




ІНТЕГРОВАНІ КОМУНІКАЦІЇ

INTEGRATED COMMUNICATIONS



Випуск 4
2017



Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики

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

ISSN 2524-2644

Інтегровані комунікації
.....
Integrated communications

Випуск 4

.....
Issue 4

**Київ
2017**

Інтегровані комунікації. Випуск 4. 2017

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 № 2 від 22. 02. 2018 р.)

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

Редакційна колегія наукового видання

Голова редколегії:

Новоухатко 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:

Валлас Т., д-р габілітований, проф. Університету ім. Адама Міцкевича (Познань, Польща),

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

проф. Університету Вітаутаса Великого (Каунас, Литва),

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

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

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

Стецьмах А., д-р габілітований, проф. Університету ім. Адама Міцкевича (Познань, 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),

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

Нестеряк Ю. В., д-р наук з держ. управ., проф. Університету Грінченка (Київ, Україна),

Тріщук О. В., д-р наук із соц. комунік., проф. Видавничо-поліграфічного інституту НТУУ «Київський політехнічний

інститут ім. І. Сікорського» (Київ, Україна),

Хоменко І. А., д-р наук із соц. комунік., доц. КНУ імені Тараса Шевченка (Київ, Україна),

Белофастова Т. Ю., канд. пед. наук, проф. 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),

Литвиненко В. В., канд. наук із соц. комунік., 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),

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

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

Інтегровані комунікації = Integrated communications : науковий журнал /
I 73 голов. ред. Г. В. Горбенко ; Київський університет імені Бориса Грінченка,
Інститут журналістики. – Київ, 2017. – Вип. 4. – 88 с.

ISSN 2524-2644

«Інтегровані комунікації» – 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, 2017

ISSN 2524-2644

© Автори публікацій, 2017

ЗМІСТ

РЕКЛАМА І ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

- Гузенко Т. А. Комунікативна стратегія м. Києва: зумовлена потреба та основні засади формування 8
- Камінська О. В. Психологічний аналіз детермінант інтернет-залежності 15

ВИДАВНИЧА СПРАВА ТА РЕДАГУВАННЯ

- Єжижанська Т. С. Особливості й умови діяльності книжкових видавництв України у сучасному медіапросторі 20
- Осмоловська О. А. Формування видавничого напрямку української інклюзивної літератури як новітнього тренду розвитку видавничої справи 27
- Онищенко О. М. Реалії і перспективи технології друку та інтерпретація тексту шрифтом Брайля у видавничій справі 33
- Шпак В. І. Сучасні тренди українського книговидання 39

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ

- Харитоненко О. І. Види періодичних видань у оновленому ДСТУ 3017 «Видання. Основні види. Терміни та визначення»: питання, які залишилися відкритими 45
- Лепка Я. І. Кросмедійність аудиторії інформаційної агенції «112.ua» 51

КНИГОЗНАВСТВО, БІБЛІОТЕКОЗНАВСТВО І БІБЛІОГРАФІЯ

- Сошинська В. Є. Формування комунікаційних компетенцій у студентів спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка 56
- Цюра М. А. Роль бібліотерапії в соціально-психологічній адаптації дітей та підлітків у новітніх умовах 58

РЕЦЕНЗІЇ, ВІДГУКИ, ПОКАЖЧИКИ ЗМІСТІВ

- Вернигора Н. М. Рецензія на конспект лекцій Н. В. Іовхімчук «Дитяча література» 65
- Вернигора С. М. Шпак В. І. Поліграфія: книга редактора: навчальний посібник. Показчик змісту 67

НАУКОВІ РОЗВІДКИ СТУДЕНТІВ

- Кононенко М. В. Книжка-іграшка як перспективний видавничий продукт на сучасному книжковому ринку 70

Садурська Є. П. Практико-орієнтовані дисципліни
як підґрунтя для набуття знань з редакторського фаху
(на прикладі дисципліни «Макетування і верстка») 75

НАУКОВО-ПРАКТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ІНСТИТУТУ ЖУРНАЛІСТИКИ

Горбенко Г. В. Практико-орієнтоване навчання під час підготовки бакалаврів
Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка 80

Інтегровані комунікації

Integrated communications

Borys Grinchenko Kyiv University
Institute of Journalism

Issue 4
2017

The authors are responsible for the contents

The issue was worked on by:

Editors:

**Nina Vernyhora, Natalia Babiichuk,
Svitlana Vernyhora, Natalia Vashenko**
Corrector **Natalia Romanuk**

Computer editing and layout

Nina Vernyhora

Technical Editors:

**Natalia Ishchuk,
Olena Herasymenko**

Art editor

Ihor Zhenchenko

Editorial Committee contacts:

(044) 485-21-61

kvsr.ij@kubg.edu.ua

13-B, Tymoshenka St., Kyiv, Ukraine, 04212

Published by

Department of Publishing

of Borys Grinchenko Kyiv University,

Department of Edition of Borys Grinchenko Kyiv University

Signed for publishing on 27. 02. 2018. Format: 60x84/8.

Conventional printed sheets: 10,23. Accounting publishing sheets: 12,0.

Circulation: 100.

Borys Grinchenko Kyiv University,

18/2, Bulvarno-Kudriavska St., Kyiv, Ukraine, 04053.

Licence for Publishing Activity series ДК № 4013 on 17.03.2011

Warning! According to the law of Ukraine on Copyright and Related Rights no part of this publication may be used or reproduced in any electronic format, published on the Internet without prior written permission of Borys Grinchenko Kyiv University and authors. Failure to comply with the terms of warning may expose to disciplinary, legal actions for copyright infringement.

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 655.4: 659.4

СУЧАСНІ ТРЕНДИ УКРАЇНСЬКОГО КНИГОВИДАННЯ

THE MODERN TRENDS OF UKRAINIAN BOOK PUBLISHING

Анотація. Ця стаття має на меті висвітлення окремих наявних проблем сучасного книговидання як суспільного та культурного явища – складової національного інформаційного простору. Автор висвітлює ретроспективу розвитку, злети та падіння випуску книжкової продукції як за кількістю випущених видань, так і за накладом. Зроблено аналіз випуску книг і брошур за тиражними групами, за цільовим призначенням та за укрупненими тематичними розділами. Розглянуто окремі аспекти системи розповсюдження видавничої продукції. Проілюстровані характерні проблеми галузі та тенденції розвитку, роль держави у цих процесах. Представлено лідерів видавничого ринку.

Ключові слова: книга, книговидання, інформаційний простір, видавництво, держава, національні інтереси.

Abstract. This article is intended to highlight some current problems of contemporary publishing as a social and cultural phenomenon as a component of the national information space. The author shows a retrospective of development, ups and downs of production of book products both in terms of the number of editions and their circulation.

The analysis of books and brochures publishing by print groups, as to the purpose and the enlarged thematic sections is made. Some aspects of the distribution system of publishing products are considered. The characteristic industry problems and trends of development, the role of the state in these processes are represented. The publishing market leaders are shown.

Keywords: book, book publishing, information space, publishing house, state, national interests.

Вступ. *Актуальність.* Становлення і розвиток України як незалежної і самостійної держави неможливий без розбудови національного інформаційного простору, визначальним складником якого є видавнича справа.

Видавнича продукція є об'єктом культури, соціальної і політичної інформації, найефективнішим інструментом передачі знань та ідей, вирішальним фактором удосконалення особистості, формування її мислення, переконань як активного індивіда і учасника суспільних відносин.

Перехід до нової соціально-економічної системи, зміна політичного устрою, науково-технічний прогрес вимагають ретельного і постійного дослідження процесів, які відбуваються в галузі. Актуалізує необхідність суттєвого поглиблення аналізу нестабільність політичних та економічних пререференцій владних інституцій, соціальна напруженість у суспільстві.

Теоретичної уваги потребує визначення ролі книги у взаємодії держави і суспільства, осмислення їх впливу як ідеологічного чинника національ-

ної безпеки країни. Враховуючи це, саме книговидання обрано об'єктом дослідження.

Розуміння проблем сучасного інформаційного суспільства, ролі та місця у ньому книговидання спонукає науковців до постійного аналізу процесів, що відбуваються в галузі, та напрацювання пропозицій щодо оптимізації його розвитку. Найбільш значущими є доробки вітчизняних науковців: Ю. Бондаря, В. Бебика, В. Лизанчука, І. Михайлина, А. Москаленка, В. Набруска, В. Різуна, М. Тимошика та ін. Автором зроблена спроба доповнити та узагальнити окремі аспекти розвитку книговидання України в контексті сьогодення.

Метою статті є аналіз розвитку випуску книжкової продукції часу української незалежності, виявлення прогалин та основних тенденцій розвитку, вплив видавничої продукції на формування національного інформаційного простору.

Для досягнення поставленої мети у статті визначенні такі завдання: дослідити у ретроспективі кількісні та якісні показники галузі за кількістю випущених видань, їх накладом, тиражними гру-

пами, цільовим призначенням та за укрупненими тематичними розділами; зробити узагальнювальні висновки.

Для реалізації поставлених завдань використувалася методологія дослідження, що складає сукупність загальнонаукових і спеціальних методів та підходів, які можна поділити на три основні групи: методи отримання і накопичення інформації; методи узагальнення; методи, які дозволяють пояснити отримані результати та зробити висновки. Джерелознавчий аналіз застосовано як універсальний емпіричний метод вивчення фундаментальних концепцій стосовно закономірностей та певних специфічних особливостей розвитку і становлення видавничої справи. Працюючи з масивами даних, використувалися методи математичної статистики. Системний метод дав змогу дослідити еволюцію видавничої справи як складової інформаційного простору.

Результати й обговорення. Станом на 01.09.2017 р. до Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції внесено 6 220 суб'єктів видавничої справи. 1 779 суб'єктів видавничої справи займаються лише видавничою діяльністю, 680 – виготовленням видавничої продукції; 410 – розповсюдженням видавничої продукції. Решта суб'єктів видавничої справи поєднують 2–3 види діяльності у видавничій справі, зокрема: 1 018 – видавничою діяльністю і виготовленням видавничої продукції, 882 – видавничою діяльністю і розповсюдженням видавничої продукції, 1 417 – видавничою діяльністю, виготовленням і розповсюдженням видавничої продукції [1]. Тобто видавничою діяльністю займається 5 096 суб'єктів підприємницької діяльності. Ця потужна видавнича машина продукує нині понад 20 тис. найменувань видань накладом до 50 млн пр. [2]. Для порівняння: у 1991 р. 102-а видавництва та видавничі організації видавали близько 8 тис. назв книг накладом до 170 млн пр. [3; 4]. Таким чином маємо зростання кількості видавничих організацій у 5 разів, кількість виданих назв – у 6 разів та зменшення накладів у 3,5 рази. Ці цифри свідчать, що за часи незалежності вітчизняний книжковий ринок отримав певне розмаїття, але суттєво збіднів щодо кількості реальних книжок.

Книговидання дедалі більше переходить у сферу приватного капіталу. Нині видавництва та видавничі організації з державною формою власності виробляють близько 30% від загальної кількості видань та 5% накладів. А 12 видавництв, що залишилися у сфері управління Держкомтелерадіо мають показники близькі до нуля (відповідно: 1,2% та 0,5%).

Лєвова частка книжок видається на Харківщині, Львівщині та місті Києві. У цих трьох регіонах продукується 65% назв видань та 88% загального накладу. Подібна нерівномірність нерідко призво-

дить до підвищення логістичних витрат та вартості книги [5, с. 32].

Близько 20% загальної кількості видань та 53% загального накладу припадає на 10 провідних видавництв України: книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», видавництво «Ранок», видавництво «Віват», видавництво «Фоліо», ВГ «Основа» з Харкова, «Видавництво Старого Лева» зі Львова, видавництво «Навчальна книга – Богдан», редакція газети «Підручники і посібники» з Тернополя, видавництво «Гене́за» з Києва, Науково-виробниче підприємство «Росток А.В.Т.» з Сум [5, с. 31]. Тобто на решту 5 086 видавництв випадає 3,3 книжки на рік загальним накладом 4,5 тис. пр., або середнім накладом 1,36 тис. пр. Проте статистичні дані свідчать про ще складнішу ситуацію. Лєвова частка книжок в Україні (59%) видається накладом до 500 пр. [5, с. 31].

Наочно прослідковується тенденція, що держава фактично відсторонилася від процесів, що відбуваються у галузі, віддавши все на поталу ринку. Зрозуміло, що тут виживають сильніші, або ті, хто має доступ до недорогих ресурсів та гарний менеджмент. Не сприяє розвитку галузі і соціально-економічний стан країни, де більшість населення поставлене на межу виживання.

Статистична служба ЮНЕСКО і Міжнародна асоціація видавців (МАВ) головним критерієм ступеня розвитку книжкової справи в тій чи іншій країні вважають кількість назв випущеної продукції.

Важливим критерієм є якісна модель книговидання, яка передбачає не тільки забезпечення абсолютно приросту кількості випущених назв, а й досягнення певних питомих показників, які враховують особливості країни, чисельність її населення, специфіку і традиції книжкової культури, рівень грамотності. В цьому випадку орієнтуються на кількість назв, що припадають на один мільйон мешканців. Середньосвітова величина цього показника складає приблизно 160–170 назв. Арифметика тут проста: маємо приблизно 1 млн назв при загальній чисельності населення планети у 6 млрд осіб [6, с. 42].

Користуючись методологією ЮНЕСКО, можна виділити певні періоди в розвитку книговидання України. Період з 1990 р. по 2000 р. можна назвати «періодом стагнації» української книги, коли за 10 років кількість назв книжок збільшилася ледь на 2 тисячі. Абсолютний провал стався 1994 р., коли було видано лише 4 752 назви книжок. Це означало, що ми мали 91 назву на один мільйон мешканців. Наступні 7 років відбувалося нерівномірне, але стале зростання показників. 2008 р. відбувся стрибок, аж на 6 000 назв. Цього року було видано 521 назву книжок на один мільйон громадян країни, що втричі перевищувало середньосвітовий показник. 2016 р. показчик став ще вищим – 644

назви. Прогрес наочний, але слід зауважити, що це відбувалося на тлі постійного суттєвого зменшення населення країни з 51,8 млн осіб на 01.01.1990 р. до 42,8 млн осіб на 01.01.2017 р. [7; 8, с. 308].

Абсолютно протилежна картина виникає, коли розпочати аналізувати накладів видань. Тут найкращі показники випадають на 1990–1992 рр., коли річні накладів були, відповідно, 170 млн пр., 136 млн пр. та 130 млн пр. Далі – щорічне зменшення накладів, аж до 22 млн пр. 1999 р. Цей рік став переломним і розпочалося дуже повільне відродження українського книгарства. До 2011 р. ми ледь вийшли на показник передпроектного 1998 р., надрукувавши 45 млн пр. Об'єктивності заради, слід сказати, що були і дещо кращі роки, наприклад, 2008 р., коли було виготовлено 58 млн пр. [9, с. 1]. 2016 р. видавці віддрукували практично 49 млн пр., на 134,5% покращивши показники попереднього року, але майже втричі відстаючи від показників початку 90-х рр. [5].

Маючи два протилежні результати, проаналізуємо ще один важливий показник стану книговидавництва – середні накладів одного видання [9, с. 1]. І знову максимум припав на 1990 р. – 24 147 пр. Решту років відбувалося зменшення цього показника, аж до 1 995 пр. у 2010 р. [10]. 2016 р. в середньому було виготовлено 2,3 тис. пр. одного видання, що понад 10 разів менше ніж на початку 90-х та понад 2 рази менше показників початку нового тисячоліття.

Аналізуючи випуск книг і брошур за цільовим призначенням можна констатувати стале домінування навчальних та методичних видань, наукової літератури. Слідом ідуть літературно-художні видання, видання для дітей та юнацтва, науково-популярні видання, офіційні видання тощо. За накладом ситуація практично подібна: навчальні та методичні видання, літературно-художні видання, видання для дітей та юнацтва, видання для організації дозвілля, науково-популярні видання тощо. Перевага навчальних та методичних видань є дуже суттєвою. Так, 2016 р. з 49 млн пр. загального накладу понад 27 млн пр. складає саме ця література. Виготовивши 8,1 млн пр. художньої літератури, видавці запропонували на ринок 0,2 книжки на кожного мешканця країни [5].

У більшості європейських країн частка навчальної літератури становить приблизно 20%–22% від загальної кількості виданих на ринок книжок і є складовою ринку. В Україні – це близько 55%, причому більша її частина виконується за рахунок держзамовлення і, відповідно, не є складовою ринку [11].

2010 р. українські видавництва випустили лише 23 видання накладом понад 100 тис. пр. кожне. Але не всі роки такі вдалі. 2015 р. таких видань було лише 7, проте вже наступного – 30. Традиційно два із трьох накладів видань становлять тисячу або менше примір-

ників. За останні сім років накладом менше 500 пр. надруковано 50–60 % назв книг [12, с. 7].

2014 р. книговидавництва в Україні обвалилося на понад 20%. Книжковий наклад зменшився на 14,7 млн пр., або на 22,1% порівняно з показниками 2013 р. [2]. Тенденції до стрімкого зниження рівня споживання книги у суспільстві є очевидними. Ситуація перебуває в критичному режимі. У пересічного громадянина практично немає шансів придбати книжку бажаного автора. У тому самому становищі і 19,5 тис. вітчизняних бібліотек: одна книжка припадала на десять бібліотек [10].

За висновками фахівців останнім часом видавничий бізнес в Україні дещо активізувався, хоча позитивні зміни стаються повільніше, ніж того хотілося б. Зростає кількість назв як свідчення пошуку нових жанрових ніш або нових тем. Однак, нарощуючи кількість назв, видавництва переважно зменшують накладів, намагаючись втриматися на ринку за рахунок дорогих книг або підняття цін на видання. За інформацією УАВК, у 2010 р. збільшували кількість назв 55,5% видавництв [13, с. 2]. І хоча 2010 р., порівняно з 2008-м, одержані від продажу книжок суми зросли, це пов'язано аж ніяк не зі збільшенням кількості проданих примірників, а зі зростанням ціни [2].

Згідно з даними опитування 64% видавництв підвищили відпускну вартість своєї продукції в середньому на 30%. Максимальне її зростання, близько 40%, стосується навчальної, художньої, дитячої і науково-популярної літератури, дещо менший відсоток (20%–25%) – мистецької та юридичної літератури. Однак це відбулося не за рахунок механічного «накручування» ціни, а за рахунок значного зростання накладних витрат видавництв та суттєвого зменшення накладів, що, відповідно, викликало подорожчання одного примірника [13, с. 3].

Говорячи про книжковий ринок, слід враховувати держзамовлення на соціально значущі видання та підручники, призначені для поповнення фондів відповідно публічних і шкільних бібліотек, літературу спеціалізованого призначення, які виконуються за бюджетні кошти і не є предметом ринкових відносин. Наприклад, Держспоживстандартом України у 2011 р. було видано 565 назв брошур сумарним накладом 113 тис. пр., тобто по 200 пр. кожної назви, які були розповсюджені серед державних органів управління для службового користування. І таких прикладів щороку чимало. За оцінками експертів (аналіз проведено УАВК. – *Прим. авт.*) із числа працівників і власників підприємств книжкової торгівлі, у вільний доступ надійшло близько 15–16 тис. назв вітчизняних книжок із 45 тис., що вийшли друком протягом 2010–2011 рр. Більшість їх відсутня на книжковому ринку для широких кіл потенційних споживачів, оскільки має відомчий характер, друкується в дру-

карнях державних установ і хоча й фіксується Книжковою палатою України, однак у вільний продаж не надходить [14, с. 15]. Отже, загальнодоступною для жителя України була ледь не третина книжки.

Природно, що ця кількість видань не може не тільки забезпечити ефективний вплив на моральний, духовний стан громадян, на формування культурного середовища держави, а й не спроможна задовольнити елементарні потреби українського суспільства у знаннях.

Крім того, як вважає експерт із цифрових медіа та колишній генеральний менеджер цифрової галузі компанії «Newsweek/DailyBeast» Джозеф Галарно: «Ми даємо споживачам те, що їм потрібно з точки зору видавця, а не те, що їм справді потрібно. Таким чином ми формуємо обмежений світогляд, і це не є позитивним» [6]. З цим важко не погодитися.

Маючи високу собівартість видань насамперед через малі накладки, а отже значні умовно-постійні витрати, видання книжок стає або збитковим, або змушує видавців піднімати ціни, що недоступні великій частині населення. Низькі показники роботи видавництва стримують розвиток вітчизняної поліграфії.

Не все гаразд і з системою реалізації, яка було фактично зруйнована ще на початку 90-х рр. Ми досі не маємо офіційної статистики роздрібного продажу книжок в Україні. До 2010 р. не було й обліку книготорговельних закладів. Цей облік почав вестися лише після підписання Прем'єр-міністром України 25 червня 2008 р. розпорядження № 902-р «Про вимоги щодо функціонування об'єктів роздрібною торгівлі книжковою продукцією», однак лише за двома обліковими рівнями: 1) книжкові магазини; 2) книжкові кіоски та книжкові прилавки (в тому числі і в супермаркетах) [15]. За даними УАВК середня торгова націнка на книжкову продукцію в Україні складає 85% [14, с. 15].

Відсутність на ринку вітчизняної книжки активно використовували наші північні сусіди, проте через війну щорічно падають офіційні поставки, зменшилася і кількість піратської продукції.

Багатьом фахівцям галузі видаються слушними пропозиції О. Афоніна щодо розв'язання проблеми: «Слід терміново вносити до законодавства зміни, згідно з якими кожен торговець книжками, незалежно від форми власності і юридичної реєстрації, повинен мати документ, що підтверджує походження цього товару, а також копію авторського договору цього видавництва з автором. Крім того, необхідно зобов'язати продавців імпоротної продукції надавати документи від постачальників, що підтверджують, що ця продукція пройшла митну очистку і завезена офіційно. На практиці це нескладно» [14].

Потерпає Україна і від масового порушення авторських прав. Започатковані традиції ще 1990-х ро-

ків, коли масово копіювалася будь-яка література, що мала комерційний успіх і продавалася за демпінговою ціною. Електронне піратство у нас взагалі практично поза контролем. Торік УАВК оприлюднила інформацію, що на декількох піратських сайтах були повністю викладені відскановані фонди бібліотеки імені В. Вернадського, включно з секретними дисертаціями, кандидатськими, докторськими роботами [11].

На цей виклик часу потрібна реакція всієї видавничої галузі, якщо вона не хоче втратити аудиторії і опинитися на узбіччі суспільного життя. Шукаючи шляхів подальшого розвитку економічно перспективного бізнесу, багато компаній вторглися 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: наявності тексту – необробленої інформації, проведення комплексу робіт за допомогою технічних засобів і технологій обробки тексту, управління ним і організацією доступу до нього через Інтернет та кваліфікований персонал, здатний виконати ці процеси максимально ефективно. Чимало видавництв готують і передають електронну інформацію кінцевим користувачам, але доступ до неї обмежений. Тепер мова йде про «мережеву видавничу справу» як інтегрований процес створення електронної інформації з різними формами її уявлення для кінцевих користувачів (у друкованому, відео- і аудіовигляді). Нині мережевою видавничою діяльністю займаються комерційні підприємства, наукові й навчальні установи, відомчі підприємства та приватні підприємці. У майбутньому кожен зможе стати мережевим видавцем, і видавничу діяльність буде більше спрямована на розширення інформації, ніж на її «проштовхування» на споживчому ринку, оскільки Інтернет усунув перешкоди на шляху поширення електронної інформації, пов'язавши сотні мільйонів видавців і користувачів мережі один з одним. Ефективність і гнучкість роботи в мережі дадуть змогу знизити собівартість видавничої продукції, задовольнити потреби замовників і стануть джерелом нових грошових вливань у розвиток видавничого бізнесу. Споживачі матимуть доступ до потрібних інформаційних ресурсів у будь-який час, у будь-якому місці, на зручному для користування пристрої в інтерактивному режимі з високоякісною візуалізацією та озвученням інформації.

Мережеві видавництва матимуть змогу одержувати доходи від нового виду діяльності, зокрема видання електронних книг, створення сервісних служб для продажу інформації за запитами, розширення можливостей її персоналізації. Швидка доставка видавничої продукції на ринок прискорить повернення ринкових інвестицій. Видавництва зможуть понизити витрати за рахунок можливості повторного викорис-

тання інформаційних даних без потреби знову створювати їх тощо. Електронна інформація стає дедалі більш затребуваною суспільством, і видавничі справи відіграватиме важливу роль у загальній трансформації сучасного життя.

Висновки. За часи незалежності в Україні фактично народилася нова національна видавничі галузь, розбудова якої відбувалася насамперед через створення нових видавничих організацій з приватною формою власності. З понад 5 тис. зареєстрованих видавничих підприємств велика частка або тільки значиться в реєстрі, або випускає від однієї до кількох назв книжок на рік. Узагальнюючи можна характеризувати ситуацію як кризову, що потребує системних та послідовних кроків української влади щодо підтримки галузі. Серед стримуючих факторів видавці називають: зниження попиту на видавничу продукцію через низьку купівельну спроможність населення; відсутність реальної підтримки з боку держави; обмеженість обігових коштів та високий податковий тягар; постійне підвищення цін на основні поліграфічні матеріали через цілковиту залежність від імпорту; неможливість своєчасного оновлення основних фондів; малопотужність системи реалізації продукції тощо. Серед актуальних і дуже важливих факторів, які впливають на 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 як елементів життєвої потреби кожної людини. Непокоять повільні темпи освоєння Інтернет-технологій і випуску книжок на електронних носіях, брак реклами та непоінформованість потенційних читачів про вітчизняні книжки.

Список літератури

1. Узагальнені дані Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції станом на 1 січня 2013 року // Держкомтелерадіо [Електронний ресурс]. – 04.07.2013 р. – Режим доступу: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=79538. – Дата звернення: 07.09.2017.

2. Зведені адміністративні дані про випуск книг і брошур в Україні [Електронний ресурс] // Видавничі справи: [сайт] / Державний комітет телебачення та радіомовлення – Режим доступу: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=106876&cat_id=34099. – Дата звернення: 07.09.2017.

3. Історія [Електронний ресурс] // Видавничі справи: [сайт] / Держкомтелерадіо. – Режим доступу: http://comin.kmu.gov.ua/control/publish/article/main?art_id=34096&cat_id=34095. – Дата звернення: 28.06.17.

4. Бондар Ю. В. Становлення та еволюція національного інформаційного простору України в процесі формування демократичної політичної культури українського суспільства : дис. ... канд. політ. наук / Ю. В. Бондар. – Київ : Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», 2010. – 212 с.

5. Буряк С. Книговидавничі діяльність в Україні за підсумками 2016 року / С. Буряк, Н. Музиченко // Вісник Книжкової палати. – 2017. – № 7. – С. 24–32.

6. Батуревич І. Майбутнє видавничої справи: традиції чи інновації? [Електронний ресурс] // Культурно-видавничий проект «Читомо». Бібліотека. – Режим доступу: <http://www.chytomo.com/news/maybutnyevydavnychoyi-spravy-tradytsiyi-chy-innovatsiyi>. – Дата звернення: 01.09.17.

7. Зведені адміністративні дані про випуск книг і брошур в Україні за 2013 рік (за інформацією Державної наукової установи «Книжкова палата України імені Івана Федорова») [Електронний ресурс] // Державний комітет телебачення і радіомовлення України : [сайт]. – Режим доступу : http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=111425&cat_id=34099. – Дата звернення: 01.04.2017.

8. Україна у цифрах, 2013 // Статистичний збірник Державна служба статистики України. – Київ : Консультант, 2014. – 240 с.

9. Мураховський А. Поточна статистика книг і брошур у 2012 році / А. Мураховський, С. Буряк // Вісник Кн. палати України. – 2012. – № 12. – С. 1–7.

10. Культура [Електронний ресурс] // Держкомстат України, 1990–2013 (12.07.2013). – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

11. Афонин А. Украинская издательская отрасль напоминает рынки позднего европейского средневековья [Електронний ресурс] // Независимый аудитор : журнал. – 2014. – № 9 (32). – Режим доступу: http://n-auditor.com.ua/ru/component/na_archive/1108?view=material. – Дата звернення: 20.08.2017.

12. Статистичний збірник. Друк України (2011) [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України : [сайт]. – Режим доступу : <https://ukrstat.org/uk/druk>. – Дата звернення: 23.02.17.

13. Афонин О. Українська книга 2011: рух по сходинках вниз // Вісник Кн. палати України. – 2012. – № 3 (166). – С. 1–3.

14. Звіт про результати дослідження видавничого ринку України / Проект «Книжкова платформа». – Київ, 2014. – 64 с.

15. Розпорядження Кабінету міністрів України «Про вимоги щодо функціонування об'єктів роздрібною торгівлі книжковою продукцією» від 25.06.08 № 902-р / Кабмін України : офіц. вид. // Урядовий кур'єр. – 2008. – 15 лип. – № 127.

Reference list

1. State Committee for Television and Radio Broadcasting of Ukraine (2013), “Generalized data of the state register of publishers, manufacturers and distributors of publishing products as of January 1, 2013”, available at: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=79538 (accesses 07.09.2017).

2. State Committee for Television and Radio Broadcasting of Ukraine, “Composite administrative data on the publication of books and brochures in Ukraine (according to information of the State Scientific Institution)”, “Publishing”, available at: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=106876&cat_id=34099 (accessed 07.09.2017).

3. State Committee for Television and Radio Broadcasting of Ukraine (2008), “Publishing”, available at: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=106876&cat_id=34099.

kmu.gov.ua/control/publish/article/main?Art_id = 34096 & cat_id = 34095 (accessed June 28, 177).

4. Bondar, Yu.V. (2010), *The Formation and Evolution of National Information Space of Ukraine in the Process of Formation of Democratic Political Culture of Ukrainian Society*, PhD diss. (polit. sci.), Open International University of Human Development "Ukraine", Kyiv, 212 p.

5. Buryak, S. & Muzychenko, N. (2017), "Books publishing activity in Ukraine in 2016", *Visnyk Knyzhkovoi Palaty Ukrainy [Bulletin of the Book Chamber of Ukraine]*, no. 7, pp. 24–32.

6. Baturevich, I. (2011), "The future of publishing industry: traditions or innovations?", *Chytomo*, available at: <http://www.chytomo.com/news/maybutnye-vydavnychoyi-spravy-tradytsiyi-chy-innovatsiyi> (accessed 01.09.17).

7. State Committee for Television and Radio Broadcasting of Ukraine (2013), "Composite administrative data on the publication of books and brochures in Ukraine for 2013 (according to information of the State Scientific Institution)", available at: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?Art_id=111425&cat_id=34099 (accessed 01.04.2017).

8. Statistical Digest. Ukraine in Figures 2013 (2014), State Statistics Service of Ukraine, "Vydavnytstvo "Konsultant", 240 p.

9. Murakhovskiy, A. & Buriak, S. (2012), "Current statistics of books and brochures in 2012", *Visnyk Knyzhkovoi Palaty Ukrainy [Bulletin of the Book Chamber of Ukraine]*, no. 12, pp. 1–7.

10. State Statistics Committee of Ukraine, 1990–2013 (2013), "Culture", available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

11. Afonin, A. (2014), "The Ukrainian publishing industry reminds the markets of the late European Middle Ages", *Nezavisimyj Auditor [Independent Auditor]*, no. 9. (32), available at: http://n-auditor.com.ua/en/component/na_archive/1108?view=material (accessed 20.08.2017).

12. State Statistics Service of Ukraine (2011), *Statistical Digest. Publishing Industry of Ukraine*, available at: <https://ukrstat.org/uk/druk>. (accessed 23.02.17).

13. Afonin, O. (2012), "Ukrainian book 2011: moving down the stairs", *Visnyk Knyzhkovoi Palaty Ukrainy [Bulletin of the Book Chamber of Ukraine]*, no. 3 (166), pp. 1–3.

14. Report on the Results of the Ukrainian Publishing Market Research (2014), Proekt "Knyzhkova platforma", Kyiv, 64 p.

15. Uryadovyi Kuryer (2008), *The Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On requirements regarding functioning of retail items for book products" №902-p as of 25.06.08*, no. 127.

Подано до редакції 25. 12. 2017 р.

Шпак В. І., д-р ист. наук, проф. кафедри издательского дела, Институт журналистики Киевского университета имени Бориса Гринченко

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ УКРАИНСКОГО КНИГОИЗДАНИЯ

Аннотация. Эта статья рассматривает отдельные имеющиеся проблем современного книгоиздания как общественного и культурного явления – составляющей национального информационного пространства. Автор показывает ретроспективу развития, взлеты и падения выпуска книжной продукции как по количеству выпущенных изданий, так и по тиражам. Сделан анализ выпуска книг и брошюр по тиражным группам, по целевому назначению и по укрупненным тематическим разделам. Рассмотрены отдельные аспекты системы распространения издательской продукции. Проиллюстрированы характерные проблемы отрасли и тенденции развития, роль государства в этих процессах. Названы лидеры издательского рынка.

Ключевые слова: книга, книгоиздания, информационное пространство, издательство, государство, национальные интересы.