

# КНИЖНАЯ СЕРИЯ «КУРИНЫЙ БУЛЬОН ДЛЯ ДУШИ»: ВЗЛЕТЫ И ПАДЕНИЯ В РОССИИ

## Стародубцева И.Ю.

Стародубцева Инна Юрьевна – магистрант,  
кафедра менеджмента и административного управления, факультет управления,  
Российский государственный социальный университет, г. Москва

**Аннотация:** в данной работе проводится исследование истории и становления в России книжной серии «Куриный бульон для души». Здесь определяются причины ее провала в издательстве «АСТ» и причины успеха в «Эксмо».

**Ключевые слова:** книжная серия, книжный рынок, «Эксмо», «АСТ», тираж.

На современном книжном рынке важную роль играет серийный выпуск продукции. Именно благодаря серии зачастую книгораспространители оценивают потенциал новой книги. Поэтому при разработке и запуске новой серии важно учитывать множество аспектов [3]. Здесь мы рассмотрим пример книжной серии издательства «Эксмо» «Куриный бульон для души», которая стартовала в июне 2016 года и в настоящий момент имеет успех на книжном рынке и среди читателей.

Данная серия была придумана в Америке Джеком Кэнфилдом и Марком Хансеном, популярными мотивационными спикерами. В своих выступлениях они любили рассказывать различные истории из собственной жизни и жизни своих друзей. К ним часто ходили и спрашивали, где можно прочитать эти истории. Тогда Д. Кэнфилд и М. Хансен решили записать эти истории и опубликовать. Когда собралась 101 история, они разослали свой сборник по издательствам и получили 144 отказа. Но мотивационные спикеры не стали отчаиваться и решили найти покупателей еще до публикации, чтобы собрать аргументы для издателей, почему этот сборник стоит опубликовать. Они смогли собрать более 20 тысяч расписок от будущих покупателей, что те приобретут книгу после ее выхода, и снова обратились к издателям.

В 1993 году первая книга серии наконец-то вышла в свет и за 1,5 года продана тиражом в 1,3 миллиона экземпляров. Издатели попросили авторов составить новые сборники.

Со временем серия «Chicken soup for the soul<sup>1</sup>» стала самой продаваемой серией за всю историю. К 2003 году в данной серии вышло 180 новых книг, а к 2013 году совокупный тираж серии составил более 500 000 000 экземпляров.

### История серии в России

В 2004 году права на данную серию курило издательство «АСТ». Тогда же вышла первая книга на русском языке. Редакторы решили не сохранять оригинальное название серии, решив, что российский читатель не поймет аллюзии куриного бульона к лекарству и назвали серию «Бестселлер №1 в мире», а на обложках написали «лекарство для души» или «исцеление для души». Всего в данной серии вышло лишь 4 книги, их обложки представлены на рисунке ниже. Все они были одного формата, в твердом переплете, на обложке был использован один шрифт. Но, вдохновившись успехом серии за рубежом, издательство не выделило четкой целевой аудитории, не проработало четкого оформления и не подкрепило выход серии хорошим маркетингом. Они не учли того, что русскоязычная аудитория не была знакома с этой серией, что на территории России все надо было начинать с нуля. В результате серия провалилась.

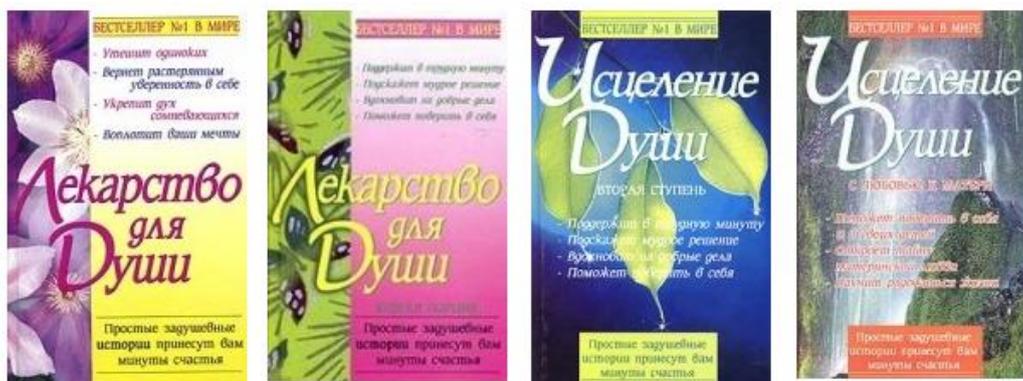


Рис. 1. Книги серии «Chicken soup for the soul» в представлении издательства АСТ

<sup>1</sup> С англ. Куриный бульон для души

В июне 2015 года права на серию перекупило издательство «Эксмо». В течение года шеф-редактор отдела психологии разрабатывала концепцию серии, подбирала оформление и определяла целевую аудиторию. За 2 месяца до выхода первой книги был запущен вирусный маркетинг для повышения узнаваемости серии [1]. В популярных соцсетях – *Twitter*, *Instagram*, Вконтакте, *Facebook* – были выложены цитаты из книг с указанием на источник: © Куриный бульон для души. Таким образом, потенциальные читатели, заинтересовавшись цитатой, искали первоисточник.

Стоит заметить, что в этот раз редактор решила оставить оригинальное название серии, причем, даже разместить английский логотип на обложке. Примеры оформления серии можно посмотреть на рисунке ниже. Книги выходят в мягкой обложке на белой бумаге (камский пухлый офсет). Это сделано для того, чтобы читатели могли носить книгу с собой и читать в дороге – формат маленьких историй этому только способствует. К оформлению книги подходили особенно тщательно – книгу очень любят фотографировать и выкладывать в соцсетях. К примеру, в *Instagram* по хэштегу #Куриныйбульондлядуши на 17.06.2018 можно увидеть 6458 фотографий с книгой.



Рис. 2. Примеры оформления серии «Chicken soup for the soul» в представлении издательства «Эксмо»

На данный момент в издательстве вышло уже 12 книг суммарным тиражом 706 000 экземпляров. Первая книга продана тиражом 143 530 экземпляров. В 2017 году серия «Куриный бульон для души» заняла 1 место в издательстве «Эксмо» как «Лучший книжный проект года».

#### Список литературы

1. Андросов Н. Интернет-маркетинг на 100% / Н. Андросов. СПб.: Питер, 2015. 240 с. ISBN 978-5-496-01374-1.
2. Беловицкая А.А. Книговедение. Общее книговедение: Учебник / А.А. Беловицкая. М.: МГУП, 2007. 393 с. ISBN 5-8122-0722-4.
3. Григорьянц Е.И. Книжная серия как инструмент стимулирования читательских интересов// Вестник СПбГУКИ 2012. № 1 (10) март. с. 75-79 ISSN: 22203044.
4. Есенькин Б.С., Коган А.Ф. Предпринимательство в книжном деле: Учебное пособие / Б. С. Есенькин, А. Ф. Коган. – М.: Изд-во МГУП, 2004. 284 с.
5. Книга в информационном обществе. Материалы XIII Международной конференции по проблемам книговедения (Москва, 28-30 апреля 2014 г.) / Отв. ред. В.И. Васильев; Сост.: Д.Н. Бакун, М.А. Ермолова: В 4 ч. – М.: ФГБУ науки НИЦ «НАУКА» РАН, 2014 – ISBN 978-5-02-039054-6.
6. Крохина О.И. Первая книга SEO-копирайтера. Как написать текст для поисковых машин и пользователей / О.И. Крохина, М.Н. Полосина, А.В. Рубель. – М.: Инфра-Инженерия, 2012. 216 с. ISBN 978-5-9729-0047-3.
7. Парабеллум А. Социальные сети. Источники новых клиентов для бизнеса / А. Парабеллум, Н. Мрочковский, В. Калпев. М.: Огни, 2013. 176 с. ISBN 978-5-459-01749-6.