УДК 655.4(470+571)

КОНЦЕНТРАЦИЯ ТИРАЖЕЙ В РОССИЙСКОМ КНИГОИЗДАНИИ: РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВЫПУСКА ПО ТИРАЖНЫМ ГРУППАМ В 2023–2024 ГОДАХ

И. О. Фамилия

[Вуз, город]

Аннотация. На основе опубликованной статистики Российской книжной палаты рассматривается неравномерность распределения тиражей в российском книгоиздании. За 2010–2024 годы число названий книг и брошюр сократилось на 15 %, общий тираж — на 43 %, средний тираж — с 5371 до 3578 экземпляров. По данным о семи тиражных группах построены кривые Лоренца и рассчитана нижняя граница коэффициента Джини: 0,768 в 2023 году и 0,758 в 2024 году. В 2024 году 48 % названий выходили тиражом до 500 экземпляров и дали менее 3 % тиража, а 0,27 % изданий тиражом свыше 100 тыс. экземпляров — почти четверть. Рост выпуска в 2024 году на три четверти обеспечили издания тиражом от 1001 до 50 000 экземпляров.

Ключевые слова: книгоиздание; тираж; тиражные группы; концентрация; кривая Лоренца; коэффициент Джини; книжная статистика

Пример работы, выполненной в Универ AI · univerai.ru

ВВЕДЕНИЕ

Российская книжная статистика публикует два главных числа: сколько названий книг и брошюр вышло за год и каким общим тиражом. По ним обычно и судят о состоянии отрасли. Однако среднее значение тиража скрывает главное свойство книжного рынка — крайнюю неравномерность. Рядом с поэтическим сборником в 300 экземпляров стоит школьный учебник или новый роман популярного автора тиражом в сотни тысяч, и именно соотношение этих полюсов определяет, что и в каком количестве в действительности попадает к читателю.

Об этой неравномерности много писали применительно к рынкам культурных благ. Р. Кейвс описал творческие индустрии как отрасли, где спрос на каждый отдельный продукт непредсказуем, а успех немногих компенсирует неудачу большинства [12]. К. Андерсон выдвинул идею «длинного хвоста»: цифровые технологии делают выгодным выпуск

множества малотиражных позиций, и их суммарная доля растёт [8]. Э. Элберс на данных о продажах музыки и видео возразила, что хвост удлиняется, но становится всё более «плоским», а основная выручка по-прежнему сосредоточена в немногих хитах [10; 11]. Российское книгоиздание даёт удобный материал для проверки этих представлений, поскольку его статистика строится на сплошном учёте обязательного экземпляра.

Цель статьи — оценить степень концентрации тиражей в российском книгоиздании по опубликованным данным о распределении выпуска по тиражным группам за 2023 и 2024 годы и сопоставить её с динамикой отрасли за 2010–2024 годы. Задачи: описать изменение числа названий, общего и среднего тиража за 15 лет; построить кривую Лоренца и рассчитать коэффициент Джини для распределения тиражей; выяснить, какие тиражные группы обеспечили рост выпуска в 2024 году.

Материалы и методы

Источник данных — государственная статистика печати, которую ведёт Российская книжная палата (в настоящее время она входит в состав Российской государственной библиотеки). Учёт основан на обязательном экземпляре: по Федеральному закону «Об обязательном экземпляре документов» издатели обязаны передавать экземпляры каждого издания, и именно эти поступления регистрирует статистика [3]. Книгой в статистике считается издание объёмом свыше 48 страниц, брошюрой — более 4, но не более 48 страниц [4]; в данных о книгах они учитываются вместе.

Использованы два набора данных. Первый — ряд числа названий и общего тиража книг и брошюр за 2010–2024 годы из ежегодного обзора Г. В. Перовой и К. М. Сухорукова [1]. Второй — таблица распределения выпуска по тиражным группам за 2023 и 2024 годы, опубликованная Российской книжной палатой [2] и приведённая в том же обзоре [1]. В таблице выделены семь групп (до 500, 501–1000, 1001–5000, 5001–10 000, 10 001–50 000, 50 001–100 000 и свыше 100 000 экземпляров) и отдельно — издания без

указания тиража. Последние (3840 названий в 2024 году и 2673 в 2023 году) из расчёта концентрации исключены.

Средний тираж рассчитан как отношение общего тиража к числу названий. Для оценки концентрации построена кривая Лоренца по сгруппированным данным [5]: по оси абсцисс откладывается накопленная доля названий, упорядоченных от малых тиражей к большим, по оси ординат — накопленная доля экземпляров. Коэффициент Джини [6] вычислен через площадь под ломаной Лоренца:

$$G = 1 - \sum_{k=1}^{K} (X_k - X_{k-1})(Y_k + Y_{k-1}) \quad (1)$$

где X и Y с индексом k — накопленные доли названий и экземпляров для первых k тиражных групп; K = 7 — число групп; нулевые значения X и Y равны 0.

Поскольку внутри каждой группы тиражи считаются одинаковыми, такая оценка является нижней границей истинного коэффициента: реальная неравномерность выше [7]. Для сравнения лет это не помеха, так как границы групп в 2023 и 2024 годах одинаковы. Вклад группы в прирост общего тиража рассчитан как отношение прироста её тиража к приросту общего тиража. Расчёты выполнены автором.

У метода есть важное допущение. Статистика по обязательному экземпляру учитывает тираж, заявленный в выходных сведениях издания, а не фактически отпечатанный и тем более не проданный. Заявленный тираж может не совпадать с фактическим, и проверить это по опубликованным данным нельзя. Для сопоставления долей тиражных групп в соседних годах это допущение приемлемо, поскольку порядок учёта не менялся.

Результаты

Динамика отрасли за 15 лет показана в таблице 1 и на рисунке 1. Число названий сократилось со 121,7 тыс. в 2010 году до 103,3 тыс. в 2024 году, на

15 %. Общий тираж упал гораздо сильнее, с 653,8 до 369,5 млн экземпляров, на 43 %. Среднегодовой темп снижения тиража, оценённый по логарифмическому тренду, составил 4,2 %, числа названий — 1,3 %. В результате средний тираж одного издания уменьшился с 5371 до 3578 экземпляров, то есть на треть.

Таблица 1 – Выпуск книг и брошюр в Российской Федерации, 2010–2024 гг.

Год	Число названий	Общий тираж, тыс. экз.	Средний тираж, экз.
2010	121 738	653 843,7	5 371
2011	122 915	612 506,3	4 983
2012	116 888	540 466,3	4 624
2013	120 512	541 747,1	4 495
2014	112 126	485 499,4	4 330
2015	112 647	459 423,9	4 078
2016	117 076	446 274,4	3 812
2017	117 359	471 459,8	4 017
2018	116 915	432 336,1	3 698
2019	115 171	435 136,9	3 778
2020	99 857	351 478,7	3 520
2021	108 460	389 463,1	3 591
2022	108 129	392 466,5	3 630
2023	96 344	335 005,7	3 477
2024	103 277	369 510,2	3 578

Источник: число названий и тираж — по [1]; средний тираж рассчитан автором.

Снижение не было равномерным. Самые резкие падения тиража пришлись на 2012 год (−12 %), 2014 год (−10 %) и пандемический 2020 год (−19 %). После 2020 года выпуск частично восстановился, но в 2023 году снова упал до минимума всего ряда, 335,0 млн экземпляров. Рост 2024 года (+7,2 % по названиям и +10,3 % по тиражу) вернул отрасль лишь на уровень 2021–2022 годов. Коэффициент корреляции между числом названий и общим тиражом за 15 лет равен 0,86: в годы спада сокращаются оба показателя.

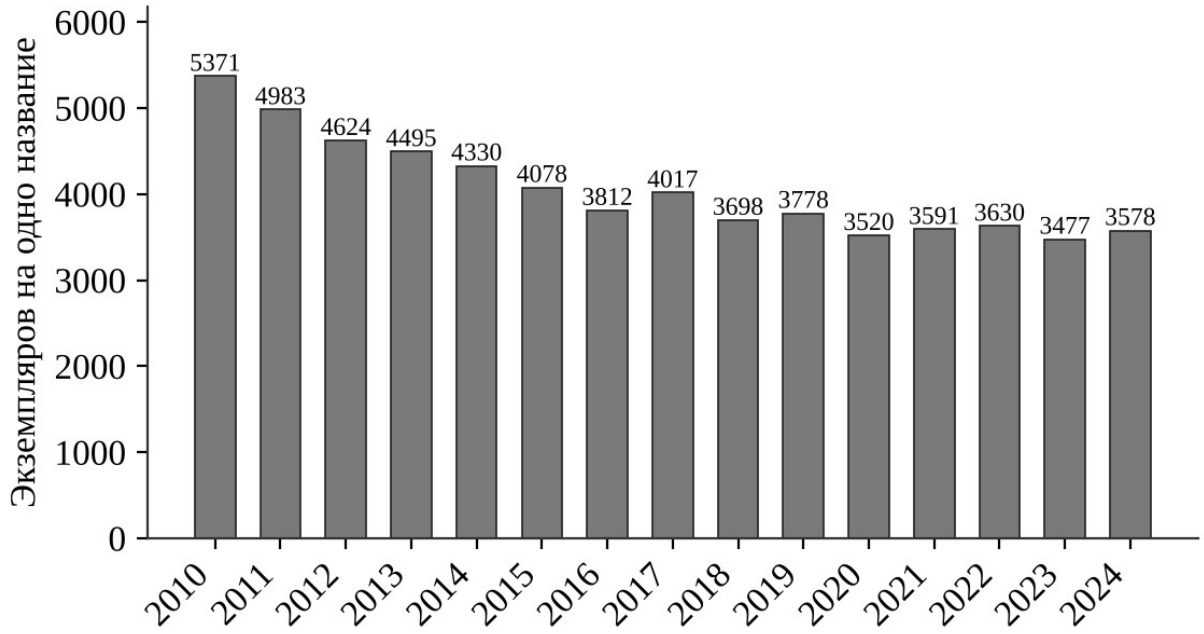


Рисунок 1 – Средний тираж книги в России, 2010–2024 гг., экз.

Источник: рассчитано автором по [1].

Распределение выпуска по тиражным группам в 2024 году приведено в таблице 2. Почти половина названий (48,2 % изданий с указанным тиражом) вышла тиражом до 500 экземпляров, но вместе они дали лишь 2,8 % всех экземпляров. На противоположном полюсе 266 изданий тиражом свыше 100 тыс. экземпляров составили 0,27 % названий и 23,8 % тиража. Средний тираж в этой группе — около 330 тыс. экземпляров, в 1550 раз больше, чем в группе до 500 экземпляров (213 экземпляров).

Таблица 2 – Распределение выпуска книг и брошюр по тиражным группам, 2024 г.

Тиражная группа, экз.	Названий	Тираж, тыс. экз.	Доля названий, %	Доля тиража, %	Средний тираж, экз.
До 500	47 955	10 206,1	48,2	2,8	213
501–1000	7 617	6 958,0	7,7	1,9	913
1001–5000	32 353	94 739,0	32,5	25,6	2 928
5001–10 000	6 583	52 524,6	6,6	14,2	7 979
10 001–50 000	4 343	94 491,2	4,4	25,6	21 757
50 001–100 000	320	22 841,7	0,3	6,2	71 380
Свыше 100 000	266	87 749,7	0,3	23,7	329 886
Итого с указанным тиражом	99 437	369 510,2	100,0	100,0	3 716

Источник: численность и тираж групп — по [1; 2]; доли и средние тиражи рассчитаны автором без учёта 3840 изданий, вышедших без указания тиража.

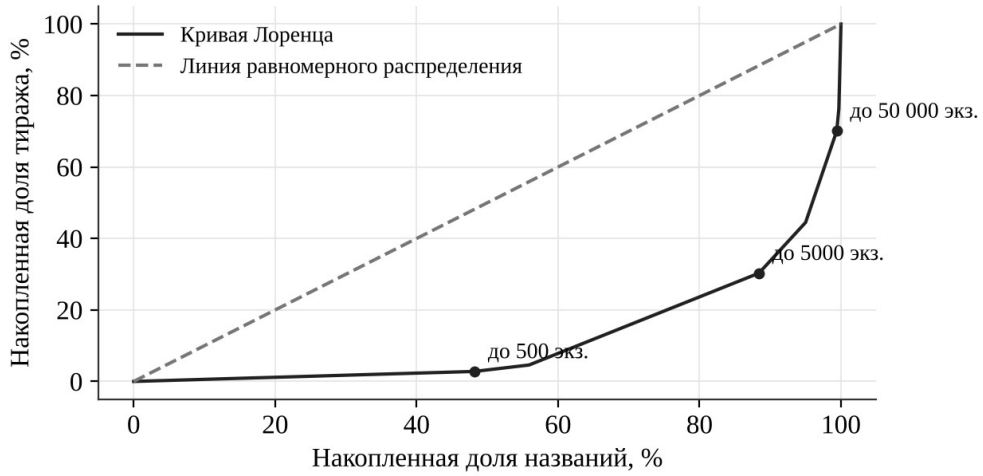


Рисунок 2 – Кривая Лоренца распределения тиражей книг, 2024 г.

Источник: рассчитано автором по [1; 2].

Кривая Лоренца для 2024 года (рисунок 2) почти прижата к оси абсцисс на первой половине графика. На 55,9 % названий тиражом до 1000 экземпляров приходится 4,6 % тиража, на 88,4 % названий тиражом до 5000 экземпляров — 30,3 %. Оставшиеся 11,6 % названий дают 69,7 % всех экземпляров, а издания тиражом свыше 10 тыс. экземпляров (5,0 % названий) — 55,5 %. Нижняя граница коэффициента Джини составляет 0,758 в 2024 году и 0,768 в 2023 году.

Сравнение 2024 года с 2023 годом показывает, откуда взялся рост выпуска (таблица 3). Общий тираж увеличился на 34,5 млн экземпляров. Почти три четверти этого прироста (74 %) дали средние группы от 1001 до 50 000 экземпляров, ещё 20 % — группа 50–100 тыс. экземпляров, где число названий выросло почти в полтора раза. Группа свыше 100 тыс. экземпляров прибавила 49 названий (+22,6 %), но её тираж почти не изменился (+1,3 %), и средний тираж бестселлера снизился с 399 до 330 тыс. экземпляров. Малотиражные группы до 1000 экземпляров обеспечили лишь 2,4 % прироста.

Кривые Лоренца для 2023 и 2024 годов почти совпадают, поэтому на рисунке 2 показана только одна из них. Различия видны лишь в таблице долей. В 2024 году доля названий тиражом до 500 экземпляров снизилась с 50,6 до 48,2 %, а доля изданий тиражом от 1001 до 50 000 экземпляров выросла с 41,2 до 43,5 %. Распределение немного сместилось к середине, отсюда и небольшое снижение коэффициента Джини. Одновременно на 43,7 % выросло число изданий без указания тиража, их доля среди всех названий достигла 3,7 %. Если эта тенденция сохранится, оценки концентрации станут менее точными, поскольку исключаемая из расчёта часть выпуска будет расти.

Таблица 3 – Изменение выпуска по тиражным группам в 2024 г. по сравнению с 2023 г.

Тиражная группа, экз.	**Прирост числа названий, %**	**Прирост тиража, %**	**Вклад в прирост общего тиража, %**
До 500	1,2	4,9	1,4
501–1000	5,3	5,2	1,0
1001–5000	12,1	10,0	24,9
5001–10 000	12,4	11,1	15,2
10 001–50 000	11,8	14,2	34,0
50 001–100 000	46,8	44,3	20,3
Свыше 100 000	22,6	1,3	3,2

Источник: рассчитано автором по [1; 2].

Результаты показывают устойчивую картину: за два года структура выпуска изменилась на доли процентного пункта, а соотношение между

малотиражным «хвостом», средним слоем и бестселлерами осталось прежним.

Обсуждение

Коэффициент Джини около 0,76 — очень высокое значение. Для сравнения: в распределении доходов населения коэффициенты выше 0,6 почти не встречаются, а здесь речь идёт к тому же о нижней границе. Выпуск книг в России устроен как типичный рынок «хитов» в смысле Кейвса и Элберс [11; 12]: сотни изданий дают четверть всех экземпляров, а десятки тысяч названий существуют в тиражах, которые почти не видны в общем объёме.

Однако с идеей «длинного хвоста» эти данные согласуются лишь отчасти. Хвост действительно очень длинный: почти половина названий выходит тиражом до 500 экземпляров. Но его вклад в тираж ничтожен (2,8 %), и за год он почти не изменился. Андерсон [8], как и Э. Бриньолфссон с соавторами, оценившие выгоду покупателей от широкого ассортимента интернет-книжных магазинов [9], писали прежде всего о продажах онлайн, где малопопулярные позиции доступны без физического тиража. В статистике печатного выпуска хвост выглядит иначе. Это в основном научные, учебно-методические, краеведческие и авторские издания, для которых малый тираж — способ существования, а не ставка на последующий спрос. У них другая экономика. Затраты часто покрывают гранты, вузы или сами авторы, а читатель известен заранее. Значительную их часть, вероятно, составляют издания, напечатанные по требованию, но статистика тиражных групп такого разделения не даёт.

Сокращение среднего тиража на треть за 15 лет — главный структурный сдвиг периода. Оно происходило в основном за счёт падения общего тиража при относительно устойчивом числе названий. Издатели выпускают почти столько же книг, но каждую печатают меньшим тиражом. Такая стратегия снижает риск нераспроданного остатка, который в отрасли с

непредсказуемым спросом особенно высок [12; 13]. Дж. Томпсон, описывая англо-американский рынок, показал похожую логику: крупные издательства держат широкий ассортимент и наращивают тиражи только тех книг, которые уже начали продаваться [13].

Структура прироста в 2024 году говорит о том, что восстановление шло за счёт «среднего» сегмента. Группы от 1001 до 100 тыс. экземпляров дали 94 % прироста тиража. Это, по-видимому, массовая художественная, детская и учебная литература, где издатели увереннее планируют спрос. Сверхтиражные издания, наоборот, стали многочисленнее, но меньше. Средний тираж в группе свыше 100 тыс. экземпляров упал на 17 %, хотя таких изданий стало больше. Интерпретировать это изменение по годовым данным трудно: состав группы определяется несколькими учебниками и бестселлерами, и один крупный тираж, перенесённый на следующий год, заметно сдвигает показатели.

С социологической точки зрения высокая концентрация означает, что «книжная культура» в количественном смысле определяется узким кругом изданий. В социологии литературы 1990-х годов много писали о распаде единого литературного поля советского времени на множество малых сред со своими авторами и читателями. Распределение тиражей можно считать количественным следом этого процесса: тысячи названий циркулируют в узких кругах, а общенациональный охват имеют лишь сотни. Р. Эскарпи, одним из первых предложивший изучать литературу через статистику тиражей, разделял «образованный» и «массовый» круги чтения [14]; российские данные показывают, что между ними образовался обширный средний слой изданий тиражом от 1 до 50 тыс. экземпляров, на который приходится две трети тиража.

Ограничения работы связаны с характером данных. Сгруппированное распределение позволяет оценить только нижнюю границу коэффициента Джини, а различие 0,758 и 0,768 между двумя годами находится в пределах неопределённости этого метода. Статистика тиражей отражает напечатанные,

а не проданные экземпляры, и ничего не говорит об электронных и аудиокнигах, которые в эту статистику не входят. Наконец, распределение по тиражным группам удалось использовать только за два года; для анализа долгосрочной динамики концентрации нужны аналогичные таблицы за 2010-е годы. Такая возможность есть: Российская книжная палата публикует распределение по тиражным группам ежегодно, и повторение расчёта по более длинному ряду — естественное продолжение работы. Сопоставление с закономерностью Парето [15], по которой малая доля объектов даёт основную часть объёма, тоже потребует данных без группировки.

ВЫВОДЫ

1. За 2010–2024 годы число названий книг и брошюр в России сократилось на 15 %, общий тираж — на 43 %, а средний тираж — на треть, с 5371 до 3578 экземпляров.

2. Распределение тиражей крайне неравномерно: в 2024 году 48 % названий выходили тиражом до 500 экземпляров и дали менее 3 % тиража, тогда как 0,27 % изданий тиражом свыше 100 тыс. экземпляров дали почти четверть. Нижняя граница коэффициента Джини составляет 0,76–0,77.

3. Рост выпуска в 2024 году на три четверти обеспечили издания тиражом от 1001 до 50 000 экземпляров. Малотиражный сегмент и сегмент бестселлеров на общий прирост почти не повлияли.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Перова, Г. В. Книгоиздание России в 2024 году / Г. В. Перова, К. М. Сухоруков // Библиография и книговедение. – 2025. – № 1. – С. 29–70. – DOI 10.25281/2411-2305-2025-1-29-70.

2. Распределение выпуска книг и брошюр по тиражным группам в 2024 году : [статистическая таблица] / Российская книжная палата ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2025. – URL: https://rsl.ru/photo/!

_ORS/7-RKP/3statistics/2024/knigi/god/2_2024_god.pdf (дата обращения: 22.10.2026).

3. Российская Федерация. Законы. Об обязательном экземпляре документов : Федеральный закон от 29.12.1994 № 77-ФЗ : [ред. действующая] // КонсультантПлюс : справочная правовая система. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5437/ (дата обращения: 22.10.2026).

4. ГОСТ 7.60–2003. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Издания. Основные виды. Термины и определения : межгосударственный стандарт : введён 2004-07-01. – Москва : ИПК Издательство стандартов, 2003.

5. Lorenz, M. O. Methods of Measuring the Concentration of Wealth / M. O. Lorenz // Publications of the American Statistical Association. – 1905. – Vol. 9, no. 70. – P. 209–219. – DOI 10.2307/2276207.

6. Gini, C. Variabilità e mutabilità : contributo allo studio delle distribuzioni e delle relazioni statistiche / C. Gini. – Bologna : Tipografia di Paolo Cuppini, 1912.

7. Cowell, F. A. Measuring Inequality / F. A. Cowell. – 3rd ed. – Oxford : Oxford University Press, 2011. – ISBN 978-0-19-959404-7.

8. Anderson, C. The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More / C. Anderson. – New York : Hyperion, 2006. – ISBN 1-4013-0237-8.

9. Brynjolfsson, E. Consumer Surplus in the Digital Economy: Estimating the Value of Increased Product Variety at Online Booksellers / E. Brynjolfsson, Y. J. Hu, M. D. Smith // Management Science. – 2003. – Vol. 49, no. 11. – P. 1580–1596. – DOI 10.1287/mnsc.49.11.1580.20580.

10. Elberse, A. Should You Invest in the Long Tail? / A. Elberse // Harvard Business Review. – 2008. – July–August.

11. Elberse, A. Blockbusters: Hit-making, Risk-taking, and the Big Business of Entertainment / A. Elberse. – New York : Henry Holt and Company, 2013. – ISBN 978-0-8050-9433-6.

12. Caves, R. E. Creative Industries: Contracts between Art and Commerce / R. E. Caves. – Cambridge (Mass.) : Harvard University Press, 2000. – ISBN 0-674-00164-8.

13. Thompson, J. B. Merchants of Culture: The Publishing Business in the Twenty-First Century / J. B. Thompson. – Cambridge : Polity Press, 2010.

14. Escarpit, R. Sociologie de la littérature / R. Escarpit. – Paris : Presses universitaires de France, 1958. – (Que sais-je?).

15. Pareto, V. Cours d'économie politique / V. Pareto. – Lausanne : F. Rouge, 1896–1897. – 2 vol.