Научная статья

Рубрика: Культурология

DOI: 10.70202/2949-074X-2026-5-3-80-86
EDN: SXQNQH

ВАК: 5.10.4
ГРНТИ: 19.51.61
УДК: 655:330.3

Check for updates

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ В КНИГОИЗДАНИИ: ВОЗМОЖНОСТИ И БАРЬЕРЫ

Ланских А. В.[1], **Шлентова А. А.**[1]
[1] Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (Россия, Екатеринбург)

АННОТАЦИЯ

Актуальность исследования обусловлена нарастающим экологическим давлением производственных отраслей и усилением повестки устойчивого развития: книгоиздание, будучи ресурсоёмкой сферой (потребление древесного сырья, воды, энергии, потенциально опасных материалов), одновременно обладает мощным просветительским потенциалом и способно формировать модели ответственного потребления. Научная проблема заключается в недостаточной систематизации принципов «зелёного» предпринимательства применительно к издательскому делу, а также в слабой проработке барьеров и инструментов внедрения экопрактик в российских реалиях – в том числе с учётом рисков гринвошинга и особенностей инфраструктурной и нормативной поддержки.

Цель работы – систематизировать принципы экологического предпринимательства в книгоиздании, проанализировать опыт их реализации в России и за рубежом, а также предложить практические рекомендации для издательств и типографий.

В исследовании использован комплекс методов: классификация практик по этапам издательского цикла с опорой на концепцию 3R (reduce, reuse, recycle); синтез отраслевых кейсов (в т. ч. российских «МИФ», «Бомбора» и зарубежных Die gras druckerei, Matabooks); сравнительный анализ технологических и управленческих решений с учётом наличия сертификации (FSC, «Лесной эталон») и публичной отчётности; статистическая оценка данных по отходам и ресурсопотреблению; метод кейс-стади (проекты BookRound, инициативы Сбербанка, «Все свободны»); экспертные интервью для учёта специфики российского рынка.

В ходе обсуждения установлено, что успешная экологизация требует не точечных мер, а системной трансформации бизнес-модели: сочетания технологических изменений (экокраски, альтернативные материалы, оптимизация вёрстки), организационных решений (сокращение тиражей, локальная логистика, буккроссинг) и коммуникационных стратегий. При этом ключевыми барьерами выступают высокая стоимость экоматериалов, ограниченный доступ к сертифицированным ресурсам, слабая инфраструктура переработки и отсутствие единых методик оценки «экоследа» производства.

Результаты исследования включают систематизацию принципов «зелёного» книгоиздания, выделение типовых решений по этапам производственного цикла, идентификацию основных барьеров и возможностей в российском контексте, а также набор практических рекомендаций (поэтапное внедрение экопрактик, партнёрства с экопроектами, использование краудфандинга для пилотных инициатив). Полученные выводы могут быть использованы издательствами, типографиями и отраслевыми регуляторами при формировании стратегий устойчивого развития и мер институциональной поддержки.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: экологическое предпринимательство, устойчивое развитие, зеленое предпринимательство, эко-бумага, эко-краски, барьеры экологизации, ESG-подход, сохранение окружающей среды

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Ланских А. В., Шлентова А. А. (2026). Экологические практики в книгоиздании: возможности и барьеры. *Управление культурой*, *5*(3), 80–86. https://doi.org/10.70202/2949-074X-2026-5-3-80-86

Статья поступила: 12.08.2026; принята: 13.10.2026; опубликована: 09.11.2026.

© Ланских А. В., Шлентова А. А., 2026

Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which allows to share the article (copy and redistribute it) and to adapt the article (remix, transform, and build upon it) in any medium or format for any purpose, even commercially, as long as you give appropriate credit, provide a link to the Creative Commons license, and indicate if changes were made.

Research Article Rubric: Cultural Studies

ENVIRONMENTAL PRACTICES IN BOOK PUBLISHING: OPPORTUNITIES AND BARRIERS

Lanskikh A. V.[1], **Shlentova A. A.**[1]
[1] Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin (Ekaterinburg, Russian Federation)

ABSTRACT

The relevance of this study stems from the growing environmental pressures associated with industrial production and the increasing prominence of the sustainable development agenda. As a resource-intensive sector that consumes wood-based raw materials, water, and energy and uses potentially hazardous materials, book publishing also has considerable educational potential and the capacity to shape responsible consumption patterns. The research problem lies in the insufficient systematization of the principles of green entrepreneurship as applied to publishing, as well as the limited examination of barriers to and instruments for implementing environmental practices in the Russian context, including the risks of greenwashing and the specific features of infrastructure and regulatory support.

The aim of this study is to systematize the principles of environmental entrepreneurship in book publishing, analyze their implementation in Russia and internationally, and develop practical recommendations for publishing houses and printing companies.

The study employs a combination of research methods: classification of environmental practices by stage of the publishing cycle based on the 3R concept (reduce, reuse, recycle); synthesis of industry case studies, including those of the Russian publishers MIF and Bombora and the international companies Die gras druckerei and Matabooks; comparative analysis of technological and managerial solutions, taking into account the availability of certification (FSC and Lesnoy Etalon) and public reporting; statistical assessment of waste and resource consumption data; case study analysis of the BookRound project and initiatives by Sberbank and Vse Svobodny; and expert interviews to account for the specific characteristics of the Russian market.

The analysis indicates that successful environmental transformation requires more than isolated measures; it calls for a systemic transformation of the business model combining technological changes (eco-friendly inks, alternative materials, and layout optimization), organizational measures (smaller print runs, local logistics, and bookcrossing), and communication strategies. The main barriers include the high cost of environmentally friendly materials, limited access to certified resources, underdeveloped recycling infrastructure, and the lack of standardized methods for assessing the environmental footprint of production.

The study's results include a systematization of the principles of green book publishing; the identification of typical solutions at different stages of the production cycle; the identification of key barriers and opportunities in the Russian context; and a set of practical recommendations, including the phased implementation of environmental practices, partnerships with environmental initiatives, and the use of crowdfunding to support pilot projects. The findings may be useful to publishing houses, printing companies, and industry regulators in developing sustainability strategies and institutional support measures.

KEYWORDS: environmental entrepreneurship, sustainable development, green entrepreneurship, eco-paper, eco-inks, barriers to greening, ESG approach, environmental conservation

FOR CITATION: Lanskikh, A. V., & Shlentova, A. A. (2026). Environmental Practices in Book Publishing: Opportunities and Barriers. *Managing of Culture*, *5*(3), 80–86. https://doi.org/10.70202/2949-074X-2026-5-3-80-86

Article received: 08/12/2026; accepted: 10/13/2026; published: 11/09/2026.

Актуальность исследования (введение)

Глобальные экологические вызовы и идеи устойчивого развития создают предпосылки для трансформации бизнес-моделей в сторону уменьшения негативного воздействия на окружающую среду. Значимость этих трансформационных процессов подтверждается целым рядом инициатив на самом высоком уровне – как международных, так и реализуемых в границах отдельных государств. В России в 2026 году вступает в силу пакет нормативных актов, меняющих порядок работы корпоративных природопользова-

телей[1]; реализуется национальный проект «Экологическое благополучие»[2], который в 2025 году пришел на смену проекту «Экология»; регулярно проводятся дискуссии: так, результаты XI Невского международного экологического конгресса[3], состоявшегося в мае 2025 года, были направлены в Организацию Объединённых Наций и распространены в качестве официального документа Генеральной Ассамблеи ООН[4].

Книгоиздание как производственная отрасль характеризуется интенсивным потреблением древесного сырья, воды и энергии, а также использованием красящих и вспомогательных материалов, являющихся потенциально вредными с точки зрения последствий их применения. В то же время книжная индустрия обладает просветительским потенциалом, способным оказать влияние на общественное сознание и практики потребления.

Цель данного исследования – систематизировать принципы экологического предпринимательства применительно к книгоизданию, проанализировать опыт их реализации в России и других странах и предложить практические рекомендации для издательств и типографий.

Теоретическая и информационная база (материалы и методы)

О собенности реализации принципов экологического предпринимательства в книгоиздательской деятельности были раскрыты нами благодаря комплексу применённых теоретических и практических методов. Была проанализирована научная и отраслевая литература, отчёты и нормативно-справочные материалы: публикации по экологическому менеджменту, концепции устойчивого развития и ESG, документы международных инициатив (SDG Publishers Compact[5], «Цели устойчивого развития ООН»[6]), что позволило определить базовые принципы «зелёного» предпринимательства применительно к издательскому делу.

Так, в работе М.Н. Струковой и Л.В. Струковой «Экологический менеджмент и аудит» подчёркивается роль управленческих структур как ключевого агента ресурсосбережения: «система экологического менеджмента позволит предприятию систематически контролировать и минимизировать уровень вредного экологического воздействия своей хозяйственной деятельности на окружающую среду»[7].

В свою очередь, О.М. Бузская [1] обосновывает высокий потенциал экоориентированного бизнеса в России как инструмента формирования общественных ценностей и моделей потребления – этот подход был учтён при определении миссии «зелёного» издательства в рамках исследования.

Для систематизации практик экологизации по этапам издательского цикла (предпечатная подготовка, печать, постпечатные процессы и дистрибуция), а также для группировки инструментов устойчивого развития (материалы, технологии, маркетинг, партнёрства) применялся метод классификации. В качестве теоретической опоры использовались принципы концепции 3R (reduce, reuse, recycle), которые в российском академическом поле последовательно раскрыты, например, в работах по циркулярной экономике и энергоэкологическим проблемам: С.Ю. Малков, С.Э. Билюга, А.Ю. Власова показывают, что ресурсосбережение эффективно только в связке с инфраструктурными и институциональными условиями [2].

Метод синтеза позволил объединить разрозненные отраслевые кейсы (российских и зарубежных издательств, типографий, книжных проектов) в целостную картину существующих подходов и выделить общие тренды и типовые решения. В частности, синтез данных по сертификации лесных ресурсов опирался на стандарты FSC[8] (международная система сертификации, которая подтверждает, что древесина и продукция из неё получены в результате ответственного и экологически безопасного лесопользования) и формирующуюся в России с 2022 года систему «Лесной эталон»[9] (российская система добровольной лесной сертификации, созданная для подтверждения ответственного лесопользования и обеспечения прозрачности цепочек поставок древесины). С помощью сравнительного анализа были сопоставлены практики российских и зарубежных издательств и полиграфических производств (например, подходы немецких организаций Spector Books, Matabooks, Die gras druckerei и российских издательств «МИФ», «Бомбора», «Зелёная книга»), изучены характеристики разных материалов и технологий (бумага из целлюлозы, травяная и каменная бумага; традиционные и экочернила). Так, опыт Die gras druckerei, основанный на веганских и климатически нейтральных решениях, сопоставлялся с практикой российских типографий (например, Ideaprint и её проект EcoPad).

А.В. Барков и Я.С. Гришина [3] обращают внимание на необходимость правового и методологического каркаса для верификации «зелёных» практик: без про-

[1] Постановление Правительства Российской Федерации от 29.05.2026 № 636 «Об утверждении критериев отнесения объектов, оказывающих негативное воздействие на окружающую среду, к объектам I, II, III и IV категорий»; Федеральный закон от 20.02.2026 № 31-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях»; Федеральный закон от 24.06.1998 № 89-ФЗ «Об отходах производства и потребления» (в ред. от 23.03.2026).
[2] https://government.ru/rugovclassifier/919/about/
[3] https://ecocongress.info/en/congress/
[4] https://council.gov.ru/events/news/171441/
[5] https://www.un.org/sustainabledevelopment/sdg-publishers-compact/
[6] https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/
[7] Струкова, М. Н. Экологический менеджмент и аудит : учебное пособие / М. Н. Струкова, Л. В. Струкова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федеральный университет. Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2016. 80 с. С. 10. ISBN 978-5-7996-1749-3.
[8] https://by.fsc.org/sites/default/files/2021-09/FSC-STD-40-004%20V3-1%20RUS_2021.pdf
[9] https://forest-etalon.org/

зрачных критериев и механизмов контроля возрастает риск имитации экологичности («гринвошинга») и снижается доверие потребителей. Именно поэтому в рамках сравнительного анализа дополнительно учитывались не только технологические параметры, но и наличие сертификатов, публичной отчётности и независимых подтверждений заявленных практик.

Особый интерес представляют запросы молодой аудитории: Н.В. Богачева и Е.В. Сивак показывают, что для поколения Z ответственное потребление – это не просто выбор товара, а часть идентичности и ценностной системы[10]. Поэтому «зелёные» инициативы издательств и других организаций книжной индустрии могут работать как инструмент вовлечения молодой аудитории и повышения лояльности.

Дополнительно в исследовании применялся статистический подход: для интерпретации данных о доле перерабатываемых отходов, площади свалок, потреблении ресурсов в производстве бумаги и т. п. Например, данные о том, что свыше 90 % отходов в России – промышленные, а перерабатывается лишь малая часть отходов (так, в 2020 году не более 7 %[11]), были соотнесены с отраслевыми оценками полиграфии как ресурсоёмкой отрасли, что позволило обосновать приоритетность мер по сокращению отходов и рециклингу [2].

Метод кейс-стади применялся для детального рассмотрения отдельных практик: это, например, проект BookRound студентов МФТИ[12], создавших бота для упрощения обмена книгами, инициатива Сбербанка по выпуску экологических сказок, рассказывающих детям о бережном отношении к природе и осознанном потреблении[13], благотворительные проекты книжного магазина «Все свободны» – книжные распродажи прочитанного с отчислением прибыли в пользу НКО. При этом учитывался не только технологический, но и социокультурный аспект: как отмечает Е.Б. Гуревич, издательство – это деятельность, формирующая культурные установки и модели поведения [4]; в этом смысле экологичная издательская практика становится частью социокультурной миссии. Отдельные бизнес-модели могут стать точками роста для экопрактик: например, краудфандинг позволяет привлекать средства на пилотные проекты, связанные с экологизацией (экспериментальные тиражи на альтернативных материалах, экосерии), а также вовлекать аудиторию в принятие решений. Н.В. Волкова отмечает, что краудфандинговые механизмы в российском книгоиздании уже доказали свою эффективность для нишевых и социально значимых проектов [5].

Наконец, для учёта специфики российского рынка и реальных ограничений (доступность материалов, стоимость, логистика, инфраструктура переработки) А.А. Шлентовой были проведены беседы с отраслевыми экспертами[14]. Полученные данные дополнили официальные отчёты и отраслевые обзоры, что позволило точнее оценить барьеры и возможности внедрения экопрактик в российских издательствах.

Результаты

К основным принципам экологического предпринимательства в книгоиздании относятся сокращение тиражей и отходов, использование переработанной и сертифицированной бумаги, переход на экологичные краски (соевые, водные), минимизация упаковки, сокращение логистических цепочек, внедрение практик вторичного использования и циркулярной экономики (3R: reduce, reuse, recycle). В рамках издательского цикла принципы 3R реализуются через снижение ресурсопотребления, повторное использование материалов (что позволяет сохранять как стоимость бумаги, печати, подготовительных работ, так и ценность интеллектуального продукта за счёт продления жизненного цикла тиража), переработку отходов, формируя сквозную модель экологизации от предпечатной подготовки до дистрибуции и утилизации.

На этапе предпечатной подготовки ценной с точки зрения экологии является оптимизация вёрстки: экономные шрифты, уменьшение полей, многоколонная вёрстка. Эти приёмы позволяют сократить объём бумаги на единицу тиража, что напрямую снижает антропогенную нагрузку. Д.Г. Маркова подчёркивает, что полиграфические предприятия стараются использовать переработанную или сертифицированную бумагу, переходят на соевые и растительные чернила, предлагают проекты по устранению бумажных отходов и с каждым годом улучшают технологию производства [6, с. 584]. При этом выбор формата и структуры издания – не только технический, но и смысловой вопрос: как показывает Л.В. Зимина, издательская стратегия соединяет технологические возможности с культурной функцией продукта, поэтому «экологизация» должна быть согласована с миссией и позиционированием издательства[15]. Например, сокращение полей и более плотная вёрстка могут восприниматься не как экономия ресурсов, а как осознанный формат, транслирующий ценности бережного отношения к природе.

На этапе печати принципиальными становятся отказ от избыточных тиражей, выбор цифровой печати для малых тиражей, использование экокрасок (соевые/водные), переработанной бумаги и альтер-

[10] Богачёва, Н. В., Сивак, Е. В. Мифы о «поколении Z»; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики», Ин-т образования. М. : НИУ ВШЭ, 2019. 64 с.
[11] https://ach.gov.ru/news/v-rossii-pererabatyvetsya-tolko-7-otkhodov
[12] https://vk.ru/wall-73965718_11455
[13] https://vk.ru/wall-74757076_75673
[14] Шлентова, А. А. Экологический подход в издательском деле : магистерская диссертация ; Урал. федер. ун-т им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, Урал. гуманит. ин-т, Каф. издательского дела. Екатеринбург, 2024. 74 с.
[15] Зимина Л. В. Современные издательские стратегии: от традиционного книгоиздания до сетевых технологий культурной памяти ; Рос. акад. наук, Науч. совет «История мировой культуры», Комис. по истории книж. культуры и комплекс. изучению кн. М. : Наука, 2004. 273 с.

натив (конопляная, травяная, каменная бумага). Е.В. Варенникова отмечает, что экологически ориентированное предпринимательство в производственных отраслях формируется именно через такие технологические и организационные изменения, позволяющие совместить экономическую устойчивость с минимизацией негативного воздействия [7]. Зарубежный опыт подтверждает эффективность такого подхода: К. Метц, М. Сидл показывают, что «зелёное» книгоиздание опирается на сочетание технологических инноваций и изменения потребительских практик, включая цифровые каналы продвижения и вторичное обращение экземпляров [8].

На этапе постпечати и дистрибуции значимыми мерами выступают использование электронных каталогов, переход на многоразовую/перерабатываемую упаковку, развитие локальной логистики и сервисов обмена книгами (буккроссинг). Указанные практики подтверждаются эмпирическими кейсами: Matabooks, Die gras druckerei (травяная бумага, веганские производственные практики), российские примеры – первое эко-издательство «Зелёная книга» (в данный момент не работает), проекты МИФ (продуманная упаковка продукции, экологическая тематика изданий), «Бомбора» (экологические просветительские акции — информация на сайте, мероприятия для детей, экологичное оформление книг серии «Жизнь в стиле эко»: печать текста на FSC-бумаге, обложка без лака и плёнки), московское эко-пространство Locus Solus (буккроссинг, экологичная утилизация) и др.

Реализации перечисленных принципов препятствует ряд барьеров. Так, многие экоматериалы имеют более высокую стоимость, при этом они имеют ограниченную доступность или требуют перенастройки оборудования при использовании нестандартных материалов (например, каменной бумаги); некоторые экокраски ограничены по цветовому спектру и т. д. Отсутствует единый общепринятый стандарт оценки «экоследа» книжного производства. Существует риск псевдоэкологичности («гринвошинга»), например, при некорректной маркировке. Недостаточно развита сеть обращения с отходами и переработки в отдельных регионах – так, в России доля переработки бытовых отходов по разным оценкам остаётся низкой.

В то же время наблюдается готовность значительной части потребителей поддерживать «зелёную» повестку и проявлять лояльность к экологически ответственным компаниям (например, только в Екатеринбурге 46 точек по обмену книгами[16]). Кроме того, популярный магазин «Подписные издания» (Санкт-Петербург), признанный на всероссийском конкурсе профессионального мастерства «Ревизор»[17] «Книжным магазином года», демонстрирует внимание к экологической тематике: раздельный сбор вторсырья, упаковка без скотча, отдел букинистики и т. д. Экологические практики повышают доверие и открывают, в том числе, новые B2B-возможности (например, для компаний могут быть подготовлены спецтиражи книг с экокомпонентом), формирующие имиджевые конкурентные преимущества. Некоторые экологические практики позволяют компаниям экономить на логистике и утилизации, формировать новые бизнес-модели (trade-in, вторичный рынок). С.И. Климова, Л.В. Фокина и Л.Ю. Яковлева подчёркивают, что экологическое предпринимательство становится вектором развития общества и экономики именно благодаря сочетанию социальной легитимности, потребительского спроса и долгосрочной экономической эффективности [9].

Выводы (обсуждение)

Исследование подтверждает, что экологический подход в книгоиздании возможен и реализуется разными путями – от технологических изменений (экокраски, переработанная бумага) до организационных (оптимизация тиражей, цифровизация документооборота). Однако успешность внедрения зависит от сочетания внутренней мотивации бизнеса, экономических стимулов и инфраструктурной поддержки (субсидии, гранты, доступ к сертифицированным материалам).

Ключевые ограничения в российском контексте – ограниченный доступ к сертифицированной бумаге и компонентам, высокая стоимость некоторых решений, недостаточно развитая система переработки на местах и отсутствие единых методик измерения воздействия на окружающую среду. Т.В. Ершова и соавторы указывают, что развитие экологического предпринимательства в России подразумевает не только предпринимательские инициативы, но и институциональную поддержку, включая формирование стандартов, механизмов сертификации и инструментов стимулирования [10]. В то же время примеры российских издательств и платформ показывают, что возможны локальные и масштабируемые решения (локализованные поставки, коллаборации и др.). Поддержка со стороны государства и отраслевых институтов (включая внедрение нефинансовой отчётности и стимулирование «зелёных» финансовых инструментов) может ускорить процесс.

С.Н. Новоселов и Т.В. Ершова подчёркивают, что экологическое предпринимательство – это системная трансформация бизнес-модели, где экономическая эффективность достигается за счёт снижения ресурсоёмкости и формирования новых ценностных отношений с потребителем [11; 12].

В этом смысле даже небольшие изменения (например, оптимизация макета или переход на электронный каталог) становятся не просто «зелёными» мерами, а элементами новой управленческой логики.

Издательства могут начинать реализовывать экологические принципы, внедряя поэтапные меры: оптимизировать макеты, организовать учёт ресурсов и отходов, включить соответствующие показатели

[16] https://bookcrossing.ru/shelf/city/18131/Екатеринбург
[17] https://tass.ru/kultura/24938765

в KPI, формировать партнёрство с фондами и организаторами экопроектов. Инициативы издательств могут быть поддержаны государством, например, через предоставление грантов и налоговых льгот; содействие развитию стандартизации и системы добровольной и обязательной сертификации отечественных аналогов FSC; улучшение инфраструктуры переработки в регионах; совершенствование механизмов обращения со вторичными материалами. Экологический подход в книгоиздании представляет собой комплексную стратегию, сочетающую технологические, организационные и маркетинговые изменения. Применение принципов экологического предпринимательства возможно на всех этапах издательского процесса и приносит как социальные, так и коммерческие дивиденды. Основные барьеры – экономические и инфраструктурные – преодолимы при сочетании инициатив бизнеса, поддержки государства и просвещения потребителей.

ИСТОЧНИКИ

[1] **Бузская О. М.** Формирование эко-ориентированного мировоззрения в современных медиа- и бизнес проектах // Экология человека и проблемы цифровизации современного мира : Сборник статей по итогам Всероссийской научной конференции (Москва, 28 октября 2020 г.) / под ред. Э. В. Барковой, О. М. Бузской. Москва : Издательство «КноРус», 2020. С. 53-57. EDN SMNBUI.

[2] **Малков С. Ю., Билюга С. Э., Власова А. Ю.** Энергоэкологические проблемы глобального развития: опыт количественного анализа // Век глобализации. 2018. № 2 (26). С. 72-88. DOI 10.30884/vglob/2018.02.06. EDN XZFGPB.

[3] **Барков А. В., Гришина Я. С.** Методологические подходы к теоретическому конструированию модели правового обеспечения экологического предпринимательства // Методологические проблемы цивилистических исследований. 2019. № 1. С. 115-134. EDN NGCPQZ.

[4] **Гуревич Е. Б.** Интеллектуальное издательство как деятельность (социологический подход) // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. 2004. № 1. С. 64-72. EDN HVGEEH.

[5] **Волкова Н. В.** Краудфандинг в российском книгоиздании // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2017. № 1. С. 181-187. EDN YLGGDT.

[6] **Маркова Д. Г.** Анализ вопроса экологичности в полиграфической промышленности // Известия Тульского государственного университета. Технические науки. 2019. № 12. С. 582-584. EDN XVCDNK.

[7] **Варенникова Е. В.** Экологическая политика как форма организации экологически ориентированного предпринимательства // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2011. Т. 6, № 1. С. 60-67. EDN PAIIUX.

[8] **Metz, K., & Seadle, M.** (2012). Green publishing with green technologies. *Library Hi Tech*, *30*(3), 381–383. https://doi.org/10.1108/07378831211266528

[9] **Климова С. И., Фокина Л. В., Яковлева И. Ю.** Экологическое предпринимательство как вектор развития общества и экономики // Мир науки, культуры, образования. 2015. № 1 (50). С. 400-403. EDN TMHJRF.

[10] **Ершова Т. В., Гаффорова Е. Б., Коршенко А. И., Хамдамов Ж. Х.** Экологическое предпринимательство: сущность, российские особенности и разработка эффективных бизнес-моделей компаний по переработке отходов // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. 2015. № 4 (76). С. 65-80. EDN WAJUIF.

[11] **Новоселов С. Н.** Экологическое предпринимательство: сущность, особенности, пути развития // Инженерный вестник Дона. 2012. № 4-2 (23). С. 107. EDN PVJDKL.

[12] **Ершова Т. В.** Экологическое предпринимательство: основные направления и этапы развития исследований // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. 2016. № 1. С. 66-90. EDN VYWLHT.

REFERENCES

[1] **Buzskaya, O. M.** (2020). Formation of an Eco-Oriented Worldview in Modern Media and Business Projects. In E. V. Barkova, & O. M. Buzskaya (Eds.) *Human Ecology and Problems of Digitalization of the Modern World* (pp. 53–57). Publishing house “KnoRus”. https://elibrary.ru/smnbui

[2] **Malkov, S. Yu., Bilyuga, S. E., & Vlasova, A. Yu.** (2018). Energy and Environmental Problems of Global Development: Experience of Quantitative Analysis. *Vek Globalizatsii*, (2), 72–88. https://doi.org/10.30884/vglob/2018.02.06

[3] **Barkov, A. V., & Grishina, Ya. S.** (2019). Methodological Approaches to Theoretical Construction of the Model of Legal Support for Environmental Entrepreneurship. *Methodological Problems of the Civil Law Researches*, (1), 115–134. https://elibrary.ru/ngcpqz

[4] **Gurevich, E. B.** (2004). Intellectual Publishing as Business (Sociological Approach). *News of Higher Educational Institutions. Problems of Printing and Publishing*, (1), 64–72. https://elibrary.ru/hvgeeh

[5] **Volkova, N. V.** (2017). Crowdfunding in the Russian Book Publishing. *Bulletin of Tver State University. Series: Philology*, (1), 181–187. https://elibrary.ru/ylggdt

[6] **Markova, D. G.** (2019). Ecological Analysis In The Polygraphic Industry. *News of Tula State University. Engineering Sciences*, (12), 582–584. https://elibrary.ru/xvcdnk

[7] **Varennikova, E. V.** (2011). Ecological Policy as a Form of Organization of the Ecologically Oriented Enterprise. *Pushkin Leningrad State University Journal*, *6*(1), 60–67. https://elibrary.ru/paiiux

[8] **Metz, K., & Seadle, M.** (2012). Green publishing with green technologies. *Library Hi Tech*, *30*(3), 381–383. https://doi.org/10.1108/07378831211266528

[9] **Klimova, S. I., Fokina, L. V., & Yakovleva, I. Yu.** (2015). Environmental Business as a Vector of the Society and the Economy

Development. *Mir Nauki, Kultury, Obrazovaniya*, (1), 400–403. https://elibrary.ru/tmhjrf

[10] **Ershova, T. V., Gafforova, E. B., Korshenko, A. I., & Khamdamov, Zh. Kh.** (2015). Ecological Entrepreneurship: The Nature, Peculiarities of Russia and the Development of Effective Business Models of Companies for Recycling. *The Bulletin of the Far Eastern Federal University. Economics and Management*, (4), 65–80. https://elibrary.ru/wajuif

[11] **Novoselov, S. N.** (2012). Ecological Entrepreneurship: Essence, Features, Development Ways. *Ingineering Journal of Don*, (4-2), 107. https://elibrary.ru/pvjdkl

[12] **Ershova, T. V.** (2016). Ecological Entrepreneurship: Main Trends and Stages of the Studies Development. *Vestnik of Saint Petersburg University. Management*, (1), 66–90. https://elibrary.ru/vywlht

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Ланских Анна Владимировна – кандидат филологических наук, доцент; Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина — *доцент кафедры издательского дела, доцент кафедры филологии Специализированного учебно-научного центра* (620062, Россия, Екатеринбург, ул. Мира, 19); av.lanskikh@urfu.ru. ORCID: 0000-0002-2898-9944, SPIN: 9412-8460.

Шлентова Анастасия Артёмовна – Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина — *магистрант* (620062, Россия, Екатеринбург, ул. Мира, 19); anastasie.work@mail.ru. ORCID: 0009-0005-4304-1683.

АВТОРСКИЙ ВКЛАД

Ланских А. В. – сбор и обработка данных, анализ данных, администрирование проекта, общее руководство, проверка достоверности, подготовка рукописи, доработка и редактирование; **Шлентова А. А.** – идеи и концепция, сбор и обработка данных.

КОНФЛИКТ ИНТЕРЕСОВ

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Anna V. Lanskikh – Cand. Sci. (Philology), Associate Professor; Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin — *associate professor at the Department of Publishing, associate professor at the Department of Philology of the Specialized Educational and Research Center* (19, Mira St., Yekaterinburg, 620062, Russian Federation); av.lanskikh@urfu.ru. ORCID: 0000-0002-2898-9944, SPIN: 9412-8460.

Anastasia A. Shlentova – Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin — *master's degree student* (19, Mira St., Yekaterinburg, 620062, Russian Federation); anastasie.work@mail.ru. ORCID: 0009-0005-4304-1683.

AUTHORS' CONTRIBUTIONS

A. V. Lanskikh – data curation, formal analysis, project administration, supervision, validation, writing – original draft, writing – review & editing; **A. A. Shlentova** – conceptualization, data curation.

CONFLICT OF INTEREST

Authors declare no conflict of interest.