

УДК 655.421(571.1/.5)
ББК 76.184.91(253)

**«КУЛЬТУРНАЯ САМООТВЕРЖЕННОСТЬ»:
МАЛОФОРМАТНЫЕ НЕЗАВИСИМЫЕ КНИЖНЫЕ МАГАЗИНЫ
НА СИБИРСКОМ КНИЖНОМ РЫНКЕ**

© О. Н. Альшевская, 2015

*Государственная публичная научно-техническая библиотека
Сибирского отделения Российской академии наук
630200, г. Новосибирск, ул. Восход, 15*

В статье анализируется деятельность малоформатных независимых книжных магазинов. Собраны и обобщены сведения о современных российских книжных лавках (город, год основания, площадь магазина, количество названий книг в ассортименте, численность торгового персонала). Выделены основные характеристические особенности малоформатных книготорговых предприятий: основной и сопутствующий ассортимент, работа персонала, предлагаемые клиентам услуги, проводимые мероприятия, дизайн помещения, наличие «атмосферности» предприятия. Особое внимание уделено истории основания и деятельности сибирских «магазинов клубного кулуарного формата»: «Собачье сердце» (Новосибирск), «Бакен», «Федормихалыч», «Корнейиванович» (Красноярск).

Ключевые слова: независимое книгораспространение, магазины клубного кулуарного формата, специализация книготорговых предприятий, ассортимент, клубная работа.

The article analyzes independent bookstores activities. It compiles and synthesizes data on modern Russian small bookshops (city, year of foundation, store area, titles number in assortment, sale personnel number). The basic characteristic features of small-format book-selling business are revealed: basic and auxiliary range, staff work, services offered to clients, ongoing activities, space design, enterprises environment. A particular attention is paid to the history and activities of «shopping club backstage format» Siberian bookstores: «Dog's Heart» (Novosibirsk), «Beacon», «Fyodormihalych», «Korneyivanovich» (Krasnoyarsk).

Keywords: autonomous book distribution, shops of backstage club format, specialization of book selling enterprises, assortment, club activity.

Современная книжная торговля является слабым звеном динамично развивающегося российского книжного рынка. К сожалению, мы не имеем государственной статистики книгораспространения и не знаем точно, сколько сегодня в России книжных магазинов. «Известно лишь, что их очень мало и с каждым годом остается все меньше. В РСФСР в 1990 г. имелось около 8,5 тыс. магазинов. Следующая приблизительная оценка по состоянию на середину 2000-х гг. – 3,5 тыс. В 2013 г., по данным Росстата, их было около 1 тыс. Тенденция сокращения налицо» [21], – констатирует ведущий эксперт отрасли А. Н. Воропаев. Сохранившиеся книжные магазины сосредоточены в основном в крупных городах. Но даже их ассортимент, по мнению Н. И. Михайловой¹, «две-три тысячи названий, таким образом, 90% издаваемых в стране

книг не попадают в региональные книжные магазины» [11]. Практически отсутствует в ассортименте большинства книжных магазинов специальная научная литература [3].

На фоне общих негативных тенденций развития книгораспространения в книжной культуре не только столиц, но и провинциальных городов происходят некоторые позитивные изменения: в последние годы стала очевидной тенденция появления и успешной деятельности малоформатных независимых книготорговых предприятий. По оценке С. Гайворонского, создателя книжной лавки «Ходасевич» (Москва), появление книжных лавок в России происходит достаточно часто: «К счастью, в России это случается раз в два месяца. Лучшее, что можно сделать, – это открыть маленький независимый книжный магазин» [1]. К сожалению, необходимо признать, что жизнь таких книжных магазинов, как правило, непродолжительна.

В представленной таблице (с. 20) мы обобщаем имеющиеся у нас сведения о малоформатных

¹ Н. И. Михайлова – директор Московского дома книги, председатель Комитета по чтению Российского книжного союза, президент Ассоциации книгораспространителей независимых государств.

Малоформатные независимые книготорговые предприятия России

№ п/п	Название магазина	Город	Электронный адрес	Год основания	Количество названий книг	Количество сотрудников	Площадь магазина, м ²
1	Эйдос	Владимир	https://vk.com/eidosbook	1999	15000	4	50
2	Петровский	Воронеж	https://vk.com/knigafe_club	2012	11000	7	200
3	Йозеф Кнехт	Екатеринбург	https://vk.com/josephknecht	2013	–	–	–
4	Смена	Казань	http://vk.com/smena_book	2013	3000	4	30
5	Буксир	Калуга	https://vk.com/booksir	2014	1000	2	25
6	Федор-михалыч	Красноярск	https://vk.com/fyodormichalich	2014	4000	3	50
7	Корней-иваныч	Красноярск	https://vk.com/fyodormichalich	2014	Ок. 300	1	1
8	Бакен	Красноярск	https://vk.com/bakenbooks	2013	4000	2	50
9	Бедные люди	Москва	http://vk.com/public72809299	2014	1000	–	5
10	Восточная коллекция	Москва	http://east-collection.ucoz.ru/	–	–	–	–
11	Гиперион	Москва	https://vk.com/hyperionbook	2010	2800	5–6	100
12	Гнозис	Москва	https://vk.com/gnosisbooks	1999	3000–3500	3	60–70
13	Гоголь books	Москва	http://vk.com/gogolbooks , http://gogolcenter.com/	2012	7000	4	65
14	Додо	Москва	https://vk.com/dodospace	–	–	–	–
15	Книга Максима	Москва	http://vk.com/maxi_book	2004	20000	≈ 12	3
16	Нина	Москва	http://www.kniginina.ru/	–	–	–	–
17	Primus Versus	Москва	http://www.dbiblio.org/	–	–	–	–
18	Русская деревня	Москва	http://www.hamlet.ru/	1998	2600	3	12
19	У кентавра	Москва	http://knigirggu.ru/	1997	–	–	–
20	Фаланстер	Москва	https://vk.com/falanster_books	2002	–	–	110
21	Фаланстер на Винзаводе	Москва	https://vk.com/falanstervinzavod	2010	–	–	–
22	Ходасевич	Москва	https://vk.com/xodacevich	2013	5000	3	35
23	Циолковский	Москва	https://vk.com/tsiolkovky	–	–	–	–
24	Полка	Нижний Новгород	https://vk.com/polka.knig	2014	500	1	17
25	Собачье сердце	Новосибирск	https://vk.com/sobheart	2011	3000	2	9
26	Uniqstore	Новосибирск	http://www.uniqstore.nsk.ru	2014	1000	4	54
27	В переплете	Пенза	https://vk.com/vpereplete	2010	4000–6000	5	40–50

Окончание таблицы

№ п/п	Название магазина	Город	Электронный адрес	Год основания	Количество названий книг	Количество сотрудников	Площадь магазина, м ²
28	Пиотровский	Пермь	https://vk.com/club14470892 , http://piotrovsky-book.livejournal.com	2010	20000	5	100
29	42 книжный магазин	Ростов-на-Дону	https://vk.com/42bookshop	2012	1500	2	13
30	Пиквик	Самара	sales@pickwickclub.ru	–	–	–	–
31	Andersen	Санкт-Петербург	http://vk.com/anderlavka	2012	–	–	–
32	Все свободны	Санкт-Петербург	https://vk.com/vse_svobodny	2011	15000	3	52
33	Двадцать Восьмой	Санкт-Петербург	https://vk.com/komilfo_club	2012	3000	8	54
34	Диккенс и Дважды два	Санкт-Петербург	http://vk.com/dickens_and_2x2	2009	800	4	4
35	Исткнига	Санкт-Петербург	https://vk.com/club34959380	2012	4000	3	40
36	Книги и Кофе	Санкт-Петербург	https://vk.com/knigikofe	2008	3000	9	30
37	Книжный киоск при БАН	Санкт-Петербург	http://vk.com/kiosk_ban	1998	1000	3	8
38	Мы	Санкт-Петербург	https://vk.com/mybookstore	2013	5000–7000	3	40
39	Порядок слов	Санкт-Петербург	https://vk.com/wordorder	2010	–	8	100
40	РОСФОТО	Санкт-Петербург	http://rosphoto.org/ru/shop	2007	3000	4	20
41	Свои книги	Санкт-Петербург	https://vk.com/svoiknigispb	2012	10000	3	35
42	Фаренгейт 451	Санкт-Петербург	https://vk.com/frngt	2014	2000	2	50
43	Князь Мышкин	Ставрополь	http://vk.com/myshkinbooks	2015	–	–	–
44	Корней Иванович	Тула	https://vk.com/kornei_ivanovich	2014	2000	3	47
45	Книжная лавка гуманитарной литературы	Ярославль	–	–	4000	–	17

независимых книготорговых предприятиях. Книготорговые предприятия приведены в алфавитном порядке городов, в которых они расположены; также указаны электронный адрес или сайт; год основа-

ния; площадь, которую занимает магазин, количество работающих сотрудников. Характеристики деятельности некоторых магазинов автору получить не удалось, но и полученные сведения дают

возможность охарактеризовать это явление российской книжной культуры / книжного рынка.

Анализируя представленные сведения, можно сделать вывод о том, что книжные лавки интеллектуальной литературы – не редкость в центральной части России, но большинство из них сосредоточено в Москве и Санкт-Петербурге. Большинство магазинов образовано в 2011–2014 гг., они располагают небольшой площадью (50–100 м²), имеют двух-трех штатных сотрудников, которые чаще всего являются владельцами и руководителями предприятий. По определению самих организаторов: «Это типичный для европейских стран небольшой независимый магазинчик в формате «DIY» (Сделай сам)» [41]. В исследовании Российского книжного союза «Мониторинг состояния московского книжного рынка» [29] такие предприятия получили название «магазины клубного кулуарного формата». Также их называют «книжные лавки интеллектуальной литературы», «нишевые магазины», «малоформатные (клубные) объекты» и др.

Небольшие независимые книжные магазины не являются изобретением последнего времени. Книжная лавка – наверное, самое древнее книготорговое предприятие. Подробно история мировой независимой книжной торговли рассматривается в монографии Т. Г. Куприяновой [26].

Первым независимым книжным в постсоветской России был магазин М. Фрейдкина «19 октября» [44, 45], открывшийся в Москве в 1992 г. В последующие годы появлялись магазины-кафе, затем книготорговые предприятия формата «клуб друзей и единомышленников» («Фаланстер», «Гилея»). Тенденцией последнего времени стала организация книжного магазина как части культурного пространства. «Символом интеллектуального книжного магазина» [24] в России является «Фаланстер» Б. А. Куприянова (основан в 2002 г.). За более чем десятилетнюю деятельность предприятием были выработаны собственные способы формирования ассортимента, методы работы. Магазин имеет несколько филиалов в Москве, но его основатель поясняет: «Мы не очень хотели открывать филиалы и считали, что клонировать магазин – превращая его в сеть – неверный подход, потому что магазином надо жить, надо его чувствовать, находиться в нем» [24]. Деятельность «Фаланстера» является примером для подражания и вдохновила многих энтузиастов из регионов последовать их примеру. Организаторы «Фаланстера» и лично Б. А. Куприянов неоднократно оказывали вновь образующимся книготорговым предприятиям организационно-методическую помощь [28].

История появления каждого магазина уникальна. Многие предприятия были организованы на базе независимых издательств, культурных центров, зародились в недрах книжной ярмарки и пр. Напри-

мер, книжный магазин «Смена» (Казань) вырос из небольшого издательства «Ил-music» [37]; магазин «Книги и кофе» (СПб.) действовал при Центре современной литературы и книги [4]; книжная лавка «У Кентавра» (Москва) организована при Российском государственном гуманитарном университете [19]; «Двадцать восьмой книжный магазин» (СПб.) был основан на базе издательства комиксов «Комильфо» [6]; магазин «Гнозис» (Москва) родился в недрах советского издательства «Прогресс» [15], книжная лавка «Диккенс и Дважды два» (СПб.) появилась и более пяти лет функционирует на книжной ярмарке в ДК им. Крупской [13].

Деятельность малоформатных независимых книжных магазинов, как и любых других предприятий, выстраивается на базе единой стратегии и серии более или менее рациональных решений, определяющих в свою очередь мероприятия по организации предприятия, мерчендайзингу, формам пропаганды и рекламы и др. Порой организаторы действуют спонтанно, но при анализе их деятельности можно выявить основные стратегические направления, суть которых сводится к пристальному вниманию к обслуживанию отдельных ниш рынка – специализации. Существуют две формы специализации книжного магазина: в отношении способа обслуживания и в отношении ассортимента [40, 41]. Малоформатные независимые книжные магазины относятся к категории специализированных, причем сочетают в себе обе разновидности специализации.

Деятельность малых независимых магазинов определяется следующими основными факторами: основной и сопутствующий ассортимент, работа персонала, предлагаемые клиентам услуги, проводимые мероприятия, дизайн помещения и, как следствие всех перечисленных характеристик, присутствие некой особой атмосферы («атмосферности»).

Важнейшей характеристикой, которая в значительной степени определяет возможность существования магазина, является ассортимент. Его оптимальный вариант представляется разнообразным и постоянно сменяемым, т. е. покупатель еженедельно должен видеть заметное изменение ассортимента, но при этом представленные тематики должны оставаться постоянными. Основой существования независимого книжного магазина является хорошо поставленное товароведение с компьютеризированным учетом движения книг, наличие частых поставок, возможно, небольших по количеству экземпляров одного наименования [31]. Таким образом, у каждого магазина постепенно формируется определенный набор продаваемой литературы, который зависит отчасти от вкусов организаторов, отчасти от особенностей потока покупателей, но именно он и определяет индивидуальность магазина.

Критерии ассортиментного выбора для всех магазинов разные. Чаще всего руководители предприятий определяют их как «вкусовые» и отмечают, что «критерий отбора – это прежде всего наш собственный вкус – то, что мы считаем действительно стоящим прочтения, или то, что считает актуальным читатель» [41]. Солидарен с этой позицией и владелец книжного магазина «Пиотровский» (Пермь) М. Мальцев: «Наш принцип во многом можно назвать вкусовым» [28]. Директор «Фаланстера» Б. А. Куприянов так определяет критерий отбора книг: «Мы отбираем то, что считаем литературой, и то, что способствует развитию. У нас литература – которая находится на острие каких-либо важных явлений и тенденций» [25].

Несмотря на общую стратегию формирования фондов, определяемую большинством владельцев как «гуманитарный магазин», «интеллектуальный книжный магазин», тематическая направленность малоформатных независимых магазинов индивидуальна. Например, книжный магазин «Восточная Коллекция» (Москва) предлагает широкий выбор востоковедческой литературы [18]; в книжной лавке «РОСФОТО» (СПб.) имеется большая коллекция книг по истории фотографии, толстые фотожурналы и альбомы лучших мировых фотографов [20]; «Двадцать Восьмой» (СПб.) книжный магазин специализируется на комиксах [6]; в магазине «Русская деревня» (Москва) можно приобрести редкую и малотиражную литературу по этнографии, краеведению, отечественной истории [27]; некоторые магазины специализируются на детской и обучающей литературе («Andersen» (СПб.), «Диккенс и дважды два» (СПб.) «Корней Иванович» (Тула)) и т. д. Общим и основополагающим для малоформатных независимых магазинов является то, что свой ассортимент они формируют, работая с малыми независимыми издательствами. «Мы представляем собой канал, через который город “накачивается” книгами независимых издательств, которым невозможно пробиться в федеральные сети и большие местные магазины, либо они пробиваются туда с большим трудом, но оказываются там совершенно незаметными и не замеченными» [31], – считает О. Рубцов, основатель магазина «В переплете» (Пенза). Его мнение подтверждает М. Мальцев: «Мы хотим максимально полно представить малотиражные, независимые издательства» [28].

Практически все магазины к основному ассортименту – книгам – присоединяют сопутствующие товары. В разных магазинах они представлены разнообразным сочетанием нижеперечисленных элементов: музыка / музыкальные произведения на различных носителях; видео; компьютерные программы; канцелярские товары, элитные письменные принадлежности; антикварные товары; виниловые пластинки; сувенирная продукция; журналы

и периодические издания; подарки; игрушки и дидактический материал; товары «hand-made»; изобразительная продукция (открытки, картины, эстампы и др.); значки; пищевые продукты (сладости, бакалея) и др.

Независимые книжные магазины активно расширяют по сравнению с другими книготорговыми предприятиями спектр предоставляемых услуг. Чаще всего расширяется или изменяется график работы, и магазины, подстраиваясь под возможности и желания посетителей, работают до позднего вечера или «до последнего клиента». Популярными становятся услуги: заказ по телефону, резервирование новинок, хранение подарков, распространение подарочных сертификатов, фирменная упаковка, организация распродаж, предоставление возможности покупать по более низким ценам, прием и продажа букинистической литературы, буккроссинг, распространение билетов на различные мероприятия. В торговых залах посетители могут воспользоваться бесплатным Wi-Fi, услугами гардероба.

Определенную значимость для создания атмосферы и привлечения клиентов имеет организация во многих магазинах кофеен или чайных; предложение чая, кофе посетителям (бесплатно или за умеренную плату); наличие в торговых залах удобной мягкой мебели. Так, в магазине «Книги и кофе» предлагают кофе и любимые блюда разных писателей и поэтов, приготовленные по их рецептам; в магазине «Подписные издания» находится кафе «Знакомьтесь, Джо»; в книжной лавке «Фаренгейт 451» имеется мини-кофейня «Еще чашечку»; при магазине «Primus Versus» работает итальянский кофе-бар и т. п.

Организаторы независимых книжных магазинов особым образом выстраивают свою внешнюю и внутреннюю рекламу. Основой рекламной политики для большинства предприятий является неформальный, творческий подход. Уже сами названия магазинов («Фаланстер», «Все свободны», «Порядок слов», «В переплете», «Оксюморон», «Гиперион», «Гнозис», «У кентавра» и многие другие) говорят о креативности основателей и в значительной мере отражают концепцию развития предприятий. Применяя нестандартные, творческие подходы при формировании имиджа магазинов, организаторы направляют свои усилия к созданию определенного образа культурного центра, «правильного книжного магазина», «идеального книжного магазина». Прежде всего, это продуманная до мелочей и выверенная выкладка товара на экспозиционном оборудовании. Ее особенностями являются применение особого подхода к классификации книг, деление на зоны, тематики. Так, в магазинах «Додо» книги «расставлены не только по алфавиту, но и по странам написания и темам.

Книги с биографиями “замечательных” людей или филологическими разборами разных произведений могут стоять рядом со сборниками стихов молодых поэтов или книгой “пирожков”, а Чехов находится в тесном соседстве с Керуаком и Ницше» [7, 30].

«Мы стараемся не расставлять книги по темам и по алфавиту» [24], – объясняет Б. А. Куприянов. «Для нас расстановка книг возведена в ранг искусства для искусства. Важно создать такую атмосферу, когда книжный становится умным местом, перемещаясь по которому, человек уже получает некое представление о том, как функционирует современное знание, какие в нем есть тенденции и течения. Это находит отражение в выкладке книг. Например, в отдел естествознания мы можем поставить современную научную фантастику Вернора Винджа. “Алиса в Стране чудес” Льюиса Кэрролла сочетается с философией стоиков в книге Жюль Делеза “Логика смысла”, поэтому у нас они могут оказаться рядом на полке. Мы хотим, чтобы все смыслы, которые составляют современную культуру, были на поверхности и открыты для каждого посетителя “Пиотровского”. Из таких элементов моментов и складывается индивидуальность магазина» [39], – раскрывает свои принципы директор магазина «Пиотровский».

Особенностями внешней рекламы малоформатных независимых книжных магазинов является обязательное присутствие в социальных сетях или наличие собственного сайта, которые становятся основными средствами оповещения о новинках ассортимента, проводимых мероприятиях. «Наши рекомендации – скорее новости литературы. Постоянные покупатели знают, что для своих новостей мы отбираем самое лучшее, и реагируют быстро – приходят за новинками или раритетами или отзваниваются, чтобы отложить книгу» [35], – рассказывает владелица книжного магазина «Бакен».

Значимым элементом PR-компаний являются статьи, отзывы и прочая информация о магазинах в интернет-ресурсах. Малоформатные независимые книжные магазины становятся объектом пристального внимания журналистов как региональных, так и центральных СМИ. О них написано большое количество публикаций, и не всегда подобные материалы являются заказными. При подготовке данной статьи автору удалось обнаружить более 100 публикаций о деятельности независимых магазинов, что, безусловно, повышает популярность книготорговых объектов.

Основатели независимых книжных магазинов стараются не просто торговать книгами, но и создать атмосферу для общения, расширения кругозора, развития творчества, и потому важной составляющей деятельности становится регулярная, многообразная по формам программа мероприятий. В стенах магазинов проходят встречи, лекции,

чтения, концерты, выставки и другие мероприятия для разных категорий посетителей. Владелец магазина «42 книжный магазин» (Ростов-на-Дону) К. Шалыгин так описывает свое представление о деятельности магазина: «Мне не хочется просто торговать книгами, пусть даже и хорошими. Есть желание в первую очередь создать центр притяжения для читающих, образованных и интересных людей, где бы они могли найти друг друга и без принуждения обсудить что-нибудь их интересующее» [32].

Определяющим условием успешного функционирования магазинов становится персонал. В большинстве случаев это владельцы магазина и привлекаемые ими энтузиасты – «неслучайные люди», главными характеристиками которых являются «многогранность» – «отвечают все за все» [39]. «Организацией работы магазина занимается небольшая группа людей, которые отвечают за все направления деятельности. В таком предприятии практически нет специально нанятого персонала» [41]. В процессе работы магазина постепенно устанавливаются доверительные дружеские отношения с покупателями. «Все любим наших клиентов и относимся к ним даже не как к покупателям, но как к союзникам, соучастникам. И поскольку оборот небольшой, все участники магазина знают своих покупателей в лицо. Мы с ними в постоянном контакте, знаем, что их интересует, чего они ждут и хотят увидеть именно на этих полках» [10]. «Мы считаем, что люди, которые к нам приходят, значительно умнее, интереснее и образованнее, чем мы сами ... Мы хотим учиться у них» [24].

Итогом взаимодействия описанных выше параметров становится создание определенной «атмосферности», являющейся главной общей характеристикой малоформатных независимых книжных магазинов (рис. 1). Основопологающим в ее формировании является осознание своей цели, миссии, направленности: «Мы целенаправленно хотели отказать от места, которое говорит: “Покупай и уходи”. “Все свободны” напоминает скорее квартиру



Рис. 1. Книжный магазин «Буксир. Нужный книжный». Калуга

или настоящий фаланстер по Фурье: это несколько комнат, где можно приятно провести время, почитать, покопаться в книжках или пластинках. Такой формат образовался сам собой, так как мы просто делали место, в котором нам самим было бы приятно находиться и встречаться с друзьями» [41].

Более активное движение денежных потоков в столицах и, как следствие, более высокий уровень жизни населения обуславливают то, что традиционно за Урал тенденции доходят с опозданием. В сибирском регионе, насколько известно автору, находятся лишь четыре малоформатных независимых книжных магазина. Книжные лавки основаны в 2011–2014 гг. в крупных городах (Новосибирск, Красноярск). Остановимся подробнее на истории появления и деятельности сибирских проектов.

14 января 2011 г. в центре Новосибирска в фойе кабаре-кафе «Бродячая собака» открылась книжная лавка «Собачье сердце». Основателем дела стал М. Фаустов. Предыстория проекта такова. В 2010 г. с 22 по 25 сентября в новосибирском джаз-клубе «Труба» проходила книжная ярмарка «Черный рынок». В ней принимало участие более 30 издательств, многие из которых впоследствии вошли в Альянс независимых издателей и книгораспространителей («Независимый альянс»). Альянс возник в 2010 г. Одним из инициаторов и главных участников ярмарки было московское издательство «Ad Marginem». Кроме книг на «Черном рынке» можно было купить журналы, кассеты, диски, виниловые пластинки и «всякие коллекционные вещи» [14]. Ярмарка сопровождалась культурной программой: музыкальными программами группы DJ Greengoo, кинопоказом фильмов Б. Хлебникова и встречей с режиссером. Мероприятие вызвало большой интерес новосибирцев и продолжалось четыре дня почти круглосуточно. В качестве продавцов на ярмарке работали волонтеры. Но все-таки проект оказался экономически убыточным. Книги, не распроданные на ярмарке, и составили начальный ассортимент лавки «Собачье сердце».

В дальнейшем ассортимент лавки формировался благодаря еженедельным прямым поставкам от более чем 30 издательств. Благодаря личным контактам директора «Собачье сердце» имеет преференции от издательства Ad Marginem: получает от них книги раньше всех в Новосибирске по самым низким в городе ценам. За годы деятельности магазин сформировал постоянную клиентуру из более 80 постоянных покупателей. Кроме новых изданий ассортимент лавки составляют букинистические книги, виниловые пластинки. Ассортиментная концепция «Собачьего сердца» обусловлена концепцией и антуражем самого кафе «Бродячая собака»: «для продвинутых» или «для своих». Интересен дизайн лавки: это помещение площадью всего 12 м², имеет два этажа. Главным украшением маленькой ком-

натки, вход в которую расположен в арке жилого дома, является винтовая лестница, ведущая на второй этаж. Именно лестница стала ареной и сценой мероприятий, проходящих в «Собачьем сердце» (рис. 2). На своих крошечных метрах организаторы ведут активную культурную деятельность. Регулярно, до двух раз в неделю, проходят мероприятия с участием 15–18 человек [8].



Рис. 2. Книжная лавка «Собачье сердце». Новосибирск

Опробовав книготорговый проект и признав его успешным, создатели в июле 2011 г. открыли вторую книжную лавку в Академгородке, назвав ее «Engels & Kautsky» (вспомнили «Переписку Энгельса с Каутским», которую читает Шариков в «Собачьем сердце» М. Булгакова). Площадь торговой точки составляла 15 м², размещалась она в подвале 15-этажного дома. Несмотря на то, что открытие лавки вызвало большой интерес преподавателей и студентов Новосибирского госуниверситета, а также сотрудников научных институтов Сибирского отделения РАН, деятельность ее была недолгой: проработав полгода, «Engels & Kautsky» закрылась. Был и еще один неосуществившийся проект. В декабре 2011 г. начала работу лавка «Зеленый купорос» в г. Кемерово, просуществовавшая до осени 2012 г. «Мы думали, что сможет, а оказалось, что нет... Мы просто не смогли найти там подходящее помещение и нормальный персонал» [12], – так прокомментировал неудавшиеся проекты М. Фаустов.

«Собачье сердце» стало местом зарождения чемпионата по чтению вслух «Открой рот!» [9], организованного в 2011 г. М. Фаустовым и получившего в дальнейшем большой резонанс. По правилам чемпионата «Открой рот!» участники читают со сцены вслух стихотворения и прозаические отрывки, а члены жюри выставляют им оценки за технику чтения и артистизм. «Местами проведения могут быть клубы, рестораны, бары, театры, библиотеки, книжные магазины, открытые пространства, крыши, речные и морские суда, самолеты, вертолеты, космические корабли и другие места на территории любой страны мира, за исключением тех, где чтение вслух запрещено местными законами» [42, 43]. Начавшись в Новосибирске, чемпионат «Открой рот» затем распространился по всей России. В 2013 г. мероприятие проходило уже в 25 городах страны – от Архангельска до Магадана, а в 2014 г. стало международным.

В конце 2014 г. в Новосибирске появилось еще одно интересное книготорговое предприятие – книжный бутик «Uniqstore». Здесь не продают художественную литературу, а делают акцент на продукции детских издательств, современной литературе по саморазвитию, педагогике, мотивации; изучению иностранных языков; книгах по гастрономии, спорту. В ассортименте представлены периодические издания, сувениры, канцелярия, кожаные аксессуары, в том числе известных брендов: Moleskine, Triptih, Old Captain Copic, Koh-i-noor, Artskill. По замыслу устроителей книжный магазин представляет собой одновременно интеллектуальный клуб, кофейню и место встреч. Разнообразна культурная программа «Uniqstore», ее составляют детские чтения и читки пьес, игры, мастер-классы, кино-встречи, лекции.

Интересные проекты реализованы в последние годы в Красноярске. 23 ноября 2013 г. в центральной части города открылся книжный магазин «Бакен» (рис. 3). Магазин площадью 50 м² расположился на первом этаже жилого дома. Руководителем предприятия стала А. Остащенко¹. Название магазина по замыслу устроителей раскрывает его концепцию. «Бакен – это плавучий речной знак, который указывает на возможные опасности для движения судна и пути их обхода. Если вообразить, что книги – это сплошной речной поток, то название становится понятным: мы делаем по-

пытку указать верное направление в движении среди книг» [34].

Ассортимент «Бакена» составляют научная гуманитарная литература (философия, филология, история, политика, экономика, социология), литература по кино, театру, музыке, фотографии, дизайну, искусству, архитектуре, детская литература, классическая и современная художественная (как русская, так и зарубежная) литература. Магазин сотрудничает примерно со 100 издательствами, книги которых не представлены в других книжных магазинах Красноярска. Ассортимент пополняется примерно два раза в месяц, чаще всего заказы книг являются единичными [22]. В продаже магазина 3000 книжных наименований, всего же зарегистрировано 5000 названий книг. Подбором ассортимента занимается сама хозяйка: «Все книги отбираю я лично. Читаю рецензии, анонсы, отзывы покупателей, прислушиваемся к рекомендациям литературных критиков, выбираю то, что мне нравится, то, что, на мой взгляд, может понравиться людям. Это чисто субъективный выбор» [35].



Рис. 3. Эмблемы магазина «Бакен» и клуба «Кракен»

Кроме формирования ассортимента облик магазина определяют применяемые формы работы. Первые несколько месяцев в «Бакене» занимались приемом и продажей букинистической литературы, но в дальнейшем оставили лишь небольшую полку букскрессинга. В магазине действует услуга аренды (2 руб. в сутки) при которой цена возвращенной книги для других покупателей уменьшается на стоимость аренды. Интересной находкой стала новогодняя акция «Книга под елку»: любой посетитель мог выбрать книгу в подарок, ее упаковывали, подписывали и оставляли под искусственной елкой, установленной в торговом зале. Человеку, которому предназначался подарок, оставалось только зайти в магазин и забрать его. В дальнейшем акция переросла в постоянную услугу, когда книгу можно купить и оставить ее для друга.

Отличается от традиционных книжных магазинов обстановка «Бакена». В интерьер магазина удачно вписывается диван (рис. 4). «У нас спокойно можно сесть и провести хоть весь день, читая» [17], –

¹ А. Остащенко в 2011 г. окончила Институт филологии и языковой коммуникации Сибирского федерального университета по специальности «Филология» и специализации «Литературная критика и редактирование». В 2008–2010 гг. была волонтером на Красноярской ярмарке книжной культуры (КРЯКК) (первый год с издательством «Европа», два следующих – с издательством «Время»). В 2011–2013 гг. работала товароведом в Краевом государственном автономном учреждении культуры «Центр книги – Красноярский бибколлектор».



Рис. 4. Книжный магазин «Бакен». Красноярск

рассказывает хозяйка. Покупателям предлагаются горячий чай и кофе. В 2014 г. был запущен сайт bakenbooks.com со всем каталогом магазина [16], на котором действует мобильное приложение для покупателей. Оно содержит индивидуальную накопительную дисконтную карту, показывает список всех совершенных покупок и имеет выход на каталог магазина.

Не слишком обширна, но разнообразна культурная программа магазина. Один-два раза в месяц лекции по филологии, истории и культурологии читают приглашенные специалисты, практикуются кинопоказы с последующим обсуждением. Каждое воскресенье в магазине организуются детские и взрослые чтения. На постоянной основе в магазине действует книжный клуб «Кракен», в рамках которого проходят читки классических и современных пьес. По оценке А. Останиной: «Это очень интересно и очень сближает между собой людей... Мы учимся говорить, слушать друг друга и понимать звучащий текст» [17, 23]. Организатором детского проекта, который носит название «Чуткие чтения» и предполагает чтение вслух новых детских книг, является С. Демешонок. Все мероприятия, проходящие в магазине, бесплатны для посещения всеми желающими. За непродолжительный период «Бакен» стал новой культурной площадкой города.

Другим интересным проектом Красноярска стал книжный магазин «Федормихалыч» (рис. 5). Открытый в марте 2014 г. магазинчик площадью 50 м² расположен, как и «Бакен», в самом центре города. Владельцами и сотрудниками нового предприятия стали супруги Дарья и Юрий Калашниковы. Интересна трактовка названия своего детища, которое дает Ю. Калашников: «Это скорее мое личное литературное предпочтение, для меня творчество Достоевского – некое вместилище самого глубокого, неизъяснимого, что есть во мне, моих друзьях и еще 143 миллионах человек. Для меня Достоевский – это намного больше “наше все”, чем

Пушкин или Толстой. Называя магазин “Федормихалыч”, я, с одной стороны, даю понять, что магазин будет про что-то серьезное или интеллектуальное, а с другой стороны, эта фривольность и панибратство намекает на то, что и сложные вещи могут стать своими» [5].

Открытие магазина не было спонтанным: свою идею Калашниковы вынашивали семь лет. «Мне кажется, что любой бизнес начинается с мечты, а не с сухих цифр. Моя идея выглядит очень странно; и не похоже, что можно много заработать на этом. Но, во-первых, это мой второй бизнес, первый связан с экспертизой объектов недвижимости, и я не закрываю это направление, во-вторых, смешение форматов и удачное расположение магазина могут дать желаемый эффект, и, в-третьих, я делаю штуку, которую очень хочу сделать. Да, разумеется, я делаю этот магазин для того, чтобы зарабатывать, но и не только для денег» [5], – так комментирует свой проект Ю. Калашников.

Как и при организации других независимых книжных магазинов, большое внимание в «Федормихалыче» уделяется формированию ассортимента. В этой работе магазин сотрудничает с более 40 издательствами². Ассортимент магазина насчитывает около 5 тыс. названий. Среди авторов – российские и зарубежные классики, «шестидесятники» и «диссиденты», значимую долю ассортимента составляет детская литература. Особое внимание обращается на высокий уровень полиграфического исполнения книг.

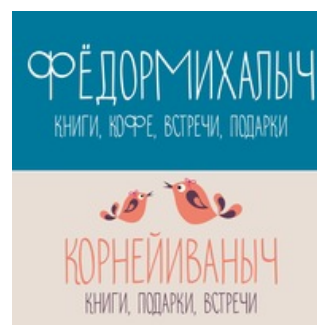


Рис. 5. Эмблемы магазинов «Федормихалыч» и «Корнейиванович». Красноярск

² AdMarginem, Avant-Garde, «Август», «Азбука-Аттикус», «Арт Волхонка», «Балка», «Бирюза», БУМ (Boom), Издательский дом Высшей школы экономики, «Гнозис», «Евразия», «Европа», издательство Европейского университета, «Зебра-Е», издательство Ивана Лимбаха, «ИЗДАЛ», издательство Института Гайдара, «Клевер», «Комильфо», «Манн, Иванов и Фербер», «Компас Гид», «Комсомольская правда», «Лимбус Пресс», «Машины творения», «Медленные книги», «Мелик-Пашаев», «Метро», издательский дом Меццарькова, «Machina; Андрей Наследников», «Никея», «Новый енисейский литератор», «НЛЮ», «Олма Медиа Групп», «Поляндрия Принт», «Пушкинский дом», «Речь», «Рипол Классик», «Розовый жираф», «Самокат плюс», «Симпозиум», «Ситалл», «Strelka Press», «Татлин», издательский дом «Текст», «Тублин К.», «Фома», «Энас-книга» и др.

За непродолжительное время работы магазин стал популярным местом города. Немаловажную роль в этом сыграла насыщенная программа мероприятий, основным форматом которой стали клубы, позволяющие людям общаться между собой. В «Федормихалыче» действуют разговорный английский клубе «Reading club», поэтический клуб «Стихи – моя стихия», «Литературная гостиная», «Книжный клуб», «Переговорный клуб», «Игровой клуб», игротека «Hobby games». Особый интерес посетителей магазина вызывают мероприятия, посвященные проблемам повседневности [2]. Например, встреча-общение со свадебным фотографом Т. Дядичкиной; регулярные «ресторанные дни» и др. Детская программа магазина носит название «Детский день с Вилла Курицей» и строится на неформальном общении с детьми.

Новый формат книжных магазинов подразумевает нетрадиционную организацию работы. «Будем работать так, чтобы это было удобно и клиентам, и персоналу: в будни с 11 до 22 часов, а в выходные с 14 до 24» [5]. В магазине действует букинистический отдел; есть кофе-машина, покупатели могут приобрести кофе.

В октябре 2014 г. Калашниковы открыли еще одну торговую точку – книжный отдел «Корней-иванович» в торговом центре «Изумрудный город». Особенностью этого отдела является качественный подбор детской литературы и небольшой ассортимент наиболее популярных книг для взрослых (всего в отделе представлено около 200 названий книг).

Небольшие книжные лавки действуют и в некоторых других сибирских городах (Томск, Иркутск и др.), но достоверных сведений об их работе получить не удалось.

Наиболее сложными для развития малоформатных независимых книжных магазинов являются проблемы финансирования. Философ Е. Трубина организацию книжных лавок называет «культурной самоотверженностью вопреки финансовым трудностям» [38]. Директор издательства «Новое литературное обозрение» И. Д. Прохорова считает, что «за двадцать с лишним лет в нашей стране так и не было выстроено сознательной политики в плане поддержки культурного книгоиздания и книгораспространения, и дело держится лишь на силе духа и бесконечном энтузиазме подвижников книжного дела» [36].

Положительным явлением становится стремление малоформатных книжных магазинов к обмену опытом, консолидации. «Все владельцы книжных лавок между собой знакомы, – утверждает А. Осташенко. – Мы общаемся с одними и теми же издательствами, общаемся между собой, подсматриваем друг у друга разные фишки, обмениваемся идеями» [35]. Организаторы наиболее удачных про-

ектов охотно делятся опытом, оказывают помощь в организации подобных предприятий в других городах. «Мы стремимся поддерживать связи в профессиональном сообществе, обмениваемся опытом с коллегами в других регионах. С этой целью организовали на Международной ярмарке литературы Non/fiction профессиональный форум. На него съехались владельцы, директора и управляющие частных книжных магазинов из 15 крупных городов России: Казани, Воронежа, Екатеринбурга, Новосибирска, Нижнего Новгорода и другие. Мы считаем, что необходимо выработать совместную политику в отношении издательств, решать узко-профессиональные проблемы, обмениваться информацией внутри сообщества, опираясь на специфику опыта каждого отдельного книжного магазина» [39]. Такой комментарий к первому съезду независимых книжных магазинов России, прошедшему в декабре 2014 г., дал его организатор М. Мальцев.

Обобщая сказанное, можно констатировать, что в последние годы в России, и в Сибири в частности, растет число небольших независимых книжных магазинов клубно-кулуарного формата. Деятельность такого рода предприятий имеет ряд особенностей: для их функционирования необязательна большая площадь торгового зала, но желательно расположение в центральной части города. Предприятия по причине их малочисленности и субъективности клиентского выбора почти не имеют конкурентов. Именно индивидуальность – та характеристика, которая позволяет независимым магазинам сосуществовать с сетевыми конкурентами и побеждать в борьбе за покупателя. Основным условием эффективности их деятельности является индивидуально сформированный, хорошо подобранный ассортимент как результат глубокого знания тематики и активного постоянного сотрудничества с клиентами и издательствами-партнерами. Для успешной работы необходима постоянная ротация фондов, ведение библиографической документации в магазине, а за его пределами – непрерывный контакт с профессиональными кругами. Одним из решающих компонентов становится немногочисленный, но очень хорошо подготовленный штат, важнейшими характеристиками которого являются коммуникационные способности, специальные знания и энтузиазм.

По мнению главного редактора издательства Ad Marginem А. Иванова: «Мы живем в период, когда мейнстримовая культура уходит. Современная культура строится на других основаниях – на основе микро-групп, микро-сообществ, разнонаправленных вкусов и интересов» [33]. Появление и деятельность книготорговых предприятий, где главным становится организация живого общения людей, выстроенного вокруг чтения и книг, оказывают значимое влияние на формирование регио-

нального социокультурного ландшафта. Книжные магазинчики, предлагая большой диапазон интеллектуального продукта и возможность выбирать эмоции и мысли, становятся культурными центрами городов, творческими лабораториями по созданию новых культурных технологий, так востребованными сегодня новыми территориями Книги.

Литература

- 6 маленьких книжных: секреты выживания в Москве. – URL: <http://www.the-village.ru/village/weekend/weekend/144705-kak-zhivut-malenkie-knizhnye-magaziny> (дата обращения: 10.12.2014).
- Андропова А. «Фёдормихалыч» — усложняй! – URL: <http://gazeta.sfu-kras.ru/node/4132> (дата обращения: 08.12.2014).
- Артемяева Е. Б., Подкорытова Н. И. Академические библиотеки Сибирско-Дальневосточного региона в контексте развития науки: прошлое и настоящее // Библиосфера. – 2014. – № 4. – С. 28–34.
- Арт-клуб «Книги и Кофе». Два в одном: кофе и книги. – URL: <https://kudago.com/spb/place/bookcoffee> (дата обращения: 10.12.2014).
- Гевель О. Новый книжный «Фёдормихалыч». – URL: <http://http://newslab.ru/article/569012> (дата обращения: 08.12.2014).
- Заяц К. Книжные ценности магазина комиксов «Двадцать восьмой». – URL: <http://paperpaper.ru/28-comics> (дата обращения: 22.12.2014).
- Здоровое сумасхождение и бархатный внутренний карман на пиджаке Москвы одновременно. – URL: <http://a-a-ah.ru/dodo> (дата обращения: 02.12.2014).
- Иванов В. «Внутри собаки жуть и мрак» – в Новосибирске открылась новая книжная лавка. – URL: <http://www.bookind.ru/events/1284> (дата обращения: 12.12.2014).
- Иванов В. «Я изобрел буквы, чтение вслух и русский язык». – URL: http://w-o-s.ru/article/YA_izobrel_bukvy_chtenie_vslux_i_russkij_yazyk (дата обращения: 02.12.2014).
- Каким должен быть книжный магазин? – URL: <http://lenta.ru/conf/kupriyanov> (дата обращения: 02.12.2014).
- Книга как одна из базовых составляющих культуры // Кн. индустрия. – 2013. – № 9. – С. 6.
- Книжная лавка «Engels & Kautsky» открылась в Новосибирском Академгородке. – URL: <http://tayga.info/news/2011/08/01/~104606> (дата обращения: 12.12.2014).
- Книжная лавка «Диккенс и дважды два». – URL: <http://kudago.com/spb/place/dikkens-i-dvazhdy-dva> (дата обращения: 12.02.2015).
- Книжная ярмарка издательства Ad Marginem «Черный рынок». – URL: <http://tayga.info/news/2010/08/26/~99674> (дата обращения: 02.12.2014).
- Книжные магазины и издательство «Гнозис». – URL: <https://vk.com/gnosisbooks> (дата обращения: 22.12.2014).
- Книжный магазин «Бакен». – URL: <http://bakenbooks.com> (дата обращения: 08.12.2014).
- Книжный магазин «Бакен». – URL: <http://kudago.com/krasnoyarsk/place/knizhnyj-magazin-baken> (дата обращения: 08.12.2014).
- Книжный магазин «Восточная Коллекция» – URL: <http://wikimaria.org/25853337/ru/Книжный-магазин-«Восточная-коллекция»> (дата обращения: 22.12.2014).
- Книжный магазин «У Кентавра». – URL: <http://www.2do2go.ru/msk/places/30671/knizhnyu-magazin-u-kentavra> (дата обращения: 24.12.2014).
- Книжный магазин при РОСФОТО – URL: <http://www.sobaka.ru/city/books/15737> (дата обращения: 12.02.2015).
- Книжный ретейл как возможность выбирать эмоции // Университетская книга. – 2014. – № 6. – С. 52.
- Кобец Н. В книжном море. – URL: <http://yandex.ru/clck/jsreidir?from=yandex.ru%3Byandsearch%3Bweb%3B%3B&text=&etext=> (дата обращения: 08.12.2014).
- Красноярск с высоты и кое-что еще. – URL: <http://feelek.livejournal.com/109038.html> (дата обращения: 05.01.2015).
- Куприянов Б. А. Восстановить коммуникацию между человеком и книгой // Кн. индустрия. – 2011. – № 5. – С. 7–11.
- Куприянов Б. А. Я против продвижения книг как чего-то веселого. – URL: <http://www.mn.ru/society/20130122/335822219.html> (дата обращения: 12.02.2015).
- Куприянова Т. Г. Предпринимательство в книжном деле: историография, история, тенденции развития. – М.: МГУП им. Федорова, 2012. – 368 с.
- Магазин редких книг «Русская деревня». – URL: <http://kudago.com/msk/place/magazin-redkih-i-unikalnyh-knig-russkaya-derevnya> (дата обращения: 22.12.2014).
- Мальцев М. Мы не воспитываем вкус, но делаем все, чтобы это состоялось, чтобы чтение было не беспорядочным, а системным // Кн. индустрия. – 2012. – № 6. – С. 50.
- Мониторинг состояния московского книжного рынка. – URL: <http://www.bookunion.ru/analytics/monitoring> (дата обращения: 10.01.2015).
- Нарушевич А. Книжный магазин «Додо» на Таганке. – URL: <http://cozymoscow.me/a-znaete-li-vy/dodo-na-taganke.html> (дата обращения: 02.12.2014).
- Независимое книгораспространение в России. – Кн. индустрия. – 2010. – № 8. – С. 6–14.
- Необычный книжный магазин с необычным названием. – URL: http://www.nedelya40.ru/news/_3896/f7c8 (дата обращения: 02.12.2014).
- Нужны новые территории книги. Интервью с главным редактором издательства Ad Marginem А. Ивановым. – Кн. индустрия. – 2011. – № 10. – С. 26–29.
- Остащенко А. Книжный магазин «Бакен»: беседа с хозяйкой нового кн. магазина А. Остащенко о лит. ориентирах. – URL: <http://newslab.ru/article/554294> (дата обращения: 08.12.2014).
- Остащенко А. «Хочется ставить на полки книги, которые не стыдно продавать». – URL: <http://siburba.ru/social/angelina-ostashhenko-hochetsya-stavit-na-polki-knigi-kotoryie-ne-styidno-prodavay> (дата обращения: 07.12.2014).
- Прохорова И. Д., Сорокин А. К. Издатели интеллектуальной литературы в культурном пространстве России // Книжная индустрия. – 2014. – № 8. – С. 13–19.
- «Смена»: новая культурная площадка в Казани. – URL: <http://inkazan.ru/smena-novaya-kulturnaya-ploshhadka-v-gorode> (дата обращения: 22.12.2014).
- Соколовская М. Снежный шар. – URL: <http://expert.ru/ural/2014/08/snezhnyj-shar/media/preview/#anchor-1> (дата обращения: 08.12.2014).
- Трокай М. «Пиотровский» – это нормально. – URL: <http://zvzda.ru/interviews/20aae420a7c9> (дата обращения: 22.12.2014).

40. Успешная продажа: технологии книжной торговли / Европ. союз, Брит. совет. – Мадрид, 2003. – 160 с.
41. Фаустов А., Беляцкая Л. «Все свободны» – культурное пространство для саморазвития личности. – Кн. индустрия. – 2013. – № 2. – С. 60.
42. Чемпионат России по чтению «Открой рот». – URL: <http://vk.com/otkroyrot> (дата обращения: 12.12.2014).
43. Финалистам конкурса «Открой рот» в Новосибирске пришлось читать стихи. – URL: <http://ria.ru/nsk/20131208/982730643.html> (дата обращения: 08.12.2014).
44. Фрейдкин М. Визитная карточка. – URL: <http://www.litkarta.ru/russia/moscow/persons/freidkin-m> (дата обращения: 10.12.2014).
45. Фрейдкин Марк Иехиельевич : биография. – URL: http://www.bard.ru/cgi-bin/frameset.cgi?kind=tracks&name=Фрейдкин_М (дата обращения: 10.12.2014).

Материал поступил в редакцию 06.05.2015 г.

Сведения об авторе: *Альшевская Ольга Николаевна* – кандидат исторических наук, старший научный сотрудник лаборатории книговедения, доцент ИФМИП ФГОУ ВПО НГПУ, тел.: (383) 266-26-30, e-mail: knigoved@spsl.nsc.ru