

УДК 655.4

## КРАУДФАНДИНГ В РОССИЙСКОМ КНИГОИЗДАНИИ

Н. В. Волкова

Тверской государственный университет  
*кафедра филологических основ издательского дела и литературного творчества*

В статье рассматривается краудфандинг и смежные явления, его особенности на российском книжном рынке, характеризуются наиболее успешные издательские проекты, реализованные на российских краудфандинговых площадках

**Ключевые слова:** краудфандинг, книгоиздание, книжный рынок, социальное предпринимательство, информационные технологии, интернет-ресурсы.

Краудфандинг – достаточно новый инструмент массовых социальных коммуникаций, представляющий собой некоторую форму общественного договора, когда носитель замысла, творческой идеи предлагает поддержать ее финансово с полной открытостью процедуры. Его рассматривают и как средство народного финансирования разного рода проектов: коммерческих, научных, социальных, творческих и даже политических [1; 2; 14], – и как средство поиска инвестиций и инноваций [7; 18], и как средство поддержки стартапов и социального и молодежного предпринимательства [4; 11; 16], и как новый инструмент финансирования и поддержки книгоиздания [9; 15], и даже как эволюционный этап развития книжного дела [6]. «Краудфандинг в книжном деле – коллективное финансирование творческих идей авторов или коммерческих проектов издателей – приобретает сегодня особую актуальность в связи с тем, что государственная поддержка книгоиздания минимальна, малоизвестным авторам непросто “пробиться” в классические коммерческие издательства, а книгораспространение испытывает известные трудности. Краудфандинг – это фактически продажа ещё не существующего продукта, в нашем случае – ещё не изданной книги. Кроме того, это оригинальный маркетинговый инструмент, который позволяет оценить правильность выбора аудитории того или иного проекта» [5, с. 74].

Смежное понятие – краудсорсинг, который рассматривается как мобилизация ресурсов людей посредством информационных технологий с целью решения задач, стоящих перед бизнесом, государством и обществом в целом. Писатель и изобретатель термина Джеф Хау отмечает: «Люди хотят не пассивного потребления, а, напротив, участия в разработке и создании значимых для них товаров. Краудсорсинг – это одно из проявлений более широкой тенденции в усилению демократизации в торговле» [19, с. 21]; особенно это справедливо в отношении книгоиздания в современных условиях. Более того, «краудсорсинг рисует лестный портрет рода человеческого. Мы намного умнее, намного креативнее и намного талантливее, чем склонны сами думать о себе...» [Там же, с. 22]. «Краудсорсинг – это механизм, с помощью которого талант и знания находят применение там, где они востребованы» [Там же, с. 25].

Краудфандинг считается частным случаем краудсорсинга, когда привлекается финансирование большого количества (англ. *crowd* – толпа, *funding* – финан-

сирование) людей для решения по преимуществу творческих задач, не требующих значительных средств, он характеризуется открытостью процедур и процессов – от сбора средств до реализации проекта. Среди творческих задач, поддерживаемых краудфандингом, значительное место занимают издательские проекты, музыкальные альбомы, видеоклипы, различного рода мероприятия (выставки, благотворительные акции и т. п.). Иногда процедура сбора средств предполагает некоторое вознаграждение жертвователю: приглашение посетить запланированное мероприятие (выставку, лекцию и пр.), дарение или продажа готовой книги с дарственной надписью или автографом и т. д. Когда предполагается получение прибыли от вложений, жертвователь идет по пути краудинвестинга; если речь идет об онлайн-кредитовании посредством специализированных интернет-ресурсов (в США это *LendingClub*, в Великобритании – *Zopa*, в Китае – *Rendendai*, в Германии – *Auxmoney*, во Франции – *Prêd d'union*, в России – *Вдолг.ру*), то имеем дело с краудлендингом. Краудгифтинг – еще одна разновидность совместного финансирования, предполагающая сбор средств на подарок реципиенту от друзей-доноров. Необходимо отметить, что сущ. *толпа* (*crowd*) в составе этих терминов не несет негативной окраски, это просто «сообщество, народ, компания, группа».

Характерная черта названных технологий – завязанность на Интернет, однако это не главное. «Если краудсорсинг и связан с Интернетом, то главная его суть состоит не в использовании современной технологии. Технология сама по себе – это пучок проводов, чипов и невразумительных инструкций по эксплуатации. <...> Куда более важны и интересны поступки людей, которые проявляются благодаря этой самой технологии, в частности, способности Интернета объединять массу людей в один организм с бесконечными возможностями. Именно развитие Сети позволяет нам воспользоваться лучшим свойством человеческого труда, известным задолго до появления Интернета: способностью разбить непосильную задачу – например, составление энциклопедии – на довольно мелкие части и тем самым сделать работу не только практической осуществимой, но еще и увлекательной» [Там же, с. 18]

О возникновении феномена на рынке Д. Хау пишет: «... в отличие от модели распределенной обработки данных, которая была специально придумана группой ученых, краудсорсинг возник сам по себе. Его рождение нельзя приписать экономисту, или консультанту по менеджменту, или гуру в области маркетинга. Он появился в результате неkoordinированных действий тысяч людей, которые делали то, что им нравилось, в компании других людей...» [Там же, с. 19–20]. И далее: «Это была новейшая медийная технология: контент, создаваемый любителями. Небольшое изучение вопроса показало, что любители вносят беспрецедентный вклад в развитие наук. Стало ясно, что считать работу ребенка, создающего собственную рекламу бренда *Converse*, качественно отличающейся от работы химика-любителя, пытающегося на досуге изобрести новое органическое удобрение, неправильно. В обоих случаях прослеживается одна и та же динамика: низкая стоимость производства, избыток невостребованного таланта и творческого потенциала, а также развитие виртуальных сообществ энтузиастов-единомышленников. <...> Как оказалось, не только “цифровые аборигены”, но также и “цифровые иммигранты” (которых можно было бы определить как людей, по-прежнему узнающих новости из газет) тоже вскоре начнут писать рецензии на книги, продавать собственные фотографии, создавать новые способы применения карт *Google* и, да-да, даже предлагать рисунки на футболки. Продолжая наблюдать за развивающейся тенденцией, я узнал о том, что приводит ее в движение <...> компания <...> продает сообщество» [Там же,

с. 13]. Иначе говоря, продвигается некая идея, значимая для некоторого количества людей и зачастую коммерчески не очень рентабельная, однако заинтересованные лица – потребители готовы вложиться в нее и поспособствовать ее превращению в материальный объект – готовый товар.

К краудсорсингу и краудфандингу как частному случаю на сегодняшний день сложилось противоречивое отношение: его называют и «мудростью толпы» (*crowdvoting*), и способом сформировать «элиту толпы» [13, с. 230], и новым способом мошенничества: «Краудфандинг в результате воспринимается либо как движение хороших людей, собирающих деньги на хорошие проекты, либо как сомнительный механизм финансовых инвестиций, инициированный пирамидостроителями» [3]. Краудфандинг иногда называют «зоной повышенного риска», однако о сколько-нибудь серьезных прецедентах неизвестно, поэтому можно предположить, что предельная открытость и прозрачность процедур, характерная для всех социальных медиа, да и сами краудфандинговые платформы, как правило, стараются минимизировать угрозы, являясь некоторой гарантией от попыток нечестного обогащения.

Площадки краудфандинга в России пока немногочисленны, но уже весьма успешны. Проект «Русини» – первая платформа социального краудфандинга в России, позиционирующая себя «теплицей социальных технологий», – был запущен 10 апреля 2010 г. Проект позволяет собирать микропожертвования (от 100 рублей) социальным предприятиям и некоммерческим организациям, расширяя их возможности коммуникации с донорами.

Интернет-портал *Planeta.ru*, запущенный в июне 2012 года, стал лауреатом «Премии Рунета 2014» в номинации «Экономика, Бизнес и Инвестиции». За время существования проекта собрано более 580 млн. руб., более 2 500 проектов успешно реализовано (по утверждению портала, это каждый третий стартап). 14 % из всех реализованных проектов – литературные и журналистские. Проект *Boomstarter.ru* начал свою работу тоже в 2012 году и сразу стал лауреатом премии «Стартап года 2012» в номинации «Лучший социально значимый стартап» от бизнес-инкубатора НИУ ВШЭ. За время существования проекта собрано более 300 млн. руб., успешно реализовано более 1 300 проектов. Обе площадки работают по модели «нефинансового вознаграждения» и копируют зарубежные проекты *Kickstarter* и *IndieGoGo* [8].

Первая специализированная издательская краудфандинговая площадка в России «Сбор-ник» создана писателем и журналистом В. Нестеровым и запущена в марте 2015 года. Автор, опубликовав начало своего произведения на этом ресурсе, может объявить сбор средств для дальнейшей работы над текстом и его последующего издания. Примечательно, что после сбора необходимой суммы и окончания работы над текстом автор выкладывает законченную работу в электронном виде на этом же и на других ресурсах и не обязан издавать печатный вариант книги. «Проект “Сбор-ник” преследует одну-единственную цель – чтобы в мире появилось больше книг, которые хочется читать. <...> Сайт “Сбор-ник” де-факто является народным издательством, где только читатели определяют, какие книги стоит издавать, и сами же оплачивают автору написание книги. <...> Это очередной эксперимент по поиску новых форм взаимодействия автора и читателей» [10].

В свою очередь, на Западе таких платформ, специализирующихся только на литературе, несколько: *Pubslush*, *Authr*, *Unglue.it* и *Unbound*. С одной стороны, это говорит о том, что в западном краудфандинге на смену площадкам широкого спектра приходят нишевые, специализированные ресурсы. С другой стороны, видимо, книжный краудфандинг – предприятие востребованное. Основное преимущество

таких платформ – реклама. «Цепочка “писатель – издатель – читатель” всегда будет оставаться базовой, формы взаимодействия автора и читателя становятся все более разнообразными <...> целесообразно рассмотреть как дополнение к традиционным издательствам, а не вместо них» [12, с. 209].

Даже беглый взгляд на успешные реализованные проекты на портале *Planeta.ru* [17] красноречиво свидетельствует о потребностях современного читателя, за какого рода контент читатель готов платить еще на этапе создания. Это, в частности, издания по истории: учебники, книги по истории искусства, архитектуры, литературы, историческая публицистика. Так, книга «История в картах, портретах и фото» собрала 792 % от требуемых на издание средств; фотокнига о Майдане, Крыме и Донбассе «Врозь» Евгения Фельдмана собрала 431 % средств; проект выпуска единого учебника истории России собрал 348 %; издание книги о Главном здании МГУ «Главная высотка Советского Союза» – 355 %. Тверское издательство «Форум» собрало 173 % средств на печать книги Г. Ферра «Катынский расстрел. Опровержение “официальной” версии». Сейчас идет сбор средства на проект по установке памятника погибшим красноармейцам на мемориале «Медное».

Сборник документов и свидетельств преступлений против еврейского народа «Черная книга», созданный в 1940-х годах В. Гроссманом и И. Эренбургом, набрал 106 % средств от требуемых. Примечательно, что книга известна и издавалась по всему миру, но в России впервые. Издательство *Corpus* путем краудфандинга ставило перед собой цель снизить себестоимость издания: проект позволил продавать книгу по доступной широкому кругу читателей цене (до 450 руб.), при этом издание выполнено на высоком полиграфическом уровне (твердый переплет) и выпущено достаточно большим по современным меркам тиражом (3 000 экз.).

Книга о Д.Н. Мамине-Сибиряке, планировавшаяся к изданию в серии «Жизнь замечательных уральцев» (авторы – член Союза журналистов России Н. Паэгле и фотограф, член Союза писателей России В. Осипов), осталась без государственного финансирования, но в кратчайшие сроки собрала 106 % от необходимого. Успешной оказалась и современная литературная и политическая публицистика: проект сборника публицистических статей В. Шендеровича «2014 год. Блокада мозга» собрал 123 %; трехтомное собрание сочинений Валерии Новодворской было профинансировано на 111 %. Быстро собирают средства и благотворительные книжные проекты: проект книги для слепых и слабовидящих детей, напечатанной на 3D-принтере, в кратчайшие сроки собрал 111 % средств. Литературно-художественные издания также пользуются поддержкой сообщества: коллекционная билингва «Гамлет» с авторскими иллюстрациями собрала 274 % средств. Успешно реализованы издательские проекты сборников стихов, прозы, периодических литературно-художественных изданий.

Забытая советская форма подписки на только планируемое издание возрождается благодаря краудфандингу. Так, книжное агентство «Додо» совместно с московским издательством «Лайфбук» таким образом реализовали уже четыре проекта, самый примечательный из которых – рукописная книга Линор Горалик «Мартин не плачет», на которую можно подписаться на страничке проекта даже после его завершения.

Один из ведущих юзабилити-специалистов в России, инженерный психолог, с 2013 по 2015 гг. советник министра связи и массовых коммуникаций РФ, популярный спикер интернет-конференций Д. Сатин также собирает средства на издание своей новой книги «О юзабилити». Примечательно, что сбор идет с эле-

ментами краудинвестинга: на страничке проекта можно приобрести электронную и бумажную (с автографом автора) версию первой книги «О юзабилити», купить билет на открытую лекцию в ВШЭ и пр.

В настоящее время активно идет сбор средств на книгу о Николе Тесле, на различные детские книги, звуковой журнал для незрячих и слабовидящих, на издание личного архива режиссера В. Я. Мотыля, на бесплатную литературную газету, на книгу об истории рода Васнецовых, книгу о профилактике вредных привычек, книгу о детях с синдромом Дауна, на публикацию биографии футуриста Каменского, на аудиокнигу «Сергеев-Ценский», на уже сериальный проект «Живая классика» издательства *Clever* и др. Все проекты по-своему примечательны, многие из них, очевидно, коммерчески рентабельные, но издательства или авторы предпочитают сократить путь к читателю, идя от самого читателя – руководствуясь его интересами, пожеланиями и, в конечном счете, «голосованием рублем».

На краудфандинговой площадке *Boomstarter.ru* [13] поддерживаются и реализуются проекты изданий детской литературы, иллюстрированных изданий, комиксов, научной и научно-популярной литературы, периодических изданий, поэзии, публицистики и художественной литературы. В категории детской литературы наиболее успешным издательским проектом оказалась книга для детей «Простая наука», в которой собраны самые интересные и простые научно-познавательные опыты. Проект набрал 216 % от необходимого.

В категории «Иллюстрированное издание» рекордсменом стал русский перевод справочного издания «Путеводитель по Исламу», изданный прежде на английском языке и ставший бестселлером. Проект набрал 174 % от запрашиваемого и вступил в новую фазу: издатели планируют допечатать тираж на сей раз в клеевом бесшвейном переплете тиражом в 10 000 экз. и создать мобильное приложение.

Успешным оказался и проект издания комиксов о черепашках-ниндзя в книжном формате (категория «Комиксы»), набравший 178 % от запрашиваемой суммы. Проект получил продолжение в виде сборника рассказов о черепашках-ниндзя и также собрал сумму больше предусмотренной (146 %). Проекты реализованы российским издательством комиксов *Illusion Studio*. Научно-популярный проект «Луна. История, люди, техника» П. Шубина собрал 347 % финансирования. Это уже второй успешный проект автора; первый, аналогичный, был о Венере (книга «Венера: неукротимая планета») и собрал 115 % от запланированного финансирования. Рекордсменом среди поэтических сборников стал второй сборник стихов московской поэтессы О. Кузьминой «Один плюс один» (собрал 212 %). В категории публицистики лидером стала книга Н. Тарасовой «На своем месте» о том, как признанные профессионалы – от сыщиков до бизнесменов – нашли свое призвание. Проект собрал 226 % от требуемого и реализован. Среди художественной прозы лидер – 22-летний автор из Мурманска А. Полярный. Его проекты книг стабильно успешны: «Тлеющие ветви леса Блум» (788 %), «Сказка о самоубийстве» (413 %). Появились и поклонники молодого автора, с нетерпением ожидающие новых книг.

Для успешной реализации проекта на краудфандинговой площадке необходимо представить его достоверно и увлекательно; в случае с издательским проектом – рекламную концепцию издания с предварительной сметой расходов. Все представленные проекты почти никогда не содержат программы продвижения, так как в типичном случае жертвователю предлагается вознаграждение в виде электронного и/или печатного издания с автографом автора или разнообразных сувенирных материалов (открытки, закладки, календари и пр.), что частично решает проблемы

реализации тиража, – в некотором смысле авторы проектов пользуются незаслуженно забытой моделью распространения изданий по подписке.

Краудфандинговая площадка для автора и издателя – интересный и универсальный инструмент, в рамках которого каждый решает свои задачи: издательства снижают себестоимость заведомо дорогого издания или ведут подписку на серийные издания, именитые авторы получают возможность встретиться с целевой аудиторией и полностью контролировать издательский процесс – от сбора средств до реализации книги, начинающие авторы получают полноценную путевку в творческую жизнь и сразу пусть минимальное, но признание, искренние симпатии читателей.

Что касается тематики, то издания разнообразны и отнюдь не всегда потенциально нерентабельны, но, поскольку некоторый коммерческий риск всегда есть, краудфандинг его минимизирует, выполняя, помимо функции минимизации стоимости, функцию пробного маркетинга, когда появляется возможность откорректировать, подстроить выпускаемую книгу под целевую аудиторию для последующего тиражирования или даже переиздания.

Завершим оптимистической цитатой: «Краудсорсинг умело пользуется глубинной социальной природой человека. Вопреки мрачному, полному безысходности предсказанию, что Интернет будет преимущественно изолировать людей друг от друга, краудсорсинг использует технологию для развития беспрецедентных уровней сотрудничества и плодотворных обменов между людьми» [19, с. 20–21].

#### Список литературы

1. Александрова В. А., Гребенникова В. А. Краудфандинг и его роль в финансировании творческих проектов // Экономика, социология и право. 2015. № 2. С. 6–9.
2. Безуглый Э. А. Краудфандинг как современный инструментарий народного финансирования // Pravo, ekonomija i menadžment u savremenim uslovima leimima. 2015. Zbornik radova. Belgrade: University «Union – Nikola Tesla», 2015. С. 125–133.
3. Карелов С. Перспективы краудфандинга: в США – закон, в России — мошенничество [Электронный ресурс] // Slon.ru. URL: [https://republic.ru/future/perspektivu\\_kraudfandinga\\_v\\_ssha\\_zakon\\_v\\_rossii\\_moshennichestvo-875352.xhtml](https://republic.ru/future/perspektivu_kraudfandinga_v_ssha_zakon_v_rossii_moshennichestvo-875352.xhtml). (Дата обращения: 31.01.2017.)
4. Каурова Е. Э. Краудфандинг как инструмент поддержки молодежного предпринимательства // Экономика и предпринимательство. 2016. № 2–2 (67–2). С. 927–931.
5. Книжный краудфандинг по-русски // Университетская книга: информационно-аналитический журнал. 2014, ноябрь. С. 74–77.
6. Ковальчук А. Е. Краудфандинг как эволюционный этап развития книжного дела // Человек. Общество. Инклюзия. 2016. № 3–2 (27). С. 93–99.
7. Косов В. Б., Дрожжина К. А. Краудфандинг как средство для поиска инноваций // Экономика и социум. 2015. № 2–5 (15). С. 449–452.
8. Краудфандинговые платформы в России и мире [Электронный ресурс] // РИА Новости. URL: [https://ria.ru/disabled\\_know/20160822/1474985105.html](https://ria.ru/disabled_know/20160822/1474985105.html). (Дата обращения: 02.02.2017.)
9. Крыжановская А. А., Трофимова А. А. Краудфандинг как инновационный проект в российском книжном деле // *Via scientiarum – Дорога знаний*. 2015. № 1. С. 116–121.
10. Манифест [Электронный ресурс] // Sbor-nik. URL: <https://www.sbor-nik.ru>. (Дата обращения: 01.02.2017.)

11. Позднякова С. В., Харламова Т. Н. Краудфандинг как источник финансирования социального предпринимательства // Управление и общество: от традиций к реформам Тамбов: Издатель А. В. Чеснокова, 2015. С. 298–302.
12. Позднякова С. В. Краудфандинг в социальном предпринимательстве // Ученые записки Тамбовского отделения РoСМУ. 2015. № 4. С. 204–209.
13. Проекты-рекордсмены *Boomstarter* [Электронный ресурс] // Boomstarter.ru. URL: <https://boomstarter.ru/discover/most-funded>. (Дата обращения: 01.02.2017.)
14. Родионов А. А., Горин Д. В. Краудфандинг как инновационный инструмент финансирования коммерческих и научных проектов // Актуальные проблемы науки в студенческих исследованиях. Воронеж: Воронежский центр научно-технической информации, 2016. С. 135–138.
15. Сапожникова Е. С. Краудфандинг: новые возможности книгоиздания // Книжное дело: достижения, проблемы, перспективы. Екатеринбург: Уральский федер. ун-т, 2015. С. 32–38.
16. Седельников С. Р. Краудфандинг как инструмент финансирования стартапов в Российской Федерации // Проблемы современной экономики. 2015. № 4 (56). С. 154–157.
17. Успешные проекты [Электронный ресурс] // Planeta.ru. URL: <https://planeta.ru/search/projects?query=&categories=LITERATURE&status=SUCCESSFUL>. (Дата обращения 02.02.2017.)
18. Феоктистова А. А. Краудфандинг – новейший способ поиска инвестиций // Экономика и социум. 2015. № 2–4 (15). С. 1014–1016.
19. Хау Дж. Краудсорсинг: Коллективный разум как инструмент развития бизнеса. М.: Альпина Паблишер, 2012. 288 с.

## CROWDFUNDING IN THE RUSSIAN BOOK PUBLISHING

N. V. Volkova

Tver State University

*the Department of Philological Basics of Publishing and Literary Creation*

The article discusses crowdfunding and the related terms, its features in the Russian book market and characterizes the most successful publishing projects, implemented on the Russian crowdfunding platforms.

**Keywords:** *crowdfunding, book publishing, book market, social entrepreneurship, information technologies, Internet resources.*

*Об авторе:*

ВОЛКОВА Наталья Васильевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры филологических основ издательского дела и литературного творчества Тверского государственного университета (170100, Тверь, ул. Желябова, 33), e-mail: [volknat@mail.ru](mailto:volknat@mail.ru).

*About the author:*

VOLKOVA Natalya Vasilyevna – Candidate of Philology, Associate Professor at the Department of Philological Basics of Publishing and Literary Creation, Tver State University (170100, Tver, Zhelyabov str., 33), e-mail: [volknat@mail.ru](mailto:volknat@mail.ru).