


НАУЧНАЯ СТАТЬЯ
УДК 070



Роль издательских домов в системе массовых коммуникаций (на примере Ростовской области)

Анжела Викторовна МУХА  

ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»
344002, Российская Федерация, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 69
 angela95@gmail.com

Аннотация. Рассмотрены основные характеристики крупных издательских домов Ростовской области. Проанализированные данные позволили сделать вывод о том, что ростовские издатели работают в разных направлениях. Одни издательские дома активно взаимодействуют с читателями, в то время как другие практически не вступают во внешние коммуникации.


Ключевые слова: внешние коммуникации, книга, маркетинг, аудитория, социальные сети

Для цитирования: Муха А.В. Роль издательских домов в системе массовых коммуникаций (на примере Ростовской области) // Державинский форум. 2025. Т. 9. № 3. С. 347-354.

ORIGINAL ARTICLE
UDC 070

The role of publishing houses in the mass communications system (on the example of the Rostov region)

Angela V. MUKHA  

Rostov State University of Economics (RINH)
69 Bolshaya Sadovaya St., Rostov-on-Don, 344002, Russian Federation
 angela95@gmail.com

Abstract. The main characteristics of the large publishing houses of the Rostov region are considered. The analyzed data led to the conclusion that Rostov publishers are working in different directions. Some publishing houses actively interact with readers, while others practically do not engage in external communication.

Keywords: external communications, book, marketing, audience, social media

For citation: Muha, A.V. (2025). The role of publishing houses in the mass communications system (on the example of the Rostov region). *Derzhavinskii forum = Derzhavin Forum*, vol. 9, no. 3, pp. 347-354.

ВВЕДЕНИЕ

Данное исследование является актуальным ввиду сложных условий, в которых находятся современные издательские дома на медиарынке. Прежде всего, это связано с меняющимися интересами аудитории к выпускаемым книгам и журналам. Несмотря на изменения медиарынка, средства массовой информации сохраняют свою востребованность как средства массовой коммуникации, выполняющие идеологические, культурные и социальные функции в обществе [1, с. 128].

Цель исследования состоит в анализе деятельности издательских домов Ростовской области.

Эмпирическая основа исследования включает информацию об издательских домах, собранную с официальных сайтов предприятий и из общедоступных источников. Были изучены сайты семи издательских домов Ростова-на-Дону в период с 2020 по июнь 2025 г.: «Донской издательский дом», «Антураж», «Проф-Пресс», «Легион», «Геодом», «ГинГо» и «CordeNet».

Вопросам истории издательского дела в России посвящены работы Н.Г. Пряхина и А.И. Бураковой [2], А. Стоколясовой [3]. Ряд ученых, среди которых С.В. Гуськова [4], А.А. Корчинский [5], И.В. Лизунова и Е.Н. Савенко [6], И.И. Ординарцев [7], С.А. Петрова [8], И.Ю. Стародубцева [9], рассматривали в своих исследованиях современное состояние издательского дела.

В ходе исследования применялись такие научные методы, как реферативно-аналитический метод, индуктивно-дедуктивный подход, сравнительный анализ, а также мониторинг с элементами статистического анализа, которые использовались для систематизации теоретического и классификации эмпирического материалов. Метод проблематиза-

ции был направлен на концептуальное осмысление исследуемой проблемы, что позволило глубже проникнуть в суть рассматриваемого явления.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Проанализируем деятельность ведущих издательских домов Ростовской области. По результатам мониторинга на территории Ростовской области работают такие издательские дома, как «Донской издательский дом» (универсальная направленность), «Антураж» (ориентирован на детскую литературу), «Проф-Пресс» (преимущественно детская литература), «Легион» (специализация – подготовка к ЕГЭ и ОГЭ), «Геодом» (детская литература), «ГинГо» (продукция для бухгалтеров и краеведческая литература), «CordeNet» (учебники). Эти издательства были изучены по ряду критериев: специализация (универсальные и специализированные); география распространения продукции (местные, национальные, транснациональные); объем бизнеса (крупные, средние, малые); типы публикуемых материалов (текстовые, электронные, аудио и т. д.); целевые установки предпринимательства (коммерческие и некоммерческие); конструкция издаваемой продукции (твердый переплет, мягкая обложка, суперобложка и т. д.); организационно-правовая структура (государственные и частные, кооперативные и акционерные предприятия, организации общественных объединений, смешанные).

Издательский дом «Легион» занимается выпуском учебно-методических пособий с 2004 г. «Легион» занимается не только изданием учебной литературы, но и активно развивает образовательные инициативы. ИД выступает организатором вебинаров для подготовки к ОГЭ и ЕГЭ. Записи прошедших вебинаров издательство выкладывает на своем ютьюб-

канале. «Легион» принимает участие в различных книжных выставках и ярмарках. Издательский дом также проводит разнообразные учебные мероприятия в школах страны.

Для поддержания внешних коммуникаций с аудиторией редакция использует социальные сети – анонсы мероприятий публикуются в группах в социальных сетях «ВКонтакте» и «Одноклассники». Редакция «Легион» постоянно обновляет информацию в социальных сетях, чтобы аудитория оставалась в курсе происходящих событий. Официальный сайт издательского дома предлагает дополнительные каналы связи в мессенджерах (табл. 1).

Итак, издательский дом «Легион» является важным игроком на рынке учебной литературы в Ростове-на-Дону, предлагая широкий спектр образовательных материалов, соответствующих современным требованиям и потребностям образовательной системы. Издательство активно развивается, внедряя новые форматы обучения и поддерживая связь с образовательным сообществом через различные форматы взаимодействия.

Издательский дом «Геодом» специализируется на выпуске продукции для детей. Существует с 2008 г. Перечень выпускаемой издательством продукции достаточно обширен: настольные игры, подарки, книги, обучающие пособия, раскраски, наклейки, товары для праздника.

«Геодом», кроме издательской деятельности, выступает спонсором различных творческих мероприятий для детей, проводит собственные фестивали.

Ассортимент продукции насчитывает свыше 500 позиций собственных изданий, регулярно пополняясь новыми товарами.

Для коммуникации с аудиторией издательство активно использует социальную сеть «ВКонтакте», где публикуются

новости, информация о скидках и отзывы читателей.

На платформе «Ютьюб» редакция «Геодом» выкладывает короткие видеоролики с мастер-классами и обзорами продукции, а в «ТикТок» размещаются забавные видеоролики из жизни редакции. Хотя контент постоянно обновляется только в социальной сети «ВКонтакте», именно эта платформа обеспечивает основную коммуникацию с аудиторией (табл. 2).

Итак, издательство «Геодом» является крупным производителем и продавцом детской развивающей продукции в Ростове-на-Дону.

Издательство «ГинГо» занимается публикацией литературы преимущественно по бухгалтерскому учету, включая разнообразные сопутствующие документы, например, акты, журналы и счета. Издательство также выпускает книги, посвященные региональной тематике: Нижнему Дону и донскому казачеству. Среди выпускаемой продукции встречаются как крупные издания (серия книг в шести томах «Град Ростов»), так и небольшие издания (почтовые открытки, небольшие иллюстрированные издания в мягком переплете, например, «Амазонки – женщины из легенды»).

Издательство «ГинГо» ограничивает свое присутствие в Интернете официальным сайтом, отказываясь активно вести социальные сети. Внешние коммуникации осуществляются через электронную почту и звонки в редакцию. Несмотря на это, издательство представлено в социальной сети «ВКонтакте», хотя информация там обновлялась давно (табл. 3).

Издательство «ГинГо» занимает важное место в сохранении и популяризации краеведческого наследия Нижнего Дона. Однако из-за слабо развитой коммуникации с аудиторией некоторые продукты издательского дома могут остаться незамеченными.

Таблица 1

Основные характеристики издательского дома «Легион»

Table 1

The main characteristics of the Legion Publishing House

Критерий	Описание
Специализация	Специализированный издательский дом (направлена на выпуск учебной литературы для школ и образовательных учреждений)
Организационно-правовая структура	Частное предприятие
Целевые установки предпринимательства	Коммерческое (получение прибыли)
География распространения	Российская Федерация
По масштабу деятельности	Среднее предприятие (выпускает несколько десятков наименований ежегодно)
Типы публикуемых материалов	Текст

Таблица 2

Основные характеристики издательского дома «Геодом»

Table 2

The main characteristics of the Geodom Publishing House

Критерий	Описание
Специализация	Специализированный издательский дом (детская продукция)
Организационно-правовая структура	Частное предприятие
Целевые установки предпринимательства	Коммерческое (получение прибыли)
География распространения	Российская Федерация, страны Таможенного союза
По масштабу деятельности	Среднее предприятие (выпускает несколько десятков наименований ежегодно)
Типы публикуемых материалов	Текст, картография

Таблица 3

Типологические характеристики издательства «ГинГо»

Table 3

Typological characteristics of the GinGo Publishing House

Критерий	Описание
Специализация	Специализированный издательский дом (бухгалтерия, краеведение)
Организационно-правовая структура	Частное предприятие
Целевые установки предпринимательства	Коммерческое (получение прибыли)
География распространения	Ростов-на-Дону
По масштабу деятельности	Малое предприятие (выпускает несколько единиц наименований ежегодно)
Типы публикуемых материалов	Текст

Таблица 4

Основные характеристики Донского издательского дома

Table 4

The main characteristics of the Don Publishing House

Критерий	Описание
Специализация	Универсальный издательский дом
Организационно-правовая структура	Частное предприятие
Целевые установки предпринимательства	Коммерческое (получение прибыли)
География распространения	Ростов-на-Дону
По масштабу деятельности	Среднее предприятие (выпуск до 20 000 книг)
Типы публикуемых материалов	Текст

Таблица 5

Основные характеристики издательского дома «Профф-Пресс»

Table 5

The main characteristics of the Proff-Press Publishing House

Критерий	Описание
Специализация	Специализированный издательский дом (детская литература)
Организационно-правовая структура	Частное предприятие
Целевые установки предпринимательства	Коммерческое (получение прибыли)
География распространения	Ростов-на-Дону
По масштабу деятельности	Среднее предприятие
Типы публикуемых материалов	Текст

Таблица 6

Основные характеристики издательского дома «Антураж»

Table 6

Main characteristics of the Anturazh Publishing House

Критерий	Описание
Специализация	Специализированный издательский дом (детская развивающая продукция)
Организационно-правовая структура	Частное предприятие
Целевые установки предпринимательства	Коммерческое (получение прибыли)
География распространения	Российская Федерация
По масштабу деятельности	Среднее предприятие
Типы публикуемых материалов	Текст

«Донской издательский дом» – это издательская компания, специализирующаяся на создании книг и учебных материалов, связанных с историей Донского края. Издательский дом также реализует учебные проекты, среди них серия «Ис-

тория Донского края» (учебные пособия с 5-го по 10-й класс), краеведческие материалы и исторические исследования.

У «Донского издательского дома» отсутствует официальный сайт, есть только отдельная вкладка на сайте 1rnd.ru, на

которой содержится небольшая справочная информация об издательстве. «Донской издательский дом» ведет сообщество в социальной сети «ВКонтакте», в котором на нерегулярной основе публикуются новости, связанные с выпуском книжных новинок (табл. 4).

«Проф-Пресс» – известное российское издательство, ориентированное на детскую литературу, учебные пособия, канцелярию и рабочие тетради. У него налажено взаимодействие с образовательными организациями. Оно входит в Ассоциацию книгоиздателей России (табл. 5).

Анализируя стратегию продвижения «Проф-Пресс», можно отметить ряд эффективных мер по привлечению покупателей и авторов: предоставление скидок на покупку продукции через сайт или магазины-партнеры, бесплатное оформление доставки при достижении определенной суммы заказа, ежемесячные акции на отдельные категории товаров, специальные условия для первого приобретения, программы лояльности с начислением бонусных баллов и гибкая ценовая политика.

Издательский дом «Антураж» – российский производитель развивающих товаров для детей до 7 лет, основанный в 2002 г. Основная продукция издательства: развивающие книжки-непромокашки, книжки-пазлы в твердом переплете, мягкие конструкторы, развивающие аппликации и игры, магнитная азбука (табл. 6).

«Антураж» – надежный производитель развивающих детских товаров с многолетним опытом работы. Компания специализируется на создании качественных образовательных материалов для детей дошкольного возраста.

Недостатком в работе издательского дома можно считать отсутствие обратной связи с аудиторией, так как издательство не представлено в Интернете: у него отсутствует официальный сайт, каналы в

мессенджерах и сообщества в социальных сетях. Таким образом, связаться с издательством можно только по телефону.

Информацию об издательском доме CordeNet найти не удалось, так как у него нет официального сайта, он не представлен в социальных сетях, и телефоны издательства не отвечают.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Издательские дома Ростова-на-Дону занимаются изданием как исключительно книжной продукции («Легион»), так и задействуют иные направления работы («Геодом», «ГинГо»). Некоторые издательства активно взаимодействуют с аудиторией, используя сразу несколько медиаплатформ («Геодом», «Легион»). Другие ограничиваются одной–двумя площадками («ГинГо») либо вообще работают автономно («Донской издательский дом», «Антураж»).

Другие ИД сотрудничают с внешними партнерами («Геодом»), увеличивая охват аудитории. Но есть и те, которые сосредоточены только на своем интернет-магазине и оффлайн-продажах.

Кроме выпуска книг, отдельные издательские дома организуют образовательные мероприятия: вебинары, мастер-классы, развлекательные фестивали.

Итак, конкурентоспособность издательских домов обусловлена качеством выпускаемой продукции, оригинальностью ассортимента, ориентацией на рыночные тенденции и эффективностью маркетинговых стратегий. Успешные ИД открыты к диалогу с клиентами и умеют грамотно реагировать на обратную связь. В то время как другим компаниям мешает слабый маркетинг и недостаточная работа с организацией внешних коммуникаций, что негативно сказывается на развитии издательского бизнеса.

Список источников

1. Муха А.В., Наумов М.Г. Специфика проблем региональной прессы на примере газет «Наше время», «Крестьянин», «Вечерний Ростов» // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации: материалы X Междунар. науч.-практ. конф. Ростов-на-Дону: Ростов. гос. ун-т путей сообщения, 2023. С. 127-131. <https://elibrary.ru/wfcmzg>
2. Пряхин Н.Г., Буракова А.И. История издательского дела в культурной жизни России // Восточнославянская филология. Литературоведение. 2017. № 4 (28). С. 63-72. <https://elibrary.ru/ywjmn>
3. Стоколясова А. Книгоиздание в России: история вопроса // Культурные тренды современной России: от национальных истоков к культурным инновациям: сб. докладов V Всерос. (с междунар. участием) науч.-практ. конф. студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых: в 3 т. Белгород, 2017. Т. 3. № 1. С. 225-227. <https://elibrary.ru/yqjlop>
4. Гуськова С.В. Современное книгоиздание: проблемы и перспективы // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2013. № 11. С. 3-6. <https://elibrary.ru/rsfvnp>
5. Корчинский А.А. Учебное книгоиздание на рынке образовательных услуг // Среднее профессиональное образование. 2012. № 2. С. 15-16. <https://elibrary.ru/orlydz>
6. Лизунова И.В., Савенко Е.Н. Современное альтернативное книгоиздание: общая характеристика и тенденции развития // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. 2018. № 4. С. 22-28. <https://elibrary.ru/ksgxaf>
7. Ординарцев И.И. Книгоиздание в России: анализ тенденций развития // Вестник Московского университета МВД России. 2013. № 12. С. 194-198. <https://elibrary.ru/rscsiv>
8. Петрова С.А. Современное детское и подростковое книгоиздание: проблемы и перспективы развития // Воспитательный потенциал семейного чтения в эпоху цифровизации и глобализации: материалы Междунар. науч.-практ. конф. Казань, 2019. № 1. С. 308-315. <https://elibrary.ru/lgmnmq>
9. Стародубцева И.Ю. Стратегии издательства «Эксмо» и проблемы выпуска книг на современном книжном рынке // Вопросы науки и образования. 2018. № 3. С. 28-30. <https://elibrary.ru/xshgqx>

References

1. Mukha A.V., Naumov M.G. (2023). The specifics of the problems of the regional press on the example of the newspapers "Nashe Vremya", "Krest'yanin", "Vecherniy Rostov". *Materialy 10 mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii «Reklama i syazi s obshchestvennost'yu: traditsii i innovatsii» = Proceedings of the 10th International Scientific and Practical Conference "Advertising and Public Relations: Traditions and Innovations"*. Rostov-on-Don, Rostov State Transport University, pp. 127-131. (In Russ.) <https://elibrary.ru/wfcmzg>
2. Pryakhin N.G., Burakova A.I. (2017). The history of publishing in the cultural life of Russia. *Vostochnoslavianskaya filologiya. Literaturovedenie = East Slavic Philology. Literature Studies*, no. 4 (28), pp. 63-72. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ywjmn>
3. Stokolyasova A. (2017). Book publishing in Russia: the history of the issue. *Sbornik dokladov 5 Vserossiiskoi (s mezhdunarodnym uchastiem) nauchno-prakticheskoi konferentsii studentov, magistrantov, aspirantov i molodykh uchennykh «Kul'turnye trendy sovremennoi Rossii: ot natsional'nykh istokov k kul'turnym innovatsiyam» = Collection of Reports of the 5th All-Russian (with International Participation) Scientific and Practical Conference of Students, Under-Graduates, Post-Graduates and Young Scientists "Cultural Trends in Modern Russia: from National Origins to Cultural Innovations"*: in 3 vols. Belgorod, no. 1, vol. 3, pp. 225-227. (In Russ.) <https://elibrary.ru/yqjlop>

4. Guskova S.V. (2013). Modern book publishing: problems and perspectives. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki* = *Tambov University Review. Series: Humanities*, no. 11, pp. 3-6. (In Russ.) <https://elibrary.ru/rsfvnp>
5. Korchinskiy A.A. (2012). Educational publishing at an educational market. *Srednee professional'noe obrazovanie* = *Secondary Vocational Education*, no. 2, pp. 15-16. (In Russ.) <https://elibrary.ru/orlydz>
6. Lizunova I.V., Savenko E.N. (2018). Modern alternative book publishing: general characteristics and development trends. *Vestnik Kazanskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv* = *Bulletin of the Kazan State University of Culture and Arts*, no. 4, pp. 22-28. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ksgxaf>
7. Ordinartsev I.I. (2013). Book publishing in Russia: analysis of trends. *Vestnik Moskovskogo universiteta MVD Rossii* = *Bulletin of the Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of Russia*, no. 12, pp. 194-198. (In Russ.) <https://elibrary.ru/rscsiv>
8. Petrova S.A. (2019). Modern children's and adolescent book publishing: challenges and prospects for development. *Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Vospitatel'nyi potentsial semeinogo chteniya v epokhu tsifrovizatsii i globalizatsii»* = *Proceedings of the International Scientific and Practical Conference "The Educational Potential of Family Reading in the Era of Digitalization and Globalization"*. Kazan, pp. 308-315. (In Russ.) <https://elibrary.ru/lgmmmq>
9. Starodubtseva I.Yu. (2018). The strategies of Eksmo Publishing House and the challenges of publishing books in the contemporary book market. *Voprosy nauki i obrazovaniya* = *Science and Education Issues*, no. 3, pp. 28-30. (In Russ.) <https://elibrary.ru/xshgqx>

Информация об авторе

Муха Анжела Викторовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-4477-4046>, angela95@gmail.com

Information about the author

Anzhela V. Mukha, Cand. Sci. (Philology), Associate Professor of Journalism Department, Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-4477-4046>, angela95@gmail.com

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 15.06.2025

Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 29.08.2025

Принята к публикации / Accepted for publication 22.09.2025