского; «Петр Струве: революционер без масс» М. Колерова; «Мир, который построил Хантингтон и в котором живём все мы» И. Будрайтскиса; «Град Китеж: русская пневматология» Д. Музы; «Стальной альков» Ф. Маринетти; «Сама поэзия» В. Гнедова; «О связях как таковых» Дж. Бруно; «Убитый капитализм» Дж. Росса	От 100 до 1500, часто не указан
Все свободны (Санкт-Петербург)	2012	2017	8	Современный андеграунд, классика контркультуры. Примеры: «Календарь» Е. Алехина, «Ка, или тайные, но истинные истории искусства» А. Бренера, «Равинагар» Р. Михайлова, «Складки» В. Кислова, «Реконструкция» А. Секисова, серия «Сказки для девочек»: «Книга желтого дракона», «Книга зеленого дракона»	От 500 до 1500
Союз печатников (Санкт-Петербург)	2019	2020	1	Современная литература, музыкальная и околмузыкальная. Примеры: «Палачи» М. Макдоны	От 500 до 1000
Порядок слов (Санкт-Петербург)	2010	2015	25	Книги по кино и театру, мемуаристика, публицистика, филология, философия, социология, современная поэзия. Примеры: «Кинематографический опыт: история, теория, практика» под ред. А. Радева и Н. Савченковой; «Наблюдатель. Очерки истории видения» М. Ямпольского; сборник статей «Воображаемый Тарковский»; сборники стихотворений А. Скидана, В. Гагина, А. Родионова, Н. Денисовой	От 1000 до 3000
Циники (Нижний Новгород)	2019	2020	менее 10	Авангард, андеграунд, diy. Визуальное искусство, литература XX века и современности. Примеры: «Босяки», «Самоизоляция»	Не указан

специализированными, нежели проекты независимых издательств, сформировавшихся в предшествующие периоды.

Специализация издательства является определяющим критерием для формирования таких классификационных характеристик, как целевая аудитория и тираж. Чем более узкой является специализация издательства, тем более узкий сегмент читательской аудитории оно охватывает, что приводит к меньшему тиражу, чем в издательствах широкого профиля.

Средний тираж издания, выпускаемого в рамках описанных проектов независимых книжных магазинов, не превышает 500 экземпляров, средний объём издательского портфеля по состоянию на март 2021 г. включает 14 изданий (табл. 2).

Издательский репертуар проектов независимых книжных магазинов может быть проанализирован по стандартным книговедческим параметрам.

Формат выпускаемых изданий тяготеет к стандартному для цифровой печати 140x200 мм и допускает многочисленные незначительно отличающиеся от него варианты, что объясняется отсутствием жёстких форматных ограничений в цифровой печати. Исключение составляет серия «Сказки для девочек» издательского проекта «Все свободны», вышедшая в формате 225x297, обусловленном ориентацией серии в том числе на детскую аудиторию.

Большинство рассматриваемых издательских проектов выпускает книги, чаще всего встречается переплёт КБС и 7БЦ. Используется шрифтовое оформление обложки в сочетании с сюжетным. Метод и канал рекламы одинаковы у всех книжных магазинов: SMM и прямая реклама. Таким образом, с точки зрения формы издательские проекты независимых книжных магазинов остаются в рамках традиционных представлений о книге, их поиски относятся к области содержания.

Особого внимания заслуживает такая характеристика, как читательский адрес. Традиционные адреса («Для среднего и старшего школьного возраста», «Для удовлетворения непрофильных интересов широких кругов читателей» и т. п.) не могут быть применены к описываемым издательским проектам. Чаще всего читательский адрес не указывается, если же он определяется издателем, то строится по тематическому принципу, а не с опорой на предполагаемый возраст или уровень образования аудитории. Анализ описанных проектов позволяет утверждать, что издатели ориентируются на узкую аудиторию, взрослую и достаточно образованную, разделяющую интересы самих издателей.

Ценовой диапазон выпускаемых изданий достаточно широк, но не выходит за рамки средней стоимости книги в нашей стране. Используются методы рекламы, которые обычно применяются на книжном рынке совместно с другими методами. Тем не менее издательские проекты независимых книжных магазинов рекламируются в своих сообществах в социальных сетях или с помощью прямой рекламы, поскольку издатели зачастую знакомы с читателями и строят рекламные стратегии индивидуализированно.

Специализация издательских проектов независимых книжных магазинов совпадает со специализацией одноимённых магазинов, поскольку издатели, пришедшие в эту область из книготорговли, работают непосредственно с покупательскими запросами и восполняют недостаток востребованных ими изданий. Максимальное сближение книгоиздания и книготорговли — отличительная черта издательской деятельности нового типа.

Обобщая полученные данные, можно указать на следующие особенности одной из разновидностей современно-го независимого книгоиздания.

**Характеристики издательского репертуара проектов  
независимых книжных магазинов**

Характеристика	Циолковский	Порядок слов	Все свободны	Союз печатников	Циники
Доминирующий формат	150x218 140x190 136x166 130x200 125x170	110x200 130x200 145x200	115x210 130x165 130x185 225x297	130x190	145x210
Соотношение книг и брошюр	Только книги	Только книги	Только книги	Только книги	Только брошюры
Тип переплёта	7БЦ, интегральный, КБС	7БЦ, интегральный, КБС	7БЦ, КБС	КБС	Скрепка
Издательское оформление обложки или переплёта	Шрифтовое в сочетании с сюжетным (преобладают сюжетно-тематическое, символическое и эмблематическое)	Шрифтовое в сочетании с сюжетным	Шрифтовое в сочетании с сюжетным	Шрифтовое в сочетании с сюжетным (эмблематическим)	Шрифтовое в сочетании с сюжетным
Наличие серий	Серии отсутствуют	Серия «Новые стихи»	Серия «Сказки для девочек»	Серии отсутствуют, но планируются	Серии отсутствуют
Круг читателей и / или покупателей	Те, кого интересует «футуризм, забытые авторы, редкие переводы, неглупые приключения, поэзия и философия»	«Книги ориентированы на читателя, интересующегося современной философией, теорией и практикой кино»	«Для тех, кто интересуется гуманитарной научной и научно-популярной литературой, эстетикой андеграунда, философией контркультуры»	Не указана	Не указана
Цена	468–2040 р., средняя цена 400 р.	30–1180 р., средняя цена 250 р.	500–590 р., средняя цена 500 р.	350 р.	Не указана

Издательские проекты независимых книжных магазинов крайне неоднородны, налицо тенденция ко всё большей тематической специализации выпускаемой литературы.

Полиграфическое и художественное оформление изданий остаётся достаточно традиционным. Узкая тематическая

направленность проектов предполагает максимально индивидуализированную работу с читательской аудиторией, специфическое сочетание методов рекламы. Объединяющими признаками независимого книгоиздания в целом остаются экономическая и идейная независимость от крупных издательских корпораций;

некоммерческий характер деятельности; интеллектуальная, просветительская направленность.

Процесс создания и распространения издательских проектов независимых книжных магазинов является частью более глобального процесса ослабления роли издательства как институции.

Сокращение дистанции между выставочной, музейной, книготорговой деятельностью и книгоизданием, формирование новых способов их взаимодействия, ставшее возможным в результате распространения цифровых технологий, — заметная тенденция в области отечественного книгоиздания.

### Библиографический список

1. Демуз И. О. Национальный книжный рынок в контексте реализации гуманитарной государственной политики // Экономический вестник университета. Сборник научных трудов ученых и аспирантов. 2018. № 1. С. 1–6.
2. Зылевич Д. П. Современные издательские тенденции в области художественной литературы // Труды БГТУ. Серия 4: Принт- и медиатехнологии. 2018. № 9. С. 110–115.
3. Лизунова И. В., Метельков А. С. Независимое книгоиздание: реалии современности, прогнозы на будущее // Библиосфера. 2018. № 1. С. 79–88.
4. Лизунова И. В., Савенко Е. Н. Современное альтернативное книгоиздание: общая характеристика и тенденции развития // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. 2018. № 4. С. 22–28.
5. Митрофанова И. В., Коробов О. В. Тенденции и перспективы развития отечественной издательской отрасли: маркетинговый подход // Бухгалтерский учет в издательстве и полиграфии. 2010. № 12. С. 30–41.
6. Струкова Е. Н. Независимая печать: к вопросу о термине и хронологических рамках // Источниковедение XX столетия: тезисы докладов и сообщений. М., 1993. С. 171–172.
7. Fordham H. Independent Publisher // George Seldes' War for the Public Good. 2019. P. 81–97.
8. Gun Woong Lee, Min Jeong Ko. Concept and Case Study of Independent Publishing. 2017. URL: [https://www.researchgate.net/publication/329607099\\_Concept\\_and\\_Case\\_Study\\_of\\_Independent\\_Publishing](https://www.researchgate.net/publication/329607099_Concept_and_Case_Study_of_Independent_Publishing).
9. Park J. M. A Study on Development Independent Publishing Culture: Focusing on Independent Bookshop and Artbook Fair. 2018. 126 p.
10. Sands-O'Connor K. New Models for Engagement: Independent Publishing After 1990 // Children's Publishing and Black Britain (1965–2015). 2017. P. 113–134.
11. Villagra P. C. Challenges of selling books in small markets: independent publishers in Costa Rica. Córima, Revista De Investigación En Gestión Cultural. 2019. Vol. 2. P. 76–94.
12. Шехурина Л. Д. Интеллектуальные книжные магазины Петербурга // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2016. Т. 213. С. 40–44.



