

ББК Ч617.471
УДК 655.4/.5

А. К. Калиева, Н. Л. Зыховская
A. Kalieva, N. Zykhovskaya
г. Челябинск, ЮУрГУ
Chelyabinsk, SUSU

**СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЛИТЕРАТУРНОГО
ПРОЦЕССА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: ИЗДАТЕЛЬСКАЯ
ПОЛИТИКА РЕДАКЦИИ ЕЛЕНЫ ШУБИНОЙ**
**SPECIFICITY FUNCTIONING OF THE LITERARY PROCESS
IN MODERN RUSSIA: PUBLISHING POLICY OF THE EDITORIAL
OFFICE OF ELENA SHUBINA**

Аннотация: В статье дана характеристика современного читателя, представлен анализ издательской политики «Редакции Елены Шубиной» и сделан вывод о специфике её влияния на современный литературный процесс в России. В частности, предметом изучения стали такие направления издательской политики, как «поиск новых имён», политика продвижения, конкурентоспособность.

Ключевые слова: издательство; издательская политика; литературный процесс; редакция Елены Шубиной.

Abstract: The article characterizes the modern reader, presents an analysis of the publishing policy of the «Editorial Office of Elena Shubina» and concludes on the specifics of its influence on the modern literary process in Russia. In particular, such directions of publishing policy as «search for new names», promotion policy, and competitiveness became the subject of study.

Keywords: publishing house; publishing policy; literary process; editorial office of Elena Shubina.

«Редакция Елены Шубиной» является одним из основных и, вероятно, самых известных импринтов крупнейшего издательства «АСТ», которое с 1990 года издаёт книги самых разных жанров для современного читателя. Елена Данииловна Шубина, российский литературовед, издатель и редактор, является специалистом по современной русской прозе. В 2008 году она стала главным редактором отдела «Современная русская проза» в издательстве «АСТ», который после и был переименован в «Редакцию Елены Шубиной».

Издательские стратегии – это действия, направленные на воплощение миссии издательства, реализация разработанной концепции, достижение поставленных целей [5]. Издатели стремятся не только охватить большую часть книжного рынка, но и удовлетворить запросы основной массы потребителей в изданиях художественной литературы. По этой причине меняются качественные и количественные соотношения произведений разных жанров, а грань между массовой и элитарной литературой становится всё более чёткой, при

этом ведущее место среди продуктов деятельности литературно-художественных издательств занимает именно массовая литература [3].

Массовой литературой обычно называют «нижний ярус» литературы. Такую литературу, в противовес классической, принято считать развлекательной, лёгкой, тривиальной, недостаточно качественной, а потому «дешёвой». Она входит в круг чтения миллионов людей, а потому исследование её как феномена литературно-художественного книгоиздания так необходимо. Изучение издательского успеха массовой литературы даёт возможность осознать огромные социальные и культурные изменения не только в российском, но и в мировом обществе.

Большая часть читающего населения представляет собой массового читателя. От элитарного он отличается дефицитом читательской компетенции, отсутствием культурной базы, ориентацией на информационную доступность и визуальность. Массовая литература не может не ориентироваться на ценности своего потребителя, поэтому она упрощает и стандартизирует передаваемую информацию [8].

Элитарная литература – это «высокое» или экспериментальное творчество, которое в первую очередь удовлетворяет потребность автора в самовыражении. Такая литература не рассчитана на понимание широкой читательской аудитории, особенно сейчас, когда тенденция упрощения текста становится всё чётче [8].

«Редакция Елены Шубиной» заявляет, что открывает для всех мир настоящей высокой литературы – литературы, которую до недавнего времени принято было считать узконаправленной. Издательская политика «РЕШ» направлена на распространение качественного текста. Ее книги – это всегда актуальная проза, которая сочетает в себе высоколитературный текст и высокочлассный стандарт его редакционной подготовки [6]. Все рукописи тщательно отбираются, проходят проверку на соответствие целям издательства, редактируются и корректируются, доводятся до идеала. Качество подготовки книги на всех этапах является принципиальной установкой «Редакции Елены Шубиной».

Однако отношение человека к книге в целом меняется. Д. П. Зылевич отмечает, что не так давно сложился новый тип читателя: «...это человек среднего класса, не желающий читать ни элитарную, ни массовую литературу» [1]. Особенно сильно тенденция снижения числа читающих людей проявила себя в подростковой среде. Аудитория в некоторой степени влияет на издательскую политику редакций, а особенности издательской политики влияют на смену приоритетов и вкусов читателей.

«Редакция Елены Шубиной» не просто воздействует на современный литературный процесс, она его, по словам самой Елены Шубиной, формирует; она задает новые тенденции, а не просто придерживается старых, следуя уже устоявшимся канонам книгоиздательства [4].

Одним из важнейших направлений издательской политики «Редакции» является поиск новых имен. «РЕШ» уже работает с такими топовыми писателями, как Алексей Иванов, Михаил Елизаров, Евгений Водолазкин, Татьяна Толстая, Людмила Улицкая, Дмитрий Быков, Леонид Юзефович и др. Однако мы уже

указали, что Е. Шубина стремится создавать новые тренды в современной литературе, а значит, вынуждена искать новые имена, которые смогут стать достойными представителями русской литературы на российском и мировом рынках. Грамотный и профессиональный подход «Редакции Елены Шубиной» помогает малоизвестным писателям становиться авторами бестселлеров.

Важную роль в процессе работы с новыми авторами играет политика продвижения издательства и редакции в частности, которую можно рассмотреть на примере романа Гузель Яхиной «Зулейха открывает глаза», который в короткий срок именно после издания в «РЕШ» обрёл популярность, причём не только в России, но и за рубежом.

Стоит отметить, что до прихода в «АСТ», а именно в «Редакцию Елены Шубиной», Гузель Яхина посылала текст в 13 других издательств и во многие журнальные редакции, однако успеха там она не достигла. А сейчас российскую писательницу можно справедливо назвать одним из самых ярких дебютантов современной русской литературы.

Первый тираж романа был небольшим – 2 тысячи экземпляров. Внимание мирового литературного сообщества вполне могло пройти мимо него. Но в «РЕШ» позаботились о том, чтобы о новинке слышали все. Был запущен уже налаженный процесс продвижения сенсационной новинки, которая попала в руки специалистов и в которой команда профессиональных редакторов смогла разглядеть потенциал.

У Елены Шубиной каждая книга подается как событие [7]. Месяцами идут анонсы в социальной сети «ВКонтакте», информацию активно распространяют сотрудники импринта. Подобное движение не остаётся без внимания журналистов, поэтому новинка продолжает продвигаться уже в российских газетах и журналах. И в результате на книгу обращают внимание критики и книжные обозреватели, отзывы которых – как положительные, так и отрицательные – могут гарантировать новинке определённую популярность.

Победа на литературных премиях увеличивает известность, ведь это значит, что книга прошла определённую «проверку качества». И из года в год авторы «Редакции Елены Шубиной» стабильно становятся лауреатами таких престижных российских литературных премий, как «Большая книга», «Ясная поляна», «Книга года» и «Национальный бестселлер».

Одними премиями политика продвижения «РЕШ» не ограничивается. В 2019 году по роману Гузель Яхиной был снят одноимённый восьмисерийный фильм режиссёра Егора Анашкина. И вновь ожили социальные сети: экранизацию продвигала не только редакция, но и сама писательница, которая подогрела интерес аудитории положительным отзывом на фильм. Премьера состоялась в 2020 году, и следом за ней последовали дополнительные тиражи романа в кинообложке.

Преимущества на рынке чаще всего получают книги крупных издательств, в число которых как раз и входит «АСТ». В первую очередь, это финансовые преимущества. Крупным издательствам уже не нужно прокладывать себе путь на рынок, их реклама всегда заметна, а книги стоят на главных полках магази-

нов. «РЕШ» – это гордость «АСТ», в ближайшем будущем они совершенно точно не останутся без внимания и поддержки.

Далее можно говорить о репутации. «АСТ» и «Редакция Елены Шубиной» в частности уже давно ассоциируются с категорией качественной литературы, отвечающей многим запросам потребителей. «РЕШ» обладает определённым кредитом доверия, а потому превосходит многих своих конкурентов.

Сейчас на рынке у «АСТ» и «Эксмо», которые и так принадлежат одному владельцу, практически нет достойных соперников, а значит, у их редакций явно стабильное положение и с ними никто в полной мере не сможет конкурировать. Но в таком случае речь идёт уже о том, что рынок монополизирован одной крупной корпорацией, а значит, развивается не так разнонаправленно, как мог бы при более серьёзной конкуренции [4].

Таким образом, значительную часть преимуществ «РЕШ» даёт её статус как импринта крупнейшего издательства России «АСТ». Это снимает с редакции ответственность за решение вопросов дистрибуции, реализации и продвижения книг на рынке. Однако выбор литературы остаётся за командой «Редакции Елены Шубиной» – это их издательская стратегия, которую высшее руководство издательства приняло и которую продолжает отстаивать Елена Шубина.

Библиографический список

1. Зылевич, Д. П. Современные издательские тенденции в области художественной литературы / Д. П. Зылевич // Труды БГТУ. Серия 4: Принт- и медиатехнологии. – 2015. – № 9 (182).
2. Издательское дело – постоянная зона риска. Елена Шубина о книжном рынке и коммерческой литературе // Forbes.
3. Кочеткова, А. А. Массовая литература как результат издательской политики / А. А. Кочеткова // Вестник МГУП. – 2013. – № 1.
4. Кудрин, О. В. О гарантированных «классиках» «Редакции Елены Шубиной» / О. В. Кудрин // Вопросы литературы. – 2020. – № 2.
5. Лизунова, И. В. Издательские стратегии XXI в.: универсальные, специфические, смешанные / И. В. Лизунова, А. С. Метельков // Труды ГПНТБ СО РАН. – 2019. – № 4. – С. 19–26.
6. Редакция Елены Шубиной // АСТ.
7. Сенчин, Р. В. Об издательстве Елены Шубиной и о том, почему туда стремятся / Р. В. Сенчин // Вопросы литературы. – 2020. – № 3.
8. Форшток, А. М. Homo legens в XX веке (к проблеме массового читателя) / А. М. Форшток // Вестник ННГУ. – 2010. – № 2-1.