Б.А. КУЗНЕЦОВ

ОСНОВЫ КНИГОИЗДАНИЯ



«РУССКОЕ СЛОВО»

УДК 655 (075.8)
ББК 76.17я73
К89

Кузнецов Б.А.

К89 Основы книгоиздания: учебное пособие / Б.А. Кузнецов. — М.: ООО «Русское слово — учебник», 2022. — 536 с.: ил.

ISBN 978-5-533-02234-7

В учебном пособии рассмотрены основные аспекты книгоиздательской деятельности: от фундаментальных проблем рыночной экономики до издательской политики, от книжного рынка и ресурсной основы книгоиздания до организационных и экономических аспектов, от ценообразования и продвижения книг на рынок до внешнеэкономической деятельности издательств.

Учебное пособие предназначено студентам, обучающимся по специальности «Издательское дело и редактирование», аспирантам и преподавателям отраслевых вузов и колледжей, а также всем интересующимся книгоиздательской деятельностью.

УДК 655 (075.8)
ББК 76.17я73

ISBN 978-5-533-02234-7

© Б.А. Кузнецов, 2022
© ООО «Русское слово — учебник», 2022

Оглавление

От автора *3*
Предисловие 5

Глава 1. Введение в экономику книгоиздания 9
1.1. Общие замечания 9
1.2. О книге и книгоиздании 12
1.3. Некоторые фундаментальные проблемы 17
1.4. Методы изучения 28
1.5. Основные понятия рыночной экономики 33
Выводы 47

Глава 2. Книжный рынок 50
2.1. Рынок монополистической конкуренции 50
2.2. Формирование российского книжного рынка 84
2.3. Государственное регулирование в экономике 96
2.4. Правовые основания рыночной экономики 112
Выводы 127

Глава 3. Организационные аспекты книгоиздания 132
3.1. Внутренняя и деловая среда издательства 132
3.2. Организационно-правовая форма издательств 151
3.3. Организация редакционно-издательского процесса 156
3.4. Авторское право и договор с автором 168
3.5. Измерительные величины в книгоиздании 179
3.6. Издательский портфель в организации работы издательства 191
Выводы 195

Глава 4. Ресурсная основа книгоиздания 200
4.1. Виды и структура экономических ресурсов издательства 200
4.2. Бумага. Полиграфические услуги 202
4.3. Финансовые ресурсы 223

4.4. Человеческий капитал в книгоиздании ... 242
4.5. Нематериальные ресурсы издательства ... 245
Выводы ... 252

Глава 5. Экономические аспекты книгоиздания ... 257
5.1. Механизмы саморегуляции рынка ... 257
5.2. Спрос и предложение на книжном рынке ... 260
5.3. Издержки и прибыль издательства ... 269
5.4. Безубыточный тираж издания ... 277
5.5. Рентабельность издательской деятельности ... 280
5.6. Налогообложение в книгоиздании ... 281
5.7. Себестоимость издательской продукции ... 285
Выводы ... 295

Глава 6. Ценообразование в книгоиздании ... 298
6.1. Система цен в экономике ... 298
6.2. Ценовая политика издательства ... 301
6.3. Ценовые стратегии издательства ... 305
6.4. Методы ценообразования ... 317
6.5. Отпускная цена издательства ... 322
6.6. Формирование цены в книготорговом звене ... 324
6.7. Практическое ценообразование ... 329
Выводы ... 353

Глава 7. Продвижение книг на рынок ... 357
7.1. Цели и задачи продвижения книг на рынок ... 357
7.2. Каналы сбыта издательской продукции ... 361
7.3. Прямые продажи ... 366
7.4. Издательские бренды на книжном рынке ... 372
7.5. Реклама в книгоиздании ... 382
7.6. Рекламная кампания издательства ... 393
Выводы ... 402

Глава 8. Внешнеэкономическая деятельность издательства ... 405
8.1. Книгоиздание за рубежом ... 405

8.2. Международная деятельность издательства 410
8.3. Информационное обеспечение международной деятельности в издательском бизнесе 418
8.4. Заключение контракта на приобретение авторских прав у зарубежного издательства 423
8.5. Заключение контракта на продажу авторских прав зарубежному издательству 430
8.6. Международные книжные ярмарки 440
Выводы 445

Глава 9. Издательская политика 448
9.1. Формирование издательской политики 448
9.2. Содержание издательской политики 453
Выводы 461

Заключение 464
Литература 469
Словарь исходных понятий 471
Персоналии 485
Автор о себе 499
Приложения 504
Приложение 1. Расчёт себестоимости и отпускной цены издания 504
Приложение 2. Этапы разработки издательского проекта 514
Предметный указатель 522

Глава 1

Введение в экономику книгоиздания

1.1. Общие замечания

До настоящего времени экономическая наука так и не дала внятного ответа на вопрос: чем, собственно, занимается наука экономика? А если такой ответ и появляется, то каждый раз он отражает лишь одну из множества точек зрения на существо вопроса.

Проблема в том, что сущность экономики как науки сегодня часто связывают не с собственно предметом исследования, а с так называемым экономическим подходом к подобного рода исследованиям. Такой «экономический подход» ко всему называют *экономическим империализмом* (см. СИП), то есть практикой распространения методов и идей экономической науки буквально на все сферы человеческого бытия. При этом сам предмет исследования может быть чем угодно, если он, так или иначе, связан с поведением человека и институтов: семейный бюджет, масштабы домостроения в период ипотечного кризиса, политика государства в сфере книгоиздания или объёмы экспорта продукции машиностроения в страны Латинской Америки. Учёные анализируют процессы, происходящие в этих сферах, и изучают влияние этих процессов на жизнедеятельность индивидов, фирм, общества и государства.

При таком подходе экономика — это «наука, изучающая поведение участников процесса хозяйственной деятельности»[1], то есть это наука, изучающая образ взаимодействия индивидов и экономических институтов с окружающей средой, изменение их поведения под влиянием внешних и внутренних факторов в условиях прежде всего ограниченности ресурсов любого рода.

Основа такого подхода выглядит порой вполне убедительно: действительно, любые ресурсы ограничены в том или ином смысле, отсюда эффективность деятельности определяется рациональностью выбора участниками путей их использования и эффективностью применяемых технологий. И тогда экономика есть наука о путях получения максимального результата при ограниченных ресурсах путём рационального выбора — рационального экономического выбора.

Даже теория такая есть — теория рационального экономического выбора, один из поздних авторов которой *Гэри Стенли Беккер* стал лауреатом Но-

[1] *Липсиц И.В.* Микроэкономика. Макроэкономика: учебник. — М., 2018. — С. 15.

белевской премии по экономике в 1992 г. («за распространение сферы микроэкономического анализа на целый ряд аспектов человеческого поведения и взаимодействия, включая нерыночное поведение»). Эта теория является фактически базовой для современной экономической теории и некоторых смежных дисциплин (отдельные направления политической науки, теории принятия решения, социологии, истории и права).

Суть рационального выбора при принятии решения можно описать следующим образом: некто *A* ни при каких обстоятельствах не выберет решение *X*, если в то же время ему доступно решение *Y*, которое с точки зрения этого *A* предпочтительнее решения *X*. Из этого следует, что рациональности присущи индивидуальный характер, ограниченность и субъективность, то есть то, что является прерогативой каждого индивидуума.

Здесь рациональность понимается как максимизация полезности действий индивидов в пределах тех ресурсов, которые имеются в их распоряжении, в пределах того знания, которыми они располагают, и в рамках определённого уровня ожиданий в отношении изменений внешней среды (прежде всего — действий партнёров). А поскольку выбор основывается на собственных интересах индивидуумов и определяется ими, то в принципе неважно, что является предметом исследования, важно понять «поведение человека с точки зрения отношений между его целями и ограниченными средствами, допускающими альтернативное использование»[1]. Значит, экономику можно рассматривать как совокупность индивидуумов с их рациональностью и эгоизмом. Так и рассматривает экономику наиболее распространённая сегодня *неоклассическая экономическая теория* (см. СИП), и вывод, который из всего этого она делает, — оставьте рынок индивидууму, не вмешивайтесь (это — государству), и всё будет хорошо.

Между тем при выполнении этого условия (невмешательство государства) «хорошо», как правило, не бывает. Более того, если хорошенько разобраться и учесть опыт развития рыночной экономики, которая в относительно развитом состоянии (в смысле наличия её родовых признаков — право частной собственности, частная хозяйственная инициатива, рыночная организация распределения ограниченных ресурсов) существует с XVIII в., мы увидим, что выполнение этого условия невозможно в принципе. Хотя бы потому это невозможно, что значительная доля экономических задач не может быть решена без использования нерыночных механизмов государственного регулирования (в частности, в сфере трудовых отношений,

[1] *Роббинс Лайонел*. Предмет экономической науки: THESIS. Теория и история экономических и социальных институтов и систем: альманах. — М., 1993. — Вып. 1. — С. 18.

налогообложения, денежного регулирования, антимонопольной деятельности и пр.).

Можно сказать, что принципиально важной составляющей в науке экономике является именно соотнесение поведения государства и общества в их совместной экономической деятельности, поскольку *государство* (см. СИП) и *общество* (см. СИП) — понятия не совпадающие. Государство — это элемент общества, его политическая составляющая, которая, конечно же, играет в обществе главенствующую роль, но тем не менее не подменяет собой общество. По отношению к обществу государство играет роль как бы средства управления, средства обеспечения функционирования самого общества. Абсолютизируя ту или иную грань отношений государства и общества в сфере экономики (свободный рынок или диктатура государства), мы рискуем вовсе утратить понимание процессов, присущих реальной экономике. Отметим только, что базовым требованием рыночной экономики по отношению к государству было и остаётся требование свободы получения прибыли для частных собственников.

При этом, согласно той же неоклассической экономической теории, рыночная экономика наиболее эффективна при условии её прозрачности, поскольку экономические ресурсы распределяются максимально разумно лишь при наличии доступной, полной и достоверной информации. Но сам бизнес совсем не стремится к прозрачности, наоборот, он всячески ей препятствует, что вполне объяснимо, ведь в условиях прозрачности и конкурентных рынков бизнес практически лишается возможности роста, а его прибыль сокращается вплоть до нуля. Таким образом, при отсутствии регулирования рыночная экономика утрачивает и прозрачность, и конкурентность. Для компенсации тенденций такого рода государство обязано выступить в роли регулятора, чтобы обеспечить и прозрачность, и конкурентность рыночной среды.

Экономическая наука в её современной интерпретации изучает преимущественно одну область экономики — потребление. Во всяком случае, доминирующая сегодня неоклассическая экономическая школа главное внимание уделяет именно вопросам обмена и потребления, игнорируя в значительной мере другую важнейшую область экономики — производство. В известной мере такой подход закономерен, поскольку рынок — это прежде всего площадка для обмена между покупателем и продавцом имеющимися в наличии товарами и услугами. Но ведь прежде, чем товары и услуги смогут быть предложены рынку, они должны быть произведены или иметь возможность быть предоставлены (услуги) в нужный момент.

Государство как раз и заинтересовано в том, чтобы и товары, и услуги могли быть представлены на рынке в полном объёме и ассортименте

и в надлежащий момент времени, вне зависимости от их рыночной выгоды для производителя, ведь **государственный интерес** — это прежде всего комплекс сбалансированных потребностей личности и общества. Государство предназначено для того, чтобы обеспечить надёжное функционирование присущей ему общественной системы, что подразумевает наличие системы мер, регулирующих отношения государства в лице власти и индивида, в том числе и индивида — частного собственника.

В то же время **частный интерес предпринимателя** заключается в том, чтобы сам процесс обмена на рынке приносил ему максимальную выгоду.

Чувствуете разницу? Интерес в производстве у одной стороны (у государства) и интерес в максимизации результатов обмена у другой (у частного производителя).

В этой связи *отношения между государством и предпринимательством могут быть признаны приоритетными при определении предмета экономики как науки*. Учитывая при этом, что в наиболее явном виде эти отношения проявляются в экономической деятельности, она, эта деятельность, и является предметом экономики с точки зрения её существа. То есть производство благ и услуг, а значит — ресурсы и технологии и их распределение есть предмет рассмотрения экономической науки, а не вообще всё, что нас окружает и с чем мы живём в этом мире.

Эти выводы относятся и к сфере книгоиздания.

1.2. О книге и книгоиздании

Что такое книгоиздание как вид деятельности? Самое распространённое определение: *это деятельность по подготовке к выпуску или подготовка и выпуск книжной продукции в печатном или электронном виде*. Это правильно, конечно, но это определение говорит нам лишь о внешней, не сущностной стороне книгоиздания, характеризует лишь процесс создания книги как товарного продукта, то есть продукта, подготовленного к продаже. Такое и подобные ему иные определения не содержат главного отличительного признака книги, позволяющего отнести книгу к интеллектуальному продукту, а книгоиздание как вид деятельности — к интеллектуальной деятельности.

Книга — «важнейшая исторически сложившаяся форма закрепления и передачи во времени и пространстве многообразной информации в виде текстового и (или) иллюстративного материала»[1] — вот её отличительный от иных товарных продуктов признак.

[1] Книга: энциклопедия. — М., 1998. — С. 299.

О книге *Станислава Лема* «Фантастика и футурология» один из критиков заметил: «...это систематизированный широкий поток информации, собранный воедино. Без него нам пришлось бы всё это выискивать в многочисленных, тематически разрозненных энциклопедиях»[1] (сегодня добавили бы: «...и в Интернете»). Вполне можно отнести это мнение и к книге как таковой, именно книга — это *систематизированный* (!) поток информации. Хотя надо не забывать при этом, что информация не тождественна знанию, а книга не является только носителем информации. Книга — носитель знания, ведь знание есть результат познания, отражённый в сознании людей, который может быть зафиксирован на материальном носителе.

Знание (см. СИП) основывается на информации и на всякого рода данных, но оно не сводится к ним. И хотя в юридической практике *интеллектуальная деятельность* (см. СИП) не считается материально-производственной, поскольку не завершается изготовлением вещей в конечном виде, книгоиздание может рассматриваться именно как интеллектуальная деятельность, то есть деятельность мыслительная, познавательная и творческая. И для этого есть веские основания.

Действительно, ведь результат интеллектуальной деятельности автора не остаётся только лишь в духовной, мыслительной сфере, в том или ином виде он переносится в материальную сферу — закрепляется на каком-либо материальном носителе, то есть, создаваемый как продукт духовный, он, так или иначе, фиксируется как продукт материальный, вещественный. Сам же процесс книгоиздания представляет собой процесс трансформации *авторского оригинала* (см. СИП), который может быть изначально представлен в любом виде — от рукописных набросков в записной книжке писателя до объёмного файла на USB-флеш-накопителе — в *издательский оригинал* (см. СИП), тиражируемый затем в виде книги различными способами полиграфии. При этом зафиксированный, например, на бумаге результат интеллектуальной деятельности автора в результате издательской уже деятельности изменяется в той или иной мере не только по форме, но и по существу: изменяется текст и иные элементы авторского оригинала в ходе творческой работы редактора; формируется художественный облик авторского труда (его внешнее и внутреннее оформление); авторский оригинал приводится в соответствие установленным требованиям и нормам, в том числе в части требований и норм полиграфического производства. То есть авторский оригинал и издательский оригинал хотя и представляют собой материализацию одного и того же исходного интеллектуального продукта, но и по форме,

[1] *Прашкевич Г.М., Борисов В.И.* Станислав Лем. — М., 2015. — С. 215. — (Серия «ЖЗЛ»).

и по содержанию они не идентичны. И разница между ними измеряется мерой интеллектуального вмешательства издательства в авторский оригинал. Не зря при исчислении объёма содержащегося в книге текстового и иллюстративного материала используют понятия «авторский лист» и «учётно-издательский лист». Последний включает объём всего напечатанного в книге материала, как созданного автором, так и являющегося плодом труда не автора, а издательства.

Книга как интеллектуальный и как товарный продукт всегда есть результат интеллектуальной деятельности и автора, и издательства. Более того, книга и вне зависимости от автора может представлять собой самостоятельное произведение издательского и полиграфического искусства, как, например, издание «Евгения Онегина» с иллюстрациями *Николая Кузьмина*, выпущенное в 1933 г. издательством «Академия» и переизданное в 1974 г. издательством «Художественная литература», или «Возвращение пушкинской Русалки» с иллюстрациями *Михаила Шемякина*, изданное Государственным Пушкинским театральным центром в Санкт-Петербурге в 1998 г., или двухтомник *Евгения Немировского* «Книги, изменившие мир», выпущенный пятигорским издательством «Снег» совместно с Российской государственной библиотекой в 2015 г.

Возвращаясь к мысли о том, что расхожие определения книгоиздательской деятельности не отражают существа её как деятельности интеллектуальной, рискнём предложить иное толкование этого понятия: **книгоиздательская деятельность** — *это форма созидательной интеллектуальной и материально-производственной деятельности, целью которой является расширение основанных на знании человеческих возможностей посредством подготовки и выпуска печатной и (или) электронной книги*.

Это определение, по крайней мере, включает предназначение конечного продукта книгоиздательской деятельности как носителя знания и действенного средства познания.

Таким образом, основанием книгоиздательской деятельности является производство средства познания мира — книги, а предметом экономики книгоиздания — *деятельность* по производству книг, которая включает в себя все аспекты экономической деятельности — производство, торгово-закупочную, инновационную и финансовую деятельность, а также коммерческое посредничество. Мы здесь повторяем эту очевидную мысль только для того, чтобы подчеркнуть: предметом экономики книгоиздания является *не экономический подход* к рассмотрению поведения участников процесса книгоиздания, *а собственно экономическая деятельность*, конечный про-

дукт которой есть книга. При этом поведение участников процесса является лишь одним из факторов влияния, которое к тому же плохо поддаётся формализации и, соответственно, измерению, отчего учёт и оценка этого фактора находятся преимущественно в сфере субъективного.

И ещё одно замечание по поводу того, что такое экономика книгоиздания. Мы согласились с тем, что книга — продукт интеллектуальный и книгоиздание — деятельность интеллектуальная. Что же является основой того и другого? **Интеллектуальная собственность**, конечно, — *результат мыслительной деятельности, зафиксированный на каком-либо материальном носителе*. Правом на интеллектуальную собственность пользуется в той или иной мере и тем или иным способом и автор, и издатель. То есть результат интеллектуальной деятельности и право на него становятся, так или иначе, объектами гражданского оборота — объектами товарооборота. Права на интеллектуальную собственность — это тот ресурс, который издательство приобретает и использует для обеспечения собственного функционирования как экономического субъекта. Таким образом, *экономику книгоиздания можно рассматривать и как науку о том, как экономически эффективно использовать результат интеллектуальной деятельности*.

Можно заметить при этом, что в современной практике для издательства отсутствует возможность правовой защиты собственной доли участия в создании книги. Нет независимой от авторского права системы права, которая бы охраняла и тем самым снижала риски, связанные с инвестициями в издательские проекты, с их реализацией и маркетинговым обеспечением.

Общая экономическая теория (экономика) включает изучение экономических систем в целом (история экономических учений, экономическая теория, теория рынков и др.), экономическую практику в её отдельных функциональных проявлениях (маркетинг, финансы, труд, бизнес и др.) и, наконец, закономерности производства, присущие отдельным отраслям (экономика строительства, сельского хозяйства, транспорта и др.). Таким образом, особенности производства, присущие отдельным отраслям, формируют для них и специфические экономические отношения.

К отраслевой составляющей экономики относится и **экономика книгоиздания**, то есть по своему статусу в экономике её следует отнести к отраслевой экономике, а рынок книжной продукции — к отраслевым рынкам. Это важно, в том числе и потому, что в рамках микроэкономики обычно рассматривается рынок совершенной конкуренции, который с реальной экономической практикой имеет мало общего.

Рассматривая книжный рынок с позиций теории отраслевых рынков, мы будем иметь возможность в известной мере актуализировать наши рассуждения применительно к рынку монополистической конкуренции, каковым книжный рынок и является.

Как специфическая сфера деятельности, **книгоиздание** представляет собой разветвлённую систему взаимодействующих субъектов рыночной экономики, для которых предметом экономического и в известном смысле идеологического и социального интереса является книга. Как могут складываться эти отношения?

Оскар Дистел, бывший председатель совета и глава администрации крупнейшего коммерческого издательства «Бентам Букс», так описывает один из критериев издательского менеджмента: *«Это атмосфера всеобщей увлечённости персонала, всеобщей взволнованности, энтузиазма, чувства сопричастности каждого члена коллектива к каждому издательскому проекту»*[1]. То есть чувственность самого процесса создания книги является важной его составляющей, что вполне увязывается с трактовкой книгоиздания как своего рода искусства. А вот Леонард Шацкин, в прошлом вице-президент крупных американских издательских компаний «Даблдей», «Макмиллан», «Макгроу-Хилл», эксперт в области издательского бизнеса и книготорговли, высказывает некоторые опасения, связанные с развитием книготорговых сетей и увеличением их влияния на издательскую политику, что входит в противоречие с творческими основами книгоиздания: *«Анализируя перспективы книготорговых цепей, надо думать не только о более высокой их экономической эффективности. Следует учитывать и коммуникационный аспект книжной торговли, её роль в распространении идей и знаний. Не желая этого, книготорговые цепи, осуществляя свою политику закупок, несут потенциальную угрозу свободе распространения информации. Рост их роли за счёт независимых магазинов может снизить эффективность книги как средства коммуникации. Можно представить себе такой экстремальный вариант, когда одна цепь будет контролировать все магазины Америки, а в этой цепи один работник будет решать, какие книги закупать и предлагать покупателям, а какие — нет. Тогда те названия, которые он отвергнет по каким-то причинам, просто не смогут быть изданы»*[2].

Несмотря на то что речь здесь идёт об американском опыте, для нас это положение не менее актуально, поскольку наш рынок развивается по тем же, что и в иных странах с рыночной экономикой, законам, хотя и с по-

[1] Книгоиздательский бизнес: сб. статей / пер. с англ. Б.В. Ленского. — М., 1993. — С. 360.

[2] *Шацкин Л.* Математика книготорговли. — М., 2001. — С. 96.

правкой на нашу экономическую, политическую и социальную историю, а в более широком смысле — на *ментальность* (см. СИП) активного населения страны. Возникает естественный вопрос: возможны ли в издательском коллективе атмосфера всеобщей увлечённости персонала, всеобщей взволнованности, энтузиазма и т.д., если собственно издательскую политику, а значит, и направления сосредоточения усилий издательского руководства и коллектива в целом будут определять не их взгляды и пристрастия, а банальный выбор торговца? Иными словами, нужна ли будет чувственная составляющая книгоиздания, если ориентированный на оплаченный покупательский спрос книготорговец, в конце концов, будет, следуя диктату потребительского спроса, определять и то, что будут покупать покупатели, и то, что будут издавать издатели? Тогда при чём здесь издатель?

Можно представить себе и ситуацию, при которой издательства существуют лишь как производственные придатки книготорговых структур и их продукция служит не для формирования книжного рынка и воздействия на умы и сердца читателей, а лишь для удовлетворения потребности торговли в увеличении и ускорении оборачиваемости капитала. Возможно ли это? Теоретически, наверное, да, но всегда надо учитывать то обстоятельство, что книга есть продукт интеллектуальный, а значит, влиять на книгоиздание будут не только участники процесса создания книги и продвижения её к читателю, но и читатели книги, потребители, а это слишком разнополярный мир, чтобы подчиниться требованиям лишь одного субъекта, пусть даже и такого влиятельного, как торговля.

Таким образом, мы всё же исходим из того, что и история развития книгоиздания в предшествующие периоды, и нынешняя ситуация оставляли и оставляют за издателями право и возможность формировать и реализовывать собственную издательскую политику.

1.3. Некоторые фундаментальные проблемы

Нынешняя человеческая цивилизация — это цивилизация потребления, цивилизация продаж, цивилизация рынка, где продаётся всё: от еды для поддержания жизни человека до ещё не родившихся идей для поддержания существования самой человеческой цивилизации. В рамках этой цивилизации трудно продать лишь то, что по тем или иным причинам в тот или иной момент времени не востребовано человеком: утоливший жажду не станет в очередь за стаканом воды, а насытившийся — за очередным бутербродом. *Карл Менгер* — один из основателей *австрийской экономической школы* (см. СИП) — охарактеризовал эту ситуацию следующим образом: когда че-

ловек пресытился чем-либо, любая следующая единица этого блага обретает для него нулевую ценность[1].

Отсюда, кстати, следует, что всё ещё продолжающееся развитие цивилизации на рыночных основаниях означает отсутствие до сих пор наступления этого самого момента пресыщения. То есть ненаступление момента пресыщения в ходе потребления уже произведённого материального и духовного продукта есть главный стимул развития человеческой цивилизации, побуждение к дальнейшей деятельности в целях удовлетворения всё новых и новых человеческих потребностей. И надо полагать, что в случае если пресыщение когда-нибудь всё-таки наступит, то это будет означать и конец человеческой цивилизации в том виде, в каком она существует сегодня. И это будет уже другая цивилизация. Уже идут разговоры о некоем третьем пути, не связанном жёстко с неограниченным и довлеющим над миром постоянным ростом потребления[2].

Банальностью будет сказать, что идеологией свободного рынка является жадность. Это давно уже как бы само собой разумеется, поэтому об этом давно и не говорят прямо. Один из первых теоретиков капитализма *Адам Смит* в своём трактате «Исследование о природе и причинах богатства народов» фактически заявил о том, что «алчность — благо, что, обогащаясь, я приношу пользу всем, а не только себе. Эгоизм — высшая форма альтруизма»[3]. Так что, по мнению одного из основателей теоретической экономики, для экономической деятельности жадность — это, оказывается, ещё и бескорыстие в заботе о благополучии других.

Стоит отметить, что эта банальная мысль о жадности как основе рыночных отношений абсолютна. То есть история развития рынка не знает в этом смысле исключений ни во времени, ни в пространстве. И если в основе любой идеологии лежит некая единая система идей и взглядов, то *для общества рыночной экономики такой системой идей и взглядов, такой идеологией является именно жадность — гипертрофированное желание владеть и потреблять*. Убедительной иллюстрацией тому уже в наше время служит гиперконцентрация богатств у сверхмалой группы населения планеты. По результатам исследований независимой международной организации Oxfam, в 2016 г. активы 1% богачей (люди с активами от 760 тыс. долларов; таких в мире 73 миллиона человек) сравнялись с активами всего остального человечест-

[1] См. *Менгер К.* Избранные работы. — М., 2005. — С. 135–138.

[2] См. *Антонович Е.Н.* Третий путь развития. — СПб., 2007; *Чабанов В.Е.* Экономика XXI века, или Третий путь развития. — СПб., 2007.

[3] Цит. по: *Харари Юваль Ной.* Sapiens: краткая история человечества. — М., 2017. — С. 369.

ва. Из их числа 62 самых богатых человека являются владельцами половины всего мирового достояния[1].

Ведущиеся в обществе дискуссии о причинах подобного чудовищного разделения и о возможных путях решения этой проблемы заведомо бесплодны, поскольку такое положение вещей жёстко детерминировано (обусловлено) самой сутью капиталистических отношений в рамках рыночной экономики, основанной на абсолютизации частной собственности и индивида.

Кстати сказать, из этого далеко не ординарного фактического положения вещей в мировой экономике пока не сделано каких-либо выводов, каким-либо образом корректировавших бы существующие ныне экономические модели, в основании которых лежат принципы, сформировавшиеся в приснопамятные времена первоначального накопления капитала. В то же время нынешний монопольно-олигопольный мировой рынок давно забыл о совершенной конкуренции времён Адама Смита, при которой ни один продавец не имел возможности влиять на цену, а рыночные покупатели не имели представления о *монопсонии* (см. СИП). Сохраняющаяся пока ещё конкуренция, теперь уже преимущественно между огромными транснациональными корпорациями, посредством совершенных технологий манипулирования покупателем формирует и укрепляет психологию потребления материальных благ в сложившихся *обществах потребления* (см. СИП).

В силу обстоятельств, в ходе преобразований в течение теперь уже нескольких десятилетий, Россия следует по тому же пути формирования общества потребления, развиваясь на основе *рецепции* (см. СИП) при выстраивании социокультурных и экономических основ нашего общества.

В то же время обычно человеку требуется не так уж много для обеспечения приемлемых и доступных ему условий существования. Ещё в начале Средневековья, в VI в. н.э., папа *Григорий I Великий* говорил, обращаясь к пастве своей: «Пусть каждый окинет взором течение своей жизни, и он поймёт, сколь мало ему было нужно»[2]. И это притом, что *материальные потребности человека* (см. СИП) потенциально не ограничены, а сегодня практически не ограничено и материальное рыночное предложение (которое, добавим, в значительной мере и формирует сами потребности человека). Тем не менее материальные потребности ограничены всё же в возможностях их обретения в силу даже только физических пределов человека как

[1] INTERFAX.RU, 18 января 2016 г.

[2] Цит. по: *Ле Гофф Жак*. Цивилизация средневекового Запада / пер. с фр. — М., 1992. — С. 39.

биологического существа, не говоря уже о множестве социально-экономических и иных ограничительных факторах.

Между тем в принятой в рыночной экономике системе координат развитие человеческой цивилизации есть, прежде всего, следствие качественного и количественного изменения материального производства, результатом чего является постоянное возрастание производимой в мире товарной массы и её стоимости. По степени этого возрастания, собственно, и оценивают в том числе уровень развития и место отдельных государств в мировой экономике.

Произошедшая в эпоху Возрождения (XIV—XVI вв.) масштабная *секуляризация* (см. СИП) большей части сторон жизни человека привела к изменению самой *парадигмы* (см. СИП) развития человеческой цивилизации. Эмоционально охарактеризовал эту ситуацию известный французский писатель *Мишель Уэльбек*: «...христианское Средневековье было величайшей цивилизацией, художественные свершения которой вечно будут жить в людской памяти; но мало-помалу эта цивилизация потеряла преимущество, ей пришлось пойти на сделку с рационализмом, отказаться от подчинения себе мирской власти, и так, постепенно, она обрекла себя на гибель...»[1] В России секуляризация культуры произошла позже, в XVIII в., и связана она была с эпохой Петра I.

С тех пор главным вектором развития цивилизации становится постоянно растущее потребление, формирующее особый тип человеческого сознания, для которого само потребление есть и смысл, и конечная цель существования. Это означает, в том числе, что любое производство для обеспечения роста прибыли владельцев и для собственного развития должно искать пути увеличения объёмов продаж своей продукции, а значит, должно стимулировать своего потребителя. Вот почему производители постоянно и с пугающей быстротой обновляют свой *товар* (см. СИП) и его ассортимент, заставляя покупателя приобретать больше и чаще, раздвигая для этого в том числе, а то и прежде всего, психологические границы потребления. Более того, наряду со стимулированием продаж материальных продуктов, сегодня всё в большем объёме стимулируются и продажи всякого рода финансовых продуктов (акции-фьючерсы, опционы, свопы и пр.). Это обстоятельство если и не сводит саму идею удовлетворения человеческих потребностей к полнейшему абсурду, то уж во всяком случае дискредитирует её, поскольку фиктивный продукт не может быть источником потребности.

[1] *Уэльбек Мишель*. Покорность. — М., 2016. — С. 319.

Другое дело *духовные потребности человека* (см. СИП). Для них вообще вряд ли возможно установить сколько-нибудь очевидные границы потребления, поскольку нет ограничений духовному развитию человеческой личности, вне зависимости от того, что ей дано было при рождении от природы. Общепризнанным свойством или признаком духовных потребностей является безграничность процесса их удовлетворения. Роль духовности в развитии человеческой цивилизации, государства, общества и человеческого индивидуума очевидна и не требует каких-либо особых обоснований, кроме того, что бездуховное государство, как и бездуховное общество просто не могут существовать. Как заметил когда-то французский драматург *Пьер Клод Невиль де Лашоссе*: «Когда в государстве измельчали души граждан, ценность всего прочего ничтожна».

Это важное обстоятельство — неисчерпаемость духовных потребностей — должно было бы настраивать участников книгоиздательского бизнеса на оптимистический лад, поскольку книга и сегодня остаётся доминирующим средством информационной коммуникации в области духовного потребления, а значит, она должна быть востребована цивилизацией рынка, что в известной мере и подтверждается реальной практикой.

Однако в последние годы особого оптимизма среди издателей не наблюдается. Это объясняется, по-видимому, тем обстоятельством, что с каждым годом издательский бизнес становится бизнесом всё более высокого уровня рисков. Отчасти это связано с бурным развитием новых информационных технологий, продукция которых в виде всякого рода электронных устройств становится конкурентом книги как носителя информации. Правда, даже в обозримом относительно далёком будущем выполняющие роль электронной книги устройства в общем объёме продаж вряд ли будут, по оценкам экспертов, занимать более 15–20% книжного рынка в денежном его выражении. Всё же электронная книга — книга лишь «по названию». По сути же — это прямой антипод печатной книги, хотя бы потому, что электронная «книга» не имеет материальной сущности, это нули и единицы в футляре. Не называем же мы книгами всякого рода информационные табло или «бегущую строку». Но при этом надо непременно учитывать тот факт, что рыночные объёмы *электронных книг* (см. СИП) будут определяться в значительной мере не столько реальными потребностями в них, сколько аппетитами производителей «железа» или *гаджетов* (см. СИП), которые будут усиленно продвигать свой быстро изменяющийся продукт. А значит, процесс вытеснения с рынка печатной книги может быть гораздо более скорым и более масштабным, чем мы это себе сегодня представляем.

Изменяется и сам книжный рынок, и эти изменения ведут к всё более узкой сегментации издательского предложения, к существенному сокращению тиражей каждой отдельно взятой книги. Это сокращение есть следствие, в том числе, издательской политики, построенной на опасениях, на ожиданиях неудачи, что является отражением в некотором смысле мировой тенденции к снижению интереса потенциального потребителя к чтению. Хотя надо понимать, что когда мы говорим о «мировых тенденциях», то чаще всего речь идёт лишь о наших попытках оправдания собственных ошибок и неудач.

Тем не менее реально наблюдаемое снижение тиражей книг означает, что для сохранения объёмов прибыли и возможностей для собственного развития издательствам необходимо постоянно либо увеличивать ассортимент и (или) тиражи, а значит, увеличивать или хотя бы сохранять свою долю рынка, либо повышать цены. И то и другое — задачи, по разным причинам трудно реализуемые.

Применительно к России можно также сказать, что возрастание неопределённости в сфере ведения книгоиздательского бизнеса есть прямое следствие изменения самой парадигмы развития общества и государства, связанного с существенной за последние десятилетия трансформацией основ жизнеустройства людей, их мировоззрения, идеалов, ценностей и ориентации в обществе. Понятно, что все эти изменения обусловлены, прежде всего, процессами, сопровождавшими переход от плановой экономики советского периода к квазирыночной экономике современной России.

Главным следствием этого перехода для книгоиздания стала трансформация книги из преимущественно относительно независимого от массового потребителя способа «существования и движения социальной информации»[1] в товар, то есть в объект «купли-продажи, рыночных отношений между продавцами и покупателями»[2], существенно зависимым как раз от массового потребителя.

Это означает, что в рамках *рыночной экономики* (см. СИП) определяющим для издателя становится не социальная значимость книги, а её рыночная цена, то есть в конечном счёте — прибыль. В то же время следует иметь в виду также, что и в рамках любой экономической теории, и на практике само по себе установление рыночной цены на товар есть результат согласия между продавцом и покупателем. В случае с книгой этот результат непременно в той или иной мере учитывает или должен учитывать и социальную

[1] Книга: энциклопедия. — М., 1998. — С. 308.
[2] Современный экономический словарь. — М.,1996. — С. 338.

значимость книги. Хотя следует признать и то обстоятельство, что ни сам процесс установления цены, ни поведение цен, в особенности цен на *интеллектуальный продукт* (см. СИП), в рамках товарного рынка зачастую не могут быть восприняты с точки зрения здравого смысла, поскольку определяются преимущественно неформализуемыми факторами, действие которых сложно и оценивать, и прогнозировать. Ожидания производителей и потребителей, спрос, инвестиционный климат, уровень кадрового и технологического потенциала, степень креативности исполнителей и иные существенные факторы очевидным образом влияют на принятие решений в этой сфере, притом что степень этого влияния оценить в сопоставимых количественных характеристиках практически невозможно.

Учитывая сказанное, можно убедительно показать, что с точки зрения интересов развития общества и государства социалистическая или плановая экономика в значительно большей мере обеспечивала в прошлом интересы общественно или социально значимого книгоиздания, чем это способна делать современная рыночная экономика. Потому, прежде всего, что в условиях рынка большая часть социально значимой литературы либо убыточна, либо приносит минимальный доход и потому не интересна бизнесу, что особенно убедительно было продемонстрировано в начальный период формирования нового российского рынка (см. 2.3). В то же время при централизованном планировании система книгоиздания предусматривала выпуск литературы обязательно по всем тематическим направлениям и для каждой целевой аудитории, что подтверждалось закреплёнными за издательствами тематическими профилями и выделяемыми ресурсами. А централизация выпуска позволяла обеспечивать экономически оправданные тиражи даже и для узкоспециализированной литературы (табл. 1.1). Характерно, что во времена Советского Союза доля художественной литературы в общем объёме выпуска по числу названий была сопоставима с таковой в российском годовом выпуске 2020 г. (13,7% и 17,1% соответственно). Но при этом её доля по тиражу была в четыре раза (!) выше (49,7% и 12,1% соответственно), что говорит в том числе об общей направленности выпуска книг на удовлетворение запросов массового читателя.

В качестве основных факторов развития книгоиздания выступали социальные потребности, ресурсные возможности и экономическая целесообразность. Ограничителем здесь выступало фактически только ресурсное обеспечение — доступные объёмы бумаги и материалов, наличные полиграфические мощности, финансы и др.

Таблица 1.1

Выпуск литературы
по отдельным укрупнённым тематическим разделам

	СССР, 1989 г.			Россия, 2020 г.		
Литература	**Названий**	**Тираж, тыс. экз.**	**Ср. тираж, тыс. экз.**	**Названий**	**Тираж, тыс. экз.**	**Ср. тираж, тыс. экз.**
Всего	76 711	2 251 449,6	29,3	99 857	351 478,7	3,52
Техническая	20 544	186 184,0	9,1	7 690	4 083,25	0,53
Естественно-научная	8 371	57 258,2	6,8	6 115	2 538,71	0,42
Медицинская	3 267	59 431,1	18,2	4 717	6 869,74	1,46
Сельскохозяйственная	5 833	50 369,3	8,6	2 146	1 482,11	0,69
Художественная	10 536	1 118 737,9	106,2	17 076	42 628,62	2,5

Как же сделать так, чтобы издательство получало необходимую прибыль, потребитель приобретал в необходимых объёмах издательскую продукцию, а общество и государство в результате обретали необходимую информационную и духовную основу для настоящего и будущего своего развития? Очевидно, что эти вопросы порождают новые, которые отражают суть любой человеческой деятельности: что производить, как производить и, наконец, для кого производить? По всей видимости, на эти вопросы призвана в той или иной мере ответить наука, притом что в силу целого ряда причин её ответы далеко не всегда должным образом соотносятся с повседневной практикой.

Как известно, наука представляет собой ту сферу человеческой деятельности, функцией которой является производство и систематизация знаний, то есть наука в обязательном порядке включает деятельность по производству знаний. И это также означает, что наука вырабатывает и систематизирует объективные знания об окружающей действительности. Это относится к любым областям и сферам деятельности в части их научного освоения.

Для чего же полученные наукой знания используются? Для описания, объяснения и предсказания поведения тех или иных систем, функционирующих внутри этих самых областей и сфер, а также их самих.

Существует и наука экономика, которая рассматривает способы организации хозяйственной деятельности и возникающие при этом отношения по поводу производства, распределения, обмена и потребления благ, призванных удовлетворять потребности человека, общества и государства. Значит, экономическая наука и должна ответить на поставленные нами выше вопросы? Обыкновенная человеческая логика подсказывает нам, что это так. Но тут возникают проблемы.

Дело в том, что экономика как наука если и объясняет процессы, происходящие в сфере её внимания, то, как правило, постфактум, так сказать, на расстоянии минувшего времени. То есть наука экономика вырабатывает и систематизирует знания (и потому она наука), но приложение этих знаний для описания, объяснения и прогнозирования поведения систем носит зачастую проблемный характер. Особенно проблематично именно предсказание поведения экономических систем в какой-либо временной перспективе. Здесь ситуация вовсе не благополучная. Вряд ли возможно привести пример того, как в рамках той или иной экономической теории удалось описать происходящие в экономике процессы, объяснить их и на основе этого выстроить прогноз, который впоследствии оправдался бы. Правда, экономисты порой приписывают именно экономической теории лавры устроителей прогресса в технологической и производственной сфере. Например, они говорят, что «потрясающий прогресс технологий производства и проистекающее из этого увеличение богатства и благосостояния стали возможны только (подчёркнуто мною. — *Б.К.*) благодаря следованию либеральной экономической политике, которая представляла собой применение экономической теории на практике»[1].

При этом забывается, вероятно, что в то время, когда Адам Смит в 1776 г. опубликовал «Исследования о природе и причине богатства народов» — труд, который положил начало первой внятной экономической теории, в Англии уже пожинали плоды «потрясающего прогресса технологий производства». Ведь промышленная революция — это не одномоментный процесс, начало её приходится на вторую половину XVII в., а порой его относят и к более ранним периодам истории. И уж во всяком случае прогресс технологий не ждал появления объясняющих его экономических теорий. Он просто был. Правда, здесь можно вспомнить известное изречение *Иоганна Гёте*: «Самое высокое было бы понять, что всё фактическое — уже теория».

Добавляет неопределённости в восприятии экономики как науки и то очевидное обстоятельство, что экономисты различных школ и направле-

[1] *Мизес Л. фон.* Человеческая деятельность: трактат по экономической теории. — Челябинск, 2012. — С. 11–12.

ний даже первичные, базовые экономические понятия трактуют зачастую не одинаково, так что и термины в экономике не сохраняют постоянным свой смысл. Например, нет единой точки зрения (или же она эволюционирует) на сам предмет экономической науки, имеются расхождения в объяснении таких исходных *экономических категорий* (см. СИП), как заработная плата, доход, прибыль, цена и т.д.

К этому нужно добавить следующее немаловажное обстоятельство: рыночная экономика не имеет собственных законов, которые носили бы объективный и всеобщий характер и на которых выстраивалась бы вся система знаний об экономике как сфере жизнедеятельности, как сфере производства материального и нематериального продукта. Некоторые учёные вполне серьёзно говорят о том, что «95 процентов экономической теории — это всего лишь здравый смысл, которому придали сложный вид с помощью специальной терминологии и математики»[1] или «экономическая наука была и остаётся частью политики. Она никогда не была — и не станет — наукой, потому что в экономике нет объективных истин, которые можно установить независимо от политических, а часто и этических суждений»[2]. Между тем, лишь опираясь на законы, наука не только описывает и объясняет те или иные факты бытия, но и предсказывает, прогнозирует новые. Так, открытые *Иоганном Кеплером* законы движения планет позволили ему предсказать наличие двух спутников у планеты Марс и существование планеты между Марсом и Юпитером — там, где позже был обнаружен пояс астероидов. А на основе своего периодического закона химических элементов *Дмитрий Иванович Менделеев* вычислил и описал свойства трёх ещё не открытых тогда элементов — галлия, скандия и германия.

Однако всё это вовсе не отрицает экономику как науку, а означает только то, что экономическая наука обладает отличными от естественных и точных наук методами и инструментами исследований. Если же признать, что наука — это любой вид знания, получаемого посредством специальных методов и анализа фактов, то можно сказать, что экономика есть некоторая совокупность знаний. Иногда её относят даже к области искусства, идеологии или религии своего рода. Во всяком случае, в своё время экономика как самостоятельная отрасль знания возникла именно в форме искусства[3] и, как считают многие современные экономисты, не переставала им оставаться. Не зря, вероятно, некоторые учёные видят основное предназначение социальных и гу-

[1] *Чанг Ха-Джун.* Как устроена экономика. — М., 2015. — С. 8.

[2] Там же. С. 293.

[3] Древнегреческий писатель и историк *Ксенофонт* использовал термин «экономика» (домостроительство, домострой) для обозначения искусства ведения домашнего хозяйства.

манитарных наук[1] скорее в достижении некоторого уровня понимания изучаемых ими процессов, чем в их объяснении, а тем более прогнозировании.

Можно в этой связи вспомнить немецкого историка, социолога и экономиста *Макса Вебера*. Он известен своей концепцией «понимания», в которой социальные действия объясняются через толкование индивидуальных мотивов. Или, например, австрийского и американского экономиста, социолога и историка экономической мысли Йозефа Шумпетера, автора термина «методологический индивидуализм», подразумевающего метод анализа, исходной точкой которого является опять же поведение индивида, а не классов или групп людей.

Не этим ли — отсутствием у рыночной экономики объективных и всеобъемлющих законов развития, которые бы не зависели от поведения индивида — объясняется крайний индивидуализм западной цивилизации? Именно в силу этого обстоятельства восторжествовала неоклассическая экономическая теория, поставившая во главу угла непредсказуемого индивидуума.

Ради справедливости отметим, что сегодня экономисты неспроста нередко говорят об очевидном несоответствии господствующей ныне неоклассической экономической теории глобализации и свободной торговли реальному историческому опыту человечества[2] и потребностям сегодняшнего дня. (Речь в данном случае идёт, естественно, о *макроэкономике* — учении о мировом и общенациональном уровне производства и присущих ему факторах и результатах развития.)

Но экономика изучает не только процессы, происходящие на уровне общества и государства. Важнейший уровень её анализа — это *микроэкономика* — наука, изучающая поведение таких элементов, как отдельные отрасли производства и функционирующие в рамках этих отраслей предприятия и организации, товарные и финансовые рынки. Здесь-то, в конкретных отраслях и сферах деятельности, и сказываются особенности процессов, протекающих в рамках отраслевых экономик.

Вместе с тем отделить прикладные области экономики от фундаментальной её части не только затруднительно, но и в принципе невозможно. Действительно, ведь прикладные области экономики «не только использу-

[1] Напомним, что социальное знание в наибольшей степени приближено к естественным наукам и изучает законы функционирования и развития отдельных социальных сфер и общества в целом. К социальным наукам относят, например, политику, экономику, социологию, право, к гуманитарным — антропологию, науки об искусстве и культуре, историю.

[2] См., например, *Райнерт Э.С.* Как богатые страны стали богатыми, и почему бедные страны остаются бедными. — М., 2011; *Дзарасов С.С.* Куда Кейнс зовёт Россию? — М., 2012.

ют имеющийся в их распоряжении готовый фонд фактов и методов общей экономики, но и вносят в него свой вклад» (Йозеф Шумпетер). Иными словами, каждая из отраслевых экономик, которые можно рассматривать как определённую совокупность дисциплин о практических действиях в реальных хозяйствах конкретной отрасли, рассматривается как бы отдельно от глобальной экономики лишь для углубления в их специфическую проблематику, но не без учёта макроэкономических факторов. Элементарная логика подсказывает, что нельзя рассматривать поведение целого без учёта поведения составляющих его структур. И так же невозможно понять поведение структурных составляющих системы без учёта влияния на них целого, как их совокупности. То есть в реальной экономике ни один из методологических принципов, отдающих приоритет либо индивиду, либо социальной системе, частному либо общему, не работает автономно.

1.4. Методы изучения

Только что мы отметили, что экономическая наука обладает отличными от естественных и точных наук методами и инструментами познания. Особость в этом смысле экономической науки связана, прежде всего, со спецификой предмета, которым она занимается и который к тому же понимается неоднозначно. Тем не менее пути к ответам на вопросы или методы познания экономических реалий в сфере книгоиздания вполне очевидны, по крайней мере на уровне практики, — это традиционные методы исследования, выработанные наукой на протяжении длительного времени, начиная со времён Аристотеля — основателя формальной логики. К их числу относятся методы:

— эмпирический;
— статистический;
— причинно-следственных связей;
— экономико-математический, или эконометрика;
— функциональный и моделирование.

Не все они, конечно, востребованы в равной мере, но с развитием и усложнением книжного рынка и, соответственно, с развитием и усложнением рыночных отношений между участниками каждый из этих методов познания в той или иной мере становится инструментом практики.

В отличие от точных наук, **эмпирический метод**, при использовании его в книгоиздании, опирается преимущественно не на эксперимент, что в общем-то является основой этого метода, а на наблюдение за событиями, происходящими в сфере книгоиздания, и на последующую интерпретацию результатов наблюдения.