



УДК 769

EDN XWBZWD

<https://www.doi.org/10.33910/2687-1262-2024-6-2-130-141>

Детская поэзия в книжных магазинах Московского региона*

Ж. В. Уманская ¹

¹ Российский государственный гуманитарный университет, 125047, Россия, г. Москва, Миусская пл., д. 6

Для цитирования:

Уманская, Ж. В. (2024) Детская поэзия в книжных магазинах Московского региона. *Журнал интегративных исследований культуры*, т. 6, № 2, с. 130–141. <https://www.doi.org/10.33910/2687-1262-2024-6-2-130-141>
EDN XWBZWD

Получена 7 июля 2023; прошла рецензирование 15 февраля 2024; принята 16 февраля 2024.

Финансирование: Исследование не имело финансовой поддержки.

Права: © Ж. В. Уманская (2024). Опубликовано Российским государственным педагогическим университетом им. А. И. Герцена. Открытый доступ на условиях лицензии ССВУ-NC 4.0.

Аннотация. Книжный розничный магазин — сложный объект, который является пересечением разных социальных запросов, будучи одновременно включенным как в систему торгового обмена и массового потребления, так и в систему культурных отношений и ценностей. В статье представлены результаты полевого исследования книжных магазинов и книжных отделов розничной торговли Москвы и Подмосковья, в котором собрана информация о разнообразии наименований представленной детской поэзии, зафиксированы имена поэтов и художников, приведены сравнения стилей оформления изданий классической и современной детской поэзии. Интересовали вопросы возможных повседневных практик детского и взрослого чтения и знакомства с книжной продукцией; репрезентации исследуемым ассортиментом массовых предпочтений; влияния выбора издательств и магазинов в пользу каких-то конкретных решений в розничной торговле на сегментацию покупательской аудитории. Исследование показало, что при формальном наличии численного разнообразия книг определенной линейки в сетевой розничной торговле можно говорить о его мнимом характере. Доминирует ограниченный список авторов и большой процент скрытых переизданий (использования ограниченного набора макетов под разными обложками). Практическое отсутствие книг современных авторов не позволяет покупателю увидеть полную картину состояния детской поэзии и иллюстрации. Скудость ассортимента может привести к серьезным пролонгированным последствиям, например, формированию для определенной части общества устойчивых представлений о «правильной, хорошей» иллюстрации в детской книге и линейке значимых авторов, не отражающих актуального состояния сегмента детской литературы.

Ключевые слова: детские книги, детская поэзия, детская иллюстрация, практики чтения, повседневные практики, разнообразие книжного ассортимента, книжный как «третье место», книжная розница, имплицитный покупатель

* Исследование фиксирует состояние ситуации на февраль — март 2022 г.

Children's poetry in bookstores in the Moscow region

Zh. V. Umanskaya ¹

¹Russian State University for the Humanities, 6 Miusskaya Sq., Moscow 125047, Russia

For citation: Umanskaya, Zh. V. (2024) Children's poetry in bookstores in the Moscow region. *Journal of Integrative Cultural Studies*, vol. 6, no. 2, pp. 130–141. <https://www.doi.org/10.33910/2687-1262-2024-6-2-130-141>
EDN XWBZWD

Received 7 July 2023; reviewed 15 February 2024; accepted 16 February 2024.

Funding: The study did not receive any external funding.

Copyright: © Zh. V. Umanskaya (2024). Published by Herzen State Pedagogical University of Russia. Open access under [CC BY-NC License 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

Abstract. A retail bookshop is a complex object the intersection of different social expectations: it is simultaneously part of the system of economic exchange and mass consumption, and the system of cultural relations and values. The article presents the results of a field study conducted in bookshops of Moscow and Moscow Region. The study sought to collect the information about the diversity of titles of children's poetry and the names of poets and illustrators. The design styles of publications of children's 'classic' and contemporary poets were compared. We were interested in the following issues: everyday practices of children's and adults' reading and familiarization with books available for retail purchase; ways in which mass preferences are represented by the studied selection of books; and the influence of publishers' and stores' particular business choices on the segmentation of the consumer audience. The study showed that the diversity of books of a certain type in retail chain stores is more apparent than real. The majority of books are by a limited list of authors, and there is a large percentage of 'hidden reprinting' (i. e., the use of a limited set of layouts under different covers). The virtual absence of books by contemporary authors does not allow buyers to get a complete picture of the state of children's poetry and illustration. The small selection of books can lead to serious long-term consequences — e. g., a certain part of society may develop stable but wrong ideas about the 'correct' or 'good' illustration in books and about the list of 'significant'.

Keywords: children's book, children's poetry, children's illustration, reading practices, everyday practices, selection of books, bookshop as a 'third place', book retail, implicit user

Детская книга как целостный педагогический, эстетический, полиграфический, материальный продукт была и остается значимым средством социализации и инкультурации ребенка. Особое место в этих процессах занимает иллюстрированная детская поэзия и практики ее чтения. Причин этому несколько. Специфика дошкольного и младшего школьного возраста такова, что именно на рифмованных ритмичных текстах эффективнее развивать когнитивные способности и эмоциональную сферу юного читателя, легче отрабатывать логопедические проблемы, проще всего расширять словарный запас ребенка (см., например, Грехова 2021, Юркова 2021). Чтение стихотворений вслух — это способ запоминания звучания слов в соответствии с орфоэпической нормой*. Язык как лингвистическая система изменяется со временем, может

обновляться набор наиболее употребляемых слов, произношение или лексическое значение отдельных слов, поэтому важно, чтобы детская поэзия вводила ребенка в актуальные речевые практики.

По каталогам на официальных сайтах издательств можно увидеть, что выпускают книги стихотворений К. И. Чуковского, А. Л. Барто, С. Я. Маршака, С. В. Михалкова, сказок А. С. Пушкина и П. П. Ершова, басен И. А. Крылова, поэтов Серебряного века, обэриутов, стихов советских детских поэтов второго плана, культовых взрослых поэтов, в творчестве которых есть и произведения для детей. Формально имен очень много. Есть, например, издательство «Октопус» (Издательство Октопус... 2023), существующее при финансовой поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям и печатающее российскую детскую поэзию современных авторов. «Детское время», «Качели», «Абрикобукс», «Август», «Поляндрия», «Нигма», «Настя и Никита», «Добрый великан», «Энас» и другие независимые издательства выпускают книги с детскими стихами Григория Кружкова, Михаила Яснова, Наталии Волковой, Артура Гиваргизова, Елены Мамонтовой, Юлии Симбирской

* Отдельной проблемой в освоении русского языка является отсутствие жестких правил, фиксирующих позицию ударного слога. Таковым может оказаться любой слог, есть случаи с изменяющимся положением ударения при склонении и спряжении слов или при словообразовании. Специалисты обращают внимание, что носители русского языка, благодаря ритму стихотворения, интуитивно угадывают правильное ударение при прочтении даже незнакомых слов.

и многих других авторов. Периодически в сети интернет появляются списки «100 лучших детских поэтов России»^{*} и вокруг них много споров о том, что потеряли кого-то значимого. В стране были и есть хорошие детские поэты, имеющие свои опубликованные книги, нашедшие своих читателей и получившие литературные премии. Правда, тиражи этих книг заметно отличаются в меньшую сторону по сравнению с лидерами рынка^{**}.

Важными для эстетического развития и разного мышления являются картинки, на которые смотрит ребенок, художественное оформление издания, его визуальный ряд. Рисунки в детской книге поясняют, дополняют текст, создают необходимое эмоциональное состояние и определенную атмосферу восприятия идей автора (Лыкова и др. 2016). Именно иллюстрации позволяют точнее передать культурно-исторический контекст содержания литературного произведения, порой радикально изменить его интерпретацию, место и время описываемого действия, архаизируя или делая современным. (Представьте, что зайка, брошенная хозяйкой, сидит на Луне под метеоритным дождем). Книжное искусство дореволюционной России, СССР и современной России знает много имен замечательных художников-иллюстраторов стихов для детей (Категория: Иллюстраторы... 2019). Детская книга — медиум, с помощью которого осуществляется познание ребенком окружающего мира. Хорошо, когда в семейной библиотеке есть книги, где с помощью рисунков отражены визуальные образы и способы организации пространства, которые узнаются ребенком и доминируют в его повседневной жизни. Это не отменяет необходимости в иных книгах, так как именно их разнообразие позволяет развивать визуальный интеллект и умение считать значения невербальных объектов.

^{*} Например, Путеводитель по детской поэзии XX века, составленный Олегом Лекмановым для Детской комнаты Arzamas (Лекманов 2022)

^{**} Возможный аргумент, который иногда приводится специалистами в пользу ограниченного набора имен детских поэтов, выбираемых издателями для печати большими тиражами, связан с идеей тематической насыщенности сегмента: проблемы, отражающие специфику детского развития, уже представлены в текстах классических авторов. Но если вспомнить, что все «канонические» авторы родились в начале XX века, в течение которого в стране несколько раз менялась культурная ситуация, идеология и представления о принципах воспитания и образования, то видится еще один исследовательский ракурс. Каким образом тексты, написанные в прошлом веке, встраиваются в сегодняшнюю реальность, как с помощью художественного оформления происходит их адаптация под нынешние запросы?

Помимо наглядности и текстового содержания книги, важным оказывается коммуникативный аспект взаимодействия с ней. В какой ситуации книга доступна ребенку, есть ли самостоятельность и неконтролируемость выбора, или же ребенок читает только то, что предложено взрослым? Вариативность практик чтения ребенка напрямую зависит от возможностей выбора и читательского кругозора взрослых. Это делает актуальным обсуждение потребительских практик взрослых покупателей детских книг и того, каким образом разнообразие ассортимента в книжной рознице поддерживает или отменяет эти практики, влияя на знания об определенном сегменте детской литературы у непрофессиональных читателей.

Если рассматривать читательские практики (Колосова 2011, 36–37) как совокупность всех возможных способов взаимодействия с книгой, то посещение книжных магазинов и сопутствующее времяпрепровождение в них — одна из городских практик для любой возрастной категории. «Поход в книжный» для некоторых людей является обязательной частью жизни, потребностью, сформированной в детстве^{***}, и как форма досуга, как нахождение в комфортном «третьем месте» (Ольденбург 2014) не связан напрямую с необходимостью в конкретной покупке. В исследованиях по культуре городской повседневности есть представления о практиках «присвоения территории» и осознания границ того ареала, который воспринимается как часть личного жизненного пространства. Городская среда и ее зонирование возникает только в результате жизнедеятельности горожан как субъектов. Объекты, находящиеся на «своей» территории, посещаются чаще: они не лучше, но привычнее. Например, люди регулярно ходят в тот книжный магазин, который не только удовлетворяет запросы, но ближе и более знаком. Конечно, горожане совершают и специальные поездки за конкретной книгой в другую часть города. Есть также опыт «дрейфа» по удаленным друг от друга магазинам как один из примеров пользовательской городской практики. Набор «любимых» локаций в городской среде, магазинов в том числе и для ребенка, и для взрослого, является признаком эмоциональной включенности в социальную жизнь места проживания и существования местной самоидентификации, что в дальнейшем может влиять

^{***} Многие ценители книги могут вспомнить любимый магазин детства, который знали наизусть. Туда можно было заглянуть, чтобы побродить в тишине, подержать в руках книги и открытки, почитать отдельные тексты, посмотреть картинки.

на социальные практики человека как гражданина (Евсеенкова 2014).

Урбанисты обращают внимание на то, как менялась культура книги и сущность книжного магазина в жизни города вместе с изменением социокультурного контекста. По разным причинам люди отправляются в ближайший книжный, который становится зоной пересечения конкретных коммерческих интересов и более эфемерных понятий: необходимость спонтанной или запланированной покупки, получение информации о книжном ассортименте или непосредственно чтение отдельных образцов. Обобщая рассуждения об истории и символических значениях книжных магазинов, П. В. Романов предполагает, что городская жизнь всегда будет связана с чтением и книгами, а книжная розница в том или ином виде сохранится как явление (Романов 2009), хотя скепсиса по этому поводу все больше (Кирчанов 2021).

Теоретически можно предположить, что со стороны родителей и педагогов должен существовать запрос на иллюстрированные книги стихов для детей, но в издательской среде известно, что сейчас такие книги не пользуются массовым спросом. Книгоиздатели и владельцы книжных сетей оказались в довольно странной ситуации: печатать и продавать надо, но покупают плохо. Как правило, именно детскую поэзию сопровождают полноцветными разворотными изображениями, поэтому расходы на издание получаются значительно выше, чем изготовление запечатанного сплошным текстом книжного блока с яркой обложкой и несколькими полосными иллюстрациями. Лишь очень большие тиражи окупают высокотехнологичные полиграфические процессы. Если исходить только из коммерческих, а не педагогических интересов, то линейка представленных в магазинах авторов, поэтов и иллюстраторов, сочиняющих и рисующих для детей, должна быть обязательно востребована целевой покупательской аудиторией.

Сейчас печатные издания приобретаются двумя основными способами: через розничную сеть или интернет-магазины. На маркетплейсах часто дешевле и удобнее (можно, не выходя из дома, найти нужную книгу, заказать, оплатить, получить курьерской службой), но в этом есть и свои минусы. Обычному покупателю часто трудно перевести корректно язык цифр о весе и формате в соответствующий им образ книги. Конечно, блогеры в своих обзорах показывают книги разными способами и издательства представляют новинки в социальных сетях, что позволяет получить некоторое представление. В 2022 году в нашей стране продажи бумажной

книги все еще опережали продажи цифровых копий. Отчеты Министерства цифрового развития РФ (Григорьева 2022) и Московского книжного союза (Мониторинг 2022) за последние годы показывают рост продаж в сегменте детской литературы. Эти данные отражают ситуацию по всему спектру изданий для детей и не дифференцированы по литературным жанрам, поэтому рост или падение продаж поэтических детских сборников они не фиксируют.

Насколько вероятна «встреча» современных поэтов и художников со своим читателем при очном способе поиска, знакомства и покупки книжной продукции в сетевой рознице? Представлялось важным посмотреть на соотношение имен глазами условного массового покупателя. Главной исследовательской целью было зафиксировать общее количество представленных авторов и способы оформления макетов. Не ставилась задача давать увиденным книгам оценку качества или соответствия каким-либо эстетическим, педагогическим или полиграфическим требованиям. В статье из-за ограниченного объема не приводятся полные списки поэтических сборников, обнаруженных по всем исследуемым магазинам в период с февраля по март 2023 года.

Описание источника

В данном исследовании не будут рассмотрены все «специальные» активности, интересен поход в книжный магазин как повседневная рутинная возможность, не требующая особых временных и прочих усилий. В качестве основной локации были выбраны районы севера столицы и ее пригорода, объединенные прилеганием к ветке железной дороги (которая сейчас превратилась в наземное метро). Отбирались также торговые точки внутри этой зоны, расположенные в двух-трех автобусных остановках или одной остановки станции метро (ж/д станции), привычных маршрутов внутри территории, охватывающей потенциальное личное жизненное пространство жителей определенного сегмента Подмосковья, многие из которых работают в Москве. В этом районе больше книжных магазинов, чем показано в исследовании. Это связано с «неудобным» по доступности положением некоторых торговых точек, их посещения в повседневной жизни менее вероятны.

Розничная торговля книгами в Московском регионе осуществляется некоторым набором форматов магазинов, которые можно обнаружить и в самой Москве, и в поселениях ближайшего пригорода и области.

Первый тип — книжный магазин специализированной сети, имеющей свои точки продаж в различных городах. Крупнейшая на данный момент сеть такого типа — это конгломерат «Читай-город — Буквоед», который представлен на всей территории России и сочетает в себе розницу и интернет-продажи. Следует также упомянуть книжную сеть «Лабиринт», у которой в Московском регионе более 80 торговых точек.

Как правило, сетевые магазины расположены в торговых центрах, имеют похожее оформление торговых залов, единые алгоритмы подготовки и работы персонала. По формальным признакам они отличались не только местоположением с точки зрения транспортной доступности и близости к жилому массиву, но и размером торговой площади, проходимостью, выбором места в зале под детскую литературу и принципами расположения книг на полке. Все это непосредственно влияет на продажи, а соответственно, и на количество представленных книг и их ассортимент.

Второй тип — книжные отделы в магазинах с широкой линейкой товаров. В Московском регионе, например, достаточно плотная сеть «Детского мира», в каждом из которых есть небольшой угол или целая стена с книжными полками. Детские книги можно найти в сетях магазинов «Ашан», «Метро», «Фикспрайс». Эти отделы изучались только в одном подмосковном городе, но в его разных точках.

Третий тип — локальные книжные гиганты статуса Дома книги с отдельными многоэтажными зданиями, большим числом тематических залов и богатым ассортиментом разнообразной литературы. Если говорить о Москве, то это «Библио-глобус», «Дом книги на Новом Арбате», «Москва». Для исследования был выбран магазин «Молодая гвардия» на улице Большая Полянка.

Четвертый тип — независимые книжные лавки интеллектуальной литературы с неповторимым оформлением, спецификой коммуникации и ассортимента. Примером такого рода стал магазин академической литературы «У Кентавра» Российского государственного гуманитарного университета. У книжных лавок подобного типа, у издательских магазинов («Самокат», «Я люблю читать», шоурум «Белая ворона» и др.) своя целевая аудитория: образованные люди, следящие за новинками, посещающие ярмарки, читающие много и разное, покупающие книги в интернете и знающие о существовании этих магазинов. Массовый покупатель оказывается в таких местах чаще всего при условии близкого проживания. Единичность такого типа магазинов делает их присутствие в личном

жизненном пространстве человека достаточно редким.

Последний вариант — маленькие магазины канцтоваров в небольших торговых центрах с сопутствующим книжным набором в качестве дополнения.

Всего была собрана информация по десяти магазинам разного типа. Среднее время, проведенное в торговом заведении, — от сорока пяти минут до двух с половиной часов, в зависимости от площади и очередности попадания в магазин. В последних по времени посещения, в силу значительных совпадений результатов, фиксация данных осуществлялась гораздо быстрее. Во всех магазинах не рассматривались дидактические издания, для которых характерны стихотворные формы изложения материала, интересовали только те книги, которые позиционировались как художественная литература.

Для анализа собиралась следующая информация: наименование, автор, иллюстратор, издательство и год издания, общие полиграфические характеристики, стиль макета. Так как оценивалось визуальное разнообразие печатной продукции, то книги одного автора с разными обложками и разного формата считались разными. Фотографировались обложки изданий, выходные данные, иногда отдельные развороты. Отмечался уровень расположения полок на стеллаже с соответствующей продукцией и характер расстановки книг. По возможности велись беседы с покупателями и продавцами.

Предварительные итоги

Многие магазины сети «Читай-город», где собирались данные, находятся не на первом уровне здания. Это или подвальные помещения, или верхние этажи, просто так не зайдешь, требуются дополнительные специальные маршруты. Книжная лавка «У Кентавра» находится на первом этаже одного из корпусов РГГУ, «Молодая гвардия» занимает первые два этажа в многоэтажном жилом доме.

Чаще всего книги с поэзией для детей стоят на маркированных полках и рассортированы по алфавиту. Например, в «Читай-городе» поэзия «живет» на полках с рубрикой «Стихи и сказки». Как правило, для небольших точек именно стихи занимают несколько полок одного стеллажа с достаточно рыхлой расстановкой, все остальное пространство под этой рубрикой занимают книги с прозаическими сказками. В некоторых магазинах в отделе с детской литературой видна намеренная смесь книг разного жанра и авторства: проза и поэзия, современные авторы и авторы прошлых лет, известные

произведения и не очень. Большая часть книг представлена одним или двумя экземплярами. Во многих сетевых магазинах детские книги стоят так плотно, что невозможно вытащить отдельный экземпляр, вдобавок поэтические сборники располагаются или на самых верхних, или на самых нижних полках стеллажей, а не на лучших местах для продажи — на уровне рук и глаз покупателя. Своя тактика в отделах «Детского мира»: ассортимент ограниченный, но каждого наименования более пяти экземпляров; расстановка очень плотная и на высоких полках.

Для всех магазинов характерна работа преимущественно с партнерскими издательствами. Например, в лавке «У Кентавра» много книг издательства «Октопус», а в магазине «Молодая гвардия» нет ни одной, но зато есть книги издательства «Поляндрия», которых в момент посещения не было «У Кентавра». «Лабиринт» как книготорговый и издательский холдинг продвигает собственную продукцию и книги издательств, представленных в интернет-магазинах. На полках «Читай-город — Буквоед» в основном представлены книги издательств «Малыш»,

«Аст», «#эксмодетство» (которые являются одной большой организацией «Эксмо-Аст», и чьему совладельцу принадлежит больше половины акций сети «Читай-город — Буквоед» (Президент «Эксмо-АСТ» ... 2020)), региональных, часто дочерних московским, издательств («Проф-Пресс», «Литур», «Улыбка», «Алтей», «Омега»). Значительно меньше книг издательств «Росмэн» и «Махаон». В исследуемых точках «Читай-города» не было представлено ни одной иллюстрированной книги со стихами от независимых издательств. Заметно отсутствие переводной литературы в этом жанре.

Можно констатировать, что в выбранных для посещения сетевых магазинах Москвы и ближнего пригорода северного направления наблюдается космический отрыв нескольких авторов по количеству экземпляров и видовому разнообразию их книг на полках (см. табл. 1). По-прежнему, наследуя традицию советских времен (Маслинский, Маслинская 2022), тиражами федерального охвата издаются несколько канонизированных имен, поэтому в массовом сегменте они доминируют.

Табл. 1. Ассортимент наименований в сети «Читай-город»

№	Описание магазинов	Всего наименований	Число книг с разными обложками						Сборники	Авторы второй половины XX в. и позже
			А. С. Пушкин	К. И. Чуковский	С. Я. Маршак	А. А. Барто	С. В. Михалков	Иные авторы		
1.	Маленький, расположен в ТЦ на 2-м этаже, в жилом массиве у станции МЦД1 небольшого подмосковного города	47	6	8	7	6	3	9	5	3 Евгений Сосновский Ольга Корнеева Нина Пикулева
2.	Большой, расположен в ТЦ на 2-м этаже, рядом с новостройкой у транспортной развязки подмосковного города	66	6	19	11	9	6	7	4	4 Иосиф Бродский Анастасия Орлова Михаил Пляцковский Евгений Сосновский
3.	Большой, расположен в ТЦ на 3-м этаже, рядом с жилым массивом у метро (Москва)	109	12	19	21	10	12	15	20	6 Иосиф Бродский Эмма Мошковская Борис Заходер Миаил Пляцковский Вера Полозкова Евгений Сосновский
4.	Средний, расположен в ТЦ на 7-м этаже, у метро (Москва)	71	15	19	13	7	6	11	—	4 Иосиф Бродский Борис Заходер Юрий Гальцев Евгений Сосновский

Табл. 1. Продолжение

№	Описание магазинов	Всего наименований	Число книг с разными обложками						Сборники	Авторы второй половины XX в. и позже
			А. С. Пушкин	К. И. Чуковский	С. Я. Маршак	А. А. Барто	С. В. Михалков	Иные авторы		
5.	Большой, расположен на 1-м этаже, свой вход с улицы, рядом с жилым массивом у метро (Москва)	99	7	23	23	2	21	13	10	8 Эмма Мошковская Михаил Пляцковский Эдуард Успенский Андрей Усачев Маша Рупасова Галина Дядина Дарья Герасимова Юрий Гальцев
6.	Маленький, расположен в большом ТЦ на 2-м этаже, на пересечении МКАД и транспортной магистрали	20	3	5	3	3	2	3	–	2 Михаил Пляцковский Евгений Сосновский

Table 1. Selection of books in the outlets of the bookshop chain *Chitai-gorod*

No	Description of the outlet and its location	Total number of titles	Number of books with different covers						Anthologies	Authors from 1950 onwards
			A. S. Pushkin	K. I. Chukovsky	S. Ya. Marshak	A. L. Barto	S. V. Mikhailov	Other authors		
1.	Small shop, 1 st floor of a shopping centre, in a residential area, directly near a <i>MTsDI</i> (Moscow Central Diameters) train station, in a small town, in Moscow Region	47	6	8	7	6	3	9	5	3 Evgeniy Sosnovsky Olga Korneeva Nina Pikuleva
2.	Large shop, 1 st floor of a shopping centre, near a newly built apartment house, near a grade-separated junction, in a city, in Moscow Region	66	6	19	11	9	6	7	4	4 Iosif Brodsky Anastasiya Orlova Mikhail Plyatskovsky Evgeniy Sosnovsky
3.	Large shop, close to a residential area, 2 nd floor of a shopping centre, near a subway station, in Moscow	109	12	19	21	10	12	15	20	6 Iosif Brodsky Emma Moshkovskaya Boris Sachoder Mikhail Plyatskovsky Vera Polozkova Evgeniy Sosnovsky
4.	Medium-sized shop, 6 th floor of a shopping centre, near a subway station, in Moscow	71	15	19	13	7	6	11	–	4 Iosif Brodsky Boris Sachoder Yuri Galtsev Evgeniy Sosnovsky

Table 1. Completion

No	Description of the outlet and its location	Total number of titles	Number of books with different covers						Anthologies	Authors from 1950 onwards
			A. S. Pushkin	K. I. Chukovsky	S. Ya. Marshak	A. L. Barto	S. V. Mikhalkov	Other authors		
5.	Large shop, ground floor, separate entrance from the street, close to a residential area, near a subway station, in Moscow	99	7	23	23	2	21	13	10	8 Emma Moshkovskaya Mikhail Plyatskovsky Eduard Uspensky Andrey Usachev Mariya Rupasova Galina Dyadina Darya Gerasimova Yuri Galtsev
6.	Small shop, 1 st floor of a large shopping centre, at the intersection of MKAD (The Moscow Automobile Ring Road) and a major highway	20	3	5	3	3	2	3	–	2 Mikhail Plyatskovsky Evgeniy Sosnovsky

Наличие или отсутствие той или иной книги на полке могло объясняться отсутствием поставок данного наименования или тем, что все книги уже распроданы, но информации об этом нет в открытом доступе. Со слов продавцов, руководство не консультируется, какими книгами обеспечивать данную торговую точку. Сами продавцы в книгах для детей современных поэтов не ориентировались, имен авторов не знали.

Разнообразие книг со стихами для детей в Домах книги и независимых магазинах Московского региона сильно отличалось от розницы книжных сетей. Разница становится весьма заметной при сравнении числа имен детских поэтов второй половины XX и первых десятилетий XXI века. Например, в небольшом «Читай-городе» в Подмоскowie и в сопоставимом по площади магазине академической литературы «У Кентавра» (32 автора). Общее количество книг с детской поэзией в магазинах примерно одинаковое (47 и 49).

Полсотни и больше книг с детской поэзией в одном магазине, но это не полсотни книг с разным оформлением или с использованием иллюстраций разных художников. Хотя, на первый взгляд, представлено много имен художников. Пофамильные списки для каждого магазина сети «Читай-город» включают от двадцати до полсотни имен иллюстраторов. Но, как выясняется, большинство книг оформлены несколькими

авторами, такими как С. Бордюга и Н. Трепенко, О. Горбушин, И. Якимова, И. Зуев, Н. Кузнецова, В. Трубицын и Ю. Трубицына, А. Лебедев. Еще несколько имен встречаются реже. В каждом магазине представлены одна, а чаще несколько книг с иллюстрациями В. Г. Сутеева, которые узнаваемы, и на которые, вероятно, и ориентируется коллектив художников, востребованных «Малышом», «Астом» и «#эксмодетством». У перечисленных выше иллюстраторов достаточно близкая манера рисования, стилистически родственная анимации. Все «милое» и яркое, иллюстрации «добрые» и задорные. Правда, если поместить рисунки на один лист и убрать подписи, то не всегда можно различить, кто их автор.

Во всех магазинах «Читай-города» можно увидеть работы Игоря Олейникова, которые стилистически сильно отличаются от привычного набора картинок в других книжках. В магазинах «Читай-города» небольшие подсобные помещения и практически все книги, которые есть в наличии, находятся в торговом зале, поэтому сильная потрепанность экземпляров намекает о долгом нахождении на полке. Сложно сказать, что отпугивает покупателей: цена издания или стиль графики.

Разнообразие технологических решений в основном сводится к способам превращения традиционной книги в игрушку: объемные пластиковые детали, элементы *Pop-Up*, фигурная

резка края и вырубка отверстий, мягкая окантовка края гибкими нетравмирующими материалами, пазлы внутри книги.

Несколько отличаются по ассортименту иллюстрированной детской поэзии московские магазины сети «Читай-город», расположенные в хороших с точки зрения проходимости местах. Например, если это большие помещения на первых этажах зданий, расположенных у выходов из метро или рядом со станциями МЦД, на первых линиях жилых массивов. В таких магазинах детская литература занимает полностью одну из стен большого торгового зала. Приведем весь список авторов, чьи книги были обнаружены в «Читай-городе» на Дмитровском шоссе (Москва), помимо пятерки лидеров: И. А. Крылов, П. П. Ершов, В. В. Маяковский, Саша Черный, Даниил Хармс, Марина Цветаева, Иосиф Бродский, Борис Заходер, Эмма Мошковская, Андрей Усачев, Эдуард Успенский, Михаил Пляцовский, Маша Рупасова, Галина Дядина, Дарья Герасимова, Вера Полозкова, Юрий Гальцев. Среди других списков из исследуемых магазинов сети этот оказался самым объемным и, по многим именам, уникальным. Книги авторов, не вошедших в список, отличаются по стилю иллюстрирования. Имена художников: Юлия Устинова, Диана Лапшина, Дарья Герасимова, Мария Якушина, Алиса Юфа. В одном из сборников классиков детской поэзии (издательство «Малыш») были, в том числе, и иллюстрации Эрика Булатова и Олега Васильева, книги с их иллюстрациями не встречались в других торговых точках.

Самая богатая коллекция — книги К. И. Чуковского. В одном из магазинов мы насчитали девятнадцать разных по выходным данным изданий поэта. Были книги с рисунками Владимира Конашевича, Владимира Сутеева, Виктора Чижикова, Игоря Олейникова, Ольги Громовой и, конечно, всего пула художников, аффилированных конкретными издательствами (Сергея Бордюга, Натальи Трепенюк и др.). Если рассматривать полки всех мест посещения, то вариантов книжных макетов и представленных имен иллюстраторов К. И. Чуковского будет еще больше.

Отдельная тема — это иллюстрирование сказок А. С. Пушкина и «Конька-горбунка» П. П. Ершова. Почти все книги выполнены в условно «русском» стиле с орнаментальными оборками вокруг текста, вязью для буквиц и заголовков, полосными иллюстрациями в станковой живописной манере. Примеры иного художественного подхода, например, вариант Натальи Демидовой («Росмэн», 2021) на полках есть, но не во всех торговых точках. На общем

фоне выделяются иллюстрации Татьяны Мавриной (в магазине на Дмитровском шоссе была книга «У Лукоморья» в мягкой обложке на скрепке), напомним, что первое издание с этими иллюстрациями вышло еще в 1974 году.

Потребность регулярно заходить в книжный магазин, конечно, зависит не только от установок менеджмента торговой организации. На это влияет сам статус чтения и его привлекательности для разных групп населения, принятые практики доступа к книгам, общий социально-экономический фон. Но списывать торговые подходы не стоит, здесь также есть значимые факторы.

Во-первых, это ценовая политика. В рознице книги заметно дороже, поэтому происходит естественное вымывание продвинутого в цифровых практиках и умеющего считать свою выгоду покупателя. Во всех отделах «Читай-города» и «Детского мира» в течение всего времени эксперимента в детских отделах мы не встречали праздно рассматривающих книги. По наблюдениям и по разговорам с продавцами сетевых магазинов, посетители — это в большинстве своем школьники младших классов или люди старшего возраста (невысокого образовательного ценза, судя по вопросам, задаваемым ими консультантам). На все торговые точки встретились лишь два человека, сделавших покупку (приходили в детский отдел с конкретным запросом, за прозаической литературой). Молодые взрослые посетители тоже были (один человек), и, надо отметить, именно в «режиме поиска». Примечателен разговор с мамой пятилетней девочки, еще не читающей самостоятельно. На вопрос, читает ли она ребенку стихи, знает ли современных поэтов и где берет книжки, она ответила: «Да, конечно, знаю. Читаем. Каждую неделю берем новые книги в детских библиотеках. Покупать очень дорого, а там все есть». Сама девочка активно рассматривала сопутствующие товары.

Во-вторых, разнообразие товара. Оказалось, что все книжные магазины условно можно свести к двум простым категориям: есть в них именное и стилистическое разнообразие сборников с детской поэзией, или его нет. Формально разных книг со стихами много в каждом из исследованных сетевых магазинов, но можно уверенно констатировать мнимое разнообразие ассортимента. Большой процент скрытых переизданий — отличия состоят только в оформлении обложек, сами макеты идентичные. Распространенной является практика публикации одних и тех же рисунков в книгах разного формата (большие, средние, маленькие; прямоугольные или квадратные, с заменой полноцветных

иллюстраций на черно-белые) под вывесками разных обложек для различных по названию серий. Крупные издатели по сути определяют вкусовые предпочтения массового покупателя. Работает устойчивая система обратных связей: печатают то, что покупают, а покупают то, что узнаваемо и понятно, к чему давно приучены. И одно из свидетельств тому — указания на многих изданиях, что это дополнительный тираж. Если учесть, что более успешные, знающие и активные покупатели ушли в интернет-магазины, то можно констатировать, что маркетинговая политика в сетевой рознице крупных игроков книжной индустрии формирует особую и достаточно ограниченную по читательским запросам публику.

Скудость ассортимента может привести к нескольким серьезным пролонгированным последствиям. Во-первых, формирование у определенной части общества устойчивых представлений о том, что есть «правильная, хорошая» иллюстрация в детской книге: как рисовать должно, а как нет. Когда девять десятых продукции выглядит одинаково, складываются границы нормы, создается впечатление, что существует только такой способ рисования. Гибкость мышления, аналитические способности не могут быть развиты на одинаковых объектах, а вот категоричность и однозначность восприятия будут поддерживаться. Помимо этого, однообразие приводит к быстрой потере интереса. Нет смысла ходить в книжный за новыми впечатлениями, если новые книжки будут повторять виденное ранее много раз. Может быть, поэтому московские и подмосковные книжные магазины выглядят безлюдно. Резкое снижение общего интереса к розничным сетевым книжным магазинам приводит к потере ими функции «третьего места» и характерных для них практик детского и взрослого чтения в режиме просмотра и беглого листания.

При желании в Московском регионе можно, посетив розничные магазины разного типа

в разных местах города и области, увидеть спектр существующей на сегодняшний день книжной продукции определенного типа: сочинения разных поэтов, проиллюстрированные разными по стилю работы иллюстраторами. Но до того, как совершать поездки через всю Москву за конкретной книгой, надо знать о ее существовании и наличии. «Знающий» — это уже, как правило, читатель и покупатель из другой социальной категории — мобильных и активных, владеющих поиском и покупкой в интернете. Говорить о том, что сейчас сетевые книжные магазины позволяют удовлетворить разнообразные запросы «медленных» посетителей, одновременно развивая их читательский кругозор и художественный вкус в области поэзии для детей и способах ее иллюстрирования, весьма проблематично. Вполне вероятно, что качественно и количественно ассортимент иллюстрированной детской поэзии современных авторов в регионах может неожиданным образом отличаться от московской ситуации, поэтому более общие выводы можно будет делать, исходя из другого объема данных.

Справедливости ради уточним, что поэзия — только часть детской полки в магазине, не только книги со стихами влияют на насмотренность покупателей и их желание посещать данное место. Рядом находится на порядок превышающее количество прозаической литературы, чье визуальное разнообразие, на первый взгляд, отличается в большую сторону, но для корректной оценки требуется отдельное исследование.

Конфликт интересов

Автор заявляет об отсутствии потенциального или явного конфликта интересов.

Conflict of Interest

The author declares that there is no conflict of interest, either existing or potential.

Источники

- Григорьева, В. В. (ред.). (2022) *Книжный рынок России: Состояние, тенденции и перспективы развития*. М.: Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, 96 с. *Издательство Октопус*. (2023) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.octo.ru/> (дата обращения 24.06.2023).
- Лекманов, О. (2023) Путеводитель по детской поэзии XX века. *Arzamas*. [Электронный ресурс]. URL: <https://arzamas.academy/materials/1210> (дата обращения 24.04.2023).
- Мониторинг состояния московского книжного рынка*. (2022) М.: Российский книжный союз. [Электронный ресурс]. URL: <https://bookunion.ru/upload/files/monitoring-otchet-2022.pdf> (дата обращения 24.04.2023).
- Категория: Иллюстраторы. (2019) *Всероссийская энциклопедия детской литературы «Продетлит»*. [Электронный ресурс]. URL: <https://prodetlit.ru/index.php/%D0%9A%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%>

[D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F:%D0%98%D0%BB%D0%BB%D1%8E%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%8B](https://doi.org/10.33910/2687-1262-2024-6-2-130-141) (дата обращения 24.04.2023).

Президент «Эксмо-АСТ» стал владельцем 56% сети «Читай город — Буквоед». (2020) *New Retail*, 30 апреля. [Электронный ресурс]. URL: https://new-retail.ru/novosti/retail/prezident_eksmo_ast_stal_vladeltsem_56_seti_chitay_gorod_bukvoed3165/ (дата обращения 24.04.2023).

Литература

- Грехова, И. П. (2012) Детское речевое развитие в деятельности стихосложения. *Психология и педагогика дошкольного возраста*, № 6, с. 144–157
- Евсеевкова, Е. О. (2014) Модальность городской идентичности. *Вестник Пермского научного центра УрО РАН*, № 5, с. 80–86.
- Кирчанов, М. В. (2021) В поисках книжного магазина в городе: Читатели-интеллектуалы и отмирание «Галактики Гутенберга». *Galactica Media: Journal of Media Studies*, т. 3, № 4, с. 51–67. <https://doi.org/10.46539/gmd.v3i4.169>
- Колосова, Е. А. (2011) *Практики детского чтения: результаты комплексного исследования*. М.: РГДБ, 117 с.
- Лыкова, И. А., Боякова, Е. В., Стукалова, О. В., Гайсина, О. В. (2016) Особенности восприятия и понимания иллюстрированной книги детьми трех-пяти лет (результаты междисциплинарного исследования). *Казанский педагогический журнал*, № 6 (119), с. 116–121.
- Маслинский, К. А., Маслинская, С. Г. (2022) В канон через тираж: О неравенстве доступа писателей к печати детских книг в советскую эпоху. *Детские чтения*, т. 22, № 2, с. 145–173. <https://doi.org/10.31860/2304-5817-2022-2-22-145-173>
- Ольденбург, Р. (2014) *Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества*. М.: Новое литературное обозрение, 456 с.
- Романов, П. В. (2009) Книжные магазины в городском пространстве. В кн.: П. В. Романов, Е. Р. Ярская-Смирнова (ред.). *Визуальная антропология: Городские карты памяти*. М.: Вариант, 2009, с. 235–258.
- Юркова, М. В. (2021) Поэзия как способ раннего развития детей. Методика синтеза стихотворений и картинно-графических образов. *Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки*, № 4, с. 104–106. <https://doi.org/10.37882/2223-2982.2021.04.39>

Sources

- Grigoreva, V. V. (ed.). (2022) *Knizhnyy rynek Rossii: Sostoyaniye, tendentsi i perspektivy razvitiya [Russian book market: Status, trends and development prospects]*. Moscow: Ministry of Digital Development, Telecommunications and Mass Media of the Russian Federation Publ., 96 p. (In Russian)
- Izdatel'stvo Octopus [Octopus Publishing House]. (2023) [Online]. Available at: <http://www.octo.ru/> (accessed 24.04.2023). (In Russian)
- Kategoriya: Illustratory [Category: Illustrators]. (2019) *Vserossiyskaya entsiklopediya detskoj literatury "Prodetlit" [All-Russian Encyclopedia of Children's Literature "Prodetlit"]*. [Online]. Available at: <https://prodetlit.ru/index.php/%D0%9A%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F:%D0%98%D0%BB%D0%BB%D1%8E%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%8B> (accessed 24.04.2023). (In Russian)
- Lekmanov, O. (2023) *Putevoditel' po detskoj poezii XX veka [A guide to 20th century children's poetry]*. *Arzamas*. [Online]. Available at: <https://arzamas.academy/materials/1210> (accessed 24.04.2023). (In Russian)
- Monitoring sostoyaniya moskovskogo knizhnogo rynka [Monitoring the state of the Moscow book market]*. (2022) Moscow: Russian Book Union Publ. [Online]. Available at: <https://bookunion.ru/upload/files/monitoring-otchet-2022.pdf> (accessed 24.04.2023). (In Russian)
- Prezident "Eksmo-AST" stal vladel'tsem 56% seti "Chitaj gorod — Bukvoed" [The President of Eksmo-AST became the owner of 56% of the Read the City — Bukvoed network]. (2020) *New Retail*, April 30. [Online]. Available at: https://new-retail.ru/novosti/retail/prezident_eksmo_ast_stal_vladeltsem_56_seti_chitay_gorod_bukvoed3165/ (accessed 24.04.2023). (In Russian)

References

- Evseenkova, E. O. (2014) Modal'nost' gorodskoj identichnosti [The modality of urban identity]. *Vestnik Permskogo nauchnogo tsentra UrO RAN*, no. 5, pp. 80–86. (In Russian)
- Grekhova, I. P. (2012) Detskoe rechevoe razvitiye v deyatel'nosti stikhoslozheniya [Children's speech development in process of versification activity]. *Psikhologiya i pedagogika doskol'nogo vozrasta*, no. 6, pp. 144–157. (In Russian)
- Kirchanov, M. V. (2021) V poiskakh knizhnogo magazina v gorode: Chitateli-intellektualy i otmiraniye "Galaktiki Gutenberga" [Looking for a Bookstore in Town: Intellectual Readers and the Death of "Gutenberg Galaxy"].

- Galactica Media: Journal of Media Studies*, vol. 3, no. 4, pp. 51–67. <https://doi.org/10.46539/gmd.v3i4.169> (In Russian)
- Kolosova, E. A. (2011) *Praktiki detskogo chteniya: rezul'taty kompleksnogo issledovaniya* [Children's reading practices: Results of a comprehensive study]. Moscow: Russian State Children's Library Publ., 117 p. (In Russian)
- Lykova, I. A., Boyakova, E. V., Stukalova, O. V., Gaysina, O. V. (2016) Osobennosti vospriyatiya i ponimaniya illyustrirovannoj knigi det'mi trekh-pyati let (rezul'taty mezhdistsiplinarnogo issledovaniya) [The development of the semantic analysis by children of 3–5years in working with the illustrated book]. *Kazanskij pedagogicheskij zhurnal — Kazan Pedagogical Journal*, no. 6 (119), pp. 116–121. (In Russian)
- Maslinsky, K. A., Maslinskaya, S. G. (2022) V kanon cherez tirazh: O neravenstve dostupa pisatelej k pečati detskikh knig v sovetskuyu epokhu [Into the canon through circulation: On the inequality of writers' access to the printing of children's books in the Soviet era]. *Detskiye chteniya — Children's Readings: Studies in children's literature*, vol. 22, no. 2, pp. 145–173. <https://doi.org/10.31860/2304-5817-2022-2-22-145-173> (In Russian)
- Oldenburg, R. (1989). *The Great Good Place: Cafes, coffee shops, bookstores, bars, hair salons and other hangouts at the heart of a community*. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie Publ., 338 p. (In Russian)
- Romanov, P. V. (2009) Knizhnye magaziny v gorodskom prostranstve. [Book stores in city space] In: P. V. Romanov, E. R. Yarskaya-Smirnova (eds.). *Vizual'naya antropologiya: Gorodskie karty pamyati*. [Visual anthropology: Urban memory cards/mental maps]. Moscow: Variant Publ., pp. 235–258. (In Russian)
- Iurkova, M. V. (2021) Poeziya kak sposob rannego razvitiya detej. Metodika sinteza stikhotvorenij i kartinno-graficheskikh obrazov [Poetry as a way of early childhood development. Methods of synthesis of poems and graphics]. *Sovremennaya nauka: Aktual'nye problem teorii i praktiki, Seriya: Gumanitarnye nauki — Modern Science: Actual problems of theory and practice. Series: Humanities*, no. 4, pp. 104–106. (In Russian)

Сведения об авторе

Жанна Владимировна Уманская, SPIN-код: [4745-7420](https://orcid.org/0009-0001-9142-4420), e-mail: zh.umanskaya@mail.ru

Кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры социокультурных практик и коммуникаций факультета культурологии Российского государственного гуманитарного университета

Author

Zhanna V. Umanskaya, SPIN: [4745-7420](https://orcid.org/0009-0001-9142-4420), e-mail: zh.umanskaya@mail.ru

Candidate of Sciences (Pedagogy), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Sociocultural Practices and Communications, Faculty of Cultural Studies, Russian State University for the Humanities