

УДК 655(470+571):338.4

Татьяна Георгиевна Куприянова*Московский политехнический университет, Высшая школа печати и медиаиндустрии,
профессор, доктор исторических наук, Россия, Москва, e-mail: tkuprian@mail.ru***Формирование института
предпринимательства
в издательском деле**

Аннотация. В статье рассматриваются этапы трансформации издательского предпринимательства в процессе исторического развития. Анализируются черты, отличающие предпринимательство от бизнеса, отмечаются инновации в технологических и организационно-экономических формах издательского дела, новшества в реализации современных издательских проектов.

Ключевые слова: предпринимательство; частные издательства; инновационные идеи; модель бизнеса; коммерция; авторское право; рестройка; электронные издания; краудфандинг; инфографика; мультимедиа и кросс-медиа; дополненная реальность.

Tat'yana Georgievna Kupriyanova*Moscow Polytechnic University, Higher School of Printing and Media Industry,
professor, doctor of historical sciences, Russia, Moscow, e-mail: tkuprian@mail.ru***Formation of the institute of entrepreneurship in publishing**

Abstract. The article discusses the stages of transformation of publishing entrepreneurship. The author analyzes the features that distinguish entrepreneurship from business, highlights innovations in technological, organizational and economic forms of publishing, and in the implementation of modern publishing projects.

Keywords: entrepreneurship; private publishing houses; innovative ideas; business model; commerce; copyright; restructuring; electronic publications; crowdfunding; infographics; multimedia and cross-media; augmented reality.

Многовековая эволюция товарно-денежных отношений только в XVIII столетии оформилась в научное понятие «предпринимательство», впервые введённое Ричардом Кантилином (1680–1734). Он рассматривал предпринимательство как особый род человеческой активности, направленный на извлечение прибыли. Важным открытием

**Т. Г. Куприянова**

учёного явилось обоснование готовности предпринимателя принимать решения в условиях неопределённости для достижения цели. В последующих исследованиях понятие «предпринимательство» тесно увязывалось с такими качествами предпринимателя, как склонность к инновациям, творческая реализация новой идеи, готовность к экономическому риску. Благодаря научно-теоретическим разработкам понятие «пред-

принимательство» стало рассматриваться как важный экономический ресурс, а предприниматель — как человек, умножающий не только личное, но и общественное богатство.

В книжном деле предпринимательство базируется на понимании того, что книга находится в основе коммуникативной системы, обеспечивающей обращение информации в обществе. Специфика книжного предпринимательства заключается в том, что передовой опыт не знает территориальных границ. Всё, что однажды возникло и прошло апробацию в одной стране, перенимается книжниками других стран. И это не является простым подражанием; привнесённое своеобразие национальных черт способствует взаимопроникновению культурных достижений разных стран. В книжном деле издатель работает с информацией, но при этом взаимодействует с участниками различных видов деятельности. В орбите его интересов — авторы, редакторы, художники, технологи, деятели рекламной и книготорговой бизнеса, а в последнее время и специалисты в области информационных технологий. Главной составляющей издательско-книготорговой деятельности предпринимателя является просветительство, которое обогащает человеческое сообщество, наращивает его духовно-интеллектуальный потенциал. Книжная отрасль занимает небольшую долю в экономике, но с точки зрения социальной значимости — это важнейший инструмент воздействия на мировоззрение человека и общества. Для динамичного развития предпринимательской деятельности необходимы условия: право и форма собственности, свобода выбора, ограниченное влияние власти, личный интерес.

В книжном деле первые признаки собственности можно обнаружить в Египте, удерживавшем монополию на производство папируса до тех пор,

пока не появились другие писчие материалы — пергамен и бумага.

В античный период установилось право собственности на авторское имя. В условиях вольного обращения с текстами писатели отстаивали авторство путём детального описания своих сочинений. Подобный способ защиты авторства положил начало конкуренции между профессиональными переписчиками и переписчиками-любителями, копировавшими тексты без согласия автора.

В средневековый период книжного производства возникло право собственности на трафареты, шаблоны и образцы, которые использовались для ускорения создания рукописи. Некоторые мастерские специализировались на их создании и продаже. Наиболее известной является книга рисунков с образцами украшения страниц, созданная в первой половине XIII в. французским архитектором Вилларом де Оннекурмом. Большими правами обладали монастыри, сосредоточившие в своих собраниях книжные богатства и сдававшие рукописи в аренду городским ремесленным скрипториям.

Следующий этап формирования права собственности связан с появлением в европейских странах ксилографии. Основной акцент в ксилографических изданиях был на картинку, что сделало их популярными в среде малограмотных людей. Изобразительное содержание сюжетов расширяло познавательные границы и формировало новые потребности. Ксилографические доски становятся товаром: их продают, передают по наследству, используют как средство платежа.

С изобретением в Европе книгопечатания появляется собственность на типографское оборудование и шрифты. Первым распорядителем собственности на типографию был Иоганн Гутенберг, взявший ссуду у банкира Фуста под залог типографии со всем оборудо-

ванием. Не расправившись своевременно по долгам, он заложил типографию. Вместе с типографией был заложен тираж отпечатанной Библии. Это первый в истории книжного дела пример проявления права собственности на тираж. Также в первопечатный период возникло право собственности на шрифты, закреплявшееся патентами, что позволяло обладателям использовать их в качестве пая для участия в компании по выпуску книг.

Последним по хронологии возникновения является авторское право, впервые оформленное в Англии в 1709 г. В России принятие закона об авторском праве произошло в первой трети XIX в., чему предшествовала оживлённая полемика о природе литературного труда. Фабрикация книг, литературная промышленность, торговое направление в литературе, словесность и коммерция — лейтмотив прогрессивных взглядов многих авторов того времени. А. С. Пушкин сначала рассматривал труд писателя исключительно как служение Отечеству, но затем был вынужден признать право литературной собственности. Введение закона об авторском праве (1828 г.) способствовало расцвету «золотого века» русской литературы.

Если рассматривать инновационные идеи как движущую силу предпринимательства, то в издательском деле следует отдать приоритет технике и технологии, внедрение которых нарушало устоявшиеся связи, радикально или частично меняло действующие модели. Так, изобретение книгопечатания положило начало совершенствованию производственных процессов: сначала механизации, затем автоматизации и на современном этапе — цифровизации. Закономерно менялась материально-конструктивная форма книги.

Не менее значимыми являются идеи, возникавшие в организационно-экономических формах деятельности. Их

эволюция проходила несколько этапов. В период раннего книгопечатания это были контракты, заключаемые на разовой основе, которые распадалась по мере завершения проекта, затем вновь заключались, но уже с другими компаньонами для выпуска нового издания. В XVI в. контракты между издателями стали носить долгосрочный характер; на их основе возникли типографические компании с издательским репертуаром универсального характера [1, с. 100–105]. Регламентация со стороны властей, усилившаяся в эпоху Реформации, повлекла за собой создание семейных предприятий, сочетающих коммерческие интересы с общественной пользой. Семейные предприятия и развитые династические связи способствовали сохранению капитала и формированию положительного имиджа предприятий. В орбиту их деятельности вовлекается торговля книгами — розничная и оптовая. Сочетание разных видов книжного предпринимательства в течение XVII — XVIII вв. обусловило преобладание таких организационно-экономических форм как издательско-книготорговые фирмы.

Естественный ход исторического развития предпринимательства был нарушен революционными событиями и войнами, потрясавшими Европу в XIX — первой половине XX в. Действующие модели бизнеса разрушались, и усилия издателей и книготорговцев были направлены на их восстановление. Ближе к концу XIX в. наблюдается рост влияния банковского и промышленного капитала, и в течение XX в. в европейских странах книжный бизнес разрастается до крупных корпораций и концернов-конгломератов. В целом эти процессы на Западе носили поступательный ход развития: от частных ксилографических мастерских и частных типографий к издательско-книготорговым фирмам и фирмам-конгломератам.

В России книжное предпринимательство развивалось крайне неравномерно. Первый опыт организации типографии частным лицом связано с именем В. Ф. Бурцова-Протопопова и приходится на первую половину XVII в. Свобода деятельности издателя проявилась в использовании наёмного труда, в выборе репертуара, в оформлении изданий по европейскому образцу. В конце XVII в. в Москве работали частные гравировальные мастерские Кариона Истомина, Леонтия Бунина, Василия Кореня, Симона Ушакова [2, с. 113]. Их деятельность в меньшей степени, чем книгоиздание, подвергалась контролю со стороны церкви и государства.

Следующий опыт создания частной типографии приходится на время Петровских реформ и связан с именем В. А. Кипрянова [3]. Деятельность созданной им типографии благодаря покровительству со стороны ближайшего сподвижника царя — Я. В. Брюса — носила независимый характер. Частным порядком действовала сельская мануфактура купца Ахметьева, распространявшего лубочные издания. Издатели этого периода первыми прокладывали дорогу к свободе предпринимательской деятельности.

Законодательно развитие частного книгоиздания в России закрепилось только при Екатерине II, по указу которой в 1769 г. свободой книгоиздания наделялись иностранцы, а затем в указе 1783 г. — отечественные издатели. По мере того как издательское дело становилось коммерческим, на этом поприще заявили о себе не только профессиональные издатели, но и лица разных профессий: в их числе писатели А. Н. Радищев и П. И. Богданович, дипломат Я. И. Булгаков, корректор типографии И. Н. Третьяковский. В конце XVIII в. новшества в организационно-экономических формах проявились в создании типографических

компаний (например, Н. И. Новикова) и паевых товариществ («Крылов с товарищи», «Кряжев, Готье и Мей»). Эти предприятия задумывались как коммерческие, нацеленные на прибыль, о чём свидетельствует издательский репертуар, рассчитанный на невзыскательный вкус потребителя. Однако этим предприятиям не удалось удержаться на рынке, книжное дело уже тогда требовало профессионализма.

Наивысшая степень развития предпринимательских отношений наблюдается во второй половине XIX в. Книжный рынок России осваивают издатели, чьё кредо заключалось в сочетании коммерческой выгоды и общественной пользы. Этот период богат на инновации. В организационно-экономическом плане преобладают издательско-книготорговые фирмы с большими капиталами. Издатели осваивают новые сегменты рынка, разнообразят тематику книг, выпускают новые виды изданий, вводят новые услуги. В пореформенный период бурно развивающаяся издательская отрасль в условиях ограниченного спроса породила необходимость акционирования действующих предприятий [4, с. 86–113]. Создание акционерных компаний позволило мобилизовать капитал, укрепить финансовую базу, обеспечить наличие оборотных средств. С развитием акционерных компаний усиливается проникновение в смежные отрасли, прежде всего в писчебумажное производство, а в отдельных случаях — в нефтяную промышленность. В начале XX столетия в деятельность крупных компаний приходит промышленный и банковский капитал. Естественный ход развития процессов в книжном бизнесе России был прерван революционными событиями 1917 г. и только в конце XX в. происходит возрождение.

В условиях начавшихся в 1980-х гг. демократических преобразований всех сфер общественной жизни книжная

отрасль не сразу адекватно отреагировала на новые инициативы и не проявила гибкости в издательской политике. Объективные условия требовали изменений действующей модели, но власть проявила непоследовательность в своих действиях. С одной стороны, демонстрируется стремление к переменам: в отраслевых структурах внедряется хозрасчет, допускается кооперативная издательская деятельность. В издательствах расширяются творческие права, наращиваются тиражи художественной литературы, ликвидируются диспропорции в выпуске литературы и книжный дефицит. С другой стороны, свобода предпринимательства контролируется с помощью таких инструментов, как лицензирование, налогообложение, кредитование.

Формирование новой структуры издательского дела шло по пути от тотального государственного регулирования книгоиздания к рыночной модели, характеризующейся внедрением элементов демократического направления развития. Разрушение действующей модели носило созидательный характер, так как на её базе строилась новая организационно-экономическая структура, определившая в конечном итоге приоритет негосударственного книгоиздания. Пройдя за очень короткий промежуток времени все стадии становления, негосударственный сектор книгоиздания доказал свою эффективность ростом числа названий и объёмов тиражей, существенно опередив к середине 1990-х гг. государственный сектор [5]. В ходе перестройки издательская система прошла несколько этапов, разных по длительности, но одинаково значимых.

II этап (1987–1989). Переходный

Этот этап характеризуется созданием кооперативных, совместных, мелких частных предприятий на базе государственных, а также творческих объединений, ведущих издательскую

деятельность. В условиях сложившейся многоукладности в издательском секторе хозяйственный механизм продолжал действовать на основе государственной формы собственности. В 1990 г. львиная доля выпуска приходилась на государственные издательства: это 89,7% по названию и 88,2% по тиражу от объёмов выпуска 1989 г., но уже в 1998 г. совокупная доля государственных издательств по тиражу составила 15,2% с учётом входивших в состав унитарных предприятий [6, с. 290].

III этап (1990–1991). Адаптационный

Этап характеризуется формированием законодательно-нормативной базы: в 1990 г. был принят закон СССР «О печати и других средствах массовой информации». После распада советского государства в 1991 г. закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» провозгласил свободу средств массовой информации, упростил процедуру получения разрешения на занятие информационной деятельностью.

IV этап (1992–1998). Переломный

Негосударственный сектор приобретает характер системообразующего в действующей модели книгоиздания. Свобода предпринимательства в этот период носит относительный характер. Приватизация издательств приводит к росту их количества, что отразилось на объёмах выпуска. Пережающего роста по тиражам нет ни в одном из секторов книгоиздания; по числу названий негосударственный сектор опережает государственный. Рубежом стал 1995 г., когда приоритетные позиции занял негосударственный сектор, наращивая объёмы выпуска вплоть до кризиса 1998 г.

Основные черты, которыми характеризуется перестроечный период в отечественной издательской системе, во многом копируют те, что сложились в европейских странах во второй половине XX в.

1. Высокая степень концентрации. В 1992 г. большинство издательств (50%) было сосредоточено в Москве и Московской области, остальные 50% приходились на Санкт-Петербург и другие крупные города России. В 1995 г. в Москве и Санкт-Петербурге находилось 80% издательств, остальные 20% распределены по 130 городам страны.

2. Централизация книжного рынка. В 1993 г. издательства Центрального и Северо-Западного округов, преимущественно находящиеся в Москве и Санкт-Петербурге, выпустили 75% национального репертуара. В последующие годы процесс централизации нарастал.

3. Кооперация мелких и средних издательств путём слияний и недружественных поглощений, а также создание производственных комплексов, объединявших издательско-книготорговую и полиграфическую деятельность.

4. Обострение конкуренции за диверсификацию ассортимента, за доходы от продажи авторских прав, конкуренции со стороны компьютерных технологий.

5. Переход от специализации к универсальной репертуарной политике.

В XXI в. издательства вступили с новыми технологиями, которые повлекли за собой разделение на две ветви — традиционное печатное и инновационное электронное. Традиционные издательства перестали быть монополистами, на книжном рынке появились новые коммуникаторы, возможности которых отличаются техническим совершенством. Специфика современной издательской бизнес-модели заключается в сочетании новых технологий с традиционными результатами интеллектуальной деятельности. В условиях напряжённой экономики, сложившейся в результате перманентно возникающих кризисных явлений, замедляется оборачиваемость капиталов, снижает-

ся инвестиционная привлекательность. Издательства вынуждены действовать более активно и диверсифицировать свою деятельность, перенося её в плоскость электронных изданий. Электронные средства коммуникации обеспечивают не только производство, но и доставку изданий, предоставляют набор сопроводительных сервисов. В результате расширения линейки товаров и услуг выросла инвестиционная привлекательность новой модели издательского бизнеса, дальнейшему развитию которого препятствует низкий уровень монетизации, представленный абонентской платой, подпиской, предпубликацией.

Основной прогресс в современной издательской деятельности обусловлен технологическими инновациями. Кроме технологической функциональности электронных средств коммуникации, актуальным стал вопрос о правовых отношениях в электронном пространстве. Несанкционированное скачивание информации давно является проблемой во многих странах [7, с. 54]. По поводу «электронного права» ведётся много дискуссий, но приемлемого решения пока не найдено.

Преимущества электронных технологий в быстром и равноправном доступе к информации обеспечивают активное взаимодействие читателя не только с авторским произведением, но и с интернет-сообществом. Электронные издания с более высоким коммуникативным потенциалом способствуют повышению интенсивности чтения. Информационную насыщенность электронных изданий во многом обеспечивает инфографика, основной принцип которой — наглядность, позволяющая большой объём информации представлять в сжатой форме. Подача материала в графической форме и другие приёмы инфографики экономят время, содействуют продуктивному управлению вниманием и активизации работы читателей.

развитию информационно-коммуникативной культуры. Глобализация рынка информации вместе с тем формирует стереотипы потребления информационного продукта, характеризующегося поверхностным восприятием и низкой продуктивностью смыслового извлечения.

Информационная и эстетико-культурная насыщенность продукта влечёт за собой изменения в структуре медиапотребления. На протяжении первых десятилетий текущего столетия продажа традиционных печатных книг снижалась при параллельном росте продаж электронных изданий. Однако, как признают специалисты, многообещающие прогнозы о перспективах доминирующего положения электронных изданий не оправдались. В 2018 г. продажи отечественных электронных книг снизились до 6% от общего объёма товарооборота, в англоязычном пространстве продажи электронных изданий составили 15–20% и 10% на других национальных рынках [8, с. 29]. При этом произошёл положительный сдвиг в сторону растущего количества проданных печатных изданий. Дальнейшие перспективы развития книжного рынка эксперты связывают с аудиокнигой. В 2018 г. на долю аудиокниг пришлось 5% от общего объёма книжных продаж, а в отдельных американских компаниях рост составил от 25 до 43% [8, с. 28].

Информационные технологии расширили границы создания альтернативного контента на краудфандинговых платформах и в блогосфере, актуализировав инструмент влияния на общественное сознание. В основе краудфандингового проекта лежит идея издания, способная вызвать интерес и последующее приобретение путём финансирования ещё на стадии подготовки. Блогосфера порождает новые возможности для расширения деятельности в дизайне, создании и редактировании фото и видеoinформации, создании медиа-

бренда, выпуске журналов и книг, участии в ТВ-шоу, в консультировании и презентации обучающих курсов и программ.

Не менее важным представляется процесс конвергенции, т. е. объединение на одной технологической платформе разных информационных продуктов в единое целое. Интеграция позволяет задействовать аудиовизуальные компоненты, с помощью которых создаётся вариант нелинейного изложения материала, диктующего «маршрут» ознакомления с содержанием. Произведение может быть представлено как мультимедийный или кросс-медийный проект. Одной из недавно появившихся инноваций в издательстве является сторителлинг, означающий продвижение множества информационных продуктов по множеству каналов. Сторителлинг — это не просто способ адаптации содержания к одной из платформ, это оригинальный издательский продукт, информационный потенциал которого находится в развитии в результате достоинств каждого из произведений, включённых в общий контекст.

В создании печатных изданий проявились возможности виртуальной реальности с дополнительными компонентами: издания с QR-кодом, издания с дополненной и смешанной реальностью, издания, связанные с внешними ресурсами. Дополненная реальность (augmented reality) — технология, позволяющая поверх реальной видимой картинке наложить цифровой контент. Она лишь вносит отдельные искусственные элементы в реальное изображение, а смешанная, или гибридная, реальность (mixed reality) объединяет реальный и виртуальный мир в реальном времени, где могут сосуществовать и взаимодействовать физические и цифровые объекты.

В настоящее время набирает популярность «визуальный» роман. С по-

мощью интерактивных мультимедийных средств, где задействованы текст и аудиовизуальные компоненты, визуальный роман интерпретирует литературное произведение. В своей версии читатель выступает в качестве главного героя, ведёт повествование от своего имени и для большей выразительности использует экранные жесты, мимику и позы героев. Инновационные издательские проекты органично интегрируются в целостную медиасистему, обеспечивающую информационную мультимедийность. Пространство, где представлены электронные издания, расширяется с помощью социальных сетей, интернет-ресурсов, виртуальных презентаций, приложений. Виртуальная платформа используется издателями для изучения спроса молодёжного рынка читателей и продвижения

печатной продукции. По последним данным, охват интернет-пользователей в этой аудиторной группе составил 98% [10, с. 51]. Положительная динамика электронных технологий в издательской деятельности порождает чрезмерную избыточность информации и приводит к информационной перегруженности. Отсюда возникает стремление к визуализации, к коротким сообщениям, быстрому чтению.

Немаловажный аспект развития издательской отрасли — экологичность электронных средств информации. Если невостребованные бумажные издания перерабатываются, то утилизация электронных гаджетов не налажена в необходимой степени, и это наносит вред окружающей среде. Столь важная проблема требует внимательного отношения и глубокого изучения.

Библиографический список

1. Куприянова Т.Г. Предпринимательство в книжном деле: историография, история, тенденции развития: монография. М.: МГУП, 2012. С. 100–105.
2. Хромов О.Р. Русская лубочная книга XVII–XIX вв. М., 1998. С. 113.
3. Куприянова Т.Г. Первая династия российских издателей. М.: Хронос-Пресс, 2001. 241 с.
4. Динерштейн Е.А. Акционерные компании в издательском деле пореформенной России // Книга: исследование и материалы. 1991. Сб. 63. С. 86–113.
5. Кондратов С.А. Негосударственное книгоиздание в истории книжного дела России: переходный период: 1987–1995 гг.: автореф. дис. ... канд. ист. наук. М.: МГУП, 2010. 16 с.
6. Медиасистема России / под ред. Е.Л. Вартановой. М.: Аспект-Пресс, 2015. С. 290.
7. Книги России — акцент на инновациях // Кн. индустрия. 2011. № 3. С. 54.
8. Книжная индустрия и вызовы цифровой эпохи // Кн. индустрия. 2019. № 2. С. 29.
9. Книжный рынок России [в 2017 г.] : состояние, тенденции и перспективы развития: отраслевой доклад / Федер. агентство по печати и массовым коммуникациям; под общ. ред. В.В. Григорьева. М., 2018. С. 52.

Вышли в свет

Каталоги
Книжные памятники Республики Бурятия : из коллекции Национальной библиотеки Республики Бурятия / М-во культуры Республики Бурятия ...

Отдел редких и ценных книг; [составители: Р.Д. Жаргалова и др.]. — Улан-Удэ : НоваПринт, 2018. — 71 с. : цв. ил. — 300 экз.
Маунт Д. Booklover : иллюстрированный путеводитель по самым лучшим в мире книгам / Джейн Маунт; [перевод: Копелевич Е.]. — М. : Бомбора : Эксмо, 2019. — 224 с. : ил., цв. ил. — Библиогр.: с. 219–224. — 3000 экз.