

## СУЧАСНИЙ ЛІТЕРАТУРНИЙ РИНОК: УКРАЇНСЬКИЙ РАКУРС

*(оглядова довідка за матеріалами преси, Інтернету та  
неопублікованими документами 2016–2018 рр.)*

Книжкова індустрія – великий бізнес. Він приносить близько 120 млрд доларів на світовому ринку, більше, ніж музична індустрія.

Дві третини всього світового обороту припадає на книжкові ринки шести країн: 30% світового ринку – це книжкова індустрія США, на другому місці Китай, далі йдуть Німеччина, Японія, Великобританія і Франція. При цьому, прискорене зростання тільки у Китаю, у решти зростання не дуже значне.

Нині книжкова індустрія проходить через складний етап трансформації, пов'язаний з цифровою революцією, зі зміною культурного статусу і функцій книги та читання. Більш того, в світі значна частина ринку цифрових книг все більше йде до незалежних авторів і сервісів, що допомагають їм з виробництвом і дистрибуцією. Наприклад, в США чи не половина всіх продажів художньої літератури припадає на книги, опубліковані поза традиційної видавничої інфраструктури. Світова книжкова індустрія воює за читача [1].

Втім, книговидавнича справа є не лише важливим елементом економічних відносин, а й сприяє культурному збагаченню суспільства, поширенню духовних та інтелектуальних цінностей, національних і загальносвітових надбань. Тож проблема літературного ринку виходить далеко за суто комерційні та економічні межі. Його особливості позначаються на розвитку літератури та й культури загалом.

«Ми даремно намагаємося розвести ринок і мистецтво, тому що це сполучні посудини, – вважає письменниця та перекладачка Катерина Калитко. – Це два паралельні світи, які розвиваються орієнтуючись один на одного. Імена переможців великих премій впливають на те, що відбувається на ринку. І так само журі Нобелівської або Букерівської премії обирає переможця з огляду на ринок» [2].

Що ж власне до українського книжкового ринку, то він за останні десятиріччя пройшов доволі непростий шлях. Розвиватися йому довелося в умовах, які можна назвати екстремальними.

Дотувати книжки припинили за кілька років до набуття Незалежності. Це автоматично призвело до різкого скорочення накладів, а відтак і обміління обігових коштів українських видавництв.

Так само потрапила у зону проторинкового дискомфорту російська книжка, але вона мала очевидні – природні – переваги перед вітчизняною: світовий ареал російської мови щонайменше уп'ятеро перевищує український.

Та й у самій Україні тих, хто нехтував сусідськими виданнями на користь власних, був тоді мізерний відсоток. Інакше кажучи, практично уся територія України становила ринок збуту для росіян. Величезний ринок. За їхнім же власним зізнанням – третій за значенням, після Москви та Петербургу.

Відомо: більший наклад – нижча ціна одного примірника. Роздрібний пресинг кінця 1980-х гнітив українське книговидання насамперед. За рік до проголошення Незалежності показник «примірник на душу населення» упав на 17 відсотків. 1991-го – ще мінус 18. Цифри описують ситуацію вичерпно: обвал ринку. До всього, ап'юрі більші наклади дозволяли росіянам стратегічно маневрувати – наприклад, розширювати тематичний репертуар. Причому, робили вони те, ніби за підручником [3].

Така ситуація на книжковому ринку тривала більш як два десятиліття, й починає мінятися тільки з 2014 року. Російська книга, яка дотепер тримала монополію в Україні, відходить. Вітчизняні видавці і продавці завойовують ринок [4].

Втім й сьогодні оцінки стану вітчизняного літературного ринку часто бувають прямо протилежні.

Так за словами одного з засновників Української національної мережі «Буква» та Видавничої групи КМ-БУКС Ярослава Мариновича, ситуація на українському комерційному книжковому ринку непроста. «Оптимістичне зростання 2015–2016 років у 2017 році перейшло у стагнацію. А у першій половині 2018 року, за даними Держтелерадіо, ми бачимо катастрофічне падіння випуску комерційної літератури» [4].

«У нас не може бути бестселерів – немає книжкового ринку, – впевнений письменник Андрій Курков. – У нас – 300 книгарень, з яких 20 чи 30 повертають гроші видавцям за продані книжки, в результаті, видавці хочуть продавати книжки тільки на ярмарках.

Тиражі зараз знову впали. В Ісландії, де живе 250 тисяч населення, книжка, яка виходить тиражем 1,5 тисячі та продається – це бестселер. У нас 40 із чимось мільйонів – і називають бестселером такі само книжки, які продалися у 1,5 тис. примірників. Це профанація» [5].

Прямо протилежну думку висловлює письменник Макс Кідрук: «У нас уже є хороший літературний ринок і велика кількість голодних до читання людей. Це показує і Львівський форум видавців, і мої презентації під час промо-турів». На думку Кідрука, кілька десятиліть тому було божевіллям ставати письменником в Україні. «Зараз починати набагато легше. Це не

означає, що легко, бо ти все одно маєш працювати, ти мушиш бути не лише автором із розвинутим стилем, уявою, з усіма атрибутами хорошого письменника, ти також маєш бути частково і шоуменом, і сам собі менеджером» [6].

А на думку Катерина Калитко, «в Україні почався нормальний ринок, хай який він кволий, місцями недолугий і смішний, але тим не менше він вже почав задавати здорові тенденції» [2].

Письменниця Катерина Бабкіна зазначає, що в останні роки український книжковий ринок дуже стрімко розвивається. «Ще кілька років тому, я була тією людиною, яка вголос говорила, що книжкового ринку, як системи інституцій, скерованої на налагодження певних процесів, у нас не було. А тепер він є» [7].

Що ж стосується засобів масової інформації, то й тут, на шпальтах газет та інтернет-сайтів, превалює думка, що видавнича справа зараз на підйомі, а читач вимогливо підходить до вибору книги і формує тенденції галузі. Важливим досягненням книговидавничої справи України стало й зміщення інтересів читачів у бік українськомовної книги. У відповідь на цю тенденцію багато видавництв почали приділяти підвищену увагу якості перекладу, поліграфії, працювати з українськими авторами [8].

Водночас, за словами директора Видавництва Старого Лева Миколи Шейка, немає жодного джерела, яке показало б об'єктивну картину книжкового ринку. Є аналітика, яку ведуть окремі гравці ринку: продавці, які вивчають і досліджують ринок своїми інструментами; Книжкова палата, аналітика якої дуже узагальнена і тому не дає вірогідної інформації (до переліку видань за поточний рік може потрапити книга 5-річної давності, якщо видавництво з якихось причин прислало сигнальний примірник через 5 років після її виходу); є дані окремих видавництв.

Книжковий ринок – теж ринок, впевнений Микола Шейко, – виготовляєте і продаєте ви пластмасові деталі до сантехніки чи книжку – глобальні економічні закони ті самі. Український книжковий ринок тривалий час не поповнювався новими силами, молодим поколінням. У цій сфері, як правило, працюють «ветерани» справи, у середовищі яких вас багато що може здивувати: загальні фрази, нарікання на те, що держава не допомагає, що у галузі багато проблем, які ніхто не хоче вирішувати на глобальному рівні. В той самий час на зборах видавців зовсім мало професійної розмови про те, що ми самі можемо зробити для книговидання.

Багато людей, які визначають обличчя українського ринку, дивляться на нього з 25–30-річної позиції, коли видавництва працювали в короткому ланцюгу: видавець (і його книжка) – торгівля. Завданням видавця було придумати книгу, виготовити її і віддати в торгівлю. Держава-замовник забиравала тираж, книжкова торгівля займалася поширенням книги, збутом,

маркетингом та всіма іншими функціями, які на сьогодні стали функціями видавця.

Також Микола Шейко зазначає, що кількість гравців на українському видавничому ринку наразі важко визначити точно: загальна статистика включає всіх, хто має право на ведення видавничої діяльності – це десятки тисяч, а статистика Книжкової палати включає видавництва, які випускають більш як 5 книг протягом року (але до цих найменувань може потрапити також різна поліграфічна продукція). Справжня картина ринку – це близько сотні гравців, які щороку щось випускають і мають реальні досягнення. Активніших гравців ще менше.

Крім того, ринок погано структурований у тематичному плані. Видавництва, які досягали успіху в минулому, як правило, універсальні і займалися всім: художньою літературою, навчальною, нон-фікшн, фантастикою або детективом, хтось ще й дитячою літературою.

Неможливо сказати, що у нас є видавництво, яке є лідером у виданні детективів чи фантастики. Ніші величезні, ніхто їх систематично не відпрацьовує, відповідно вони не є повноцінною частиною загальноукраїнського книжкового ринку [9].

Доволі показовою для аналізу ситуації на літературному ринку є інформація про тиражі вітчизняних видавництв. Першу позицію рейтингу за сумарним накладом займає «Клуб сімейного дозвілля», перетнувши в 2017 році 11 млн рубіж. До трійки лідерів також увійшли видавництва «Підручники та посібники» – сумарний наклад 6 млн 198 тис. та «Ранок» з 5 млн 981 тис. примірників.

Друга група видавництв має сумарні наклади від 1 до 5 млн. Це дев'ять видавництв: «Генеза», Видавничий дім «Пегас», «Кристал Бук», «Vivat», «Грамота», «Навчальна книга “Богдан”», «Талант», Видавництво Старого Лева, «КМ-Букс».

Група, яка включає наклади від 500 тис. до 1 млн, це 4 видавництва: «Фоліо», Видавничий дім «Школа», «Саміт-книга», А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА.

Наступна група з 8 видавництв має сумарні наклади від 100 до 500 тисяч: «Наш формат», АССА, «Рідна мова», «Основи», «Час майстрів», «Академія», «ВООКСНЕФ» та «Брайт Стар Паблішинг».

Сумарних накладів від 100 до 50 тисяч у 2017 році досягли 5 видавництв: «Книголав», «Читаріум», «Урбіно», «Зелений пес», ВТФ «Перун».

Сумарний наклад менш як 50 тисяч впродовж року мали 9 видавництв: «Астролябія», «Твердиня», Видавництво Анетти Антоненко, арт-видавництво «Nebo BookLab Publishing», «Кальварія», «Книги XXI», «Люта справа», «Родовід» та «Веселка» [10].

Також, розглядаючи перспективи розвитку книжкового ринку в Україні слід зважати й на ставлення українців до книжок та до читання. Так, результати всеукраїнського дослідження «Ukrainian Reading Publishing Data 2018»,

проведеного Українським центром економічних і політичних досліджень ім. О. Разумкова на замовлення культурно-видавничого проекту «Читомо», цифрового видавництва GUTENBERGZ та за підтримки Українського культурного фонду, свідчать, що 31% українців взагалі не читають книжок.

Серед різновидів дозвілля читання займає п'яте місце після перегляду телевізійних передач, читання ЗМІ, активності в соцмережах та слухання радіо. 11% українців читають щодня, 17% – кілька разів на тиждень, 20% – кілька разів на місяць, 21% – декілька разів на рік. Ті, респонденти, які ніколи не читають, найчастіше пояснюють це відсутністю потреби чи бажання (цю причину вказали 69% тих, хто не читає). Жителі великих міст (від 100 тис. і більше мешканців), в тому числі і Києва, частіше читають крижки, ніж жителі малих та середніх міст та сіл – зовсім не читають тут 24%. Жителі Західного і Південного регіонів читають друковані книжки рідше, ніж жителі Центрального і Східного регіонів.

Найрідше читають книжки працівники фінансового сектору, транспорту, енергетики, промисловості (41% з них ніколи не читають книжок), а також торгівлі і сфери обслуговування (35%). Найчастіше читають книжки працівники освіти, науки, охорони здоров'я, культури, ЗМІ (40% роблять це не рідше, ніж кілька разів на тиждень), а також працівники державного управління, правоохоронних органів, судів, Збройних сил (30%) і непрацюючі (31%). Що вищим є рівень освіти респондентів, то частіше вони читають книжки. Частота читання дещо зростає із зростанням рівня добробуту респондентів. Жінки читають друковані книжки частіше, ніж чоловіки. Що молодші респонденти, то частіше вони читають друковані книжки. 37% респондентів не прочитали за останній рік жодної друкованої книжки, 36% прочитали від 1 до 5 книжок, 14% – від 6 до 10 книжок, 6% – від 10 до 25 книжок, 4% – від 25 до 50 книжок, і лише 2% – більш як 50 книжок. 56% респондентів не прочитали за останній рік жодної друкованої книжки, виданої українськими видавництвами. Частка читачів, які обирають книжки російською мовою (28%) є дещо вищою, порівняно з часткою тих, хто обирає книжки українською (24%). Але найчастіше читачі обирають мову, якою була написана книга (33%). Для ще 12% читачів мова книжки не має значення. Переважна більшість респондентів погоджуються з тим, що читання сприяє саморозвитку (92% опитаних) та духовному розвитку (86%). А також що воно сприяє професійному зростанню (82%), комунікації з людьми (79%), дозволяє розслабитися і відволіктися від рутини (77%), сприяє досягненню поваги інших (69%). Частіше респонденти не згодні з тим, що читання сприяє підвищенню матеріального достатку (згодні 42%, не згодні 47%), і переважна більшість (80%) не згодні з тим, що читання – даремна трата часу [11, 12].

Дослідження читання проводяться в усіх цивілізованих країнах світу, які хочуть знати, які пріоритети життя, розвитку, дозвілля та професійної орієнтації їх мешканців і як це впливає на економіку. Люди, які багато читають,

зазвичай мають кращу освіту, більш оплачувану роботу і продукують більшу додану вартість для своєї країни. «Українці поки що не вірять, що читання сприяє збільшенню професійного достатку», – коментує директорка Українського інституту книги О. Коваль. Найпопулярніші в українських читачів – сучасні детективи. Третина опитаних (34%) читали книжки цього жанру впродовж останнього року. На другому місці – класика (32%). Один з 4–5 читачів протягом року гортав сторінки фантастики або фентезі, підручники і навчальні посібники, книжки з психології та саморозвитку, літературу для дітей та підлітків, любовні романи, сучасні романи та наукові чи науково-популярні видання. Найменш популярними виявились комікси та графічна проза. Серед читачок найпопулярнішими жанрами є класика і любовні романи (третина жінок читали їх впродовж року). Найбільшою популярністю у чоловіків користуються сучасні детективи (їх впродовж року читали 40% читачів), а також фантастика чи фентезі, трохи менше читають класику, наукові і науково-популярні книги. П'ятірка найбільш популярних авторів: Ліна Костенко, С. Жадан, Ю. Андрухович, О. Забужко, В. Шкляр. За останній рік жодної друкованої книги не придбали 60% опитаних. 29% придбали 1–5 книг, і лише 0,2% – більше 50. Середня ціна останньої придбаної книги, серед тих, хто їх купував, становить 135 грн. Найбільше на вибір при покупці впливають рекомендації друзів (на це вказують 46% читачів), автор, анотація та її ціна. Серед тих, хто впродовж останнього року придбав хоча б одну книгу – 39% купували книги на подарунок. Найчастіше книги купують в маленьких місцевих книгарнях. Дослідження проведено з 26 жовтня по 1 листопада 2018 року в усіх регіонах України за винятком Криму та окупованих територій Донецької та Луганської областей [11, 12].

Падіння читацької культури не може не позначатися на видавничому бізнесі. Як стверджують у Державній науковій установі «Книжкова палата України імені Івана Федорова», за останні п'ять років випуск видавничої продукції в нашій країні становить близько однієї книжки в рік на людину. Головними стримувальними факторами розвитку книговидавництва, окрім зниження рівня інтересу до читання, в Держкомтелерадіо, яке відстежує розвиток видавничої справи в Україні, називають недостатній рівень державної підтримки галузі, низьку конкурентоспроможність, а також низький рівень попиту українців на вітчизняну видавничу продукцію, обумовлений зростанням цін на неї і зменшенням реальних доходів населення [13].

Втім, як зазначає програмний директор Medialab Katowice (Польща), спеціаліст з візуалізації даних, автор книжки «Культура даних. Алгоритми, що посилюють увагу» Кароль Пекарський, «ми досі продовжуємо читати. Але тепер ми читаємо в дещо інший спосіб. Ми використовуємо наші очі, але залучаємо також інші чуття. Ми використовуємо дотик, вуха ми по-різному сприймаємо інформацію. Сучасна культура й читання більш багатовимірні».

На думку Кароля Пекарського, усі, хто живе в сучасному суспільстві, чули про прихід цифрової епохи, дефіцит уваги, надмір інформації. І, живучи в таку епоху, проголошують смерть книги. Принаймні цифрові технології мали б привести до кінця книги. Водночас можна спостерігати, що деякі книжки продаються мільйонними тиражами, книжкові фестивалі процвітають, а люди досі звертаються до книжок і читають їх. То чи правда ми можемо говорити про занепад і кінець книги?

Насправді, впевнений Кароль Пекарський, ми вже багато разів проходили крізь такі ситуації. Винайдення кіно не знищило театр, телебачення не знищило кіно, поява інтернету не відволікла людей від телебачення. Єдине, що можна констатувати, що зараз, в епоху інтернету й інформаційного насичення, автор більше бореться за увагу читача. Конкуренція за увагу читача стає більш жорсткою.

2008 року журналіст Ніколас Карр опублікував статтю, яка називалася «Чи робить Google нас тупішими?», яка пізніше переросла у книжку. Він говорив, що коли ми читаємо з екрана, коли ми читаємо короткі тексти, які зазвичай розміщуються в інтернеті, то структура нашого мозку починає перебудовуватись. Наші нервові зв'язки утворюються інакше. Ми втрачаємо фокус, ми втрачаємо здатність концентруватися, і ми більше не можемо читати довгі тексти.

Але проблема з цією теорією, – наголошує Кароль Пекарський, – полягала в тому, що ті когнітивні дослідження, до яких апелює Ніколас Карр, ще перебувають на дуже ранньому етапі дослідження. Тож про цю теорію багато дискутували. Навіть когнітивісти, які підтримали цю ідею і зацікавилися нею, вступили в дебати навколо цієї теорії, вони апелювали до іншої думки. Якщо вже наш мозок і нервові зв'язки такі гнучкі, щоби змінюватися за кілька днів чи місяців під впливом читання коротших текстів, то чому б їм не змінитися назад за читанням довших і вдумливіших текстів?

Перенасичення інформацією лякало не лише людей ХХ–ХХІ століть. У час Ренесансу джерелом цього перенасичення інформації було відкриття нових світів, перевідкриття стародавніх текстів, а також поява й поширення друкованої літератури.

Зараз гуманітарії турбуються про посилення так званих нових медіа, але ще в епоху Відродження люди, які знали про весь навколишній світ ще менше, ніж ми сьогодні, були залякані відкриттями нових світів і територій. Що відбувалося? Люди шукали способи керувати цією інформацією та передозуванням. Вони створювали своєрідні записники, що складаються з цитат з усієї інформації.

Якщо сьогодні викладач переживає, що його учні багато копіюють, він має знати, що цю технологію винайшли ще в XVI столітті. І якщо зараз здається, що книжка є чимось святим і непорушним, то читачі в XVI столітті писали на берегах книжок, використовували ножиці, щоб вирізати потрібні їм цитати з

книжок. А якщо сьогодні переживають через сильну позицію Вікіпедії, то так само треба пам'ятати, що у XVIII столітті існували інтелектуали, яких суспільство критикувало за те, що вони не пишуть оригінальні книжки, а просто створюють енциклопедії.

І всі сучасні стратегії, які сьогодні використовують, щоб боротися з перенасиченням інформації, були винайдені фактично в епоху відродження й просвітництва.

Тож сьогодні, на думку Кароля Пекарського, є певна кількість хибних уявлень про читання. І перше із них полягає в уявленні, що раніше люди читали більш сконцентровано. Також ми думаємо, що книга не еволюціювала від моменту своєї появи, що також хибно. І ми так само припускаємо, що культура і знання не можуть існувати без друкованої книги [14].

«Зараз ринок – це дуже складне явище, яке базується не тільки на літературі, а ще й на інших засобах медіа. Екранізація чи комп'ютерна гра на основі твору – теж частина ринку і мистецтва», – наголошує критик Марія Галіна [2].

Водночас, фахівці зазначають, що поглиблення економічної кризи зменшило і без того низький попит на книжки: українці стали менше витратити на товари першої необхідності, а на книжки – й поготів. До того ж, непрості умови ведення бізнесу й відсутність державних програм гальмують створення якісної пропозиції.

Але, як не дивно, українські видавці констатують поживлення ринку та зародження конкуренції, і подекуди книговидавництво набуває нових обрисів. Виграють передусім ті, хто поставив на високу якість продукції та її промоцію, а також намагається краще знати свою аудиторію.

Падіння платоспроможності українців не означає, що вони ладні купувати якомога більше дешевих книжок. Тому видавцям точно не варто економити на папері, дизайні, а тим паче, на якості перекладу та редактурі.

«Читачі стали більш вимогливими, вони купують менше, але хочуть мати справді вартісну книгу, яку приємно буде мати у своїй домашній бібліотеці. Це скорочення прірви між видавничими смаками й смаками аудиторії не може не тішити», – переконана куратор Книжкового Арсеналу Ольга Жук.

Навіть найбільші видавництва, чиї накладі певною мірою тримають ринок на плаву, намагаються не гнатися за кількістю, а виважено ставитися до того, що друкувати, а що ні. Директор видавництва «Фоліо» Олександр Красовицький розповів, що хоча тиражі «Фоліо» впали на 20%, але кількість помітних новинок зросла, як і продажі нових книг загалом. Але поза тим виникають малі видавничі ініціативи, які створюють конкуренцію знаним гравцям ринку штабу А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА. Наш формат, Лаурис, Видавництво Жупанського, Дискурсус та інші намагаються не лише тримати задану планку, а й грати на випередження у формуванні смаків аудиторії.



Кризовий час – нагода експериментувати та випробовувати різні жанри, формати, стратегії, одночасно працювати з різними аудиторіями. Приклад деяких видавництв показує, що іноді правилами ринку краще й не перейматися, а плисти проти течії.

Так, Святослав Померанцев називає книжкові проекти Meridian Czernowitz своїм хобі й каже, що його видавничий проект більше скидається на літературного агента: «Видавець має задовольняти потреби читача, а ми задовольняємо потреби автора. У нашому випадку наш клієнт – це наші друзі, письменники».

Такий підхід дав змогу Meridian Czernowitz згуртувати довкола себе Юрія Андруховича, Сергія Жадана, Юрія Іздрика, Тараса Прохаська, Катерину Бабкіну, Андрія Любку та інших. Хоча, слід зауважити, можливість видавати більш-менш відомих письменників в Україні аж ніяк не свідчить про суперприбутки: сукупний наклад у 10–20 тисяч – стеля, і це для 40-мільйонної країни.

Видавництво Старого Лева за останні роки виросло з дитячого видавництва на справжнє сімейне. Видавництво вміє створювати масову продукцію, яка монетизується заради більш важливих для засновників проектів.

«Найтиражніші» книги ВСЛ – це розмальовки Джоани Басфорд. Але колективу видавництва особливо важливо, щоб українська художня література знайшла свого читача. «На прикладі Софії Андрухович, Романи Романишин та Андрія Лесіва, Тараса і Мар'яни Прохаськів, Юрка Іздрика і багатьох інших можу сказати, що українські автори цілком можуть бути успішними», – каже Мар'яна Савка.

Київські «Основи» – ще один приклад видавництва, яке намагається заповнювати порожні ніші літератури. Дана Павличко, яка успадкувала видавництво інтелектуальної та професійної літератури, вирішила суттєво розширити його тематичні пріоритети й просувати нетипові для української аудиторії книги: як-то англomовний путівник «Awesome Ukraine», культурологічне дослідження «Мистецтво шістдесятників», альтернативні видання шкільної серії «Розстріляне відродження» та «Кайдашева сім'я», документальний альбом про Майдан, комікси про ів-Троля.

Також «Основи» вперше опублікували Коран українською та запустили мобільний додаток Awesome Kyiv – путівник для тих, хто хоче пізнати нетуристичний Київ. Те, що поєднує таку різноманітну й зовсім нестандартну для українського ринку продукцію «Основа», – концептуальний підхід до оформлення кожної книги та вибудована стратегія промоції видань.

Попри зниження обсягу публікацій, українські видавництва всіляко намагаються розширювати свій асортимент. Однією з найбільш запитаних ніш виявилася література на актуальні теми: Євромайдан, війна на Донбасі. Ажіотаж довкола книги «Аеропорт» Сергія Лойка став яскравим підтвердженням цієї тенденції. І хоча нашвидкуруч осмислені суперечливі події

часто виявляються низькоякісною літературою, 6 із 20 найбільш продаваних книжок на сайті *YaKabo* присвячені якраз найновішій історії.

Звісно, є й інший бік медалі: українські видавництва досі не здатні занурювати читача в актуальний світовий контекст літератури. Цьому є об'єктивні причини. Як зауважує директор «Фоліо» Олександр Красовицький, потрібні дуже серйозні вкладення в авторські права та переклади. «Але українські видавництва без стандартного для всього світу бібліотечного замовлення не здатні кардинально змінити картину ринку перекладів», – вважає він.

Однак Мар'яна Савка констатує поживлення на ринку купівлі іноземних прав. «Кілька гравців українського ринку конкурують, намагаючись придбати права на ключові твори іноземних авторів. А це ознака того, що в нас скоро з'явиться багато нової перекладної літератури».

Такі видання, як ВСЛ, Видавництво Жупанського, Наш Формат та інші уже випустили та анонсували вихід кількох знакових нон-фікшн і художніх творів сучасності [15].

За 2017 рік кількість угод на переклад зарубіжних авторів українською збільшилася на 300–400 %. При цьому оголилася інша проблема. Раніше в Україні існувала потужна перекладацька школа. Фахівці, які працювали з угорськими, данськими, турецькими, фінськими текстами, пішли. А за відсутності потреби нова генерація не з'явилася (за винятком окремих перекладачів). Водночас сьогодні між видавцями йдуть дуже серйозні конкурентні війни за право перекладати та видавати достойні твори. При тому ціни на ліцензії сягають космічних висот [16].

«Якщо раніше більшість іноземної літератури можна було придбати і прочитати переважно російською, сьогодні українські книговидавці все активніше перекладають як сучасні популярні твори, так і класиків світової літератури», – зазначають у дослідженні, оприлюдненому на сайті *texty.org.ua*.

Один із критеріїв, який впливає на рішення видати книгу, – визнання твору у світі. А «світ» часто погоджується із групою літературних експертів, які входять до складу журі різноманітних літературних премій. Найвідоміші – Гонкурівська (*Prix Goncourt*, Франція), Букерівська (*The Man Booker Prize*, Британія) та Пулітцерівська премія за художню книгу (*Pulitzer Prize for Fiction*, США).

За 4 останні роки український книжковий ринок почав наповнюватись визнаними зарубіжними творами. Якщо взяти всі книжки, що отримали одну з цих премій (а всього було відзначено 256 творів), українською перекладено 54 твори (21%). З них 7 творів перекладено до проголошення незалежності України, 13 – з 1991 по 2014 рік і 34 – після Революції Гідності, з 2015 року.

Серед лауреатів Пулітцера можна знайти як невідомі українському читачеві прізвища, так і ті, що вже вважаються сучасними класиками. Переможці останніх років перекладаються в Україні з дивовижною швидкістю –

«Підземна залізниця» Колсона Вайтхеда з'явилась в Україні того ж 2017 року, коли отримала премію (видавництво «Book Chef»). Так само і з «Все те незриме світло» Ентоні Дорра (2015 рік, «Клуб сімейного дозвілля»).

Давніші твори теж не залишаються осторонь. У 2016 році видавництво «Фабула» переклало книгу «Епоха невинності» Едіт Вортон, яка за 95 років до того (в 1921 році) здобула Пулітцера. А 78 років знадобилось, щоб вийшла українською книга «Грона гніву» Джона Стейнбека – лауреата Пулітцерівської премії 1940 року («КМ-Букс», 2018 рік).

Лідером перекладів творів-лауреатів премій є «Клуб сімейного дозвілля» (10 перекладів). На другому місці із 8 перекладеними книжками – «Видавництво Старого Лева», третє місце і 7 перекладів – у «Фабули» (до речі, на сайті видавництва навіть підкреслюється, що переклад лауреатів міжнародних премій є пріоритетним напрямом їхньої діяльності).

У дослідженні, оприлюдненому на сайті texty.org.ua, зазначено, що не останню роль для розвитку українських видавництв зіграло обмеження на ввезення російських книг на територію України. Із зменшенням можливостей придбати російські переклади, український читач почав переходити на україномовну літературу. Проте є ймовірність, що довго такий ефект не протримається.

Оскільки обмеження стосується в першу чергу книг із антиукраїнським змістом, російськомовна перекладна література поступово повертається на український ринок – уже проходячи за критеріями ліцензування [17].

Взагалі, ставлення до Закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо обмеження доступу на український ринок іноземної друкованої продукції антиукраїнського змісту», який було введено в дію з 1 січня 2017 р., доволі неоднозначне. «Очікуваного вибуху українського книговидання так і не сталось», – констатує президент Української Асоціації видавців і книгорозповсюджувачів Олександр Афонін. На його думку, це призвело до «вимивання» російської книжкової продукції, незалежно від її жанру. Передусім це торкнулось системної та організованої книжкової торгівлі. Стрімко нарощувалися «сірі» постачання «човниками», а також обсяги піратських видань російських авторів на території України. Реалізація цієї «сірої» і контрафактної продукції відбувалась на книжкових базарах. При цьому ціни на таку російську книгу, особливо на спеціалізовану літературу, виросли у 1,5–2 рази [18].

«Це безумовно корисний закон, – впевнений книговидавець, директор видавництва «Галицька видавнича спілка» Ярослав Сватко. – Але щоб він сильно допоміг українським видавцям в розвитку, то ось тут я сумніваюся. Це трішки інша річ. Так, він сприяв тому, що люди стали менше купувати тих книг, відтак, можливо якийсь їхній відсоток купив українські. Але це зовсім інше, це історія інформаційного протистояння, створення нормального українського простору. Якщо ж говорити про розвиток книговидання, то в

наших політиків поки нема розуміння, чим відрізняється економіка книговидання від економіки ресторанного господарства. Книжку не можна надрукувати поштучно. Якщо хочете розбити з цього комерцію, то мусите надрукувати великий наклад. При цьому сьогодні він має бути хоча б від 3 тисяч примірників. А тепер питання: за скільки він продасться? Тут головне питання економіки книговидання. Ви вклали гроші, вони лежать у книжках на складі і продаватимуться 5 років. Я цю цифру беру не «зі стелі», це економічний стандарт в Англії: там вважається, якщо книжка продася за 5 років, значить все нормально. Так є в усіх країнах і в нас, в Україні, це також є. Це означає, що значна частина обігових коштів видавця є замороженою в накладах, які лежать на складах. І держава повинна це розуміти. А, як я уже говорив, книжка є елементом національної безпеки і держава, розуміючи це, повинна би була модифікувати своє законодавство так, щоби видавцеві було якось легше виконувати свою національно необхідну функцію. Адже видавнича справа не є суперприбутковою, нема у нас олігархів-книговидавців» [19].

Середня вартість української книги за відпускну ціною видавництва у доларовому еквіваленті за останні роки фактично не змінилася й складає \$3–3,5.

Змінився курс гривні щодо долара, а відповідно і вартість книги в національній валюті. Однак у роздрібній торгівлі вітчизняна книга, у порівнянні з відпускну ціною видавництва, коштує вже в два-три рази дорожче, а іноді й більше. Для пересічного споживача з його рівнем доходу ціна книжок у роздрібній торгівлі є завеликою [18].

Втім, співзасновник видавництва «Видавництво» Ілля Стронговський вважає, що книги в Україні коштують дешево, коли мали би дорого, і це погано для ринку. Чому? Бо основою ціни книжок в Україні є переважно вартість друку, а не створення і підготовки тексту. Папір дорожчий за людей, якщо грубо. Значить людям не вигідно робити книжки добре. Щоб зробити книжку гарно, треба багато часу, який має бути гідно оплачений. Якщо оплата низька, за той самий час людина намагається зробити значно більше книжок. Страждає книжка, в результаті. І працівник. І читач. Країна на 40 млн, а профі в справі – одиниці. Чому? Ну бо треба платити, щоби люди мали можливість не тільки надирватися на немислимих обсягах роботи за копійки, а працювати комфортно, мати можливість професійно зростати, чи, перепрошую, влаштувати собі лікарняний.

Водночас, Ілля Стронговський впевнений, що країні потрібно багато дуже дешевих книжок. Дешевих через значний наклад, але недешевих через вкладену працю. А поки цього не сталося, у нас будуть посередні книжки – за ціною і якістю – і дорогі, для небайдужих. Але це не означає, що дорогі книжки країні не потрібні. На Заході ціна книжки 10–20 євро, якщо ми хочемо, щоби книжкова сфера (редактори, перекладачі, оформлювачі, продавці, друкарні) заробляла як там, мусимо платити як там. Але оскільки рівень життя в нас різниться, то на 10–20 євро в Україні можна зробити значно крутіше, ніж на

Заході, навіть при малих накладах. Але для того, щоби це оцінити, потрібна деяка читацька культура. Ми бачимо свого споживача серед людей, які звикли до західного рівня якості й складних тем [20].

Що ж до книжкового асортименту, то вітчизняні видавництва активно заповнюють жанрові ніші художньої, дитячої літератури та для юнацтва, видань для дозвілля. Останні три роки поступово відроджується вітчизняна ніша нон-фікшн. Однак заповнюється вона переважно перекладними виданнями зарубіжних авторів. Залишаються напівпорожніми ніші спеціалізованої та бізнесової літератури, технічних і технологічних видань, наукових видань з природничих наук, інженерії, архітектури, агротехнологій, спеціалізованих словників сучасної термінології.

Власне, йдеться про жорсткий дефіцит вітчизняної літератури, яка працює на розвиток людського потенціалу, формування у населення країни професійних навичок, вмінь і сучасних знань з усіх сфер життєдіяльності людини. Однак підготовка чи переклад і видання такої літератури потребують додаткових і дуже значних фінансових ресурсів, які нині у вітчизняних суб'єктів книговидавництва відсутні [18].

Протягом років незалежності українські видавці втратили профільних авторів. Наприклад, науковий кластер 80-х та 90-х років минулого століття через свій вік вже не може працювати. Нова авторська школа так і не з'явилась.

На це є дві причини. Перша, стандартна – відсутність фінансування науки. Друга – відсутність запиту від видавців, адже максимальний наклад наукової літератури – це 500 примірників. Такі наклади не цікаві з фінансової точки зору. Російські видавництва робили більші наклади, бо орієнтувались на увесь пострадянський ринок.

А в Україні видавництва, що працювали з науковою літературою ще 20 років тому, сьогодні нічого не видають.

Та, як вже зазначалося, протягом останніх років нон-фікшн та бізнес-література з'явилась на українському ринку. Це здебільшого описи життя видатних бізнесменів, новаторів та політиків [21].

Водночас, засилля перекладів бізнес-літератури на українському ринку породило ще одну проблему – у нас відбувається нарощення видань в одній жанровій ніші коштом інших. Тобто, обсяг обігових коштів, якими оперують українські видавництва, не зростає. В погоні за літературними трендами видавництва скорочують фінансування одних жанрів і концентруються на інших.

Найбільше фінансування «відкусили» у технічної і науково-популярної літератури та від дитячої книги.

Ще однією жертвою нон-фікшну стала сучасна українська художня література. Працюючи на переклади, український видавець почав обмежувати бюджет на друк книг молодих українських авторів. Видати 1,5 тис. книжок – не дорого. Дорого – провести якісну піар-кампанію.

Загалом, книговидавнича галузь – найменш капіталізована та не дуже приваблива для інвесторів. Наприклад, в Україні у 2016 році було видано книжок за видавничими цінами приблизно на 112 млн. Для порівняння, у Німеччині за цей же рік придбали книжок на \$9,2 млрд [22].

На думку Олександра Афоніна, потрібно на рівні держави розв'язати питання системного пільгового кредитування суб'єктів галузі, залучення до її розвитку інвестицій з інших сфер бізнесу на цікавих для інвесторів умовах, виписаних в законодавстві. Лише після цього можна розраховувати на суттєве й динамічне зростання обсягів виробництва різножанрової вітчизняної літератури і, відповідно, її споживання. А потреба в такій літературі останнім часом відчутно зростає [18].

Інша серйозна проблема для більшості видавництв – піратство. Бажання читача отримати безкоштовний (нелегальний) контент може вдарити по видавництвах навіть серйозніше, ніж конкуренція з боку російських видавців. Наприкінці 2017 року видавництво «Наш формат» припинило публікувати нові твори в електронному форматі на своєму сайті. Причиною стали піратські телеграм-канали з можливістю після незначного одноразового вкладу отримати доступ до великої кількості електронних книг. Зараз новинки цього видавництва можна придбати лише на захищених ресурсах [17].

Доволі складною є й ситуація з дистрибуцією книжок.

«Щодо української книги, то в нас відсутня дистрибуційна система, тому кожен видавець намагається самотужки донести свою книгу. 80% виданих в Україні книг не полишають межу своєї області, і лише найбільші видавництва, як «Фоліо», КСД чи «Навчальна книга: „Богдан”» коштом великого асортименту й власних контактів розповсюджують свою продукцію всією країною», – розповідає Олександр Афонін [15].

Можливий вихід для видавців – розвивати свою діяльність в інтернеті. І не лише співпрацювати з інтернет-магазинами, як Yakaboo, а й розробити систему купівлі через власний сайт. За словами Дани Павличко, близько 50% продукції «Основ» реалізуються саме таким чином [15].

Важливим є й промоція книги.

Сучасне книговидання – це не лише публікація книжок та отримання з них прибутку. Аби мати успішний бізнес, доводиться супроводжувати книжку аж до моменту її купівлі на касі.

«Усе, що ми робимо – це комунікація, – каже Дана Павличко. – Ми дуже багато вкладаємо зусиль у спілкування з читачами, аби вони дізналися про наші книжки, зрозуміли потребу в інтелектуальній літературі. Без подібних зусиль, з точки зору маркетингу, комунікації і піару, дуже складно».

«Основи», як і ВСЛ, – видавництва, які найбільш ретельно підходять до оновлень свого сайту та сторінок у соцмережах, намагаються творчо підходити до кожної презентації. Для ВСЛ неабияк важливою є також участь у соціальних проектах.

Книжкові презентації – ключовий секрет промоції книжкової продукції Meridian Czernowitz. «Позитивний publicity – це особиста присутність» – ділиться секретами промоції Святослав Померанцев.

Маркетингові стратегії та промо-акції перестали бути другорядними забавками для видавництва, а перетворилися на ключову для розвитку діяльність [15].

Варто зазначити, що інформації про вихід книжок у нас замало.

Так, PR-менеджер видавництва «Клуб сімейного дозвілля» Іван Лопатченко констатує, що у нас є 5–7, максимум 10 літературних сайтів, які можуть періодично писати про книжки. Але ці ресурси не мають такого охоплення, як суспільно-політичні сайти. Є лише 10–15 суспільно-політичних сайтів з охопленням аудиторії у 70–100 тисяч відвідувачів на день, які розміщують всього декілька «літературних» новин на тиждень. І окрім цих декількох новин про літературу, а також 5–10 сайтів про літературу, більше інформаційного літературного поля нема. І зовсім немає практики, коли рецензії на книжки пишуть популярні, розважальні видання.

І ще цікаво, що ці сайти (зазвичай київські) орієнтуються більше, як ведеться зараз це називати, на «високу полицю». Вони більше приділяють увагу книжкам із накладом по 500–1000 примірників. Про таку літературу, що продається по 50–70 тисяч примірників на рік, пишуть тільки літературні сайти, і тільки якщо дуже вже постаратися й активно працювати з книжкою, вдається залучити й інші канали.

Нам далеко до європейського чи американського медіа-ринку, – впевнений Іван Лопатченко. «Наприклад, The New York Times мають окрему рубрику The New York Times Best Seller List, де пишуть саме про книжки. Про «Дівчину в потязі» Пола Гоукінз, за нашими даними, у The New York Times з'явилося щонайменше 10 рецензій, згадок, книжка постійно фігурувала в опитуваннях, логічно, що потім це пішло хвилями по інших ЗМІ. У Великій Британії та інших країнах Європи теж був значний резонанс. У нас же з'явилося 3–4 відгуки, до того ж, не на найбільш популярних сайтах, хоча книжка трималася в топах продажів, зокрема у топ-5 книгарні «Є» впродовж 4-х місяців. Продалися 30–40 тисяч примірників – це величезна цифра, яка в наших реаліях означає, що прочитали її 60 тисяч людей» [22].

Важливим елементом діяльності видавництва є потужна мережа збуту. Проте нині в Україні більш-менш нормальна ситуація із книгарнями тільки в Києві, Харкові, Львові та Дніпрі. В інших містах магазини можна порахувати на пальцях однієї руки, а в більшості українських міст, навіть обласних центрах, у кращому випадку є максимум один книжковий магазин. За словами PR-менеджера видавництва «Клуб сімейного дозвілля» Івана Лопатченка, Книжковому Клубу дозволяє випускати таку величезну кількість книг саме власна мережа книжкових магазинів, яка зараз налічує 75 магазинів у

всіх обласних і в багатьох районних центрах. В іншому разі налагодити таку масштабну діяльність видавництва було б складно [13].

Видавничий ринок – це єдиний механізм, впевнений один з засновників Української національної мережі «Буква» та Видавничої групи КМ-БУКС Ярослав Маринович. – «І видавці, і книгорозповсюджувачі – єдине ціле. Не може бути добре мережам, а погано видавцям. На жаль, деякі оператори останнім часом ухвалюють рішення, виходячи із такого підходу та свого інтересу. Книжок багато, тому вони перекладають на видавців витрати по логістиці, встановлюють недосяжні показники щодо оборотності у регіональних книгарнях, ховають звітність у точках продажу тощо. «Буква» так не робить та робити не збирається. Навпаки, ми будемо розширювати співпрацю з маленькими та середніми видавництвами та допомагати їм розвиватися. За торговельною площею «Буква» є найбільшою мережею країни, тому місця вистачить усім. Кожен постачальник може перевірити присутність своїх книг у будь-якій нашій крамниці як за допомогою інформаційної системи, так і просто фізично провести інвентаризацію залишків. Ми ніколи це не заперечуємо, а навпаки підтримуємо. Увесь проданий товар автоматично переходить у заборгованість перед постачальником. Ми нічого не приховуємо» [23].

Неабияка заслуга у розвитку книжкового ринку та популяризації читання у Форуму видавців та Книжкового Арсеналу, чия аудиторія зростає кожного року. Небезпідставно жартують, що українці купують книжки лише двічі на рік. Обидві головні книжкові події намагаються зміщувати свій фокус із майданчиків ринкової взаємодії до майданчиків нового сенсу. «Сподіваюся, що успіх дискусій на різні соціальні, політичні, філософські, психологічні та державотворчі теми, не кажучи вже про звичну літературно-культурну тематику, підштовхнуть видавців до пошуку нових авторів та ідей», – каже директорка Форуму видавців Олександра Коваль [15].

Що ж до ролі держави у розвитку літературного ринку та популяризації читання, то загалом автори публікацій на відповідну тематику оцінюють її негативно. На думку більшості фахівців, «за відсутності цілеспрямованої державної політики..., цим займають окремі інституції, видавництва та медіа» [15].

Втім, такі жорсткі оцінки не є зовсім об'єктивними. Так, у 2018 році Український інститут книги у співпраці з Міністерством культури України та представниками Експертної ради уклали список книжок, які до кінця року будуть розповсюджені обласними, національними та сільськими бібліотеками. Бюджет закупівель становить 120 млн грн. Загальний наклад – 102 880 примірників від 92 видавництв.

У цьогорічному конкурсі пропозицій для поповнення бібліотечних фондів брали участь 137 українських видавництв. Серед літературних пропозицій виокремлюють чотири основні напрями: науково-популярні, довідкові,



літературно-художні та громадсько-політичні. Загалом було подано 2 779 заявок. До розгляду Експертній раді були представлені 2 470 найменувань, серед яких обрали 741 україномовну книгу.

У 2018 році лідером серед видавців стало «Фоліо». 52 найменування надійдуть до публічних бібліотек по всій Україні. З різницею у дві книги відстає «Клуб сімейного дозвілля» – експертна Рада схвалила 50 назв, представлених видавництвом.

Збірка «300 поезій» Ліни Костенко, видана А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА, буде придбана найбільшим накладом у 2000 примірників. Закупівля усіх інших найменувань коливається в межах 500–1500 примірників, серед яких 17 назв були затверджені накладом у 500 екземплярів.

Серед понад 500 авторів фаворитом стала шведська дитяча письменниця Астрід Ліндгрен. У списку закупівель 20 її творів. Лідером серед сучасних українських письменників став белетрист Андрій Кокотюха. Експертна рада обрала 9 його творів, таким чином письменник розділив друге місце з автором історій про Шерлока Холмса – Артуром Конан Дойлем. На одну назву їм поступається письменник Андрій Курков. До списку закупівель увійшли 8 його творів. Серед обраних також можна помітити романи Дж. К. Роулінг, Агати Крісті, Стівена Кінга, Мирослава Дочинця, дитячі книги Сашка Дерманського та прозові твори Юрія Винничука.

Серед усіх авторів переважають зарубіжні назви – 277, але вітчизняні письменники не поступаються. Їхня кількість становить приблизно 226.

У порівнянні з 2014 роком у бібліотечних фондах збільшиться кількість книжок для дітей та підлітків, особливо у жанрі фентезі. Проте зменшиться число поетичних збірок та довідкової літератури (словників та енциклопедій) [24].

Ця статистика свідчить, що держава, попри численні звинувачення, все ж грає певну роль й у пропаганді читання, й у оздоровленні літературного ринку, всередині якого вже починають вирувати позитивні процеси.

Подальший розвиток галузі буде залежати не тільки від уміння видавців відчувати бажання читачів, а й від зовнішніх чинників, які впливають як на купівельну спроможність, так і на обсяги виробництва. На ринку з'явилася гідна конкуренція, його учасники орієнтуються на читацький попит і пропонують зробити самостійний вибір. Під впливом вимогливого читача у всіх видавництвах підвищилася якість книг. Багато хто почав приділяти увагу креативному дизайну ілюстрованого матеріалу, особливо в дитячій літературі.

Потреба наших громадян у самоосвіті, розвитку себе як особистості, знайомство з новинками сучасної української літератури та світовими бестселерами стимулює видавців до постійного пошуку нових імен, створення якісних книг. Зацікавленість культурним життям стає все вищою, і про це свідчить те, які черги можна спостерігати до спілкування з письменниками на книжкових виставках та в магазинах міст нашої країни.

Загалом, на українському ринку книговидавництва склалася ситуація, яку учасники ринку можуть використати на свою користь [13, 25].

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Настрої книжкових ринків [Електронний ресурс] / Інформація. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://diem.studway.com.ua/d/nastroi-knizhkovikh-rinkiv/>.

2. Мимка Д. Мистецтво чи ринок: як відрізнити масову літературу від елітарної? [Електронний ресурс] / Мимка Д. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://www.chytomo.com/mystetstvo-chy-rynok-iak-vidriznyty-masovu-literaturu-vid-elitarnoi/>.

3. Родик К. Як «Книжка року» з'явилась в Україні / Родик К. // Україна молода. – 2018. – 13 листоп.

4. Ярослав Маринович: Росіяни хочуть повернутись на книжковий ринок України. Для них це – політичне питання [Електронний ресурс] / Ярослав Маринович: – Текст. дані. – Режим доступу: <http://bukvoid.com.ua/events-interview/2018/07/09/100037.html>.

5. Шидловська Є. Андрій Курков: «Мають домінувати книжки про любов і життя» [Електронний ресурс] / Шидловська Є. – Текст. дані. – Режим доступу: / [https://www.bbc.com/ukrainian/society/2016/09/160920\\_kurkov\\_interview\\_book\\_she](https://www.bbc.com/ukrainian/society/2016/09/160920_kurkov_interview_book_she).

6. Макс Кідрук: порівнювати мене з Кінгом – принизливо [Електронний ресурс] / Макс Кідрук. – Текст. дані. – Режим доступу: [https://www.bbc.com/ukrainian/society/2016/11/161104\\_book\\_2016\\_interview\\_kidruk\\_ag](https://www.bbc.com/ukrainian/society/2016/11/161104_book_2016_interview_kidruk_ag).

7. Український книжковий ринок розвивається стрімко, але не системно – видавці, письменники [Електронний ресурс] / Інформація. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://uacrisis.org/ua/60097-ukrayinskyj-knyzhkovyj-rynok>

8. Майже кожен третій українець взагалі не читає книжок [Електронний ресурс] / Інформація. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://argumentua.com/novosti/maizhe-kozhen-tret-i-ukra-nets-vzagal-ne-chita-knizhok>.

9. Мочарник І. Микола Шейко: Український книжковий ринок довго не поповнювався новими силами [Електронний ресурс] / Мочарник І. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://archive.chytomo.com/news/mikola-shejko-ukraiinskij-knizhkovij-rinok-dovgo-ne-popovnyuvavsvya-novimi-silami>.

10. Рейтинг українських видавництв [Електронний ресурс] / Інформація. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://bookforum.ua/rejtyng-ukrayinskyh-vydavnytstv/>.

11. Катаєва М. Книжкові фаворити: що і як часто читають українці / Катаєва М. // Вечірній Київ. – 2018. – 27 листоп.

12. Вражаюча статистика: більше третини українців не читають книжки / Інформація // Газета по-українськи. – 2018. – 28 листоп.

13. Огляд ринку. Книговидання [Електронний ресурс] / Інформація. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://msb.aval.ua/news/?id=26190>.
14. Петренко Т. Кароль Пекарський про кінець книжок та майбутнє читання [Електронний ресурс] / Петренко Т. – Текст. дані. – Режим доступу: Петренко Т. <http://www.chytomo.com/karol-pyekars-ky-j-pro-kinets-kny-zhok-ta-majbutnye-chy-tannya/>.
15. Гриценко Є. Книжковий ринок: позаду залишаються скептики [Електронний ресурс] / Євген Гриценко\_ – Текст. дані. – Режим доступу: <http://www.korydor.in.ua/ua/cool-economix/knizhkovij-rinok-pozadu-zalishayut-sya-skeptiki.html>.
16. Про моду на читання та ренесанс української книги [Електронний ресурс] / Інформація. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.segodnya.ua/ukraine/pro-modu-na-chitannya-ta-renesans-ukrasko-knigi-1107405.html>.
17. Заборона книжок із РФ "запустила" бум перекладів українською [Електронний ресурс] / Інформація. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/2542476-zaborona-knizok-iz-rf-zapustila-bum-perekladiv-ukrainskou.html>.
18. Афонін О. Як змінився книжковий ринок в Україні у 2016–2017 роках [Електронний ресурс] / Олександр Афонін. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://delo.ua/opinions/knizhnyj-rynok-afonin-333650/>.
19. Головіна С. Ярослав Сватко: «Наш книжковий ринок закидували російською літературою, яка була цільово призначена для інформаційної війни» [Електронний ресурс] / Головіна С. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://portal.lviv.ua/news/2018/06/21/yaroslav-svatko-nash-knizhkoviy-rinok-zakiduvai-rosiyskoju-literaturoju-yaka-bula-tsilovo-priznachena-dlya-informatsiynoi-viyni>.
20. Стронговський І. Країні потрібно багато дуже дешевих книжок [Електронний ресурс] / Ілля Стронговський. – Текст. дані. – Режим доступу: Ілля Стронговський // <https://life.pravda.com.ua/columns/2018/12/6/234480/>.
21. Афонін О. Жертви нон-фікшна: як перекладна література змінює український ринок книговидавництва [Електронний ресурс] / Афонін О. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://kfund-media.com/zhertvy-non-fikshna-yak-perekladna-literatura-zminyuje-ukrayinskyj-rynok-knygovydavnytstva/>.
22. Батуревич І. Іван Лопатченко: Книжці легше потрапити в телефір, ніж у друковане видання [Електронний ресурс] / Іра Батуревич. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://archive.chytomo.com/interview/ivan-lopatchenko-prostishe-potrapiti-v-bestseller-na-ictv-nizh-do-drukovanogo-vidannya>.
23. Ярослав Маринович: Росіяни хочуть повернутись на книжковий ринок України. Для них це – політичне питання [Електронний ресурс] / Ярослав Маринович. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://bukvoid.com.ua/events/interview/2018/07/09/100037.html>.

24. Бібліотечні закупівлі: Астрід Ліндгрєн перемагає Ліну Костєнко [Електронний ресурс] / Інформація. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://www.chytomo.com/bibliotechni-zakupivli-astrid-linhrend-peremahaie-linu-kostenko/>.

25. Орлова Ю. Як розвивається українське книговидавництво [Електронний ресурс] / Орлова Ю. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://forbes.net.ua/ua/opinions/1422491-yak-rozvivaetsya-ukrayinske-knigovidavnistvo>.

Матеріал підготував

**Бурнашов І. Ю.**, зав. відділу  
наукового аналізу і  
узагальнення інформації

Комп'ютерне опрацювання та редагування **І. Г. Піленко**

Формат 60x84/16. Умовн. друк. арк. 1,16. Б/т. Зам. 125. Безплатно

---

НБУ імені Ярослава Мудрого, Київ-1, Грушевського, 1. Тел. 278–85–12