



УДК 002.2

ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ПОЛИТИКА В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

© Б. А. Кузнецов, МГУП, Москва, Российская Федерация

У статті проаналізовано динаміку книжкового ринку останніх років, розкрито механізми формування видавничої політики на основі перспектив ринку, що відповідають потребам розвитку країни, особливо в частині учбової і пізнавальної літератури, а також наукової книги.

The author analyses the dynamics of the development of the book market for the last years, describes the mechanisms of development of the publishing policy on the basis of the market perspectives corresponding to the requirements of the country development especially regarding studying and informative literature as well as scientific books.

Издательская политика, как проводимая издательским предприятием генеральная линия действий, как система мер в области экономики, финансов и тематического планирования, реализуемая для достижения экономической эффективности деятельности, определяется, в том числе, условиями существования и развития самого рынка книжной продукции. Не в последнюю очередь эти условия формируются под воздействием государства, которое на разных этапах развития нового российского рынка, иногда вынужденно, по причине возникновения внутренних угроз, а порой в силу неожиданно возникающего субъективного фактора, обращает внимание на одну из существенных составляющих развития общества и государства — на книгоиздание. Оценки результатов подобного внимания и его необходимости вообще могут быть различны, но

нельзя не признать, что протекционизм со стороны государства, как правило, благотворно сказывался и сказывается ныне на общей ситуации в книгоиздательской отрасли, хотя подобная оценка может быть принята с некоторыми обязательными оговорками.

Здесь необходимы некоторые пояснения. Прежде всего, надо разделить функции и обязанности государства, если таковые имеются, и собственно рынка в решении задач развития той совокупности предприятий, организаций и производств, что составляют отрасль книгоиздания. В свое время американский экономист австрийского происхождения, нобелевский лауреат по экономике 1974 г. Фридрих Хайек (1899-1988), вслед за философом Давидом Юмом (1711-1776) объяснял величие Англии XVIII века «именно ограничениями на вмешательство в дела собственнос-



КНИГОЗНАВСТВО

ти, налагаемыми на правительственную власть»¹. То есть, государственная политика должна быть максимально отстранена от решения задач конкретного участника товарного рынка, тогда, по мнению Хайека, за счет конкуренции «повышается постепенно наша эффективность»². Однако, насколько применимо это положение, активно поддерживаемое в России с начала 90-х годов, к книгоизданию?

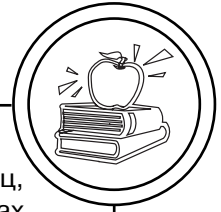
Государственная политика есть совокупность принципов, норм и деятельности по осуществлению государственной власти, реализуемой в целях выживания, обеспечения существования и безопасности граждан. Некоторое время, на начальном этапе формирования рыночной экономики в России, необходимости в прямом воздействии государства на такой рыночный продукт, как книга, не возникало. Более того, книгоиздание традиционно было стабильной статьей дохода для государственного бюджета и не требовало для своей поддержки мер экономического и финансового характера. Хотя, естественно, как сфера общественной деятельности, книгоиздание функционировало и функционирует в условиях, формируемых государством для всех участников рынка. Положение изменилось в начале 90-х годов. Принятые в это время некоторые меры по поддержке книгоиздания (Указ Президента РФ Б. Н. Ельцина от 20 февраля 1992 г.

«О дополнительных мерах правовой и экономической защиты периодической печати и государственного книгоиздания»; Постановление Правительства РФ за № 495 от 16 июля 1992 г. «О мерах правовой и экономической защиты периодической печати и государственного книгоиздания»), в том числе начало функционирования Федеральной целевой программы книгоиздания, были вызваны реальной угрозой таким важным сегментам книжного рынка, как учебная и детская литература. Впервые за много лет в школах, вузах и иных учебных заведениях стала ощущаться острая нехватка учебной литературы. И если в общеобразовательной школе ситуация как-то выдерживалась в связи с сохранением централизованных закупок и поставок школьных учебников федерального комплекта, то в иных учебных заведениях и с иной учебной литературой ситуация складывалась критическая. Выпуск учебной литературы для всех форм образования сократился за 1989-1992 гг. почти в половину по числу названий, а по тиражу более чем на четверть. Очевидно, это стало следствием либерализации цен начала 90-х годов. Но не только. Существовала еще и непонятно на чем основанная уверенность в безграничных возможностях рыночного саморегулирования. Но, как отмечает известный в книгоиздании экономист Ю. А. Горшков, надежды на равное разви-

¹Хайек Ф. А. Пагубная самонадеянность / Хайек Ф. А. — М., 1992. — С. 62.

²Там же, С. 38.

КНИГОЗНАВСТВО



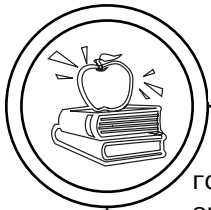
тие рынка не оправдались: «Государственные предприятия, задействованные на выпуске трудоемкой и капиталоемкой социально значимой литературы, оказались в условиях ресурсного «шока»³. Так что принятые меры по поддержке книгоиздания были вынужденными. В какой-то степени они сглаживали противоречия рынка, проистекающие из его способности относительно регулировать лишь прибыльные свои сегменты. Таким образом, уже на начальном этапе формирования книжного рынка было убедительно продемонстрировано различие функций государства и субъектов рыночной экономики в решении задач развития самого рынка книжной продукции. В том смысле, что занятые решением задачи получения максимально возможной прибыли на конкретном, обеспечивающем ее, сегменте рынка, издатели не в состоянии (и не должны) заботиться о сохранении и развитии тех его составляющих, которые по тем или иным причинам становятся проблемными. Формирование условий для заинтересованного и эффективного присутствия на рынке издателей, которые заняты выпуском низко rentабельной, а то и убыточной, но социально значимой литературы — функция государства и общества. В данном случае мы рассматриваем государство,

как совокупность органов и лиц, сосредоточивших в своих руках экономическую власть, принимающих экономические решения в государственном масштабе, а общество — как совокупность граждан страны, с их историей, интересами, потребностями, желаниями, убеждениями, поведением, психологией. К социально значимым изданиям мы относим литературу, имеющую важное значение для государственных и общественных нужд, не приносящую, как правило, прибыли издателю⁴.

Понятно, что интересы государства и общества не идентичны, но в случае заинтересованности в обеспечении собственного развития — вполне коррелируемы. В том числе, если речь идет о сохранении и развитии основной формы закрепления и передачи знаний — о книге, альтернативы которой в плане исполнения этой ее основной функции до настоящего времени нет, даже учитывая бурное развитие информационных технологий. Возможности государства здесь значительны, а если государство начинает отождествлять себя с обществом, как это происходит в сегодняшней России, то эти возможности становятся едва ли не абсолютными и, во всяком случае, определяющими. Подтверждением тому может служить тот факт, что и ранее, бла-

³Горшков Ю. А. Демонполизация государственного книгоиздания России: стратегия, этапы и оценка политики, 1992-1995 гг. / Горшков Ю. А. // Проблемы полиграфии и издательского дела. — 2004. — № 3. — С. 142.

⁴Отчет о научно-исследовательской работе «Цены книжного рынка: проблемы и способы их решения». — М. : Российская книжная палата, 1998.



КНИГОЗНАВСТВО

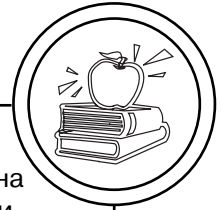
годаря, например, льготному экономическому режиму, в котором российское книгоиздание функционировало во второй половине 90-х годов прошлого столетия и в начале нового века, оно относительно безболезненно перенесло все серьезные кризисы этого периода. И созданы были эти условия не благодаря, а вопреки реальной рыночной ситуации (т.е. не самим рынком), в результате принятия закона «О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания Российской Федерации» от 1 декабря 1995 г. № 191-ФЗ и постановления Правительства Российской Федерации «О федеральной целевой программе «Поддержка государственной полиграфии и книгоиздания Российской Федерации» от 12 октября 1995 г. № 1005. По крайней мере, позже это позволило издателям преодолеть очередной кризис 2002 года, связанный с введением 10 %-ого налога на добавленную стоимость на издательскую продукцию.

Нельзя не отметить при этом, что особенностью книги, как интеллектуального продукта, является ее глубоко национальный (в смысле — государственный) характер. Для удовлетворения нужд развития государства и общества книга может быть произведена только внутри страны, ее невозможно импортировать, как прочие товары народного потребления. Причем, это касается как отечественной, так и переводной книги, поскольку определяющим фактором особенности книги как интеллектуального и товар-

ного продукта является язык. У российской книги нет конкурента на внешнем рынке. В то же время, книга всегда будет востребована рынком внутри страны. Эта особенность книги, как товара, определяет в значительной мере экономическую стабильность книгоиздания, как сферы предпринимательской деятельности. Так что, не только меры государственной поддержки сыграли и играют сегодня роль в сохранении и развитии книгоиздания. Вопрос в том, какие и какого уровня ожидания участников рынка могут быть удовлетворены субъектами рыночной экономики, а какие — нет. Притом, что к участникам рынка относятся и конкретный производитель, и государство, и общество.

На поставленный вопрос ответить сложно, если не вообще невозможно. Дело в том, что каждый производитель на рынке действует в условиях неопределенности и ожидания каждого соответствуют лишь его собственному знанию и собственному ощущению ситуации. Относится это и к государству, как совокупности организаций, наделенных правом и обязанностью устанавливать и защищать обязательные для всех участников рынка условия экономической деятельности. Таким образом, определить уровни ожидания участников рынка нельзя, но можно представить себе направленность изменений, характерных для конкретного периода развития рынка, и оценить возможные их последствия для каждого из участников.

КНИГОЗНАВСТВО



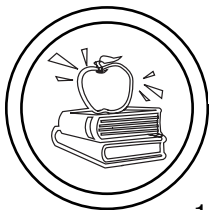
Особенности, присущие конкретному этапу развития рынка, определяющим образом будут влиять на принятие решений при формировании издательской политики того или иного издательского предприятия. С другой стороны, продукт книгоиздания — книга, сама является средством массового воздействия, и в силу этого сама способна оказывать влияние на процессы, формирующие не только книжный и иные рынки, но и социально-экономические условия развития общества. Достаточно назвать в этой связи «Математические принципы» Ньютона, «Энциклопедию» Д'Аламбера и Дидро или «Происхождение видов» Дарвина, «Капитал» Маркса ... — книги, изменившие мир. То есть, издательская политика, реализуемая в книге, в известном смысле является влиятельным фактором развития государства и общества, способным оказывать воздействие на положение дел в науке, культуре, образовании, иных сферах деятельности. В этом особенность книги, как интеллектуального продукта.

Обозначенные взаимосвязи и взаимообусловленности в той или иной мере объясняют динамику книжного рынка последних лет или направленность изменений: увеличение числа названий издаваемой литературы при сохранении и даже сокра-

щении совокупного тиража на фоне сохраняющегося дефицита платежеспособного спроса. Книгоиздание на себе испытывает последствия вялотекущих процессов в реальной экономике и кардинального изменения приоритетов в целеполагании личности в современном российском обществе. Напомним, что за период с 1991 г. по 2007 г. суммарный тираж издаваемых в России книг и брошюр сократился⁵ с 1,6 млрд экз. до 667 млн экз. При увеличении числа названий с 34 тыс. названий до 109 тыс. средний тираж одного названия уменьшился с 48 тыс. экз. до 6,1 тыс. экз. За это же время средний тираж научной книги сократился с 3220 экз. до 492 экз., учебника для вузов с 5215 до 1127 экз., научно-популярной книги — с 73700 до 7948 экземпляров. Это, по всей видимости, и есть то самое приведение в соответствие спроса и предложения, которое является неизбежным следствием рыночных отношений. Как пишет президент книготорговой компании ООО «Топ-книга» Георгий Лямин «Если эта тенденция сохранится (скорость падения совокупного тиража книжных изданий — Б. К.), то уже примерно к 2025 году совокупный тираж книг, изданных в России, гипотетически может приблизиться к нулевой отметке»⁶.

⁵Статистика по книжным изданиям приводится по статистическим сборникам Российской книжной палаты «Печать Российской Федерации в 2006 году» и публикации итогов 2007 года в газете «Книжное обозрение» («КО» № 10, 2008).

⁶Лямин Г. Апокалипсис сегодня / Лямин Г. //Кн. Обозрение. — 2007. — № 10-11, PRO, С. 2.



КНИГОЗНАВСТВО

В 2007 г. в России проживало 142,2 млн человек⁷ (в 1991 г. — 148,3), из которых 74,2 млн составляли экономически активную его часть (занятые общественно полезной деятельностью, приносящей доход, к ним не относятся учащиеся), в том числе, по оценочным данным, около 600 тыс. ученых. В 1991 г. в 514 вузах обучалось 2,8 млн студентов, в 2007 — в 1090 вузах — 7,3 млн студентов. То есть, в 1991 г. на одного жителя страны приходилось 10,8 книги, а на одного студента вуза — 6,8 учебника, в 2007 г. — 4,7 книги на одного жителя и 3,7 учебника на одного студента. Кроме того, в общеобразовательной школе в 1991 г. обучалось 20,3 млн учащихся, на каждого из которых приходилось по 9,9 учебных издания и 8,2 научно-популярного издания, в 2007 г. — 14,4 млн учащихся и на каждого 10,7 учебных изданий и 1,0 научно-популярная книга. И еще. Численность научных работников (включая научно-педагогические кадры вузов) в 1991 г. составляла 0,6 млн человек, на одного научного работника приходилось 41 научное издание, а в 2007 г. (при оценочно тех же 0,6 млн ученых, хотя такая оценка и вызывает некоторые сомнения, поскольку, например, если в 90-х годах научные исследования вели 38 % преподавателей вузов, то сегодня — лишь 16 %) — 17 книг.

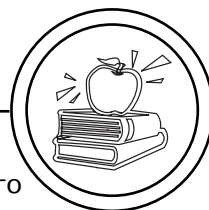
Для полноты картины, отметим также, что в 2007 г. средняя

начисленная по Российской Федерации заработная плата по данным Федеральной службы статистики составила 10633,9 руб. Зарботная плата научного работника (также в среднем) не превышает 20000 рублей. Та же Федеральная служба статистики приводит данные по цене учебных книг для общеобразовательной школы (февраль 2008 г. — 119,9 руб.) и книг детективно-приключенческого жанра (январь 2008 г. — 131,38 руб.). В то же время в прайс-листе торговой фирмы «Академкнига» средняя цена 28 новинок научной книги в марте 2008 г. составила 307,11 руб. Средний гражданин может, наверное, позволить себе потратить 3-4 % собственного дохода при условии его достаточности для решения иных, более насущных, проблем собственного существования. Относится ли это к среднестатистическому ученому, студенту, школьнику?

Сами по себе цифры лишь в той или иной мере характеризуют качественную картину и всегда могут быть интерпретированы в угоду толкователя. Но все же очевидно изменилась (и существенным образом), так сказать, обеспеченность определенных значительных групп населения книжной продукцией. Цифры же приведены здесь для того только, чтобы можно было ощутить эти самые «много» или «мало», когда мы говорим о книжном рынке и насыщенности отдельных его сегментов. Хо-

⁷Статистика по численности населения и отдельных групп приводится по данным Федеральной службы статистики [Электронный ресурс] — Режим доступа : <http://www.gks.ru>.

КНИГОЗНАВСТВО

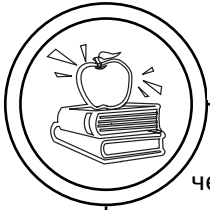


тя, простое деление большего на меньшее и на еще меньшее не дает представления о тех жертвах, на которые готов идти потребитель ради приобретения необходимого ему товара. В конце концов, в свое время на советскую пенсию в 132 рубля можно было купить 1015 батончиков белого хлеба по цене 13 коп., а при нынешней пенсии в 4000 руб. — лишь 286 батончиков по цене 14 руб., но от этого хлеб не перестали покупать.

В какой мере эта ситуация с состоянием книжного рынка отвечает реальным потребностям государства и общества? Не является ли она следствием негативных процессов в их развитии, которые ведут к разного рода ограничениям доступа к информационным ресурсам? Как не изощряться, но, вероятно, трудно убедить кого-либо в том, что 1 научно-популярная книга на одного школьника обеспечивает ему ту же степень доступа к современному научному знанию, что и 10,7 книг. И ссылки на наличие иных источников информации, спрятанных в недрах новых информационных технологий, малоубедительны, поскольку мы говорим не об информации, как таковой, а об интеллектуальном продукте целенаправленной человеческой деятельности, о систематизированном знании — о книге. К тому же, если посмотреть внимательнее на структуру выпускаемой сегодня научно-популярной литературы, то окажется, что значительная ее часть имеет мало общего с по-

пуляризацией современного научного знания и относится скорее к пропаганде некоей околонаучной и совсем не научной информации. Впрочем, подобное замечание можно было бы отнести и к другим видам изданий. За короткое время на книжном рынке появилось немало книг, мимикрирующих под те или иные виды «солидной» литературы.

На формирование текущей ситуации в книгоиздании работает множество факторов, часть которых, так или иначе, отражается в цене книги, которая образуется в результате соглашения между спросом и предложением. Но является ли цена книги адекватным отражением ее ценности для потребителя? Можно исходить из того, что в условиях рыночной экономики каждая из составляющих общества и государства развивается в меру своей востребованности тем и другим. Так что, есть спрос и есть предложение, и пусть они посредством установления цены друг друга взаимно удовлетворяют. По молчаливому согласию участников книжного рынка сегодня в сфере книгоиздания сложилось некое равновесие между тем и другим. Только никто не уточняет, что стоит за этим спросом и что стоит за этим предложением. Если цена — денежный измеритель согласия между продавцом и покупателем, а ценность — «указание на способность предмета или какой-либо деятельности служить удовлетворению



КНИГОЗНАВСТВО

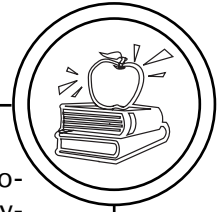
человеческих потребностей»⁸, то можно ли сказать, что цена книги сегодня является мерилom потребности в ней? Но в условиях рынка цена товара всегда будет отражением компромисса между многими факторами, так что ответ на этот вопрос будет вынужденно положительным, пусть и с оговорками. Спросите каждого из участников процесса создания и реализации книги, и вы получите преимущественно отрицательные заключения на этот счет. Важнее, пожалуй, ответить на вопрос: «Как формируются потребности в книге, кто участвует в формировании этих потребностей и какова здесь роль государства, общества, самих участников книжного рынка?». Тогда, может быть, мы ближе подошли бы и к ответу на вопрос о причинах сегодняшнего (или вчерашнего?) падения интереса к чтению. Говоря о потребности в книге, мы подразумеваем, прежде всего, читателя — конечного потребителя. В то же время, существуют и государственные потребности, реализация которых не только так или иначе воздействует на конечного потребителя и способствует формированию его потребностей и спроса, но и способно в определенные периоды содействовать товарному наполнению рынка (в части, на-

пример, социально значимой литературы). «Государственные потребности являются одним из видов публичных потребностей, а к последним относятся такие человеческие потребности, которые не могут быть удовлетворены отдельными индивидуумами или группами таковых, а удовлетворение которых, по современным условиям, доступно только для государства или для других общественных союзов с принудительным характером»⁹. Содержание государственных потребностей наглядно иллюстрируются расходной частью государственного бюджета. А поскольку ресурсы действующей власти заключаются, в том числе, в наличных возможностях эффективно контролировать проявление и удовлетворение насущных потребностей общества, то уровень понимания властью этих самых общественных потребностей будет в той или иной мере определять эффективность самой власти и опосредованно — условия функционирования издательской отрасли. Почему? Мало вразумительные в силу своей широты толкования общественных потребностей (например: «вид потребностей, которые носят массовый характер, свойственны человеку в силу их общественной природы; включают прежде всего нужды государства и населения

⁸Хайек Ф. А. Пагубная самонадеянность / Хайек Ф. А. — М., 1992. — С. 166.

⁹Иловайский С. И. Учебник финансового права / Иловайский С. И. — Одесса, 1904 // Allpravo.Ru, 2008.

КНИГОЗНАВСТВО

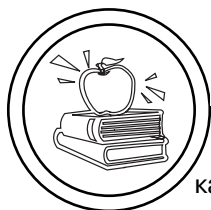


в целом; к общественным отношениям потребности в безопасности, коммуникациях, культуре, образовании, здравоохранении, труде и занятости, отдыхе»¹⁰) можно свести к нужде в сохранении и развитии самого общества, а также — в формировании требуемого для этого уровня целеполагания личности. В то же время, до настоящего времени книга остается основным инструментом развития личности, альтернативы которому не создано (например, уберите книгу из образования и процесс формирования облика человека, соединения знаний и личных качеств человека, останется). Так что, решая задачи собственного сохранения и задачи сохранения и развития общества через создание условий для удовлетворения его потребностей, власть формирует и условия сохранения и развития книги, книжного рынка и бизнеса.

Издательская политика сегодня формируется в условиях жесткого воздействия рынка, вектор развития которого зачастую не совпадает с потребностями развития общества и государства. Последнее обстоятельство связано, с одной стороны, с определенным консерватизмом издательской системы, которой требуется время для создания востребованного обществом на определенном этапе его развития интеллектуального продукта — книги, а с другой

стороны, — с отсутствием в последние годы выраженной государственной политики не только в области книгоиздания, но и в целом, в определении перспектив развития общества. И то, и другое самым прямым образом влияет на книгу, и как на продукт интеллектуальный, и как на продукт рыночный. В то же время, государственное воздействие на книжный рынок может, как показывает практика, обретать и такие формы, что впору зачураться от такого внимания с его стороны. Например, оно может позволить себе решать, какие издательства будут допускать к изданию учебных пособий для школы, а какие — нет. (В соответствии с принятым в 2007 г. пунктом 181 статьи 28 «Закона об образовании» теперь к компетенции государства относится «утверждение порядка отбора организаций, осуществляющих издание учебных пособий..., а также утверждение перечня этих организаций».) Это прецедент, не имеющий аналогов в других отраслях. Ведь в данном случае речь идет об отборе на внеконкурсной (!) основе коммерческих организаций для исполнения заказа государства, при очевидном отсутствии объективных критериев осуществления такого отбора. Оценивается при этом не реальный продукт, а некие составляющие издательской деятельности, которые даже в период существования лицензирования издательств (до 2002 года) не учитывались, так

¹⁰Райзенберг Б. А. Современный экономический словарь / Райзенберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. — М. : ИНФРА-М, 2007.



КНИГОЗНАВСТВО

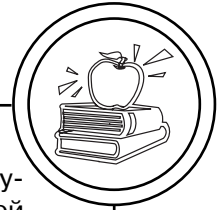
как связаны они со структурными, организационными и экономическими (т.е. коммерческими) вопросами деятельности конкретного издательского предприятия. Представляете, если государство начнет определять, какое из издательств более научное или более детское, или еще более какое-нибудь? Так что со вниманием государства надо быть поосторожнее. При этом надо учитывать, что современное российское государство во многом отождествляет себя с российским обществом, а такое отождествление вряд ли способствует эффективному и взаимовыгодному сотрудничеству того и другого.

В то же время, институты государства и общества оказывают прямое или косвенное воздействие на издательскую политику. Это организационные структуры, воплощающие в себе нормы экономической, политической, правовой, нравственной жизни общества, регулирующие различные сферы социально-экономических отношений. То есть, это органы законодательной и исполнительной власти, налоговые органы, банковская система, совокупность предприятий в той или иной сфере экономики, органы правопорядка, религиозные объединения и т.д. Каждый из этих институтов требует информационного обеспечения собственного развития, а значит, прямо или косвенно выступает в роли заказчика и потребителя книжной продукции. Таким образом, они же определяют целесообразность освоения издательствами тех или иных тема-

тических направлений, их структуру и конкретное наполнение, то есть, влияют на формирование издательской политики. Это происходит даже если издатели не ощущают этого влияния. Те и другие обречены на взаимозависимость.

Вопрос в том, в какой мере сами существующие ныне механизмы формирования издательской политики соответствуют необходимости отвечать этим запросам, прогнозировать их, стимулировать спрос со стороны государственных и общественных институтов. А механизм этот ныне прост и незатейлив — выпускать то, что продается. С другой стороны, сегодня требуют решения проблемы, связанные с необходимостью воздействия через издательскую политику на потребительский спрос в целях сохранения и развития самого рынка книжной продукции. И не только в связи с динамичным распространением новых информационных технологий, но в первую очередь — в связи с необходимостью изменения приоритетов в целях развития общества и человека, если мы хотим и дальше выпускать книги. В конце концов, читательский спрос отражает факторы, обеспечивающие на рынке равновесие благ и денег, а издательское предложение проистекает из ситуации на рынке труда и технологий. Так что перспективные кадры и издательские технологии вполне способны моделировать и формировать перспективный рынок в целях и собственного развития тоже. Особенно это касается учебной и вообще — обучаю-

КНИГОЗНАВСТВО



щей, познавательной литературы, а также, естественно, научной книги.

С этой задачей прямо связана задача поддержки и развития чтения у активной части населения России, для решения которой в 2006 г. была разработана «Национальная программа поддержки и развития чтения». Однако, декларируемая в программе цель «... вызвать у подрастающего поколения интерес к чтению и вернуть в ранг активных читателей многочисленные группы сравнительно образованных работающих россиян ...»¹¹ может быть достигнута лишь при условии возврата обществу перспективного видения, а гражданам — целей собственного развития. Ведь чтение тогда имеет значение и смысл, когда оно приносит плоды, которыми можно пользоваться, то есть, когда чтение ведет к востребованному обществом и государством развитию личности, что в современной России совсем не очевидно. Потребности, в том числе в чтении, не возникают ниоткуда и не существуют сами по себе, они формируются, и на процесс формирования, помимо малоцивилизованного рынка и «чистогана», должны влиять и государство, и общество.

Формирование соответствующей этой цели издательской политики — задача для издательств сегодняшнего дня. Ее актуальность обусловлена, в том числе, хотя и не определяющим образом, и развитием новых информационных технологий. Замещение ими некоторой части информационного рынка, которой ранее книга владела практически безраздельно (справочно-энциклопедическая, например), уже происходит. Это процесс необратимый, но не фатальный для книгоиздания. Как показывают недавние социологические исследования, Интернет не мешает книгоизданию, у Интернета и книги разные задачи и возможности. Интернет дает информацию, книга — представляет ее в осмысленном и систематизированном виде. Особенности книги, как специфического интеллектуального продукта, способного подготовить мыслящего читателя, должны быть использованы при формировании издательской политики и ее реализации, а сама издательская политика — стать инструментом воздействия на потребительский спрос в целях сохранения и развития самого книжного рынка.

Надійшла до редакції 29.06.10

¹¹Национальная программа поддержки и развития чтения. — С. 1 [Электронный ресурс] — Режим доступа : <http://www.farpmc.ru>.