

Київський університет імені Бориса Грінченка  
Інститут журналістики

.....  
Borys Grinchenko Kyiv University  
Institute of Journalism

**Інтегровані комунікації**  
.....  
**Integrated communications**

**Випуск 2**

.....  
**Issue 2**

**Київ  
2016**

# Інтегровані комунікації. Випуск 2. 2016

Засновник

**Київський університет імені Бориса Грінченка**

(Свідоцтво про державну реєстрацію: КВ № 21991-11891Р від 31. 03. 2016 р.)

Виходить двічі на рік

Рекомендовано Вченою радою Київського університету імені Бориса Грінченка  
(протокол №12 від 22. 12. 2016 р.)

Усі права застережено. Посилання на матеріали видання під час їх цитування обов'язкові

## Редакційна колегія наукового видання

Голова редколегії:

**Новохатько Л. М.**, д-р іст. наук, проф. Університету Грінченка (Київ, Україна)

Головний редактор:

**Горбенко Г. В.**, канд. пед. наук, доц. Університету Грінченка (Київ, Україна)

Заступник головного редактора:

**Вернигора Н. М.**, канд. наук із соц. комунік., доц. Університету Грінченка (Київ, Україна)

Відповідальний секретар:

**Захарчук О. В.**, фахівець відділу документації та діловодства Інституту журналістики Університету Грінченка (Київ, Україна)

Редакційна колегія:

**Кафтанджиев Х.**, д-р філол. наук, проф. Софійського ун-ту (Софія, Болгарія),

почесний проф. російсько-американської Академії авторизованої освіти, почесний член Гільдії російських маркетологів,

**Ворен Р.**, канд. наук з політології, проф. Державного ун-ту св. Іллі (Тбілісі, Грузія),

проф. Університету Вітаутаса Великого (Каунас, Литва),

**Ковальчик Р. В.**, д-р габілітований, проф. Інституту історії Лодзького ун-ту (Лодзь, Польща),

**Безчотнікова С. В.**, д-р філол. наук, проф. Маріупольського держ. ун-ту (Маріуполь, Україна),

**Воскобойнікова-Гузєва О. В.**, д-р наук із соц. комунік., проф. Університету Грінченка (Київ, Україна),

**Гоян О. Я.**, д-р філол. наук, проф. КНУ імені Тараса Шевченка (Київ, Україна),

**Крайнікова Т. С.**, д-р наук із соц. комунік., проф. КНУ імені Тараса Шевченка (Київ, Україна),

**Мітчук О. А.**, д-р наук із соц. комунік., проф. Міжнародного ун-ту «Рівненський економіко-гуманітарний ін-т» імені Степана Дем'янчука (Рівне, Україна),

**Кравченко С. І.**, д-р наук із соц. комунік., проф. Східноєвропейського нац. ун-ту імені Лесі Українки (Луцьк, Україна),

**Белофасгова Т. Ю.**, канд. пед. наук, проф. Університету Грінченка (Київ, Україна),

**Балабанова К. Є.**, канд. пед. наук, доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

**Вернигора С. М.**, канд. наук із соц. комунік., доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

**Гусак О. П.**, канд. наук із соц. комунік., доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

**Курбан О. В.**, канд. наук із соц. комунік., доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

**Макарова М. В.**, канд. культурології, доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

**Масімова Л. Г.**, канд. наук із соц. комунік., доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

**Нетреба М. М.**, канд. наук із соц. комунік., доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

**Нестеряк Ю. В.**, канд. філол. наук, доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

**Полковенко Т. В.**, канд. філол. наук, доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

**Прокопенко Л. С.**, канд. іст. наук, доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

**Сошинська В. Є.**, канд. наук із соц. комунік., доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

**Ярошенко Р. В.**, канд. наук із соц. комунік., доц. Університету Грінченка (Київ, Україна)

**Інтегровані комунікації = Integrated communications** : науковий журнал / голов. ред. Г. В. Горбенко ; Київський університет імені Бориса Грінченка. – Київ, 2016. – 122 с.

«Інтегровані комунікації» – новостворений науковий журнал Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка. У журналі публікуються оригінальні завершені статті та наукові повідомлення з досліджень у галузі журналістики, теорії та історії соціальних комунікацій, прикладних соціальнокомунікаційних технологій, реклами та зв'язків з громадськістю, видавничої справи та редагування, книгознавства, бібліотекознавства, бібліографознавства, документознавства, архівознавства.

Для науковців, студентів і фахівців соціальнокомунікаційної галузі.

© Київський університет імені Бориса Грінченка, 2016

© Автори публікацій, 2016

**Шпак В. І.,**  
д-р іст. наук, доцент,  
Інститут журналістики  
Київського університету імені Бориса Грінченка

**Shpak Victor,**  
Doctor of Historical Sciences,  
Associate Professor, Institute of Journalism  
of Borys Grinchenko Kyiv University

УДК 655.41 (477)

## КНИГОВИДАННЯ В УКРАЇНІ: ФАКТОРИ РОЗВИТКУ

### BOOK PUBLISHING IN UKRAINE: THE FACTORS OF DEVELOPMENT

**Анотація.** У статті проаналізовано сучасні проблеми книговидання у контексті формування національного інформаційного простору. В Україні, як у більшості постсоціалістичних держав, формується принципово нова інформаційно-комунікативна система, основу якої становлять власна інформаційна традиція, ментальність та особливості духовної культури українства. Книга відрізняється від інших засобів інформації тим, що не лише несе певне інформаційне навантаження, а й залишається чинником культури, виконує виховну функцію. Вона виступає надзвичайно особливим феноменом, що утворює світ культури людини, задовольняє її прагнення до розвитку та саморозвитку.

Автором зроблена спроба узагальнити розвиток книговидання в Україні, з'ясувати його роль та місце в сучасному інформаційному суспільстві. Проілюстровано характерні проблеми галузі. Зроблено висновок, що в Україні не створено належних економічних умов для розвитку видавничої сфери. Запропоновано заходи щодо розбудови та зміцнення її ролі у національному інформаційному просторі.

**Ключові слова:** книга, книговидання, інформаційний простір, культура, держава, економічна політика, національні інтереси, національна безпека.

**Abstract.** This article is devoted to analysis of the modern problems of book publishing in the context of national information space. Development of the Ukrainian state is impossible without development of national book publishing, which is a part of its information space. In Ukraine, as one of the post-Soviet states, the formation of new information and communication system is based on its own information tradition, mentality and features of spiritual culture of the Ukrainians. It plays an important role in shaping culture, spirituality, comprehensive vision and consciousness of the nation. They were and they are a source of knowledge and the most effective way of its transfer.

The transience of processes occurring the era of information society, radical socio-economic reforms, sectoral technological revolution requires the continuous scientific researches and analysis, identifying the trends in publishing industry as one of the most important factors in the state's democratic progress.

The author summarizes the development of book publishing of Ukraine and shows its role and place in the modern information society. The study of the modern book publishing is impossible without digression into the past, without finding out the roots of studying of the analysis object. The specific problems of the book industry are identified. It is concluded that in the modern Ukraine the publishing business has intensified, although the positive changes are taking place very slowly: the appropriate economic conditions for development of the publishing industry have not been created, the equipment are outdated; editorial, publishing and printing equipment of domestic manufacture are nonavailable; introduction of advanced technology are low; purchasing ability of the population is low; the sales network of printed products has been destroyed and so on. The businesses are becoming increasingly uneconomical. We propose some measures to improve this situation, strengthening the role of industry in the national information space.

The key to improve the situation may be systematic and persistent efforts of the Ukrainian government to support the industry. The reason is that a comprehensive study requires from the performers not only historical knowledge, but also economic, managerial, psychological, political efforts and so on. The most important thing that the society and the state should need is the component of doctrine of information security in the context of the national security.

**Keywords:** book, book publishing, information space, culture, state, economic policy, national interests and national security.

**Вступ.** В епоху інформаційного суспільства перед видавничою галуззю постали нові виклики. Інформація стала епіцентром суспільно-політичного життя. Питанням національної безпеки країни визнано створення, розвиток та захист

національного інформаційного простору, важливим елементом якого є видавнича діяльність. Кожен аспект, пов'язаний з її становленням і розвитком, науково значущий, оскільки несе в собі нові знання та вимагає не лише всебічного дослідження, а й вбудову-

вування в систему історії суспільства, визначає його політичні, соціальні та економічні особливості. Крім того, діяльність видавничих підприємницьких організацій перебуває під впливом загальних глобалізаційних процесів, без наукового дослідження яких неможливе адекватне розуміння динамічних характеристик і закономірностей розвитку суспільства.

Інформаційний простір України почав інтенсивно розбудовуватися після проголошення незалежності 1991 р. Серед його основних складових частин (телебачення, радіо, інформаційних агенцій, інтернету, друкованих засобів масової інформації) особливе місце посідає книговидання – сфера людської діяльності, продукт якої чи не найбільше впливає на людську свідомість [1, с. 3].

Розуміння проблем інформаційного суспільства спонукає науковців до постійного аналізу стану галузі, пошуку оптимальних шляхів його розвитку. Першим почав працювати у сфері українського книгознавства П. Ярковський. Згодом до нього долучилися Є. Болховітинов, М. Максимович, Д. Зубрицький та ін. [2, с. 20–21]. Серед історіографів вітчизняної книги відомими є імена І. Крип'якевича, І. Огієнка, С. Маслова, П. Попова, Я. Ісаєвича, О. Дзюби тощо. [2, с. 21]. Згадані вище науковці здебільшого досліджували історію книги і практично не приділяли уваги власне видавничій діяльності. Першопричиною такого стану справ був монополізм радянської держави на всю видавничо-поліграфічну галузь. І лише наприкінці ХХ ст., з переходом країни до ринкової економіки, з масовою появою видавничого підприємництва, ситуація певною мірою змінилася. З'явилися наукові праці М. Тимошика та М. Романюка з історії української книги; М. Сенченка та О. Афоніна – з визначення місця вітчизняного книговидання у світовій книговидавничій галузі; А. Москаленка – з теорії журналістики; І. Михайлина, О. Дея, І. Моторнюка та М. Нечиталюка – з історії української журналістики; В. Карпенка – щодо ролі преси в сучасних умовах та ін. [2, с. 22].

Історія становлення сучасних ЗМІ знайшла своє відображення у працях таких науковців: В. Бебика, О. Сидоренко, Ю. Бондаря, В. Різуна, В. Владимиrowa, В. Карпенка, С. Костилювої, Н. Коноваленко, Є. Захарова тощо.

Інформаційний простір як складову частину національної безпеки досліджували В. Толубко, В. Хлевицький, О. Флор, Г. Новицький, В. Карпенко, М. Попович, К. Маркелов та ін. [2, с. 22–24].

До дослідження видавничої галузі незалежної України з точки зору підприємницької діяльності також долучилася група науковців: В. Бебик дослідив роль інформаційно-комунікаційного менеджменту у глобальному суспільстві; М. Тимошик та В. Терем-

ко визначили основні засади видавничого бізнесу; О. Афонін, О. Добровольський та Г. Глотова розробили концепцію соціально-етичного маркетингу видавничої продукції; К. Індутна проаналізувала окремі проблеми розвитку видавничої галузі у певні періоди; Б. Дурняк та А. Штангрет здійснили статистично-графічний огляд видавничо-поліграфічної галузі України тощо [2, с. 25].

*Метою статті* є аналіз факторів розвитку книговидавничої галузі, умов її функціонування; визначення місця книговидання в інформаційній структурі сучасного суспільства; розроблення пропозицій, практичних заходів щодо активізації та підвищення ролі видавничих структур як інструментів формування демократичного суспільства з високими культурно-духовними та освітніми цінностями.

Для досягнення поставленої мети визначено такі *завдання*: дослідити стан та основні проблеми розвитку галузі; з'ясувати вплив видавничої продукції на формування національного інформаційного простору.

**Методи дослідження.** Для досягнення завдань, зумовлених метою роботи, було використано методи емпіричного та теоретичного дослідження. Системний метод дав змогу розглянути і проаналізувати становлення та еволюцію національної видавничої справи як цілісний складний процес. Елементи системно-структурного та типологічного методів було застосовано для розкриття функцій книжкової продукції, друкованих періодичних видань. Аналіз та синтез, зокрема, використано для систематичного цілеспрямованого вивчення об'єкта, що дало можливість отримати первинну інформацію у вигляді сукупності емпіричних тверджень, а також виявити тенденції та закономірності розвитку видавничої справи. За допомогою критико-конструктивного методу був здійснений аналіз сучасних інтерпретацій взаємовпливу видавничої продукції та політичної реальності. Для визначення характерних ознак видавничих процесів використано описовий метод. Застосовуючи статистичний метод, автор дослідив виробництво і збут видавничої продукції.

**Результати і обговорення.** Книги були й залишаються основними джерелами нагромадження інформації про найновіші досягнення науки і техніки. На відміну від інших джерел, таких як друковані та електронні ЗМІ, які мимохідь заповнюють людський розум швидкоплинною інформацією, читання книги як логічного об'ємного культурно-інформаційного матеріалу дає людині змогу формувати стійкі, фіксовані свідомістю на все життя, уявлення про форми й умови існування природи і суспільства, своє місце в них, визначати власне ставлення до людей у процесі соціальних і суспільних відносин та їхнє ставлення до себе [1, с. 3].

Книговидання в Україні до 1991 р. було чітко регламентоване. Монопольними правами на видання книжок та іншої видавничої продукції фактично володіла держава. Загалом у цей час у країні 102 видавничі структури видавали в середньому 8 тис. назв книг і брошур загальним накладом близько 170 млн прим. [3, с. 74]. Станом на 01.10.2016 р. до Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції внесено 5979 суб'єктів видавничої справи. 1742 суб'єкти займаються лише видавничою діяльністю, 682 – виготовленням видавничої продукції; 397 – її розповсюдженням. Решта поєднують два-три види діяльності у видавничій справі [4].

Попри помітне збільшення кількості суб'єктів видавничої справи, статистика друку свідчить про стагнацію видавничої справи в Україні, адже лише 400 суб'єктів більш-менш активно функціонують на національному книжковому ринку. Решта – малопродуктивні: якщо і працюють, то випускають від однієї до кількох назв книжок на рік. Сталося це не в останню чергу через непередбачену і безсистемну державну політику у видавничій сфері. До причин такого стану справ ще слід додати застарілу матеріально-технічну базу, нестачу вітчизняного редакційно-видавничого й поліграфічного обладнання, повільне впровадження у виробництво сучасних технологій, низьку купівельну спроможність населення, руйнування мережі реалізації поліграфічної продукції, брак у підприємств галузі обігових коштів, зростання цін на основні поліграфічні матеріали та видавничі й поліграфічні послуги. За цих умов для багатьох видавців їхній бізнес стає дедалі економічно не вигіднішим, а отже, непотрібним.

Українська влада своєю економічною і культурною політикою нічого не змогла протиставити експансії російського видавничого бізнесу на книжковий ринок. Із жалем можна констатувати, що попри позитивні зрушення останніх років, українська книговидавнича справа перебуває лише на початковій стадії розвитку. За висновками президента УАВК О. Афоніна, останнім часом видавничий бізнес в Україні активізувався, хоча позитивні зміни відбуваються повільніше, ніж того хотілося б. Збільшується кількість назв як свідчення пошуку нових жанрових ніш або нових тем. Але, на жаль, новинки для українського читача малодоступні, оскільки дві третини накладів видань становлять тисячу або менше примірників. Не сприяє підвищенню купівельного інтересу до книжки й складна політична ситуація в Україні. І хоча за останні роки одержані від продажу книжок суми зросли, це пов'язано аж ніяк не зі збільшенням кількості проданих примірників, а зі зростанням ціни. Крім того, нинішнього року різко посилилася

тенденція до подальшого зменшення середньостатистичних накладів. Поступовий прогрес у 2001–2008 рр., коли кількість виданих назв книжок зросла з 7 749 у 2000 р. до 24 040 у 2008-ому, зупинився 2009–2011 рр. [5] і набрав у 2012-ому зворотних обертів [6]. Саме кількість нових назв книг є основним показником активності видавництва, що характеризує його потужність і творчий потенціал. Цей показник зріс за роки, коли видавці України отримали пільги і змогли залучити витребуваних часом авторів, кваліфікованих редакційних працівників, покращити поліграфічне виконання тощо. Без цих пільг вони просто не мали б коштів для розвитку.

На сьогодні ж сумарні річні наклади українських видавництв «топчуться» на місці. Нині українська видавничо-поліграфічна галузь пропонує на ринок менш ніж одну книжку на одного жителя країни. І це з урахуванням держзамовлення на соціально значущі видання та підручники, призначені для поповнення фондів публічних і шкільних бібліотек, літературу спеціалізованого призначення, що видаються за бюджетні кошти і не є предметом ринкових відносин [5]. Отже, доступною для жителя України є ледь не півкнижки. Для порівняння: у царській Росії 1913 р. на душу населення щороку виходили друком дві книжки. У нинішній Російській Федерації – 3–4 книжки, у Білорусі – 6–7, у західних країнах – 10–12. Росіяни вивели книгу на третє місце в обсязі експортованої продукції, і ми це добре бачимо на наших книжкових полицях [7]. Природно, що кількість видань, випущених в Україні, не може не тільки забезпечити ефективний вплив на моральний, духовний стан громадян, на формування культурного середовища держави, але й задовольнити елементарні потреби українського суспільства у знаннях.

Через ситуацію, що склалася у видавничо-поліграфічній галузі нашої країни, видавці змушені або випускати продукцію собі на збиток, або підвищувати на неї ціни. У результаті книги стають недоступними для великої частини населення. Низькі показники книговидавничої діяльності тримають на голодному пайку вітчизняну поліграфію.

А коли бракує вітчизняної книжки, то вакуум активно заповнюється імпортованою книжковою продукцією. Хоча вигіднішою для українського видавничого бізнесу були б купівля й імпорт прав на її видання та виготовлення на власних потужностях, як це широко практикується у світі. Нині ж українські книжкові мережі на 80–90 % заповнені готовою продукцією російських видавництв. За даними лише митних органів, майже 55 млн книжок щороку завозять в Україну передусім з Росії та Білорусі [6]. Але справжня цифра набагато більша, оскільки офіційна статистика не враховує



велику кількість контрабандних і приватних поставок. (Нагадаємо, що загальний наклад української книжки становить менш ніж 40 млн примірників, з яких майже половина – підручники й посібники.) За оцінкою російських експертів, місткість нинішнього українського ринку оцінюється в 400–420 млн доларів, а російських книжок на Україні продається десь на 300–320 млн доларів. Для порівняння: споживчі витрати на книжки у Великій Британії, за підрахунками Управління національної статистики, дорівнюють майже 4,5 млрд євро на рік [8]. Отож, ідеться про пряме інвестування закордонного виробника – і це за умов, коли вітчизняна поліграфія «задихається» через нестачу інвестицій. Крім того, ми майже не звертаємо уваги на ідеологічний аспект книговидання. Загроза полягає в тому, що масові російські книжки, інша видавнича продукція нав'язують українцям спосіб життя, мислення та світосприйняття, які притаманні населенню сусідньої країни. За оцінками багатьох аналітиків, ця обставина матиме вкрай негативні наслідки в майбутньому.

Серед актуальних і дуже важливих факторів, які призводять до зменшення накладів, є помітна втрата інтересу населення до читання друкованої продукції, зумовлена як загальносвітовими тенденціями, так і відсутністю в Україні цілеспрямованої пропаганди освіти і книжки – цих важливих елементів життєвої потреби кожної людини. Непокоять також повільні темпи освоєння видавництвами інтернет-технологій і можливостей випуску книжок на електронних носіях, брак реклами та непоінформованість потенційних читачів про вітчизняні книжки. Рух у цьому напрямі, щоправда, розпочато. У травні 2008 р. уряд затвердив «Концепцію державної цільової програми популяризації вітчизняної книжкової продукції на 2009–2012 рр.». Але в умовах чергової політичної та економічної кризи її реалізація знову опинилася під загрозою. Основною причиною різкого зниження обсягів книговидання є те, що в Україні не створено належних умов, які б сприяли формуванню помірних цін на книжку, зробили б її доступною широким верствам населення. Лише після вжиття відповідних заходів на найвищому державному рівні можна говорити про збільшення кількості вітчизняної видавничої продукції, що сприятиме покращенню системи книгорозповсюдження та підвищенню рівня завантаження виробничих потужностей поліграфії. Щоб радикально змінити ситуацію, мусимо домогтися ослаблення руйнівного податкового пресу на книгу, введення нульової ставки податку на додану вартість щодо всіх операцій, робіт та послуг під час підготовки, друкування та розповсюдження видавничої продукції. Саме нульова ставка ПДВ суттєво посприяла розвитку галузі в Росії, Білорусі та інших країнах.

Кардинально мало б поліпшити ситуацію у книговидавничій сфері запровадження особливого режиму оподаткування відповідно до Законів України «Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні» та «Про внесення змін до деяких законів України щодо державної підтримки книговидавничої справи в Україні», якими для суб'єктів видавничого бізнесу встановлено пільги з оподаткування до 1 січня 2015 р. Тобто українських видавців, поліграфістів, які виготовляють книжкову продукцію, звільнено від сплати податку на додану вартість і податку на прибуток, а книжкову торгівлю – від ПДВ. Утім ці закони не посприяли значному покращенню ситуації в галузі: бажання законодавців зменшити вартість продукції для споживача за рахунок звільнення від ПДВ не дає очікуваних наслідків, оскільки поліграфічні підприємства закуповують основні матеріали (папір, фарбу тощо) лише з урахуванням цього податку, а тому змушені «накручувати» вартість своїх послуг щонайменше на величину ПДВ. А саме витрати на поліграфічне відтворення продукції становлять левову частку видавничої собівартості.

Обстоює нульову ставку ПДВ на книжки і Федерація Європейських Видавців, оскільки «це надзвичайно важливо для широкої доступності книжок читацькій публіці за якомога нижчими цінами» (із Декларації ФЄВ «A Policy for European Book Publishing», 1995). Поміркованішою є позиція Європарламенту, але і його так звана «Шоста Директива» дозволяє державам-членам зберігати нульові або встановлювати зменшені ставки ПДВ (у межах коридору 5–10 %) на деякі товари та послуги, зокрема книжки, газети та журнали (окрім рекламних) [9].

Характерною є ситуація, коли виручка, отримана від реалізації видань, здебільшого спрямовується не на розвиток або реалізацію нових проектів, а на покриття витрат, пов'язаних з утриманням видавничої бази, комунальними платежами, закупівлею технологічних матеріалів тощо. До речі, саме зростання останніми роками орендних платежів за використання приміщень призвело до закриття багатьох видавництв та друкарень.

Істотно вплинула на стан книговидання криза 2008–2009 рр. Аналітичні дослідження УАВК свідчать, що галузь поступово згортає свою ресурсну базу, хоча більшість її суб'єктів й далі тримаються на плаву. Триває процес «вимивання» готової книжкової продукції і скорочення фінансових можливостей видавництв через брак коштів, одержаних від реалізації власного продукту. Це пов'язано зі значним зростанням загальновидавничих витрат і вартості технологічних матеріалів для виготовлення книжок.

З кожним кризовим місяцем галузь дедалі більше потребує зовнішніх запозичень у вигляді кре-

дитних чи інвестиційних фінансових ресурсів, без яких видавництвам надзвичайно складно буде не те що наростити обсяги випуску видань, а навіть стабілізувати ситуацію з кількісними показниками за назвами й накладками. Без розблокування Нацбанком України і Кабміном механізмів кредитування реальної економіки будь-якої галузі, зокрема видавничої, неможливо подолати кризовий поріг і досягти зростання в докризовий період. У разі збереження нинішніх тенденцій у видавничій сфері, без відповідних ефективних проєктів виконавчої влади, зорієнтованих на фінансову підтримку видавничої справи, можна очікувати подальшого скорочення обсягів виробництва української книжки.

Таким чином, факторами, що стримують розвиток книговидання, зокрема, є недостатній рівень державної підтримки галузі, низька конкурентоздатність видавництв, низький рівень попиту українців на книжкову продукцію, зумовлений зростанням цін та зменшенням реальних доходів населення. Дані соціологічного дослідження, проведеного компанією GfK Ukraine, засвідчують, що серед основних аргументів, якими пояснюється низький попит на книги, українці називають брак грошей (19 %) і висока вартість необхідних видань (11 %) [1]. Тільки у найбільш успішному 2008 р. діяльність припинили 324 видавництва, а 215 випустили лише одну книжку [1].

Одним із важелів державної підтримки книговидання є випуск друкованої продукції за програмою «Українська книга». Щороку видавництва й видавничі організації за держзамовленням випускають історичну літературу з питань державотворення, твори класиків і сучасних українських письменників, дитячу, історичну, мистецтвознавчу літературу, словникові й енциклопедичні видання, фотоальбоми тощо. Та це лише 2 % від щорічної кількості видань.

Постійно конкуруючи з російською книжкою, українські видавці приречені на те, щоб пропонувати на ринок продукцію вищого гатунку, шукати нестандартні методи й технології завоювання читачької аудиторії, зокрема наполегливо інтегруватися у видавничий простір інших країн світу.

До речі, потрібно законодавчо чітко врегулювати питання іноземної участі у видавничій сфері. Закордонні інвестиції повинні залучати лише видавництва, що перебувають під українським контролем, а їх діяльність не повинна суперечити державній культурній політиці.

Водночас існують й об'єктивні причини зниження інтересу до книжки та загалом до друкованої продукції – це вплив інтернету й інтернет-технологій, які дедалі активніше проникають в усі сфери нашого життя. Мережеві видання набагато оперативніші, не потребують ні реєстрації, ні паперу і поліграфії, ні

доставки читачеві. Інакше кажучи, засоби передачі електронної інформації завдали потужного удару традиційним видавничим технологіям. Більшість загальнодержавних, чимало регіональних та місцевих друкованих засобів масової інформації відреагували на це створенням власних інтернет-версій. Деякі видавці й зовсім переорієнтувалися на роботу в мережі, відмовившись від друкованих технологій. На цей виклик часу потрібна реакція всієї видавничої галузі, якщо вона не хоче втратити аудиторію й опинитися на узбіччі суспільного життя. Шукаючи шляхів подальшого розвитку економічно перспективного бізнесу, багато компаній перейшли в нову для них сферу діяльності, вкладаючи величезні кошти у виробництво електронної комерційної видавничої продукції. Видавничий процес у цьому випадку складається з трьох основних компонентів: необроблена інформація, яка опрацьовується за допомогою технічних засобів і технологій обробки; управління цим текстом і організація доступу до нього через інтернет; кваліфікований персонал, здатний виконати ці процеси максимально ефективно. Чимало видавництв готують і передають електронну інформацію кінцевим користувачам, але доступ до неї обмежений. Тепер ідеться про «мережеву видавничу справу» як інтегрований процес створення електронної інформації з різними формами її представлення для кінцевих користувачів. Нині таку діяльність здійснюють комерційні підприємства, наукові й навчальні установи, відомчі підприємства та приватні підприємці. У майбутньому кожен зможе стати мережевим видавцем і поширювати інформацію, а не «проштотувати» її на споживчому ринку, оскільки інтернет пов'язав сотні мільйонів видавців і користувачів мережі. Ефективність і гнучкість роботи в інтернеті дадуть змогу знизити собівартість видавничої продукції, задовольнити потреби замовників і забезпечити нові грошові вливання у розвиток видавничого бізнесу. Споживачі матимуть доступ до потрібних інформаційних ресурсів у будь-який час та в будь-якому місці, на зручному для користування пристрої з високоякісною візуалізацією та озвученням інформації. Мережеві видавництва зможуть одержувати доходи від нових видів діяльності, таких як видання електронних книг, створення сервісних служб для продажу інформації за запитом, розширення можливостей її персоналізації. Швидка доставка видавничої продукції на ринок прискорить повернення ринкових інвестицій. Видавництва зможуть знизити витрати завдяки можливості повторного використання інформаційних даних без потреби знову створювати їх тощо.

**Висновки.** Швидкоплинність процесів, що відбуваються в епоху інформаційного суспільства, радикальні соціально-економічні перетворення, галузева технічна революція вимагають від науковців

постійного аналізу тенденцій розвитку видавничої справи – одного із найважливіших чинників демократичного поступу країни.

В Україні, як у більшості постсоціалістичних держав, формується принципово нова інформаційно-комунікативна система, основу якої становлять власна інформаційна традиція, ментальність та особливості духовної культури українства. Суттєвою складовою частиною національного інформаційного простору є видавнича продукція. Кризові явища, що загострились упродовж останніх років, зумовили звуження її сегмента у загальній структурі українського інформаційного ринку. Спостерігається скорочення накладів друкованих видань, витіснення з національного простору продукції власне українських виробників, стагнація базових поліграфічних ресурсів, подальше узалежнення української видавничої сфери від закордонних постачальників обладнання та матеріалів, відставання в опануванні сучасних інформаційних технологій, що створює загрози для забезпечення права громадян і суспільства на отримання об'єктивної, повної, достовірної інформації та задоволення культурно-духовних потреб.

Книга відрізняється від інших засобів інформації тим, що не лише несе певне інформаційне навантаження, а й залишається чинником культури, виконує виховну функцію. Вона виступає надзвичайно особливим феноменом, що утворює світ культури людини, задовольняє її прагнення до розвитку та саморозвитку. Аналіз книговидання за досліджуваний період засвідчує загальну стагнацію в галузі, навіть незважаючи на певні зрушення в окремі роки. Проте передумови для стабільного розвитку книговидання все ж існують. Після проголошення незалежності на конституційному рівні було задекларовано свободу друку, скасовано цензуру, запроваджено прозору систему реєстрації видавничої діяльності. Епоха монополії держави в питанні розвитку видавничої галузі завершилася. Книжковий ринок почав формуватися у всіх регіонах країни. За тематикою асортимент книг став різноманітнішим, не заполітизованим, а зорієнтованим здебільшого на читацький попит. Книга перетворилася на товар.

Однак набуло поширення уявлення про те, що книга нібито втратила духовну і культурну цінність, а читання, мовляв, має лише функціональне та прагматичне значення. Найприбутковішим сегментом національного видавничого ринку стала навчальна література. Затяжна видавнича криза негативно позначилася на випуску передусім української художньої та наукової літератури. Ця ніша сьогодні заповнена російським масовим читивом. Подібна ситуація і з дитячою книжкою. Нерозвиненість, а отже, й слабкість і незахищеність суб'єктів українського видав-

ничого ринку, призводить до агресивного входження в нього сторонніх учасників зі значно потужнішою матеріально-технічною базою, технологічними і фінансовими можливостями, зі своєю ідеологією і завданнями, в тім числі силової глобалізації.

Видавнича справа відіграє важливу роль у загальній трансформації нашого життя, розбудові національного інформаційного простору. Системні та послідовні кроки української влади щодо підтримки галузі можуть стати запорукою позитивних зрушень.

Світовий досвід розбудови видавничої галузі засвідчує, що за умов належного ставлення до неї насамперед з боку держави вона досить швидко з проблемної перетворюється на суттєвий елемент національної економіки, а отже, і поповнення державної скарбниці. Урядові структури розвинених країн ретельно стежать за всіма статистичними параметрами видавничої продукції та за найменших негативних коливань вживають необхідних заходів. Вони розуміють важливість книговидання як складової частини інформаційного простору та інструмента впливу на культурний, освітній, інтелектуальний стан суспільства. Досвід США, Нідерландів, Великої Британії, Німеччини, Франції, Канади міг би лягти в основу стратегічної комплексної державної програми перебудови галузі.

#### Список літератури

1. Афонін О. Українська книга в контексті світового книговидання / О. Афонін, М. Сенченко. — Київ : Кн. палата України, 2009. — 277 с.
2. Шпак В. Видавничий бізнес в умовах української державності : монографія / В. Шпак. — Київ : ДП «Експрес-об'ява», 2015. — 392 с.
3. Бондар Ю. Становлення та еволюція національного інформаційного простору України в процесі формування демократичної політичної культури українського суспільства : дис. ... канд. політ. наук / Ю. Бондар. — Київ : Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», 2010. — 212 с.
4. Узагальнені дані Державного реєстру видавців, виготовників і розповсюджувачів видавничої продукції станом на 1 жовтня 2016 року [Електронний ресурс] // Держкомтелерадіо. — Режим доступу: [http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable\\_article?art\\_id=79538](http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=79538). — Дата доступу: 25.12.2016.
5. Афонін О. Українська книга у контексті фінансово-економічної кризи [Електронний ресурс] // Колонка експерта : [сайт]. — Режим доступу: [http://uabooks.info/ua/book\\_market/analytics/?pid=3601](http://uabooks.info/ua/book_market/analytics/?pid=3601). — Дата доступу: 20.10.2014.
6. Статистична інформація [Електронний ресурс] // Друковані ЗМІ : [сайт] / Держкомтелерадіо України. — Режим доступу: [http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=99439&cat\\_id=85717](http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=99439&cat_id=85717). — Дата доступу: 25.07.2013.



7. Тимошик М. Видавнича справа в Україні на сучасному етапі: тенденції, проблеми : текст лекції. — Київ : Ін-т журналістики, 2002. — 24 с.

8. Чуприй Л. Українське книговидання. Стан і проблеми [Електронний ресурс] // Аналітика : [сайт] / Агентство стратегічних досліджень. — Режим доступу: <http://sd.net.ua/2010/07/16/ukrayinske-knigovidannya-stand-i-roblemi.html>. — Дата доступу: 23.05.2012.

9. Грищенко О. Між глобальним та національним – 2 [Електронний ресурс] // Критик : [сайт]. — Режим доступу: <http://www.kritiki.net/2000/06/23/mizh-globalnim-ta-nacionalnim-2>. — Дата доступу: 25.06.2015.

#### Reference list

1. Afonin O. Ukrainian book publishing in the context of global publishing / O. Afonin, M. Senchenko. — K. : Kn. palata Ukraine, 2009. — 277 p. — (Ukr).

2. Shpak V. Publishing business in Ukrainian statehood : monograph / V. Shpak. — K. : DP «Expres obyava», 2015. — 392 p. — (Ukr).

3. Bondar Y. Formation and evolution of the national information space of Ukraine in the formation of a democratic political culture of Ukrainian society / Dysertatsiia na zdobuttia naukovoogo stupenia kandydata politychnykh nauk. — K. : Vidkrytyi mizhnarognyi universytet rozvytku liudyny «Ukraine», 2010. — 212 p. — (Ukr).

4. Summary data of the State Register of publishers, manufacturers and distributors of publishing products as of October 1, 2016 // Derzhkomteledradio Ukraine

[Electronic resource]. — Reference: [http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable\\_article?art\\_id=79538](http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=79538) — Accessed: 25.12.2016. — (Ukr).

5. Afonin O. Ukrainian book in the context of financial and economic crisis [Electronic resource] // Expert Column : [website] / Ukrainian publishing industry portal UABOOKS.INFO. — Reference: [http://uabooks.info/ua/book\\_market/analytics/?pid=3601](http://uabooks.info/ua/book_market/analytics/?pid=3601). — Accessed: 20.10.2014. — (Ukr).

6. Statistical information [Electronic resource] // Print media: [website] / Derzhkomteledradio Ukraine. — Reference: [http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=99439&cat\\_id=85717\(12.07.13\)](http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=99439&cat_id=85717(12.07.13)). — Accessed: 25.07.2013. — (Ukr).

7. Tymoshyk M. Publishing in Ukraine at the present stage, trends, problems: the text of the lecture / M. Tymoshyk. — K. : Institute of Journalism, 2002. — 24 p. — (Ukr).

8. Chupryy L. Ukrainian book publishing. Status and Problems [Electronic resource] // Analytics : [website] / Agency of Strategic Studies. — Reference: <http://sd.net.ua/2010/07/16/ukrayinske-knigovidannya-stand-i-roblemi.html> (23.05.12). — Accessed: 23.05.2012. — (Ukr).

9. Gritsenko A. Between global and national – 2 [Electronic resource] // Critic : [website] / Kickers. — Reference: <http://www.kritiki.net/2000/06/23/mizh-globalnim-ta-nacionalnim-2>. — Accessed: 25.06.2015. — (Ukr).

Подано до редакції 21. 11. 2016 р.

**Шпак В. И.**, д-р ист. наук, доц.,  
Институт журналистики  
Киевского университета имени Бориса Гринченко

### КНИГОИЗДАНИЕ В УКРАИНЕ: ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ

**Аннотация.** В статье проанализированы современные проблемы книгоиздания в контексте формирования национального информационного пространства. В Украине, как и в большинстве постсоциалистических государств, формируется принципиально новая информационно-коммуникативная система, основу которой составляют собственная информационная традиция, ментальность и особенности духовной культуры украинцев. Книга отличается от других средств информации тем, что не только несет определенную информационную нагрузку, но и остается фактором культуры, выполняет воспитательную функцию. Книга выступает чрезвычайно особым феноменом, образующим мир культуры человека, его стремление к развитию и саморазвитию. Автором предпринята попытка обобщить развитие книгоиздания в Украине, выяснить его роль и место в современном информационном обществе. Проиллюстрированы характерные проблемы отрасли. Сделан вывод, что в Украине не созданы надлежащие экономические условия для развития издательской сферы, предложены меры по развитию и укреплению ее роли в национальном информационном пространстве.

**Ключевые слова:** книга, книгоиздание, информационное пространство, культура, государство, экономическая политика, национальные интересы, национальная безопасность.