

УДК 007 : 304 : 655

**МАЛЕ КНИГОВИДАННЯ В УКРАЇНІ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ
ВСЕУКРАЇНСЬКИХ КНИЖКОВИХ РЕЙТИНГІВ І ВІДЗНАК (2009–2013 РР.)**

І. В. Кузьмук

*Українська академія друкарства,
вул. Під Голоском, 19, Львів, 79020, Україна*

Розглянуто малі видавництва, які отримали престижні відзнаки всеукраїнського рівня у післякризовий період 2009–2013 років, визначено малих видавців стабільно якісного контенту за одним із можливих критеріїв якості — відзнаками та чільними позиціями в рейтингах. Окреслено основні проблеми їх функціонування та фактори, що стримують їхній розвиток і соціально-комунікаційний потенціал. Дослідження дало можливість частково порівняти видавничий асортимент видавництв різних типів (великі, середні, малі), виявити тенденції у доборі редакційного портфелю малих видавництв, засвідчити їх непересічний потенціал у контексті соціальної комунікації попри ігнорування факту відзнаки як маркетингового інструменту. Результати дослідження також підводять до постановки важливої проблеми — знакові для нашого культурно-інформаційного простору книжки видаються мікронакладами, а тому не досягають широкого загалу.

Ключові слова: *малі видавництва, всеукраїнські рейтинги і відзнаки, мале книговидання.*

Постановка проблеми. Характеристика типового малого видавництва сьогодні не є ринково привабливою в Україні: висока собівартість друку невеликих накладів, нерозвинені мережі збуту, тривалий процес підготовки видання до друку, відсутність сильної маркетингової політики та переважно невеликий досвід роботи. За таких умов малим видавцям складно конкурувати на ринку та вести комерційну діяльність, тому більшість видавців змушені поєднувати свою соціально-комунікативну функцію із суто технічною роллю обслуговування (виконання замовлень).

З другого боку, малі видавництва виконують важливі соціальні функції культур-трегерів, часто продукуючи знакові та якісні видання, на які не наважуються комерційні видавництва: інтелектуальна проза, поезія, есеїстика, документалістика, і часто — у взірцевому видавничо-поліграфічному виконанні. Це дає підстави зробити припущення про великий потенціал малих видавців, що часто не знаходить свого місця на ринку не через низьку якість видань, а, наприклад, через слабку маркетингову політику видавців чи недосконалу законодавчу базу для врегулювання сфери малого бізнесу і книговидання зокрема [1]. Проте щоби надати рекомендації щодо вдосконалення видавничої або державної політики, треба дослідити приклади найкращих малих видавництв України.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Досі малі видавництва, як і їхня продукція, не досліджувалися системно, не було висвітлено і вужчий аспект їх функціонування — відзначення рейтингами та відзнаками. Саме тому в цьому дослідженні ми спиралися на здобутки дослідників видавничої справи в системі соціальних комунікацій: Н. Зелінської, В. Теремка, М. Тимошика, окремо зверталися до публікацій К. Родика [2] — одного з небагатьох, хто звертається до теми всеукраїнських рейтингів та відзнак не лише на практиці, але й у дослідницькій діяльності.

Мета статті — визначити малі видавництва, які характеризуються якістю видавничої продукції (за період 2009–2013 років) на основі одного з можливих показників — всеукраїнських книжкових відзнак. Об'єктом дослідження в цьому разі є сегмент малого книговидання, що не обмежується тематикою та цільовою аудиторією; предметом — відзначені протягом 2009–2013 років малі видавці. До уваги бралися лише щорічні всеукраїнські відзнаки, які мають найбільший резонанс у ЗМІ: «Книжка року», «Книга року ВВС», «ЛітАкцент року», «Найкраща книжка Форуму видавців», «Премія імені Лесі Українки», премія Президента «Краща книга України».

Цей етап дослідження є актуальним для визначення низки критеріїв якості видавничої продукції малих видавців і виокремлення тих із них, що є типовими соціально-комунікаційними суб'єктами цього сегменту ринку. Окрім того, дослідження дає змогу виокремити масив найбільш знакових книжок, виданих за період 2009–2013 років і частково виявити роль малих видавництв на українському ринку. Дослідження появи в топах рейтингів і відзнак допоможе також надалі сформулювати рекомендації щодо покращення видавничої стратегії малих видавництв.

Вивчаючи рейтинги та відзнаки, ми послуговувалися методами аналізу та контент-аналізу, методом порівняння та моделювання — для побудови гіпотез для подальшого дослідження за іншими критеріями і показниками. Адже всеукраїнські книжкові рейтинги і відзнаки, безумовно, є лише одним із багатьох критеріїв якості книжкової продукції, який не претендує на повну об'єктивність, а лише надає фрагментарну картину потенційних лідерів книжкового ринку. Причиною спірної об'єктивності є передусім непрозорі схеми оцінювання книжок, недосконала процедура ознайомлення членів журі із номінованими виданнями, що часто має випадковий характер (свідчення цього — графа «відсутня в редакції» для книжок, що, по суті, не були оцінені членами журі, тому опинилися в рейтингу найнижче), упередженість у відзнаках (найчастіше ця ознака стосується державних премій, номінантами яких переважно є державні неконкурентоздатні видавництва або «видавництва-фаворити», власниками яких є особи, наближені до політики), якісний підхід, що не враховує кількісних показників (а отже, нехтує критерієм охоплення аудиторії) тощо. Саме тому ми брали до уваги ті премії і відзнаки, які найчастіше фігурували в ЗМІ: цей фактор престижності премії чи рейтингу в межах цього дослідження ми вважаємо за додатковий фактор успіху для книжки, що була відзначена.

Виклад основного матеріалу дослідження. В Україні станом на 01.01.2014 р. до Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції внесено 5526 суб'єктів видавничої справи [3]. Якщо не рахувати друкарів та розповсюдників, то лишаються 4486 видавництв та видавничих організацій. Але такими, що

функціонують, станом на 2014 рік можна назвати лише тих, які надіслали хоча б один обов'язковий примірник до Книжкової палати. За нашими підрахунками, активними виявилось 1924 суб'єкти видавничої справи (що становить приблизно 35 % усіх зареєстрованих суб'єктів), серед яких малими можна вважати близько 1500 видавців [4].

Згідно з проведеним аналізом, більшість із них не виконують роль повноцінного соціально-комунікативного інституту: не мають чіткої місії діяльності, нерегулярно і неякісно видають книжкову продукцію, що не має загальнокультурного значення в національному масштабі. Проте за зведеними даними коротких списків і списків переможців шести всеукраїнських премій та відзнак, бачимо, що книжки малих видавців відзначаються помітно частіше, ніж книжки великих видавництв — попри великі потужності й видавничий досвід останніх (наприклад, КСД, «Фоліо», «Навчальна книга – Богдан»). У результаті за досліджуваний період із загальної кількості найкращих книжок України (за версією премій і рейтингів) із загальної кількості 264 видань масмо 91 видання малих видавців проти відзначених 60 книжок великих.

Упродовж п'яти років із чільних списків цих відзнак постійно фігурували (відзначені від 3 до 6 видань) такі малі видавництва, як «Ярославів Вал», «Видавництво Жупанського», «Критика», «Родовід», «Балтія-друк», нині закритий «Факт», а в 2013 році про себе заявило молоде видавництво Laugus, що тільки за 2013 рік видало 3 відзначені експертами книги, одна з яких («Шедеври світової літератури» Михайла Бриниха) здобула відразу дві престижні відзнаки — «ЛітАкцент року» та «Книжка року». В нашому дослідженні найвищим показником якості видання ми вважаємо саме відзначення кількома преміями одночасно. В цьому контексті варто також відзначити видавництва «Родовід», «Видавництво Жупанського», «Факт», Інститут мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського НАН України і особливо видавництво «Ярославів Вал», яке впродовж п'яти років відзначалося 3-поміж малих видавництв найчастіше. Загалом за цей час представлено 52 малих видавців із загальної кількості 246 видавців.

Здійснивши контент-аналіз, виявляємо, що серед відзначених книжок малих видавців найбільше нехудожніх (історичних, філософських, публіцистичних) і спеціалізованих видань (літературознавчих, мистецтвознавчих тощо) — загальною кількістю 62 книжки. Художня проза (16), поезія (5) і дитяча література (8) — у меншості. Такий тематичний спектр зумовлений, з одного боку, специфікою відзнак «Книжка року» і «Найкраща книга Форуму видавців», серед номінацій яких особливу увагу надано спеціалізованій літературі, а з другого боку — орієнтацією самих малих видавців на невеликі цільові аудиторії.

Характерним є те, що серед відзначених книжок малих видавництв за цей період практично немає творів класики, рідкісними є випадки публікації широко-відомих авторів, матеріали про (і від) яких постійно з'являються у ЗМІ, а також світових бестселерів.

Із класичних творів натрапляємо лише на праці Г. Сковороди, укладені в «повну академічну збірку творів» («Майдан», 2010) та «Гайдамаки» Т. Шевченка («Критика», 2013) — факсимільне видання з інтерпретаціями, що становить більший інтерес для шевченкознавців, ніж для широкого кола читачів.

Серед текстів відомих українських авторів малим видавцям належали лише «Музей покинутих секретів» О. Забужко («Факт», 2010), «Криничар» М. Дочинця («Карпатська вежа», 2012), кілька видань І. Драча («Мистецтво»). Поетичні видання представили видавництва «Ярославів Вал», «Видавництво Жупанського» та «Електронкіна».

Книжки закордонних авторів серед малих видавців публікує чи не єдине «Видавництво Жупанського»: «Флорентійська чарівниця» С. Рушді (2008), «Людина без властивостей» Р. Музіля (2010–2011), «Імператор усіх хвороб. Біографія раку» С. Мукерджі. Одну книгу відомої польської авторки відзначено й у видавництва «Урбіно»: «Буба» Б. Космовської (2011). Зарубіжних авторів також представляє і кілька вузькопрофільних видавництв, наприклад, «Видавництво Українського католицького університету» — з виданнями богословської тематики.

Натомість дається взнаки велика кількість нехудожньої прози історичної тематики, наприклад, «Хроніка колективізації та Голодомору в Україні 1927–1933» Л. Гриневич, «Великий переділ: незвичайна історія Михайла Грушевського» («Критика», 2009 та 2011), «Хотинська битва 1621 — битва за Центральну Європу» («Балтія-друк», 2012) та мистецьких видань — зокрема від видавництва «Родовід». У таких виданнях лейтмотивом є культурна та геополітична самоідентифікація, вони часто видані на грантові кошти і не є комерційно вигідними видавничими проектами, навіть пропри якраве поліграфічне втілення та ретельність редакційної підготовки.

З такого літературного асортименту можна зробити кілька висновків: по-перше, малі видавці не продукують класики для широкого кола читачів, бо, з одного боку, не можуть це коло охопити, а з іншого — чергове перевидання заради продажу може суперечити їхній місії (комерційна вигода — не є метою для цих малих видавців); по-друге, малі видавництва не можуть залучити відомих авторів до співпраці через невідповідні умови, тобто відсутність охоплення аудиторії та комерційну складову (окрім того, щойно видавництво здобуває знаного автора, воно перетворюється на середнє, наприклад, як видавництво «Discursus»). Проте дивним видається той факт, що серед відзначених книжок немає світових бестселерів. «Видання західної класики — це зараз популярний спосіб вижити для маленьких видавництв, у яких нема ресурсів, ані фінансових, ані інтелектуальних, для того, щоби ризикувати: будь-який провал їх просто потопить», — йдеться в матеріалі Ю. Яковлевої про стан російського книжкового ринку [5]. Отже, можемо висунути гіпотезу про ту ж комерційну дезорієнтованість малих видавництв або небажання йти за масовим попитом, що призводить до «комерційного фіаско» [2, 8]. Це блокує розвиток малого видавництва, не даючи йому розкрити свій соціально-комунікаційний потенціал.

Відзначення книжок відіграє велике значення для видавництва: розширює маркетингові можливості, а також збільшує шанси на розголос — від появи у пресі до сарафанного радіо. Проте мало хто з видавців використовує ці можливості, що лише вкотре доводить або маркетингову некомпетентність, або брак ресурсів. На відзначених книжках зрідка трапляються мітки про відзначення. За нашими спостереженнями це не означає неперестигність українських рейтингів, але дає підстави вважати, що нові накладі відзначених книг (з оновленими макетами з відзнаками) не були надруковані, а отже, існує проблема попиту на таку книжку. Є також інший підхід — наклейка на

книжках уже надрукованого на момент відзначення накладу, яка б інформувала читачів про здобуття відзнаки. Проте і цим методом малі видавці послуговуються нечасто.

Із цього аналізу ми можемо зрозуміти основну тенденцію: незважаючи на видання «некомерційної» інтелектуальної літератури та брак маркетингової підтримки видань, малі видавці все ж здатні створювати книжки, які є взірцевими за якісними показниками і перевершують рівень великих видавництва. Але за даними Книжкової палати України здебільшого ці знакові для нашого культурно-інформаційного простору книжки видаються мікронакладами, що зрідка сягають 1000 примірників, найчастіше коливаючись у межах 300–500 видань, а отже, вони не є впливовими чинниками формування суспільної свідомості та слабо виконують функції соціального інституту, до того ж — без належної промоції.

Постає й інша проблема: зважаючи на кількість відзначених книжок, що орієнтуються на широкі кола читачів, зокрема і книжки великих видавництва, стає зрозуміло, що такої літератури на ринку обмаль. І глобально це не створює підґрунтя для розвитку малих видавництв: «Інтелектомісткі книжки (включно з серйозним красним письменством) ніколи не матимуть широкого попиту, якщо в підґрунті ринку не лежатиме товстий шар масової літератури, яка прищеплює, так би мовити, технічну звичку до читання. Ця звичка потім розвивається за власним законом — від легкого читива до задоволення самозростаючого інтересу до якіснішої інформації» [2, с. 6].

Висновки. Проведений аналіз дав можливість виокремити найкращі малі видавництва України відповідно до результатів шести всеукраїнських премій і рейтингів, серед яких передусім варто виокремити «Ярославів Вал», «Критику», «Laugus», «Видавництво Жупанського», «Родовід» і видавництво «Балтія-друк». Окрім того, ми виявили чітке тяжіння до нішевих проєктів, що зумовлено орієнтацією на вузьку аудиторію і нерозвиненістю мереж реалізації; тяжіння до «інтелектуальних» і просвітницьких видань. Це дослідження поставило перед нами проблему комерціалізації і доступності якісного культурного продукту на українському ринку, можливості побудови видавничої стратегії на основі видань, які можуть, з одного боку, задовольнити смаки широкого кола читачів (а отже, дати змогу видавництву отримувати прибуток, не підвищуючи ціни на видання), а з другого — надати знаковий для українського культурно-інформаційного простору продукт. Усе це дає стимул для подальшого вивчення проблематики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Парасюк О. Пропозиції щодо формування системи регулювання інформаційних потоків міждержавними органами і суб'єктами малого бізнесу в сфері послуг регіону / О. Парасюк // *Комунальное хозяйство городов*. — 2010. — Т. 96. — С. 471–474.
2. Родик К. Невивчені уроки Ситіна або «Гоголізація» триває / К. Родик ; худ. І. Д. Ситін. — Львів : Кальварія, 2000. — 176 с. : іл.
3. Узагальнені дані держреєстру Держкомтелерадіо 2014. — Режим доступу : http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=116319&cat_id=97933.
4. Батуревич І. Малі видавництва. UA // *Читомо*. — Режим доступу : www.chytomo.com/news/mali-vidavnictva-ua.

5. Яковлева Ю. Приключения медвежонка Паддингтона и других классиков в России / Ю. Яковлева. — Режим доступа : www.colta.ru/articles/literature/6933.

REFERENCES

1. Parasiuk, O. (2010). Propozycji schodo formevannia systemy rehuliuвання інформаційних потоків міждержавному орханаму і суб'єктам малого бізнесу у сфері послуг регіону. V. Babaev (Ed.). Komunalnoe hoziajstvo gorodov, 96, 471–474 (in Ukrainian).
2. Rodyk, K. (2000). Propozytsii shchodo formuvannia systemy rehuliuвання інформаційних потоків міждержавному орханаму і суб'єктам малого бізнесу в сфері послуг регіону. Lviv: Kalvaria (in Ukrainian).
3. Uzahalneni dani derzhreistrtru Derzhkomtelradio (2014). Retrieved from http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=116319&cat_id=97933 (in Ukrainian).
4. Baturevych, I. (2014). Mali vydavnytstva. UA. Retrieved from www.chytomo.com/news/mali-vidavnytstva-ua (in Ukrainian).
5. Yakovleva, Y. Prykliuchenya medvezhonka Paddynhtona y druhykh klassykov v Rossyy. Retrieved from www.colta.ru/articles/literature/6933 (in Russian).

SMALL PRESS IN THE CONTEXT OF BOOK'S NATIONAL RATINGS AND AWARDS IN UKRAINE (2009–2013)

I. V. Kuzmuk

*Ukrainian Academy of Printing,
19, Pid Holoskom St., Lviv, 79020, Ukraine
uad@uad.lviv.u*

The article deals with small publishers who have received prestigious awards of the nationwide level in the post-crisis period of 2009–2013, it determines the small publishers of consistently high quality content, based on one of possible criteria of quality — awards and leading positions in the rankings. The main problems and factors that hinder their development and social and communication capabilities have been outlined. The research gave the opportunity to compare the range of issues of publishing houses of different types (large, medium, small). Also the research identifies trends in the selection of editorial portfolio of small publishers and reflects the outstanding potential of the small press in the context of social communication — despite ignoring awards as a marketing tool. The survey results also lead to the formulation of important problems — significant books for our cultural and information space are published in limited number of copies, and therefore do not reach the wide audience.

Keywords: *small publishing houses, nationwide rankings and awards, small publishing.*

Стаття надійшла до редакції 22.04.2016.

Received 22.04.2016