

**Вузовское книгоиздание — проблемы и решения**  
**Higher School Publications: Challenges and Decisions**  
**Вузівське книговидання — проблеми та вирішення**

*Дегтярев М. В.*

*ОАО «Центральный коллектор библиотек «БИБКОМ», Москва, Россия*

*Mikhail V. Degtyarev*

*ОАО «BIBKOM Central Library Collector» Moscow, Russia*

*Дегтярьов М. В.*

*ВАТ «Центральний колектор бібліотек «БІБКОМ», Москва, Росія*

О проблемах формирования рынка малотиражной литературы. Основные этапы создания рынка малотиражных изданий.

Challenges of shaping and initial steps of the limited-circulation publications market.

Про проблеми формування ринку малотиражної літератури. Основні етапи створення ринку малотиражних видань.

Основная особенность рынка малотиражных изданий, включая такую составляющую, как комплектование этими изданиями библиотек различных типов, заключается в том, что в России этого рынка нет.

Характеризуя прочие особенности отсутствующего — с точки зрения классического определения понятия — рынка, мы называли значительную диспропорцию в территориальном распределении издательской деятельности в России, а также отсутствие какой-либо достоверной информации о выпуске региональной малотиражной литературы.

Сегодня мне бы хотелось, прежде всего, остановиться на вопросах комплектования библиотек малотиражной литературой, издаваемой вузами и самими библиотеками, но сначала я постараюсь проинформировать аудиторию о некоторых результатах прошедшего года.

Во-первых, Центральным коллектором библиотек «БИБКОМ», при поддержке Минобразования и науки РФ, среди 150 российских вузов были проведены исследования в области издательской деятельности и комплектования библиотек учреждений высшего профессионального образования. С учетом того, что у нас в стране всего около 960 вузов, в том числе 330 негосударственных, которые тоже попали в эти исследования, мы можем считать выборку 15 % (150 вузов) вполне репрезентативной. Те цифры, которые я сегодня озвучу, абсолютно новые, ранее не публиковавшиеся и очень значимые для понимания ситуации. Естественно, что мы не претендуем на строгость научных исследований; в основном, они предпринимались для того, чтобы разработать стратегию решения той проблемы, ради которой мы сегодня собрались.

Результаты проведенного исследования и анализ ответов позволили объединить полученные данные в следующие группы.

### **1. Что собой представляют издающие вузовские структуры?**

Прежде всего, это *обособленные подразделения* в составе вузов (как правило, они называются Редакционно-издательскими отделами), числом 950 — 1000.40 — 50 из них имеют статус самостоятельного юридического лица и называются издательствами (например, издательство Московского государственного университета). Помимо этого, еще 1000 — 1100 структур существуют как издающие подразделения *в составе факультетов* российских вузов. Приплюсуем к этому числу *200 издательств*, в которых вузы размещают свои заказы на регулярной основе. Итого: 2100 — 2300 издающих субъектов рынка. Среднее количество сотрудников, работающих в таких небольших издательствах, — 10 человек.

### **2. Что производят издающие структуры вузов?**

За 2003 год это порядка 140 тыс. наименований книг и брошюр. (Для сравнения, отметим, что, по данным Книжной палаты, которая регистрирует обязательный экземпляр, в том же 2003 г. всеми издательствами России выпущены в свет 81 тыс. наименований книг и брошюр.)

Более 40% из этого массива составляют учебники, учебные и методические пособия.

Около 35% — учебные конспекты и практикумы.

20% — монографии и сборники научных трудов.

Художественная литература составляет менее 0,5 %.

Дополнительно к этому мы имеем 2000 наименований в год вузовской мультимедийной, видео- и аудиопродукции. И около 1000 периодических изданий, из которых только 12% имеют подписные индексы. (Т. е. более 88% издаваемой вузами периодики практически неизвестно в других регионах страны и ее практически невозможно получить. Приведу один пример. Томский государственный университет издает научный журнал «Ядерно-топливный цикл» тиражом 200 экз. Думаю, что интерес к этому журналу гораздо выше.)

### 3. Каков средний тираж вузовских изданий?

Исходя из полученных нами данных, он равен 350 экз. То есть, мы с полным правом можем отнести вузовские издания к малотиражной литературе, имея в виду, что, по данным все той же Книжной палаты, у нас в стране около 33% всей издаваемой литературы производится тиражом менее 500 экз. Замечу: речь идет не о листовой продукции: ~~средний~~ **средний** объем той литературы, о которой я говорю, составляет в среднем 24 учетно-изд. листа. Не так уж и мало.

Вывод: средний российский вуз производит в год более 60 наименований вполне рыночной печатной продукции. В целом по стране — это свыше 45 — 50 млн. экз. Всего же Книжной палатой за 2003 г. зарегистрировано 700-800 млн. экз. Таким образом, из поля зрения нашего рынка сегодня вообще выпал достаточно значимый объем печатной продукции.

### 4. Каким образом распространяется сегодня книготорговая информация об этом колоссальном и значимом для общества пласте российского книгоиздания?

В своих исследованиях мы старались сформулировать т. н. «закрытые вопросы».

Так, перечислив все возможные каналы распространения, мы замкнули перечень следующим вариантом ответа: «Вопросами распространения книготорговой информации о своей продукции НЕ ЗАНИМАЕМСЯ». Он и оказался самым популярным ответом.

Как вы думаете, какое количество вузовских издателей считает эту задачу, как говорится, не своим, «не царским» делом? ОКОЛО 70 % вузовских издателей **не могут** или **не хотят** заниматься вопросами книгораспространения.

Но присутствующим здесь библиотечным работникам, несомненно, приятно будет услышать, что 27% опрошенных привлекают к распространению информации о своих изданиях библиотеку ~~вуза~~ вуза. Это очень интересный факт, который мы в своей стратегии комплектования библиотек вузовской продукцией будем учитывать.

Мы постарались исследовать причину столь плачевной, вне рыночной ситуации.

Что оказалось?

20% вузовских издателей хотели бы заниматься распространением печатной продукции, но им не хватает ресурсов и опыта.

Более 10% не видят в этом вообще никакой экономической целесообразности и считают, что у издательства есть задачи и поважнее.

Около 50% выпускают продукцию только под заказ (считай, на бюджетные деньги). Как говорится, деньги освоены, а остальное неважно.

Основной вывод, который, на наш взгляд, можно с уверенностью сделать из приведенных фактов, сводится к следующему. На данном сегменте издательской деятельности практически полностью отсутствует или нарушена мотивация рыночной деятельности.

Подводя итог сказанному, хочу заметить, что ситуация на рынке малотиражных изданий требует кардинальных перемен.

Поясню: годовой объем рыночных продаж изданной всеми вузами России продукции составляет (по данным на 2003 г.) порядка 4,6 млн. долларов, или мизерный процент (около 3%) от рассчитанного нами потенциала рынка. В то же время на складах указанных издательств лежит около 28 млн. экземпляров книжной продукции в виде макулатуры, рыночной стоимостью около 70-90 млн. долларов.

На основе полученных данных ЦКБ «БИБКОМ» разрабатывает стратегию создания системы комплектования библиотек малотиражной литературой, издаваемой вузами, НИИ и самим библиотечным сообществом. В основе стратегии — три основных блока:

- Первое — решение вопросов создания рыночной мотивации для производителей малотиражной региональной литературы;
- Второе — привлечение к сотрудничеству в исследуемой области наиболее заинтересованных потребителей этой продукции — библиотек.
- И третье, весьма трудоемкое направление, — создание современных информационных технологий, я бы даже сказал, коммуникаций дистанционной торговли. Потому что других способов решить эту задачу на сегодня практически не существует.

Эта стратегия реализуется в ЦКБ «БИБКОМ» в виде конкретных проектов.

Некоторые из них уже стартовали в 2004 г: например, выпуск Сводных каталогов и тематических планов изданий «Литература библиотечной тематики», «Книги региональных издательств» и «Издания российских вузов». Со своей стороны я бы хотел поблагодарить за поддержку в развитии данных проектов специалистов Министерства культуры: без их помощи вряд ли так быстро стартовал бы «Библиотечный» проект.

Существенный вклад в решение проблемы малотиражного книгоиздания вносят сами российские библиотеки. Многие из них уже 5-й год подряд принимают участие в книжных выставках ярмарках («Non/Fiction», конференция РБА и др.) на коллективном стенде российских библиотек, который организуют РБА и ЦКБ «БИБКОМ». Во время работы на стенде вузы и библиотеки презентуют издания, встречаются со своим читателем, и воочию видят тот интерес, который вызывает у специалистов изданная ими литература. Несомненно, это действенный и интересный проект, который был уже отмечен Малой золотой медалью Сибирской книжной ярмарки. Приглашаем библиотеки к сотрудничеству в этом проекте и в дальнейшем.

Таким образом, мы нашли пути решения по двум первым блокам и успешно их реализуем. Надеюсь, что все вместе справимся и с третьей задачей.