

**«Non-consumer publishing» и российские библиотеки**  
**Non-Consumer Publishing and Russia's Libraries**  
**«Non-consumer publishing» і російські бібліотеки**

*А. В. Трифонова*

*Подписное агентство ЗАО «КОНЭК», Москва, Россия*

*Anna Trifonova*

*«KONEK» Subscription Agency, Moscow, Russia*

*Г. В. Трифонова*

*Передплатне агентство ЗАТ «КОНЕК», Москва, Росія*

Востребованность зарубежной научной и учебной (т. н. «non-consumer») книжной продукции в России с каждым годом растет, что доказывает наличие определенного контингента потребителей изданий подобного рода. В силу ряда особенностей российского книжного рынка доступность импортных книг для конечных пользователей может быть организована только при сотрудничестве зарубежных издательств с российскими библиотеками, которые являются основными институциональными потребителями импортной книжной продукции.

A demand for foreign scientific and learning (the so-called non-consumer) publications has been gradually growing in Russia, which confirms that there is a community of users interested in the publications of this kind. Due to some specific features of Russia's book market, the accessibility of foreign books for end-users may be established only through collaboration of foreign publishers and Russia's libraries, the latter being the key institutional consumers of the foreign book output.

Затребуваність зарубіжної наукової та навчальної (т. з. «non-consumer») книжкової продукції в Росії з кожним роком зростає, що доводить наявність певного контингенту споживачів таких видань. Через низку особливостей російського книжкового ринку доступність імпортованих книг для користувачів може бути організовано лише за співпраці зарубіжних видавництв із російськими бібліотеками, які є основними інституційними споживачами імпортованої книжкової продукції.

Зарубежная книжная продукция стала проникать на российский книжный рынок сравнительно недавно: с началом становления рыночных отношений в России в целом и в книжной отрасли в частности. Однако растущая потребность научной и образовательной среды в иностранных изданиях с одной стороны и заинтересованность зарубежных издательств в освоении российского рынка с другой стороны обусловили динамичное развитие данного сегмента книжного рынка России.

Об этом свидетельствует статистика динамики импорта книг в Россию. Согласно данным ГТК РФ, еще в 2000–2002 годах импорт книг, не превышал 2,5% от суммарного количества книг на Российском рынке. По данным Франкфуртской книжной ярмарки, уже в 2003 году Россия импортировала 3 млн. экземпляров книг. В 2004–2005 годах объем импорта книжной продукции увеличился, и уже в 2006 году в Россию было ввезено книжной продукции на 191,9 млн. долларов. В силу географической близости и тяготения к общеевропейскому книжному рынку, в Россию более активно проникают британские и европейские издания из Великобритании и стран Евросоюза.

Характеризуя качественный состав импортных книг, необходимо отметить, что на российском рынке представлена в основном продукция зарубежных издательств, ориентированных на выпуск изданий немассового характера. В англоязычной профессиональной литературе данный сегмент книгоиздания обозначается как «non-consumer publishing». Впервые ввели этот термин в научный оборот британские книговеды Ж. Кларк и А. Филипс в своей монографии «Inside Book Publishing» («Книгоиздание изнутри»): «Non-consumer publishing encompasses the educational, academic, STM (scientific, technical and medical), and professional publishing sectors». Таким образом, под этим термином авторы понимают выпуск узко профильной литературы, ориентированной на определенный круг потребителей. В эту группу входят издательства, выпускающие учебные, научные и

научно-популярные и справочные издания. Данный сегмент книжного рынка, в том числе и российского, имеет ряд особенностей:

- потенциальные потребители четко определены;
- авторы книг и консультанты в значительной степени привлечены из тех же групп, что и потенциальные покупатели;
- воздействие на покупателей осуществляется наиболее эффективно через сферы их профессиональной деятельности;
- продажи книг из «бэклиста» (издания прошлых лет), особенно учебников и монографий, составляют основную часть торгового оборота;
- коллективные покупатели наиболее заинтересованы в приобретении электронных форматов изданий;
- данные издательства производят книги и информационные продукты высокого качества и доминируют в предметных областях, на которых они специализируются, в мировом масштабе.

Данные книги издаются, как правило, на английском языке, не только потому, что эти издательства сконцентрированы в основном в Великобритании и США, но и с целью увеличения спектра потенциальных потребителей за счет использования языка международного общения.

В рамках российского книжного рынка можно выделить три вида основных наиболее активно импортируемых изданий:

- учебно-методические комплексы для изучения иностранных языков;
- учебные издания для высшей школы;
- научные монографии и журналы (в том числе в электронной форме).

Основными потребителями импортных книг являются те, кто с одной стороны в силу учебной, исследовательской, профессиональной или преподавательской деятельности нуждается в оригинальных иностранных изданиях, с другой стороны, обладает уровнем владения иностранным языком, достаточным для чтения подобной литературы. К этой относятся, студенты, аспиранты, преподаватели вузов, сотрудники научно-исследовательских учреждений. Данные категории потребителей в последние годы публикуют свои статьи в международных научных журналах, издают свои монографии в крупных зарубежных научных издательствах. В современных условиях эта деятельность не представляется возможной без использования результатов зарубежных исследований, которые публикуются в основном на английском языке.

В тоже время перечисленные группы потребителей испытывают ряд затруднений, связанных с доступом импортным учебным и научным изданиям. Приобрести подобные книги непосредственно в издательстве индивидуальным заказчикам сложно в силу ряда причин: высокая стоимость, необходимость оплаты в валюте, сложности таможенного оформления. В этой связи возрастает значение организованных или институциональных потребителей: библиотек. Представители ведущих зарубежных издательств подтверждают, что около 80% своей книжной продукции на российском книжном рынке они реализуют именно в библиотеки. В ходе анкетирования библиотек, проведенного в рамках исследования «Международная деятельность библиотек» в 2006 году было установлено, что наиболее активными пользователями отделов, располагающих иностранной литературой, являются читатели, относящиеся к таким социальным группам, как студенты, научные работники, служащие и учащиеся.

Таким образом, успешный опыт сотрудничества зарубежных издательств с российскими библиотеками свидетельствует о существовании определенного контингента потребителей данной книжной продукции и обеспечивает благоприятные условия для проникновения на российский книжный рынок профильных учебных и научных изданий.

## Литература

1. Clark G., Angus P. Inside Book Publishing. – London: Routledge, 2008. – 302 p.
2. Качалина В. В. Международная деятельность библиотек: аналитическая справка [Электронный ресурс] // [Центральная публичная библиотека Новоуральска](#). (02. 08. 2008)