

**КНИЖКОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ
В КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ
ТА ПРОПАГАНДА КНИГИ І ЧИТАННЯ В ЕПОХУ ЗМІН**

(оглядова довідка за матеріалами преси, Інтернету та
неопублікованими документами 2018–2019 рр.)

Ринок книжкової продукції являє собою не лише складову ринкової системи кожної країни, але також складову її системи гуманітарної безпеки. Адже у процесі читання вітчизняної книжкової продукції відбувається солідаризація мешканців навколо спільних тем та уявлень, формується монолітна політична культура, визначаються лідери думок. Українська книжка – чинник поширення української мови, розвитку української літератури та культури. Вона закладає фундамент патріотичного виховання дітей і молоді, і без неї неможливо формування свідомого громадянина європейської України. Крім того, поза читанням не можна розраховувати на швидкий технологічний та науковий розвиток країни, впровадження інновацій, розвиток людського потенціалу [1].

Як зазначив Міністр культури, молоді та спорту Володимир Бородянський, «читання книги та любов до неї закладається в дитинстві. Тому плекання такої любові саме з цього віку, має бути... одним із фокусів держави. Друга важлива річ – це те, що книга повинна стати наративом, бути присутньою в суспільному просторі».

Також Міністр наголосив на необхідності розвивати єдиний культурний простір. «Для держави важливо, щоб люди читали українську книжку і взагалі читали... Ми повинні подивитися, як це відбувається в світі, що читають, що взагалі не читають і поставити собі реалістичну мету щодо досягнення певного відсотка людей, які читають книгу» [2].

Взагалі, серед різновидів дозвілля читання займає п'яте місце після перегляду телевізійних передач, читання ЗМІ, активності в соцмережах та слухання радіо [3].

А Книжкова палата звітує про значний ріст тиражів україномовних книжок та брошур. Про це свідчать дані випуску книжкової продукції у 2019 році, станом на 9 вересня, опубліковані на сайті установи.

Так, згідно з даними Книжкової палати, 2019 року побачили світ 21 млн 543 тис. 700 примірників книжок та брошур українською мовою, торік за цей

період їх вийшло 10 млн 300 тис. 500 екземплярів. Тобто, накладки україномовних книжок та брошур у 2019-му зросли на 109,2%.

Водночас тиражі російськомовних книжок та брошур, як стверджує установа, впали на 3,8% (3 млн 132 тис. 600 примірників у 2018-му і 3 млн 14 тис. 200 цього року).

Загальні ж накладки книжок та брошур, станом на 9 вересня, зросли на 80,5%, у порівнянні з аналогічним періодом минулого року (14 млн 307 тис. 400 штук та 25 млн 830 тис. відповідно).

Динаміка спостерігається і за кількістю виданих назв. Так дані Книжкової палати свідчать про те, що загальна кількість назв книжок та брошур, які вийшли 2019 року, склала 12 тис. 512 одиниць. В аналогічний період 2018 року це число дорівнювало 11 тис. 336, що на 10,4% менше.

Кількість україномовних назв книжок та брошур, за даними, якими володіє установа, зросла на 11,3%, російськомовних – на 2,5% [4].

Але ці статистичні дані, як й аналогічні показники 2018 року, можуть викликати лише дуже обережний оптимізм.

З одного боку, можна констатувати: за назвами книговидання вийшло з післяреволюційної кризи. А з іншого боку, як підкреслив Президент Асоціації видавців і книгрозповсюджувачів Олександр Афонін, зростання накладів україномовних книжок та брошур у 2019 р. проти 2018 р. на 109,2% є нереальним показником в розрізі комерційного книговидання, та може свідчити про зростання держзамовлення (наприклад, друк підручників) [4,5].

І справді. За I півріччя 2019 року, згідно з даними Книжкової палати, вийшло 8 млн 913 тис. 700 примірників підручників та методичок, що удвічі більше, ніж за I півріччя 2018-го (тоді їх побачило світ 4 млн 332 тис.). Динаміка росту назв навчальних та методичних видань склала 14% (2 тис. 204 за I півріччя у 2018 році та 2 тис. 520 у 2019-му) [4].

Крім цього, дані, які оприлюднила Книжкова палата, свідчать про значний спад (аж на 40,2%) випуску образотворчих видань (447 назв проти 747 минулого року). Тиражі ж цих видань знизилися аж на 64% (1 млн 908 тис. 700 у 2018-му і 687 тис. екземплярів у 2019-му).

Це підтверджує і засновник видавництва «Артбук» Павло Гудімов. Зниження кількості образотворчих книжок він пов'язує з великими витратами на їхнє створення. За його словами, ці видання лише мають вигляд комерційних, а насправді є збитковими.

«Їхній випуск є не те, що не вигідним, він є суперне вигідним. Я декілька разів підіймав питання про те, що візуальну літературу необхідно спонсорувати. Вона є дотаційною. Держава повинна це розуміти. І дбати не лише про художню літературу, переклади, а й про візуальні видання», – наголосив він.

За спостереженнями Гудімова, за останні три роки кількість візуальної літератури знизилася практично утричі і продовжує зменшуватися.

Видавці шукають вихід з цієї ситуації і кооперуються для створення візуальних видань [4].

Директор видавництва Vivat Юлія Орлова теж не відзначає 2019 року ані збільшення тиражів, ані зростання кількості найменувань. Що ж стосується мови видань, видавець справді спостерігає ріст кількості україномовних книжок.

«Так, дійсно, ми видаємо все більше книжок українською. Російськомовні видання Vivat-у можна перерахувати на пальцях. Причин кілька. Перша – наша суспільна позиція. Місія видавництва – популяризація української культури та літератури. Тож ми намагаємось видавати якомога більше творів вітчизняних авторів, написаних рідною мовою.

Друга причина – попит. Українська входить у моду. Нею говорять, нею читають, нею дивляться фільми. Наші читачі самі створюють тенденції на книговидавничому ринку.

Крім цього, набув чинності закон про мову, що обмежує реалізацію книжок російською. Та й авторські права на російськомовні видання купувати не просто та дорого», – зазначає Юлія Орлова.

Також вона підкреслює, що, за її спостереженнями, українські читачі стали більш вибагливими. Тож видавництво дбає більше про якість книжок, а не про їхню кількість [4].

Все ж, динаміку збільшення україномовних книжок можна пояснити не лише державним регулюванням, а здебільшого модою на український продукт і лояльністю громадян до української мови. Так за даними дослідження «Бути українцем сьогодні» від маркетингової компанії UMG, кожен третій російськомовний українець почав частіше говорити українською мовою. А кожен другий українець обирає товари українського виробника, аби надати свій внесок у розвиток економіки країни.

Втім, за даними соціологічного опитування Ukrainian Reading and Publishing Data 2018, частка читачів, які обирають книжки російською мовою (28%) є дещо вищою, у порівнянні 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. А молодші респонденти дещо частіше віддають перевагу книгам українською мовою. Розбіжності у цих даних, а також вартість книжок російського виробництва, що легальним чином потрапили на територію України, можуть свідчити зокрема й про великий обсяг контрафактної продукції російською мовою [5].

Проте, зустрічаються й критичні відгуки про його стан та функціонування вітчизняного книжкового ринку. Зокрема, Президент Української асоціації видавців і книготорговців Олександр Афонін зазначає, що український видавничий бізнес перебуває на середньовічно-європейському рівні. Відсутні можливості для розвитку торгівлі і розширення асортименту, тому що рівень капіталізації галузі тримається в межах 140 млн доларів, а це вкрай маленька сума. Для порівняння, у Польщі ведеться облік проданої продукції, а не тільки виданої, як у нас. Там сума становить 1,1–1,2 млрд євро. В Україні видавець має дуже обмежений доступ до кредитних коштів. Тому що книга – це «довгограючий» продукт, вона довго створюється і довго

продається. У таких обставинах банківські умови навіть успішного видавця можуть перетворити на банкрута. З цієї причини видавнича галузь в Україні є капсульованою, тобто вариться сама в собі [6].

Також за словами Олександра Афоніна, кожен видавничий бізнес на початок року, умовно кажучи, має «пиріг». Раніше дві третини цього «пирога» він віддавав на видання українських авторів – він шукав їх і розкручував. Сьогодні тільки 50% цієї частини йде до українських авторів. У новому році це вже буде не 50%, а 40%, тому що при всіх витратах простіше купити права на видання твору зарубіжного автора, зробити переклад (може, і не завжди якісний), але викинути на ринок продукт з уже відомим ім'ям [6].

Втім, зменшення інтересу видавців до сучасних українських авторів має не тільки суто комерційні підстави. Так, за словами літературного критика Юрія Володарського, наші письменники погано генерують сенси й не встигають за життям. «Нам катастрофічно бракує реалістичної літератури, – каже Володарський. – Немає великих романів. Іноді з'являються „большие” романи, але не варто їх плутати з „великими”. Коли до останніх зараховують „Музей покинутих секретів” Оксани Забужко, мені стає ніяково. Так, об'ємний твір, там якісь важливі речі, але література це посередня... Насичений сенсами роман – рідкість в українській літературі сьогодні. З'явився феномен – „Добрі новини з Аральського моря” Ірени Карпи. Історія чотирьох українок у Парижі... Де тут взагалі хоч якісь сенси? Щоб розповісти, про що ця книжка, довелося би переказувати сюжет. Літератури там немає... У нас біда в нездатності створювати книжки, присвячені якійсь темі, а не оповідку історій. Не те, щоб роман має просувати якісь ідеї. Але коли там ідеться лише про те, що поїли й поносили та як потрахалися, – мабуть, цього трохи замало» [7].

Водночас Олександр Афонін наголошує, що українці не можуть дозволити собі купувати багато книг. За європейськими і навіть російськими мірками, наша книга досить дешева. Але і заробітні плати у нас низькі, особливо у так званої «інтелігентної публіки», яка звикла і готова читати. Це призвело до того, що в 2018 році українські видавці вперше почали масово демпінгувати – скидати ціни на книги (до 70%), щоб повернути хоч якісь гроші [6].

Націнки книгарень, за різними оцінками, становлять від 50 до 150 % додатково до ціни видавництва. У результаті ціна книжки в книгарні іноді стає зависокою для споживача. У деяких європейських країнах проблема вирішується коштом впровадження фіксованих цін, які встановлює на книжки видавництво. Це робить їх доступнішими читачеві, а також стабілізує ринок і збільшує шанси невеликих видавництв і книгарень. Така практика, попри очевидні ризики і складнощі її впровадження, варта уваги як доволі перспективний напрям реформування книжкового ринку в Україні.

Водночас, перевагою книгарень є індивідуальний підхід до кожного покупця, можливість отримати фахову пораду, дізнатись про новинки та взяти участь у культурно-просвітніх заходах, які тут проходять. Це наразі є привілеєм мешканців великих міст України – Києва, Львова Харкова. Найгірше ж

забезпечена книгарнями Луганська та Житомирська області. Книгарям складно витримувати конкуренцію за торговельні площі з іншими суб'єктами ринкової діяльності, орієнтованими на більш прибуткові напрями. До того ж розвиток мережі книгарень гальмує фактична відсутність в Україні системи гуртової торгівлі. Це ускладнює роботу як установ роздрібною торгівлі, так і видавців, які самі змушені займатися доставкою своєї продукції в регіони [1].

Так, Олександр Афонін підкреслює, що видавець, навіть виготовивши літературу, не може її кудись розмістити – йому доводиться особисто займатися роздрібною торгівлею. А багато які навіть придбавають вживане поліграфічне обладнання, щоб заощадити гроші на друці. У світі таке вже давно не практикують, там кожна структура займається своїм профілем. Видавець, наприклад, займається роботою з автором, підготовкою тексту, макетуванням, ілюструванням. Потім він віддає книгу в поліграфію і забуває про неї [6].

Друкована книжка стає доступнішою для українського споживача завдяки інтернет-книгарням. Цей напрям книгозбуту активно розвивається завдяки гнучкій ціновій політиці, динаміці оновлень асортименту, зручності пошуку потрібної продукції та організації її доставки. Так, найбільша українська інтернет-книгарня Yakaboo.ua гарантує безкоштовне доставлення обраних покупцем книжок у будь-яке поштове відділення мережі Укрпошти. Вартість поштових послуг інших поштових сервісів коливається від 30 до 50 грн і не перевищує націнок магазинів (тим більше за умови одночасного замовлення кількох одиниць) [1].

Не випадково останніми роками в Україні помітно зросли обсяги продажів через ці канали збуту. Вони не лише роблять доступнішою книжку для української глибинки, але також дозволяють покупцям істотно заощаджувати завдяки нижчим цінам.

Ринок електронної (у тому числі аудіо-) книжки в Україні є доволі проблемним сегментом книжкового ринку. Причина цього, передусім, у поширенні піратства в мережі Інтернет, де легко можна відшукати безкоштовний контент замість платити за нього. Це відохочує українських видавців пропонувати електронні версії книжок. Через поширення піратства вони втрачають до 40 % доходів, як зазначає директор Українського інституту книги О. Коваль. Вихід із цієї ситуації українські видавці бачать у тому, аби українська кіберполіція отримала повноваження закривати (як це практикується в ЄС) доступ до сайтів, де можна знайти піратський контент [1].

Проблема піратства актуальна й для ринку друкованих книжок. Піратська і контрабандна література продовжує надходити в продаж, хоча і не так масово, як це було в 2013 році. Якщо раніше книги завозилися фурами, то зараз друкуються в межах України. І їх можна легко відрізнити від оригіналу – за м'якою обкладинкою і папером поганої якості (серйозні російські видання друкують книги в твердій обкладинці і на гарному папері). Це тіньовий ринок. Адже незалежно від того, які рішення приймаються на рівні держави, потреба в російськомовній літературі у великого числа українців все одно зберігається.

Таким чином, дії, які вживає держава, непослідовні і незавершені, – наголошує Олександр Афонін. Обмежуючи імпорту, потрібно забезпечити динамічний і системний розвиток цієї галузі власної економіки. Потрібно створювати умови, щоб український видавець міг в найкоротші терміни заповнити ті ніші, які будуть звільнятися [6].

Водночас, Координатор напрямку «Книги та видавнича індустрія» Міністерства культури, молоді та спорту Антон Мартинов вважає, що держава не повинна втручатися у книговидавництво. Таку позицію він пояснює тим, що державний апарат не настільки гнучкий і оперативний, як бізнес.

«Поки держава змінить механізми і за рік-два перелаштується, тренди уже зміняться. Ринок інертний, і те, що ви зараз бачите як результат, було закладено 2 роки тому в підготовці. Тому я не прибічник чіпати ринок. Хай він фіксує тренди, а держава не заважатиме йому розвиватися відповідно до них», – вважає Мартинов.

Водночас у його планах – побудова власного національного книжкового ринку.

«Щоб ми не працювали на інші країни, а потім закуповували в них книжки і додана вартість залишалася там», – пояснив Антон Мартинов.

Він переконаний, що Україна має можливість побудувати цей ринок. Хоча, за припущеннями Мартинова, цей ринок, швидше за все, буде невеликим.

«Він не зрівняється за обсягами з Францією чи Британією. Може, ми до Польщі ще будемо тягнутися десятком років за рівнем монетизації, але в нас є шанс, який ми маємо використати», – наголосив він.

Координатор напрямку «Книги та видавнича індустрія» навів також приклад латвійців, литовців, естонців, фінів, які, маючи маленьку читацьку спільноту і невелику кількість населення, створили власний видавничий ринок.

«Це надзвичайно складне, але посильне завдання і для нас», – переконаний Мартинов [8].

Він вказав й на проблему нестачі фахівців, які можуть це реалізувати. За його спостереженнями, це – загальносвітова проблема через втрату привабливості книговидавничої галузі. Відтак завданням влади є повернення цієї привабливості і залучення спеціалістів, які не тільки хочуть, але й можуть побудувати національний ринок.

«Найперше треба їм не заважати і зрозуміти, як ми можемо їх мотивувати, як цим паросткам, попри весь скепсис навколо, дати можливість зрости», – зазначив Антон Мартинов [8].

Також, як наголосив Міністр культури, молоді та спорту України Володимир Бородянський, держава зацікавлена у тому, щоб українці більше читали, але варто розібратися із тим, чи ефективно витрачають кошти на популяризацію української літератури.

Про це Міністр сказав на пресконференції, коментуючи інформацію про начебто зменшення майже удвічі видатків Держбюджету–2020 на підтримку книговидавничої справи та популяризації української літератури.

«За ці останні роки, я можу помилятися, було 2 мільйони тиражу надруковано державою для бібліотек. Але на просте запитання я поки що не отримав відповіді: „А яка кількість людей прочитала ці книжки у бібліотеках?“ Це ж просте запитання, ми ж повинні знати відповідь, чи витрачено наші кошти у найефективніший спосіб», – підкреслив Володимир Бородянський.

За словами Міністра, влада зацікавлена у тому, щоб громадяни читали більше книг. «Але у держави немає завдання фінансувати більшу кількість книг, які видаються, якщо це не призводить до більшого читання. Ми зараз дивимося на світ щодо книжок через призму, як зробити так, щоб люди більше читали», – зазначив Володимир Бородянський [9].

Усвідомлення проблем книжкового ринку України підштовхнуло українську владу до інституційних нововведень. Найпомітнішим стало заснування Українського інституту книги (далі УІК), підпорядкованого Міністерству культури України. Його діяльність має на меті перетворення вітчизняної видавничої справи на культурну індустрію європейського зразка, формування єдиного книжкового ринку в країні, забезпечення за допомогою вітчизняної книги вільного доступу громадян України до всіх сфер сучасних знань, відродження культури читання [1].

«Інститут був створений для того, щоб втілювати державну політику в сфері книговидавання, – зазначає директор УІК Олександра Коваль. – Те, що в нас так мало читають – це ключова проблема, над якою працює УІК. Намагаємось зробити книжки більш доступними, мотивуємо людей до читання, формуємо комунікації, щоб популяризувати читання. Бібліотеки мало забезпечені новими книжками, а саме вони викликають інтерес. Тому держава має співпрацювати з місцевою владою в цьому плані».

Для вирішення проблеми нечитання УІК планує реалізувати три програми: підтримки і розвитку читання, програма «Українська цифрова бібліотека», програма поповнення фондів публічних бібліотек. Водночас держава має підтримувати поповнення фондів шкільних бібліотек, збільшити кількість книгарень, стимулювати збільшення якісної продукції на ринку, підвищити платоспроможний попит.

«Україна має вивчати, запозичувати і адаптувати під свої потреби той закордонний досвід, який є, – зазначає Анастасія Євдокимова, очільник відділу промоції читання. – Наприклад італійська програма «Культурний бонус» полягає в тому, що кожного року ті італійці, які досягають 18 років, отримують від держави 500 євро на культурні потреби. В наших планах найближча розробка національної стратегії розвитку культури на загально-національному та локальному рівнях. На загальному – це конкурси, фестивалі, премії. Треба до цього залучати видавців, співпрацювати з Міністерством освіти. Також буде акція «Бібліотеки повні людей». Запрошуємо провести день в бібліотеці і писати про це в соцмережах з хештегом #деньубібліотеці. За рік наші акції охоплюють близько 15 мільйонів відвідувачів і ці цифри зростають» [10].

Формат, який поєднує жваву промоцію книжок з поміркованою ціновою політикою – це книжкові ярмарки. Найбільшими є «Книжковий Арсенал», який

проходить навесні в Києві, та «Форум видавців» (BookForum), що збирається у вересні у Львові. Це – найяскравіші, найгучніші події культурного життя країни, але свою роль відіграють і менші за масштабом виставки-продажі у Дніпрі, Запоріжжі, Черкасах та ін. Науковці визнають книжкові ярмарки головним інструментом реклами книг в Україні. На них презентується фактично весь спектр книжкової продукції, виданої в Україні [1].

Тож, можна сказати, що книжкові ярмарки є певним показником сильних та слабких сторін вітчизняного книжкового ринку. Особливо цікавим у цьому сенсі став цьогорічний BookForum.

Тренд минулих років, коли ярмарок ставав інформаційним приводом привернути увагу до новинок, проте не гарантував продажів, – яскравіше проявився цьогоріч.

Попри те, що BookForum 2019 року закупив нові стенди, біля ярмарку на проспекті Свободи побудували нову локацію для подій, а банери про захід були у місті скрізь, на кількість відвідувачів це вплинуло мало. Книжковий ярмарок у Палаці мистецтв відвідало 31 610 осіб, що на 3 тисячі менше, ніж торік. Відвідувачів ярмарку біля Оперного театру не вдалося порахувати, хоча організатори стверджують, що орієнтовно за п'ять днів на ньому побувало близько 55 тисяч львів'ян та гостей міста.

Більшість видавців залишилися незадоволеними продажами, а деякі навіть міркують про доцільність участі наступного року, особливо враховуючи той факт, що її вартість щороку зростає через ціни на стенди, транспортування книжок та проживання у Львові [11].

За словами Іллі Федієнка, менеджера з маркетингу видавництва «Школа», основна проблема «в тенденції зменшення кількості людей – поступово падають продажі як у кількості примірників, так і в загальному обігу».

З цим погоджується Ілля Стронговський, засновник видавництва «Видавництво»: «BookForum – це завжди було про читачів, і наше завдання як видавців полягало у задоволенні попиту. Якщо немає людей, немає чий попит задовольняти. Перший день, коли я побачив звичну для себе кількість людей на BookForum, був у суботу. Перші три дні я не знаю, що ми робили на стенді, для чого ми там працювали. Можливо, якщо люди не приходять в перші дні на ярмарок, ці дні і не потрібні для його існування. Продаж забезпечує потік: є люди – є продажі, нема людей – нема продажів. Тому до BookForum основна претензія цього року – „Де люди?“».

«Продажі знизилися, тому комерційно цьогорічний BookForum став не настільки вигідним, як у попередні роки, – зазначає Елеонора Сімонова, директор видавництва «Нора-друк». – Усе дорожчає: дорога сюди, відправлення книжок, оренда квартири. А книжки у нас не настільки подорожчали, щоб це усе покривати» [11].

Серед ймовірних причин падіння прибутків від ярмарку видавці називають зростання інтернет-продажів, меншу кількість новинок, вихід яких готувався спеціально під Book Forum.

Так, видавець Олексій Жупанський пов'язує падіння продажів з тим, що сильно зросли інтернет-продажі та прямі продажі видавничих інтернет-книгарень. Зменшення кількості відвідувачів ярмарку помітили також видавництва «Наш Формат», «Видавництво Старого Лева», «Meridian Czernowitz», «Нора-друк», «Каламар».

Трансформації купівельної звички читачів під впливом інтернет-магазинів і direct sales виявились не єдиними наріжними каменями цього ярмарку. І книгарня «Є», й інтернет-книгарня «Yakaboo» напередодні вирішили потішити своїх клієнтів небувалими знижками. На думку Діани Семак, маркетолога видавництва «НК-Богдан», саме «знижки в книгарні під час BookForum багатьом заважають. Хоча ми продаємо, як і більшість видавців, книжки зі знижкою 10%, люди кажуть, що можуть купити в книгарні дешевше. Якби знижки були після BookForum для тих, хто не встиг скупитися, то це була б радість і видавцям, і покупцям».

Таку думку поділяє і Дар'я Поляк, менеджер збуту видавництва «Meridian Czernowitz»: «Це нечесно з їхнього боку, але в книгарні і в інтернет-книгарні “Є” різні директори, тому повпливати, на них не можна. Звичайно, це вплинуло на продажі. У нас на стенді ціни видавництва, а люди підуть туди, де дешевше».

«Знижки були не тільки в книгарні “Є”, а й в інших інтернет-мережах. Ми вважаємо, що це одна з причин, яка вдарила по BookForum», – прокоментував ситуацію Ілля Федієнко, менеджер з маркетингу видавництва «Школа» [11].

Кілька видавництв не обмежилися звичайним обуренням. «Коли ми зрозуміли, що відбувається, то мали з книгарнею тривалу неприємну розмову. Ми повідомили, що скасовуємо знижки, які ми надавали Книгарні «Є». Якщо партнер без відома видавництва робить демпінг ціни, то про партнерські стосунки вже не йдеться, – обурювалася засновниця видавництва «Каламар» Ольга Попович. – Щоб вирізнитися серед конкурентів, потрібно вдаватися не до демпінгу цін, а до інших креативних маркетингових і сейлових підходів, наприклад, бонусних-заохочувальних програм для кінцевих читачів, партнерів-постачальників (видавців), і, насамперед, для своїх власних продавців, які працюють безпосередньо з клієнтами в книгарнях. Чудес не буває, демпінгове зниження ціни зрештою впливає на якість самих послуг, і як результат маємо невдоволених читачів. Нам усім треба не влаштовувати цінові „війни”, а будувати конструктивні відносини з усіма учасниками книжкового світу: видавці-книгарні-читачі», – розповіла Ольга Попович, засновниця видавництва «Каламар».

А Олег Симоненко, директор видавництва «Час Майстрів», взагалі заявив: «Якщо така ситуація ще раз повториться, то ми можемо навіть припинити співпрацю з книгарнею “Є”» [11].

Проте не всі з 256 учасників ярмарку вважають, що знижки у книгарнях вплинули на продажі. Так, Ірина Олешко, директор видавництва «Наша ідея»

зазначає: «У нас серії, тому якщо читачі щось купили зі знижкою в книгарні, то вони прийдуть до нас купити наступний том. Для нас це навіть добре».

Ярослава Бесарабова, директор видавництва «Талант» підкреслила: «Ми теж робили знижки на BookForum, щоб книжка була доступнішою для людей. Тому знижки в книгарні – це добре. Не думаю, що це вплинуло на наші продажі».

Деякі учасники вважають, що причиною низьких продажів був платний вхід на ярмарок, тим часом як на його території проходило мало подій, ще менше – знакових і популярних, які могли б залучити більше платоспроможної аудиторії [11].

Втім, Софія Челяк, програмна директорка BookForum, вважає, що вини організаторів у низьких продажах немає. Про це вона написала на своїй сторінці у фейсбуці: «Організатори не відповідають за рівень продажів. Наше завдання привести вам людей – а ви вже з ними працюйте».

Олександр Красовицький, директор видавництва «Фоліо» на своїй сторінці у фейсбуці висловлює думку, що у падінні продажів також «винна Росія»: «Точніше так. Книжкова палата України показує 25% падіння випуску книжок в порівнянні з 2017 роком, а, якщо прибрати фактор шкільних підручників, ця цифра зростає майже до 30% (держзамовлення цього року вище втричі, і навіть попри його незакінченість частка підручників у випуску зросла). Це означає, що і знакових новинок менше на 25–30%, це означає, що багато львів'ян просто не пішли на BookForum, не знайшовши серед заходів презентацій нових книжок улюблених авторів. Падіння ж випуску, і це очевидно, викликано розширенням асортименту офіційно і неофіційно ввезених російських книжок (видано до 20.000 ліцензій на ввезення ще до літа) після різкого скорочення ввезення в 2017, викликаного бюрократичною перебудовою системи імпорту книжок з Росії. Залишаюся переконаним прихильником повного ембарго на ввезення будь-якого інформаційного контенту з країни-агресора» [11].

Юлія Орлова, генеральний директор видавництва «Vivat» також вважає проблемою повернення на український ринок російськомовних видань: «Декілька видавництв друкують світові бестселери російською, або ж купують їх за кордоном і перепродають в Україні. Для нас як для видавництва, що займає патріотичну позицію, ця тенденція негативна. Адже вона призведе до зменшення попиту на ті ж видання українською».

Проте не всі видавці були незадоволені продажами на цьогорічному ярмарку.

Анетта Антоненко, наприклад, зазначає, що її видавництво має приріст у продажах (11%). А на ярмарок вона привезла менше книжок – з точки зору промоції і транспортування – це виграшна позиція.

«У моєму Видавництві кожного року продажі зростають, це з року в рік відбувається поступово. Падіння продажів книжок Видавництва Анетти Антоненко упродовж 5 років не було. Чому так? Я кожні 6 місяців роблю системний аналіз ринку і переформатовую дати виходу книжок і події, які з

ними пов'язані. Для мене не існує формули – видати книжки „до BookForum” чи „до Книжкового Арсеналу”». Анетта Антоненко вважає, що успішно продавати книжки на BookForum їй, серед іншого, допомагає постійна промокампанія. «До BookForum я веду постійну промокампанію з серпня (а часто і з червня). Не роблю демпінгових розпродажів улітку в своєму інтернет-магазині. Покупці приходять на стенд і переважно вже знають про мої нові книжки. Деякі з новодруків починаю продавати саме на BookForum. Зрештою, крім зростання продажів на BookForum 2019, я отримала і зростання продажів у власному інтернет-магазині у вересні (в порівнянні з 2018 роком) – удвічі. Це свідчить, що ті покупці, які не прийшли на BookForum – купили книжки в мене на сайті. Стенд не є єдиним місцем продажу книжок, і це треба враховувати» [11].

Ті видавці, які не розглядають BookForum лише як майданчик для збуту, виграють. Зрештою, у Європі книжкові базари й ярмарки – вже відживають себе, переформатовуючись на фестивалі чи виставки з представницькою, промоційною місією. Можливо, ці реалії нарешті наздогнали й Україну?

З цим погоджується Олексій Жупанський: «Тенденції змінюються, ринок змінюється. BookForum є і має бути перш за все представницьким заходом. Кожне видавництво, яке себе поважає, має бути тут, має заявити про себе, показати свої новинки. Якщо деякі видавці сприймають BookForum як ще один ярмарок, на який вони приїжджають, щоб просто продати свої книжки, а не для того, щоб заявити цікаві теми для дискусій та зустрітися зі своїми читачами, то це недалекоглядно» [11].

Для вітчизняного книговидавництва також є дуже важливим й продуктивним участь України у вагомих міжнародних книжкових ярмарках. Така участь активізувалася в останні роки й стає все більш результативною. Зокрема, доволі масштабною стала присутність нашої держави на Франкфуртському книжковому ярмарку – 2019.

Франкфуртський книжковий ярмарок – найбільший у світі. Щороку його відвідують 285 000 людей, а великі українські видавництва продають 40–48% прав за кордон саме у Франкфурті.

У 2019 році Україна була представлена у Франкфурті есеями українських інтелектуалів «Understanding Ukraine», дискусіями про взаємодію української та німецькомовної літератури, українців та кримських татар, переосмислення Чорнобильської зони, жіночих голосів у літературі, презентацією німецького перекладу книжки Олега Сенцова «Leben» та поетичними читаннями [12].

Просторове рішення і дизайн національного стенда створив медіадизайнер Андрій Лінік. На стенді площею 140 кв. м було представлено зону для ділових перемовин, експозиції 28 видавництв-учасників стенда та переможців конкурсу книжкового дизайну від Книжкового Арсеналу, а також експозицію Українського інституту книги з книжками, відібраними експертами для трьох каталогів: сучасної української прози, поезії та дитячих книжок.

Окрім цього, Український інститут книги в рамках ярмарку організував 16 подій, зокрема і для фахівців книжкового ринку. У подіях національної програми брали участь Олег Сенцов, Юрій Андрухович, Сергій Жадан, Тетяна Малярчук, Мирослава Маринович, Алім Алієв, Гаська Шиян, Ірена Карпа та інші [12].

За словами директора Українського інституту книги О. Коваль, участь вітчизняних видавців у такому вагомому міжнародному ярмарку дуже сприяє розвитку видавничого бізнесу в Україні й тому, що книги українських видавців стають усе більше не просто не гіршими, а часто навіть кращими, ніж книги видавництва інших країн. Такі заходи дозволяють просувати наші ідеї, наші історії, нашу історію, нашу культуру у світі. Звичайно, це сприятиме появі нових прекрасних творів у перекладах іншими мовами» [13].

Взагалі, ті країни, які хочуть отримати від участі у Франкфуртському книжковому ярмарку максимум можливого ефекту, аж ніяк не нехтують оформленням своїх стендів, брендуванням та айденікою. Знати усіх сучасних літераторів з різних країн світу в обличчя – завдання майже нереальне, бо їхнє число вимірюється сотнями, якщо не тисячами. Хочеш всім і вся показати, що для твоєї країни важливими є певні письменники і поети – покажи їх хоча б на фото. Не важить, чи десь над полицями з експонованими книжками, чи в якісь інсталяції у повен зріст, чи на плазмі з широкою діагоналлю. І тоді хтось таки візьме та запитає: «Скажіть, будьте ласкаві, а хто це?». У відповідь отримає інформацію про особу, яка зацікавила.

А поряд з тим важить зібрана до купи і оформлена у вигляді буклетів інформація про найкращі прозові і літературні новинки, інша аналітика щодо певного національного книжкового ринку, тамтешніх культурних політик щодо цього сегменту культурного простору [14].

Як підмітив Генеральний директор видавництва «Ранок» Віктор Круглов, «світові видавці „хапають” основні тенденції розвитку сучасного світового книжкового ринку. Тільки встигай слідкувати за трендами, технологіями, сучасними авторами й новими сюжетами. Поки що Україна не цікава глобальним гравцям через дуже обмежений книжковий ринок. Це можливість для вітчизняних видавництв зростати та змінити країну. Але для цього треба працювати й на законодавчому рівні. Наприклад, посилювати боротьбу з піратством та приділяти більше уваги з боку влади. Тоді, і з трендами, і з новітніми технологіями у нас буде все гаразд [15].

На думку Генерального директора видавництва «Фоліо» О. Красовицького, Франкфуртський книжковий ярмарок засвідчив світову тенденцію до приблизного збереження обсягів ринку з поступовим зростанням долі дитячої літератури, нонфікшн та аудіокниг. Доля книг електронних або стоїть на місці, або поступово зменшується. Розвиваються додаткові сервіси для починаючих письменників та для читання нових романів по главах в електронному вигляді під час створення книги автором [16].

Мислити літературу як річ практичну і дивитися на неї як на дуже поважну сферу – те, чого варто повчитися у Норвегії, яка стала країною-

почесним гостем цьогорічного Франкфуртського книжкового ярмарку з гаслом «The Dream We Carry» («Мрія, яку ми здійснюємо»). Досвід цієї країни у сфері літератури та книговидавництва доволі цікавий. В Норвегії вважають, що література і читання – це дуже приземлена (а не абстрактна) річ, яка всім нам допомагає бути трохи адекватнішими людьми. До слова, норвезький міністр культури Тріне Шай Гранде на відкритті національної програми зазначила, що мистецтво й культура є засадничими елементами для свободи слова. Чітко пролунав меседж про те, що інвестиції в культуру є інвестиціями в демократію певної країни. Очевидно, над цими словами нам варто замислитися: українська культура доби незалежності до останнього перебувала десь поза увагою наших державців, була «не на часі», власне, як і демократія. Ріст економіки та гарні дороги самі собою до демократизації не ведуть. Також Тріне Шай Гранде акцентувала, що культура робить нас трошки кращими – як індивідуальних осіб, так і цілі суспільства [14].

Показово, що 2018 року видатки Державного бюджету Норвегії лише на закупівлю книжок для публічних бібліотек становили 17,2 млн євро. Видатки на утримання структур, які займаються питаннями цих закупівель, ідуть за іншими статтями витрат. А населення Норвегії становить 5,3 млн осіб. І 88% дорослого населення країни є активними читачами [17].

Щорічно Норвегія підтримує близько 400 перекладів на приблизно 50 мов світу (торік було підтримано 639 книжок для перекладу на 45 мов світу) Цим опікується організація NORLA, єдиним мандатом якої є промоція норвезької художньої літератури та нонфікшн за кордоном. Сьогодні бюджет на переклади складає 600 000 євро щорічно. Починаючи з 2004 року згадана організація підтримала переклад 4800 книжок норвезьких авторів 65 мовами світу. За останній час 510 нових книг норвезьких авторів та книги про Норвегію опублікували 217 німецькомовних видавництв, а німецькомовному читачу відомі близько сотні імен сучасних норвезьких авторів. І мова не лише про таких відомих, як Карл Уве Кнауслор чи Ю Несбьо, а тих, про яких в Україні поки що майже ніхто не чув. Вражала і лекційно-дискусійна програма, приготована Норвегією як країною, почесним гостем книжкового ярмарку: усі дні, що він тривав, з ранку і майже до години закриття на двох сценах провадилися зустрічі з норвезькими авторами та різного типу музичні виступи [14].

Тож, можна стверджувати, що участь у такій вагомій події, як Франкфуртський книжковий ярмарок, був корисний для України, не лише як майданчик для презентації власного книжкового продукту, а й у плані освоєння позитивного закордонного досвіду.

Завершуючи стислий огляд основних проблем та особливостей книжкового ринку України, можна зазначити, що книговидавнича справа є не лише важливим елементом економічних відносин, а й сприяє культурному збагаченню суспільства, поширенню духовних та інтелектуальних цінностей, національних і загальносвітових надбань, стає вагомим вкладом у розвиток демократії країни. Тож проблема літературного ринку виходить далеко за суто

комерційні та економічні межі. Його особливості позначаються на розвитку літератури та й культури загалом.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Михайлова О. Ю. Актуальні проблеми ринку книжкової продукції в Україні в контексті завдань гуманітарної політики [Електронний ресурс] / Михайлова О. Ю. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/analitichni-materiali/gumanitarniy-rozvitok/aktualni-problemi-rinku-knizhkovoi> (дата звернення: 28.10.2019).

2. Український інститут книги презентував майбутні проекти у книжковій сфері [Електронний ресурс] / Інформація. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://litakcent.com/2019/09/18/ukrayinskiy-institut-knigi-prezentuvav-maybutni-proekti-u-knizhkoviy-sferi/> (дата звернення: 28.10.2019).

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

4. Корнієнко Н. Наклади україномовних книжок та брошур зросли цього року вдвічі – Книжкова палата [Електронний ресурс] / Наталя Корнієнко. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://www.chytomo.com/naklady-ukrainomovnykh-knyzhok-ta-broshur-zrosly-tsoho-roku-vdvichi-knyzhkova-palata/> (дата звернення: 25.10.2019).

5. Хмельовська О. Книговидання-2018: стоп-криза й перерозподіл лідерства [Електронний ресурс] / Оксана Хмельовська. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://www.chytomo.com/knyhovydannia-2018-stop-kryza-j-pererospodil-liderstva/> (дата звернення: 25.10.2019).

6. Чому український книжковий ринок переживає занепад? [Електронний ресурс] / Інформація. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://bukvoid.com.ua/events/bookmarket/2018/12/07/131021.html> (дата звернення: 28.10.2019).

7. Критик розповів, чого бракує сучасній українській літературі / Інформація // Газета по-українськи. – 2019. – 25 верес.

8. У Мінкульті декларують курс на власний національний книжковий ринок [Електронний ресурс] / Інформація. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://www.chytomo.com/u-ministerstvi-kultury-molodi-ta-sportu-deklaruiut-kurs-na-vlasnyj-natsionalnyj-knyzhkovuj-rynok/> (дата звернення: 28.10.2019).

9. Бородянський хоче дізнатися, чи раціонально друкувати книжки для бібліотек [Електронний ресурс] / Інформація. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://bukvoid.com.ua/events/bookmarket/2019/09/16/193033.html> (дата звернення: 28.10.2019).

10. Княжик О. Якою буде підтримка держави у книжковій сфері / Княжик О. // Газета по-українськи. – 2019. – 19 верес.

11. Войтович Л., Мимрук О., Корнієнко Н. BookForum – 2019: старі пісні про головне і нетворкінг, що манить. – Читомо. – 2019. – 6 жовт. [Електронний ресурс] / Люба Войтович, Олександр Мимрук, Наталя Корнієнко.

– Текст. дані. – Режим доступу: <http://www.chytomo.com/bookforum-2019-stari-pisni-pro-holovne-i-netvorkinh-shcho-manyt/> (дата звернення: 25.10.2019).

12. Україна на Франкфурському книжковому ярмарку – 2019 [Електронний ресурс] / Інформація. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://upba.org.ua/index.php/uk/vydavnytstva/itemlist/user/608-mykolakravchenko> (дата звернення: 28.10.2019).

13. Завершився Франкфуртський книжковий ярмарок 2019. – «Укрінформ» [Електронний ресурс] / Інформація. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://litakcent.com/2019/10/21/zavershivsya-frankfurtskiy-knizhkoviy-yarmarok-2019/> (дата звернення: 25.10.2019).

14. Трегуб Г. Франкфуртський книжковий ярмарок: нобелівський післясмак, норвезький приклад та українська «історія історій». – Тиждень.– 2019. – 25 жовт. [Електронний ресурс] / Трегуб Г. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://tyzhden.ua/Culture/237005> (дата звернення: 28.10.2019).

15. Круглов В. 7 основних трендів світового книжкового ринку [Електронний ресурс] / Круглов В. – Текст. дані. – Режим доступу: https://lb.ua/blog/victor_kruglov/440839_7_osnovnih_trendiv_svitovogo.html (дата звернення: 29.10.2019).

16. Красовицький О. 10 уроків Франкфуртського ярмарку [Електронний ресурс] / Красовицький О. – Текст. дані. – Режим доступу: https://lb.ua/blog/aleksandr_krasovitskiy/440886_10_urokiv_frankfurtskogo_yarmarku.html (дата звернення: 29.10.2019).

17. Афонін О. Дві цифри з Програми закупівель книжок норвезьких видавництв для поповнення фондів бібліотек [Електронний ресурс] / Олександр Афонін. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://upba.org.ua/index.php/uk/vydavnytstva/item/86-dvi-tsyfry-z-prohramy> (дата звернення: 23.10.2019).

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. 0,93. Б/т. Зам. 102. Безплатно

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