



Видавнича галузь України:
огляд сектора

Заключний звіт 2020

Лютий–березень 2021 року

Зміст

Передмова	3
Резюме	5
Цілі та завдання	8
Методи дослідження	9
Огляд літератури	13
Загальна довідка	13
Видавнича справа в Україні	14
Ринок масової літератури в Україні	17
Видавничі ініціативи	18
Результати дослідження за галузями	19
Видавці	19
Книготоргівля та книгорозповсюдження	28
Права	30
Обмеження російського імпорту	34
Порушення авторських прав	35
Читання та розвиток аудиторії	38
Установи та асоціації	42
Вплив Covid-19	47
Короткі висновки	50
Валідація та перегляд	55
Короткий зміст рекомендацій	58
Заключне слово	59
Список літератури	61
Учасники інтерв'ю	62
Авторка	63
Подяки	64

Передмова

Коли у вересні 2019 року ми замовили це дослідження української літературної та видавничої галузі, світ ще був зовсім інакшим. У 2020 році через обмеження у зв'язку з пандемією Covid-19 видавці, книгарні та літературні організації підійшли до викликів творчо, інноваційно і швидко адаптували свою роботу.

Ми опинилися на хвилі істотних змін, і поки що незрозуміло, як це відобразиться на галузі у довгостроковій перспективі. Однак ми можемо бути певні, що налагодження міжнародних зв'язків та навичок у цій галузі залишиться важливим у цей непростий час.

У видавничій галузі України є багато такого, що може зацікавити видавців з Великої Британії та інших країн: фестивалі та книжкові ярмарки, що вже почали привертати увагу в усьому світі; виняткові ілюстрації та дизайн; приклади передових технічних інновацій. За останні роки Британська Рада реалізувала кілька успішних програм, орієнтованих на видавничу діяльність, зокрема «Booking the Future» EUNIC, у межах якої відбулися лекції та презентації європейських видавничих експертів на фестивалі «Книжковий Арсенал», 5-денний семінар для 27 українських професіоналів, а також програма «3x3 Mentoring» для українських спеціалістів у галузі видавничої справи. Ці програми дали нам уявлення про потребу у видавничих навичках у регіоні та жвавий інтерес до них. Ми заповзялися глибше дослідити цю галузь в Україні, створити обґрунтування для майбутніх програм та зрозуміти виклики, які постають перед різними акторами галузі: книгарні, малі видавці, видавничі групи та бібліотеки. Ми призначили **Емму Шеркліфф**, досвід якої — робота у невеликому незалежному видавництві й академічні дослідження — посприяв у роботі над цим звітом.

У цей неспокійний рік робота Емми тривала: вона спілкувалася з величезним колом людей, встановлювала зв'язки, визначала спільні риси, можливості розвитку та зростання. Ми сподіваємось, що цей широкий і ретельно пропрацьований звіт стане захопливою відправною точкою на довгі роки взаємодії між літературними галузями Великої Британії й України, віртуально чи наживо. Ми впевнені, що протягом наступних років виникне багато можливостей для співпраці між Великою Британією та Україною, і хочемо підтримати видавничу галузь у підготовці до подальшої інтернаціоналізації. Ми, Британська Рада, чекаємо на діалог, співпрацю та обмін досвідом. Сподіваємось, що цей звіт стане у пригоді.

Шинейд Рассел

Співдиректорка Літературної програми, Британська Рада



Дослідження українського книжкового ринку — ключове завдання задля розроблення ефективних державних політик, розвитку успішного креативного і зокрема книжкового бізнесу і, звісно ж, промоції читання.

Ми ризикнемо стверджувати, що ця робота є першим незалежним дослідженням такої тематичної спрямованості і масштабу, здійсненим із залученням зовнішньої експертизи та базованим на досвіді гравців українського ринку.

Відтак його результати стануть у нагоді не лише закордонним партнерам, але й українським інституціям, видавцям, книгарям, авторам та іншим акторам цього сегменту — адже погляд незалежної експертки може допомогти подивитися на відомі чи уявні виклики та перспективи під іншим кутом, підштовхнути до, сподіваймося, вдалих рішень, що рухатимуть вперед не лише окремі проєкти, а й галузь у цілому. І особливо втішною може стати увага студентської спільноти, викладачів профільних вишів, завдяки яким на цей ринок невдовзі прийдуть нові амбітні видавці й менеджери, агенти й медіатори, автори й літературні критики.

Український інститут книги висловлює свою вдячність Британській Раді в Україні за цю можливість та досвід співпраці, а також дослідниці Еммі Шеркліф за величезну роботу і внесок у розвиток українського книжкового ринку і його відкриття для міжнародної фахової спільноти.

Олександра Коваль

Директорка Українського інституту книги

Ірина Батуревич

Керівниця аналітичного відділу
Українського інституту книги



Резюме

У цьому звіті викладено детальні підсумки дослідження української видавничої галузі, проведеного з лютого по жовтень 2020 року. У межах дослідження, профінансованого Британською Радою в Україні спільно з Українським інститутом книги, було проведено понад 100 годин очних та дистанційних інтерв'ю з видавцями, продавцями, бібліотекарями, працівниками фестивалів, представниками культурних та галузевих установ, а також іншими зацікавленими сторонами.

Метою проєкту було дослідження галузі видавництва масової літератури в Україні, детальний аналіз потреб видавців та визначення можливостей для інтернаціоналізації.

На проєкт вплинув спалах Covid-19, що почався в Україні в березні 2020 року, та карантинні обмеження, що призвели до тримісячної перерви у збиранні даних та внесення змін до плану дослідження. Другий етап збирання даних, що мав на меті оцінити вплив пандемії на українську видавничу галузь, було проведено віддалено в липні та серпні 2020 року. А у вересні 2020 року (за допомогою відеоконференції) було проведено фокус-групу з метою перегляду та валідації висновків.

Ключові висновки

1

Перегляд показав, що видавнича галузь в Україні **стикається зі значними труднощами**, до яких додається нестача надійних статистичних даних і відсутність довіри між представниками галузі. Недостатньо розвинена інфраструктура бібліотек і роздрібною торгівлі ускладнює книгорозповсюдження та створює труднощі з доступністю книг за межами великих міст. Законодавчі зміни, запроваджені 2017 року, призвели до обмеження імпорту книг з Росії. Це мало значний вплив на видавничу галузь в Україні, створивши простір для відродження україномовного книговидання у різних жанрах та відновлення інтересу до українських авторів, вітчизняного матеріалу й тематики. Порушення авторських прав залишається в Україні значною проблемою, а відсутність контролю за дотриманням чинного законодавства призводить до того, що видавцям часто доводиться вирішувати проблему самотужки. Результати не завжди втішні.

2	Серед <u>прогалин у навичках</u> відзначали редагування, розуміння редакційних та видавничих процесів, відсутність знань щодо продажу та просування прав за кордоном і встановлення міжнародних зв'язків. Дефіцит лідерів, здатних продемонструвати стратегічне мислення та планування на високому рівні, зазначався як недолік, який може перешкодити розвитку галузі. Незважаючи на те, що на сьогодні обмін знаннями між українськими видавцями дуже слабкий, усі респонденти, зокрема представники провідних видавництв, зазначали, що готові переймати знання і вчитися на досвіді закордонних колег.
3	Отримані дані дають чимало <u>причин для оптимізму</u>. Висока якість дизайну, ілюстрації, виробництва і передових технологій друку в Україні відкривають можливості для міжнародної співпраці. Вже проводиться ґрунтовна робота із просування перекладної художньої літератури, хоча і тут є можливості для активізації діяльності, і в розробці програм варто орієнтуватися на потреби видавців-учасників, а не на бюрократичні процеси Міністерства культури та інформаційної політики. Українські видавці мають багатий досвід купівлі прав; потрібно подбати і про те, щоби пояснити видавцям економічний потенціал продажу прав. Також слід вести роботу щодо розвитку більшої кількості кваліфікованих перекладачів; без додаткової підтримки спроможність галузі публікувати більше перекладної художньої та нонфікшн літератури залишатиметься обмеженою.
4	Хоча спостерігається різкий спад показників книгочитання і попиту на книги, що відображає світові тенденції, вагомий внесок українських літературних організацій та фестивалів допоміг підвищити <u>популярність української літератури</u> в Україні та за кордоном. На книжкові ярмарки, літературні фестивалі та авторські заходи, як правило, приходять чимало відвідувачів. Такі заходи — важлива платформа, що дозволяє видавництвам представити і продати свою продукцію.

5	<u>Семінари, стипендії та навчальні програми</u> для професіоналів з видавничої галузі, розроблені та організовані Британською Радою та Українським інститутом книги, подекуди у партнерстві з найбільшими книжковими ярмарками та літературними фестивалями, як правило, були сприйняті дуже добре, і забезпечували надійні моделі для майбутніх ініціатив та втручань.
6	Під час другого туру інтерв'ю, проведеного в липні–серпні 2020 року, не було помітно песимізму, характерного для деяких матеріалів, що з'явилися у ЗМІ після введення карантинних обмежень (наприклад, тоді говорили про «майже повний крах» українського книговидання). Хоча <u>довгостроковий вплив пандемії</u> оцінювати ще рано, більшість видавців повідомили про скорочення накладів, але не кількості опублікованих назв. Крім того, вони сподівалися на кінець 2020 року загалом виконати свої видавничі плани (хоча й з меншими накладками). Втім, на момент підготовки звіту спостерігалось загальне занепокоєння тим, що допомога, яку вже кілька місяців обіцяло Міністерство, ще не була виплачена.

Повне резюме звіту публікується окремо. Його можна знайти за посиланням <https://www.britishcouncil.org.ua/>

Рекомендації проєкту

Пріоритетом досліджень, проведених у період з лютого по липень 2020 року, стали чотири із запропонованих напрямів програмної діяльності:

- просування української літератури за кордоном
- навчання та навички
- розвиток лідерства
- розвиток читацької аудиторії.

Детальні рекомендації за цим звітом будуть опубліковані окремим документом, де буде викладено трирічну стратегію взаємодії з галуззю.

Цілі та завдання

Передумови дослідницького проєкту

У вересні 2019 року Британська Рада в Україні залучила консультантку-дослідницю для вивчення української видавничої галузі, визначення потреб для її розвитку та «інтернаціоналізації», а також розробки трирічної стратегії щодо використання галузевого досвіду з Великої Британії.

Передбачалося, що дослідження зосередиться на секторі «масової літератури», до якого тут включено художню та нехудожню літературу для дорослих усіх жанрів, дитячу та молодіжну літературу. Дослідження не поширювалося на навчальну літературу, підручники, академічну й технічну літературу.

Цілі дослідження

1	<u>Вивчити сегмент української масової літератури</u> , визначивши можливості для інтернаціоналізації, включно з детальним аналізом потреб видавців.
2	<u>Розробити трирічну стратегію</u> у формі письмового звіту з переліком рекомендацій, як досвід галузі у Великій Британії може допомогти українським видавцям налагодити міжнародні комерційні зв'язки та досягти процвітання на міжнародній арені.

Методи дослідження

План дослідження

З огляду на цілі дослідження, яке містило детальний аналіз потреб видавців, його план мав на меті залучити ширший спектр поглядів учасників, що дозволило здійснити більш глибокий аналіз. Було проведено огляд літератури та заплановано збір інформації за допомогою напівструктурованих глибинних якісних інтерв'ю з метою отримання вичерпних даних для досягнення таких цілей:

- визначення прогалин у навичках, пов'язаних з видавничою справою за кордоном (наприклад, у питаннях купівлі чи продажу прав, підготовки матеріалів про права, налагодження міжнародних контактів, агентської діяльності, редагування, видання у цифровій формі, використання вторинних видавничих прав)
- визначення потреб та попиту на різні заходи, з-поміж, навчання, посередництво у міжнародних мережах, субсидування перекладів, підтримку торговельних представництв та відвідування книжкових ярмарків
- початкове оцінювання відповідних навичок, ресурсів і міжнародного досвіду українських видавців, що може використовуватися для порівняння при оцінюванні у майбутньому
- опитування учасників минулих заходів Британської Ради щодо видавничої справи в Україні з метою оцінювання впливу цих заходів і визначення, наскільки ці заходи сприяють інтернаціоналізації української видавничої галузі.

Дані було зібрано у репрезентативної вибірки малих, середніх та великих видавців і доповнено додатковими даними про видавничу галузь, отриманими шляхом інтерв'ювання експертів (рекомендованих Українським інститутом книги та Британською Радою). Після отримання довідкової інформації від співробітників Британської Ради та Українського інституту книги (УІК) було складено список із 80 видавців та зацікавлених сторін, включаючи п'ятьох лідерів ринку згідно зі Звітом про стан видавничої справи в Україні (УІК, 2019а). З респондентами, обраними з кола малих, середніх та великих українських видавництв, було проведено інтерв'ю. До вибірки було включено старший та молодший персонал, власників компаній, молодих спеціалістів, фрилансерів та постійних працівників за різними функціями (продаж, маркетинг, права, редагування, дизайн). Було опитано працівників Книжкового фестивалю, бібліотекарів, представників роздрібної торгівлі, друкарень, експертів-консультантів, а також представників державних, культурних та галузевих органів.

У лютому–березні та липні–серпні 2020 року в Україні було опитано 60 респондентів, що забезпечило достатньо великий обсяг вибірки, щоби мати можливість формулювати узагальнення та рекомендації на основі отриманих результатів.

Збирання даних складалося з двох етапів:

- глибинні якісні інтерв'ю, проведені в Києві, Харкові та Львові
- глибинні якісні інтерв'ю, проведені дистанційно через Zoom.

Після етапу збирання даних було заплановано проведення фокус-груп з українськими видавцями та зацікавленими сторонами під час «Книжкового Арсеналу» у травні 2020 року з представленням попередніх висновків досліджень та узгодженням проєкту рекомендацій. Метою цього кроку було підтвердження висновків, а також залучення видавців та зацікавлених сторін, необхідне для успіху другого етапу проєкту — реалізації рекомендацій.

Однак через карантинні обмеження, оголошені через пандемію Covid-19, у проєкті відбулися зміни. Проєкт було призупинено на три місяці, з квітня по липень 2020 року. Пізніше, у липні-серпні (за допомогою Zoom) було проведено другий етап віддаленого збору даних. Видавців опитали про вплив пандемії на їхній бізнес та на видавничу галузь загалом. Заплановані фокус-групи відбулись у вересні 2020 року за допомогою Zoom.

Інструменти

Було розроблено напівструктурований сценарій інтерв'ю, зосереджений на чотирьох основних напрямках:

- короткий огляд компанії/організації
- які три ключові проблеми стоять перед галуззю?
- де є прогалини у потребах, зокрема щодо навичок?
- що може зробити Британська Рада для підтримки розвитку видавничої галузі?

Для збирання даних у фазі 2 (липень–серпень 2020 року) було додано два додаткові запитання:

- які найбільші проблеми стоять перед галуззю з огляду на пандемію Covid-19?
- як вплинули карантинні обмеження на вашу компанію/організацію?

Пілотне випробування інструментів було проведене із двома українськими видавцями, що перебували в Лондоні у лютому 2020 року; після цього інструменти було вдосконалено. Запланована тривалість інтерв'ю становила 1 годину 15 хвилин.

Етика

Дослідження проводилось відповідно до рекомендацій BSA та BERA, з отриманням поінформованої згоди від усіх опитаних та запевненням, що всі відповіді будуть розглядатися конфіденційно. На початку інтерв'ю всіх респондентів просили підписати бланк згоди на підтвердження того, що їх було поінформовано про мету дослідження, і що вся інформація оброблятиметься як конфіденційна і анонімна. У кімнатах, де проходили інтерв'ю, не було представників Британської Ради та УІКу. Перекладачі були поінформовані про вимоги конфіденційності. Під час інтерв'ю нотатки робились від руки. Інтерв'ю не записували.

Це було обдумане рішення дослідниці, яке мало на меті посилити конфіденційність інтерв'ю та створити відкрите середовище, в якому респонденти почуватимуться комфортно і зможуть надати якомога більше інформації. Дослідниця запропонувала учасникам інтерв'ю можливість отримати примірники звіту, а також попросила у кожного з респондентів дозволу додати їх до переліку респондентів, що знаходиться в додатку. Нотатки з інтерв'ю зберігалися на захищеному паролем комп'ютері та будуть знищені після подання звіту.

Збирання даних

Напівструктуровані інтерв'ю були проведені з 60 зацікавленими сторонами в Україні протягом десяти днів у лютому–березні 2020 року. З них:

- 42% працювали у видавничій галузі
- 20% — у суміжних професіях (радники з культури, працівники фестивалів, науковці)
- 17% — у відповідних державних установах.

Серед видавничих компаній, у яких було зібрано дані:

- 32% були невеликі (до 10 працівників)
- 32% — середні (11–50 працівників)
- 37% — з понад 50 працівниками
- у кількох — понад 100 працівників.

Серед опитаних видавців чоловіки становили 56%, жінки — 44%.

Серед інших респондентів були бібліотекарі, друкарі, автори, агенти та представники роздрібною торгівлі (а також видавці, які мали книгарні і займалися книготоргівлею). Серед загальної кількості респондентів було 38% чоловіків і 62% жінок.

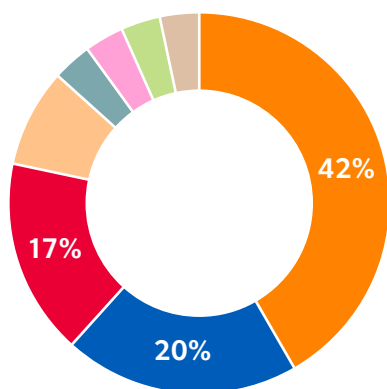
Інтерв'ю поділялися на індивідуальні та групові. 20% респондентів розмовляли українською мовою, і для таких інтерв'ю був наданий перекладач. Два респонденти з фази 1 були повторно опитані на фазі 2 (але враховані лише один раз). Інтерв'ю тривало приблизно одну годину¹; інтерв'ю по відеозв'язку у фазі 2 тривали в середньому по 1 годині 15 хвилин.

Було відвідано книгарні в різних регіонах, і, з-поміж іншого, проведено неофіційні розмови з працівниками. Також були відвідані ринки просто неба, де продаються уживані книги.

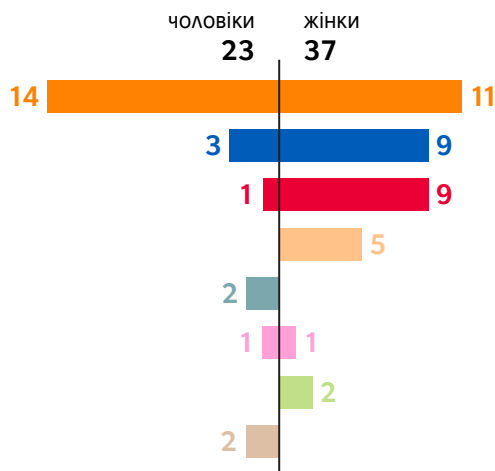
На додаток до 60 респондентів інтерв'ю з України були опитані британські учасники минулих та нинішніх видавничих ініціатив Британської Ради, а також проведені брифінги щодо дослідницького проекту з експертами галузі з Великої Британії та інших країн Європи.

1 Організаційна затримка з початком дослідницької поїздки означала, що довелося у стислі терміни змінити графік, тому деякі інтерв'ю замість запланованих 1 години 15 хвилин довелося проводити за годину. Однак усіх респондентів було опитано.

Профілі респондентів



- Видавці
- Радники з питань культури / Працівники фестивалів / Галузеві консультанти / Науковці
- Держслужбовці



- Бібліотекарі
- Друкарі
- Автори
- Агенти
- Роздрібна торгівля

Аналіз даних

Інтерв'ю було закодовано й оцінено за системою тематичного аналізу. Теми, що повторюються, були винесені в таблиці, після чого дані було проаналізовано повторно. Було підготовано стислі висновки за темами та розіслано учасникам перед фокус-групою.

Фокус-групу, яку початково планувалося провести в межах особистої зустрічі у травні 2020 року, було переплановано та проведено через Zoom. 12 видавців/зацікавлених сторін (підгрупа з початкових 60 респондентів) відвідали віддалений захід, на якому було заплановано триангуляцію виявлених результатів і обговорення рекомендацій проекту, що можуть бути включені до трирічної стратегії взаємодії з галуззю.

Огляд літератури

Загальна довідка

За останнє десятиліття **Україна пережила чимало важких політичних та економічних потрясінь, значних викликів для державної безпеки.**

Наприкінці 2013 року відмова президента Януковича підписати Угоду про асоціацію з ЄС призвела до хвилі протестів по всій країні. Протести на Євромайдані тривали всю зиму, протестувальники жили в наметах, хоча надворі був мороз. Кульмінацією став обстріл протестувальників у лютому 2014 року. Понад 100 людей загинуло, близько 15 000 було поранено. Янукович втратив владу, а Порошенка обрали новим президентом України. У березні 2014 року розгортання російської агресії призвело до анексії Криму та спалаху конфлікту на сході Донбасу. У Донецькій і Луганській областях досі триває війна.

У 2013 було законодавчо закріплено державні заходи на підтримку книговидання та популяризації читання. З 2014 року було проведено низку фіскальних та соціальних реформ, зокрема зниження тарифів, запровадження заходів, спрямованих на стабілізацію економіки та банківської галузі, запровадження медичної та пенсійної реформ і створення антикорупційних органів.

У квітні 2019 року, набравши 73% голосів, Володимир Зеленський був обраний президентом України. У липні 2019 року партія Зеленського «Слуга народу» перемогла на парламентських виборах, здобувши 60% місць у Верховній Раді. У серпні 2019 року почав роботу новий уряд, який взяв на себе зобов'язання виконати амбітну й широкомасштабну програму реформ, хоча кадрові перестановки 4 березня викликали стурбованість серед інвесторів щодо прихильності президента до курсу реформ¹. З 2016 року економіка України зростала. За інформацією Світового банку, у 2019 році економічне зростання становило щонайменше 3,2%. У 2019 році ВВП склав 139,1 мільярдів доларів США, або 3 140,8 долара США на душу населення². Однак спалах Covid-19 завдав важкого удару по економіці України, а ВВП у другому кварталі 2020 року зменшився на 11,4%. Очікується, що у 2021 році приріст складе близько 1,5%, а до 2023 року — приблизно 3,7%. За даними Європейської комісії, населення України становить близько 44,2 мільйонів³, хоча за останніми оцінками українського уряду ця цифра становить близько 37 мільйонів (офіційного перепису населення не було з 2001 року).⁴

1 <https://country.eiu.com/ukraine> Economist Intelligence Unit. Отримано 23 серпня 2020 року.

2 <https://www.worldbank.org/uk/country/ukraine/overview> Світовий банк. Отримано 23 серпня 2020 року.

3 <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/4031688/9684146/KS-01%E2%80%9119%E2%80%91056-EN-N.pdf> Європейська Комісія. Отримано 6 листопада 2020 року.

4 <https://www.rferl.org/a/30393838.html> Радіо Свобода. Опубліковано 23 січня 2020 року. Отримано 6 листопада 2020 року.

Видавнича справа в Україні

Є декілька досліджень книжкового ринку в Україні, зокрема, «Звіт про стан видавничої справи», опублікований Українським інститутом книги (2019а), що частково базується на результатах дослідження читання і книговидавання в Україні — «The Ukrainian Reading and Publishing Data 2018», проведеного ГО «Читомо» (Читомо, 2018). Ще раніше, у 2012 році, у межах проекту Book Platform було опубліковано звіт за матеріалами опитування, проведеного Українською асоціацією видавців та книгорозповсюджувачів (Афонін, 2012).

За даними Українського інституту книги, **в Україні зареєстровано 1 280 видавництв** (тобто компаній, для яких видавництво книг є основною діяльністю). З них приблизно 300 активно ведуть видавничу діяльність. Обсяг ринку оцінюється в межах від 80 до 100 мільйонів євро на рік (включно з науковими публікаціями). У 2019 році було видано 24 416 назв, з них 18 142 — українською мовою, і 7 895 — навчальні книги. З 2014 року кількість назв щороку збільшується. У 2019 році загалом було надруковано 61,3 мільйонів книг (примірників), з них 52,5 мільйони — українською. Майже всі видавці (80%) мають у своїх каталогах перекладні книги; з них 67% назв — переклади з англійської. Ринок значною мірою залежний від перекладних назв: для 48% респондентів опитування 2019 року перекладні назви становлять понад 50% назв, а для майже 25% респондентів — понад 75% назв. Мови, з яких перекладають найчастіше: англійська (67%), французька (38%), німецька (34%), польська (27%). 68% мешканців України називають українську мову рідною (Читомо, 2018).

Серед основних видавців — «Ранок», «Клуб сімейного дозвілля» (КСД), «Віват» та «Фоліо» (усі з Харкова), «Видавництво Старого Лева» (Львів), «KM Books» (Київ) та «Богдан» (Тернопіль). Кілька із цих добре відомих видавництв мають книгарні, а «Ранок» — дві школи. За останні роки на ринок вийшло

кілька нових видавців; до них належать «The Foundation of Fairy Tales» (2014), «BookChef» (2015), «IST» (2017) та «Art Nation» (2017). Дитяче видавництво «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА» є одним із найбільш упізнаваних; це перше приватне дитяче видавництво у незалежній Україні, яке видає дитячі назви українською мовою з 1992 року.

У 2012 році в рамках проекту «Book Platform» було опубліковано опитування, проведене Українською асоціацією видавців та книгорозповсюджувачів, а також звіт на замовлення Форуму видавців (Афонін, 2012). У звіті подано дані за 2002–2012 роки; зазначається, що внутрішній український книжковий ринок становив близько 20–23% від загального книгоспоживання в Україні, тоді як «сукупність легального, особистого і нелегального імпорту з Росії, а також піратські видання» складали 73–74% ринку (Афонін, 2012:7). У 2011 році загальний обсяг внутрішнього книжкового ринку склав 1,6 мільярдів гривень (154 мільйонів євро), чистий дохід від продажу книг — 1 мільярд гривень (95 мільйонів євро). У звіті наводиться історія видавничої справи в Україні, описується стан переходу галузі з-під контролю держави після розпаду Радянського Союзу 1991 року, «від 26 спеціалізованих видавництв, підпорядкованих Державному комітету у справах видавництв і 3 600 книгарень під схожим централізованим контролем до сучасної високодиверсифікованої галузі».

З 2014 року культурна галузь України суттєво зміцнилась; креативні індустрії становлять 4,4% ВВП (УІК, 2019). У 2017 році креативні галузі було включено до числа пріоритетних напрямів експортної стратегії України. У 2016–2017 роках Міністерством культури та інформаційної політики було створено три установи: Український інститут книги¹ (у 2018 році річний бюджет склав 4,7 мільйонів євро, у 2019 — 3,6 мільйонів євро); Український інститут², метою якого є розвиток української культури в усьому світі; та Український культурний фонд³, створений

1 <https://book-institute.org.ua/>

2 <https://ui.org.ua/>

3 <https://ucf.in.ua/>

для сприяння розвитку національної культури та мистецтва в Україні (УІК, 2019а). УІК контролює чималий бюджет грантових програм (у 2019 році — майже 23 мільйонів євро). З-поміж іншого, ним надавалися гранти видавництвам «Ранок», «Основи» та «ІСТ». Певною мірою УІК створено за зразком аналогічних культурних фондів за кордоном, таких як Мистецька рада Англії. Український інститут книги було засновано 2016 року з метою надання рекомендацій щодо державної політики в книжковій галузі, заохочення видавничої справи, популяризації читання в Україні та української літератури за кордоном (УІК, 2019а). Окрім внутрішніх ініціатив, спрямованих на сприяння читанню та поповненню бібліотечних фондів, УІК працював над просуванням української літератури за кордоном, зокрема шляхом підтримки перекладачів та присутності на міжнародних книжкових ярмарках. Зокрема, українським видавництвам надавалися місця на книжкових ярмарках у Лондоні та Франкфурті, на Болонському ярмарку дитячої книги, а також допомога у підготовці матеріалів та каталогів для ярмарків. З 2019 року Український інститут книги провів значні дослідження видавничого ринку — втім, значною мірою його дані про кількість назв і накладів базуються на статистиці державної Книжкової палати, які більшість опитаних вважає ненадійними (див. розділ з даними про ринок нижче).

Дослідження звичок, пов'язаних з читанням, проведене Київським інститутом соціології у 2018 році¹ показало, що майже чверть (23%) дорослого населення України за попередній рік хоча б раз відвідувала бібліотеку чи книгарню, проте 60% заявили, що за той самий період не читали жодної книги (електронної чи друкованої), не були в книгарнях і бібліотеках. Схожі дані було отримано і в рамках дослідження Центру економічних та політичних досліджень імені Разумкова у 2018 році і опублікованому у звіті Ukrainian Reading and Publishing Data 2018²

(«Читомо», 2018), згідно з яким 14% опитаних українців не змогли назвати жодного українського письменника, а 60% респондентів за попередній рік не придбали жодної друкованої книги (УІК, 2019:14).

У межах того самого звіту було встановлено, що географія відіграє важливу роль у виборі мови, якою респонденти вважали за краще читати. Більшість читачів західного регіону віддають перевагу книгам українською мовою (61%), тоді як книгам російською мовою віддавали перевагу читачі з півдня (8% — українська, 51% — російська) та сходу (5% — українська, 50% — російська). Читачі з центрального регіону стверджували, що їм однаково зручно читати книги обома мовами. Однак останні дослідження щодо регіоналізму в Україні застерігають від «спрощеної концептуалізації та узагальнень»³, адже на вибір мови часто впливають прагматичні й стилістичні (а не політичні) причини; багато читачів демонструють «невимушену двомовність», як зазначає Померанцев (Єрмоленко, 2019, вступ), причому 33% вважають за краще читати тією мовою, якою книгу написано в оригіналі. Мешканці великих міст частіше читали російською (37% проти 15% українською), тоді як у селах книги українською популярніші (38% проти 17% російською). Молодші респонденти віддають перевагу книгам, написаним українською мовою. Однак політична ситуація, видавнича політика та доступність творів впливають на звички читання: хоча 28% респондентів заявили, що їм зручніше читати російською мовою (проти 24% українською), кількість читачів, які читають українською мовою, з 2015 року подвоїлася («Читомо», 2018).

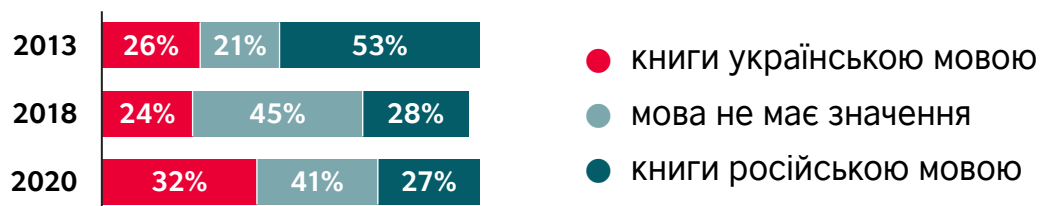
Нові дані, опубліковані в листопаді 2020 року, вперше показали, що **українські читачі надають перевагу книгам українською мовою (32%)** над книгами російською (27%) (УІК, 2020).

1 <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=834>

2 <https://data.chytomo.com/>

3 <https://www.uaregio.org/> Дослідження «Український регіоналізм», Університет Санкт-Галлена.

Мовні вподобання українських читачів.¹ Джерело: УІК, 2020.



Значний вплив на видавничу галузь мав закон про обмеження імпорту «іноземної друкованої продукції антиукраїнського змісту», що призвело до різкого падіння кількості книг з Росії. Вартість імпортованих з Росії книг зменшилася з 3,2 мільйонів євро в 2016 році до 1,2 мільйонів євро у 2017 (ця цифра сягнула максимуму в 2013 році — майже 18 мільйонів євро).² На момент запровадження обмежень було підраховано, що російські книги становлять 55–60% продажів на українському ринку, а імпортовані одиниці продажу в регіоні становлять близько 100 000 примірників на рік. У березні 2019 року були оголошені санкції проти дев'яти російських видавництв — повністю заборонено імпорт продукції цих компаній.³ Заборони російських онлайн-дистриб'юторів набули чинності у березні 2019 року — користувачам інтернету з України заблокували доступ до трьох популярних російських інтернет-книгарень.⁴ Незважаючи на те, що деякі видавці та книготорговці висловлюють побоювання, що, мовляв, місцевим видавцям «не вистачить ресурсів, щоб замінити заборонені книги з Росії», цей крок призвів до значного збільшення кількості українських видавництв, а в 2018 році вийшла друком рекордна

кількість назв (16 857) і рекордний загальний наклад (38 мільйонів примірників) українськомовних книг, враховуючи освітню літературу, профінансовану державою (УІК, 2019а). Ввозити не більше десяти книг для особистого користування досі дозволяється.

1 січня 2016 року у межах Угоди про асоціацію Україна вступила до Повної та всеохоплюючої зони вільної торгівлі ЄС (ПВЗВТ), що сприяє поглибленню політичних зв'язків, зміцненню економічних стосунків та повазі до спільних цінностей. ЄС є найбільшим торговим партнером України, на якого у 2019 році припало понад 40% зовнішньої торгівлі. Загальна торгівля між ЄС та Україною у 2019 році досягла 43,3 мільярдів євро.⁵ У травні 2017 року ЄС затвердив для громадян України безвіз до країн Європи, які входять до Шенгенської зони.⁶ Існує тісна співпраця з іншими європейськими країнами та установами за фінансової та організаційної підтримки видавничих ініціатив та партнерств (наприклад, House of Europe, EUNIC, EU4Business, ЄБРР).

1 У графіку показані лише люди, що відповіли на це запитання при опитуванні.

2 <https://chytomo.com/kryminalne-chtyvo-iak-knyzhkovyj-rynok-vidreahuvav-na-obmezhenia-roslitu/> Читомо. Опубліковано 25 червня 2019 року. Отримано 6 листопада 2020 року.

3 <https://www.uawire.org/ukraine-prepares-sanctions-against-russian-publishers> UA Wire. Опубліковано 8 травня 2018 року. Отримано 23 серпня 2020 року.

4 <https://www.ewdn.com/2019/03/25/popular-russian-online-stores-and-publishing-houses-banned-from-ukraine> East West Digital News. Опубліковано 25 березня 2019 року. Отримано 23 серпня 2020 року.

5 https://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/ukraine/index_en.htm Європейська комісія. Отримано 23 серпня 2020 року.

6 <https://www.schengenvisainfo.com/news/eu-approves-visa-free-travel-ukrainian> Schengen Visa Info. Отримано 23 серпня 2020 року.

В Україні два міста літератури ЮНЕСКО:

Львів — з 2015 року, Одеса — з жовтня 2019 року.¹ Львів — місто літератури² активно долучається до проєктів просування літературного перекладу, таких як «Lit Transformer»,³ а також у програмі, що проводиться спільно з «Видавництвом

Старого Лева» на підтримку книговидавництва українською мовою. Метою Мережі креативних міст ЮНЕСКО є сприяння співпраці з іншими містами мережі; у Львова більше комунікації і співпраці з партнерами з цієї мережі, ніж з українськими організаціями з інших міст.

Ринок масової літератури в Україні

У 2018 році видання масової літератури становило 37% ринку України, або приблизно 17 мільйонів примірників (із 47 мільйонів примірників загалом). Найпопулярнішими жанрами серед українських читачів стали сучасні кримінальні і любовні романи, фентезі та класика (УІК, 2019а). Книговидавництво для дітей тримає сильні позиції (УІК, 2019b). В останні роки спостерігається поява української фантастики для підлітків; серед видавництв, які активно розвивають цей жанр — «Наш формат», «Видавництво Старого Лева» та «Лавр» (Павличко, без дати). Популярним напрямком залишається саморозвиток. Збільшується кількість публікацій вітчизняної наукової літератури та зацікавленість нею.⁴ Класична та сучасна проза перебуває в центрі уваги багатьох видавців і користується популярністю серед читачів (УІК, 2019а). Дедалі більша популярність деяких авторів, як-от Юрія Андруховича, Оксани Забужко, Андрія Куркова та Сергія Жадана, дала привід до заяв про «відродження» українського письменництва (Богдан, 2020). Однак багато

популярних українських авторів зі значною вітчизняною аудиторією все ще не перекладені та недоступні за кордоном.

Надійних даних про ринок масової літератури досить мало; інформації про читачів більше, ніж про роздрібну торгівлю. У звіті «Ukrainian Reading and Publishing Data 2018» не наводяться цифри щодо роздрібної торгівлі, але зазначені звички, пов'язані з купівлею: читачі купують книги у місцевих книгарнях (25%), на ринках (20%), у великих торговельних мережах (17%), супермаркетах (12%), на книжкових виставках (12%) та у великих інтернет-магазинах (10%). Молодші респонденти частіше купують книги в інтернет-магазинах (15% людей у віці від 15 до 25 років), а найменше — книги на ринках (13%) («Читомо», 2018).

Ринок електронних книг існує, але дуже мало українців готові платити за контент. В опитуванні «Reading and Publishing Data» 21% респондентів заявили, що завантажують «безкоштовні» книги.

1 <https://youtu.be/bYU5unvS42c> YouTube. Video presentation Odesa City of Literature UNESCO. Опубліковано 5 жовтня 2020 року. Отримано 6 листопада 2020 року.

2 <https://cityofliterature.lviv.ua/>

3 <https://en.unesco.org/creative-cities/events/call-applications-international-translation-workshop-littransformer-2020-open>

4 <https://youtu.be/lYvSYRmNDs8> Ukrainian Non-Fiction: Why Is It Interesting? Виступ Володимира Єрмоленка, Книжковий Арсенал (онлайн-фестиваль). YouTube. Опубліковано 8 травня 2020 року. Отримано 16 червня 2020 року.

Видавничі ініціативи

Українська видавнича галузь стикається зі значними проблемами. В аналітичній довідці Британської Ради (2019) було вказано на відсутність централізованих даних про продажі, нерозвиненість мереж розповсюдження книг по всій країні, необхідність ефективного регулювання авторських прав і відсутність традицій літературних агентів як ключові проблеми.¹

Протягом останніх років було здійснено низку ініціатив, спрямованих на створення потенціалу у цій галузі, з особливим акцентом на розвиток навичок. До них належать:

1. **Booking the Future**:² низка заходів, спрямованих на підвищення кваліфікації фахівців видавничої галузі та сприяння співпраці між українською та європейською галуззю у межах програми Culture Bridges (культурні мости), що фінансується ЄС. Ініціативу BTF було організовано на фестивалі «Книжковий Арсенал» у травні 2018 року, після чого для 27 українських видавців було проведено п'ятиденний інтенсив Summer school³ («Літня школа»);⁴
2. У межах програми **3x3 Mentoring**,⁵ що проводилася Британською Радою з липня 2017 року по березень 2018 року, трьом молодим українським видавцям було знайдено наставників з видавництв Великої Британії (PRH, Granta та Profile) для реалізації конкретних проєктів. Програма містила сесії аналізу потреб та налагодження зв'язків України, спостереження за ментором у британському видавництві та щомісячні дистанційні наставництва.

3. **Міжнародна програма обміну для видавців**⁶ Британської ради підтримує молодих спеціалістів у галузі видавничої справи з Великої Британії, Грузії, України та Туреччини. Двом українським професіоналам з видавничої галузі було підібрано в пару по колезі з Великої Британії, а також запрошено на навчальний візит з метою отримання глибшого розуміння галузі й налагодження професійних зв'язків. (Стипендіати Великої Британії не змогли здійснити навчальні візити через Covid-19). Після закінчення програми (вересень 2019 – вересень 2020) кожен зі стипендіатів матиме можливість подати заявку до фонду розвитку на суму до 1 800 фунтів стерлінгів, що дозволить їм продовжувати налагодження міжнародних професійних зв'язків.

1 <https://www.britishcouncil.org.ua/programmes/arts/literature/fellowship>
Publishing Sector Brief, British Council Ukraine. Отримано 16 червня 2020 року.

2 http://culturebridges.eu/booking_the_future

3 <http://culturebridges.eu/summer-school>

4 <https://artarsenal.in.ua/laboratory/proekt/litnya-shkola> Мистецький Арсенал. Отримано 16 червня 2020 року.

5 <https://www.britishcouncil.org.ua/programmes/arts/literature/3x3publishing>

6 <https://www.britishcouncil.org.ua/programmes/arts/literature/fellowship>

Результати дослідження за галузями

Видавці

Інтерв'ю з видавцями охоплювали широкий спектр питань; часто порушувалася тема політичної ситуації. За словами респондентів, видавнича справа поєднує ідеологічну й економічну складові, є засобом для впровадження соціальних змін. Питання, якою мовою публікувати літературу, розглядалося як політичне рішення. Для деяких видавців вибір мови визначав порядок денний видавництва:

«Ми знаємо, що попит на російські книги є, але, оскільки йде війна, ми не будемо їх видавати. Ми не будемо це робити з принципу».

«В цьому [у публікації літератури російською] був би економічний сенс, але я твердо дотримуюся принципу: тільки українською».

«Завдяки моїй позиції багато дітей читають свою першу книжку українською мовою».

Респонденти говорили як про політичні, такі про комерційні мотиви випуску україномовної продукції, що набули актуальності після Євромайдану (2014), а також про відновлення інтересу до книг українських авторів та збільшення попиту на них. Це позбавлення спостерігалось й у інших галузях, зокрема, в українському кіно й музиці; на вітчизняну культурну

продукцію, яка раніше розглядалася як щось містечкове чи старомодне, стали дивитися по-новому і цінувати її.

«Останні п'ять років ведеться боротьба проти російської мови. Активісти виступають проти кав'ярень та магазинів, де персонал розмовляє російською. Після Революції гідності (2014) молодь звернулася до української мови».

У 2014 створено більш сприятливі фінансові умови та кращі можливості для бізнесу, які заохотили видавництва до інвестицій в інфраструктуру й техніку як передумови розвитку.

«Після Майдану на два роки змінили механізм. Це справді була дуже позитивна зміна. Наш директор придбав нову типографську машину, у нас з'явилася можливість обслуговувати інші видавництва, а також друкувати власні книги».

«... друкарні мають можливість купувати найкращу техніку, тепер у нас нарешті є компанії, які можуть дозволити собі видавати професійну літературу з біології, техніки тощо... наші редактори й перекладачі нарешті отримали можливість на цьому заробити».

Серед проблем, які обмежують розвиток видавничої галузі, називали проблеми з грошовим потоком (наводячи конкретні приклади роздрібних мереж, які затримують оплату), та високу вартість кредитних коштів, що зазначалася респондентами з малих, середніх і великих підприємств як чималий виклик.

«Позичати важко, процентні ставки дуже високі. Малому бізнесу важко отримувати кредити».

«Щоб видати книгу, нам потрібен час — часом рік, а часом і півтора роки. Для підготовки книги нам потрібен кредит. Ми здатні виплачувати кредит, але процентна ставка досить висока, близько 16%».

«Позики дуже дорогі; видавці не можуть собі їх дозволити. Галузь розвивається повільно, тому інвестори долучаються неохоче».

Є приклади видавців, які залучали інвестиції на розширення у ділових партнерів (наприклад, «BSL», «Vivat»), але про галузь загалом, особливо про малі підприємства, складається враження, що ресурсів бракує. Існують і моделі крауд-фандингу; Komubook¹ — це українська платформа краудпаблішингу, на якій спонсори отримують примірник книги в обмін на грошовий внесок на публікацію.²

Відсутність даних про ринок також розцінювалося як фактор, що переважно відлякує інвесторів:

«Креативні індустрії повинні бути більш привабливі для інвесторів. Інвесторам потрібна статистика, щоб оцінити можливості галузі».

На думку опитаних, існує досить високий попит на молодших спеціалістів, особливо на малих підприємствах. Троє респондентів, опитаних у лютому, згодом пішли з галузі, назвавши вигоряння як головний фактор, що спричинив рішення піти з організації. За словами опитаних, працівники не отримують належної винагороди за свої зусилля, при цьому схожі проблеми з низькою оплатою праці виявляють і в ході опитувань щодо зарплатні у Великій Британії:³

«Редакторська робота дуже складна і вимагає багато часу».

«Проблема в першу чергу в низьких зарплатах. Це величезна проблема».

«У редакторів занижкі зарплати й забагато роботи. Але вони принаймні в досить стабільному становищі. Дизайнерам та фрилансерам ще гірше: їхнє становище нестабільне».

На запитання про гендерний баланс на підприємствах та ставлення до жінок у видавничій галузі, респонденти відповідали, що в Україні гендерні упередження не становлять проблеми, хоча в деяких напрямках галузі (логістика, книгорозповсюдження) працює більше чоловіків, ніж жінок. На думку учасників, жінок більше серед редакторів.⁴ Серед опитаних працівників вищої ланки, а саме серед керівників великих компаній, була збалансована кількість чоловіків і жінок, відзначалося розуміння важливості гендерного паритету.

«Мені пощастило працювати у компанії, власник якої поважає всіх менеджерів, незалежно від статі».

«У моїй компанії — паритет між жінками та чоловіками».

1 <https://komubook.com.ua/>

2 <https://voxukraine.org/uk/z-miru-po-nittsi-ua/>

Vox Ukraine. Опубліковано 15 травня 2017 року. Отримано 9 вересня 2020 року.

3 <https://www.thebookseller.com/blogs/how-low-pay-and-low-pay-transparency-undermine-publishing-business-1206737>
The Bookseller. Опубліковано 10 січня 2020 року. Отримано 23 серпня 2020 року.

4 Певні гендерні закономірності щодо зайнятості за видами робіт простежуються у видавничих галузях багатьох країн (наприклад, див. Shercliff, 2015:55). Розбіжність в оплаті між представниками різних статей залишається значною проблемою у видавничій галузі Великої Британії та США (див. <https://www.theguardian.com/books/2018/mar/23/gender-pay-gap-figures-reveal-big-publishings-great-divide>), але серед українських видавців цю тему не було детально вивчено.

«В редакції переважно жінки, в книгорозповсюдженні — переважно чоловіки, на складі — тільки чоловіки».

«Нішеві видавці тісніше взаємодіють з читацькою аудиторією. У великих видавництвах взаємодія не така тісна; їм потрібні дані».

Дані про ринок

Багато видавців зазначали, що їхні видавничі стратегії були не досить добре визначені, і це через відсутність надійних даних про ринок. Відсутність статистичних даних розглядалася як перешкода у розробці нових видавничих програм, а також для розуміння справжньої картини продажів та споживчого попиту. Це також вважали перешкодою для збільшення продажу на внутрішньому та міжнародному ринках, що ускладнює виявлення тенденцій у читацьких звичках і моделях книгоспоживання.

«Більшість видавців займаються видавничою діяльністю інтуїтивно — без послідовної видавничої стратегії чи плану».

«Наша головна проблема — відсутність статистики. Усе робиться наздогад, а не на підставі даних».

«Займаючись скаутингом, я намагаюся знайти книги, які найкраще відповідатимуть вподобанням наших читачів, але в мене немає даних. Я розумію, що установи нашої книжкової галузі досить молоді, але в нас немає належної бази знань. У нас немає належної статистики і аналітики щодо того, що відбувається у видавничому бізнесі України. Ми повинні знати стан ринку, опубліковані назви, інформацію для зовнішніх ринків. Ми повинні знати про авторів, які отримують нагороди, які продають права за кордон, скільки прав було продано, скільки людей брало участь у книжкових ярмарках, яка література найпопулярніша».

На думку опитаних, найкраще знають свій ринок видавці спеціалізованої літератури. Взаємодію з відвідувачами книжкових ярмарків вважали особливо цінним джерелом зворотного зв'язку від читачів та споживачів.

Однією з ключових проблем вважали відсутність централізованих даних про продажі (та застарілі механізми збору статистичних даних). Книжкову палату опитані вважають повільною, громіздкою та малоцінною установою, адже її статистика не відображає реальності ринку. Серед представників органів, що визначають політику, помітний брак впевненості щодо можливості заявляти про Україну на міжнародному рівні, виступати з ініціативами на зразок статусу Почесного гостя на міжнародних книжкових ярмарках; бракує знань про ринок.

«Немає надійних централізованих даних. Державна служба статистики працює за всіма галузями, але їхні дані не найкращі, до них включають і навчальну літературу, каталоги та інше. Користі від цього ніякої — даремна витрата часу й грошей».

«Дані Книжкової палати формуються досить повільно. Видавці подають дані раз на рік; ринок змінюється набагато швидше».

Централізований збір даних від підприємств роздрібною торгівлі відсутній, тому Книжкова палата покладається на дані, які видавці подають вручну. Значний відсоток продажу досі відбувається за готівку — наприклад, на ринках. Централізованого механізму збирання даних (на кшталт Nielsen Bookscan) немає. На запитання, чому наявні дані такі ненадійні, опитані вказують дві причини:

- небажання видавців надавати дані про продаж з комерційних міркувань і/або з метою ухилення від сплати податків
- припущення, що навіть якби такі дані надавалися, то дані Книжкової палати все одно були б неточні через застарілі механізми роботи зі звітами.

«Видавці не хочуть ділитися вихідними даними про продаж. Вони не готові до відкритості, їх треба переконати, що вони в безпеці. Крім того, це також питання сплати податків».

«Якби податкова система працювала якісно й ефективно, з наданням необхідної статистики не було б проблем. Але це проблема усього українського бізнесу, не лише видавничої справи».

«Видавці не хочуть ділитися вихідною інформацією про продаж. Страх закладався ще в попередні покоління, вони не готові до відкритості. Це пов'язано і з економікою, і з політикою — це культурна політика. Їх потрібно переконати, щоб вони почувалися в безпеці. І, звісно, це може вплинути на оподаткування».

Респонденти повідомили, що в останні роки було зроблено певні кроки, щоб цьому зарадити, проведено деякі попередні кількісні дослідження книжкового ринку і звичок читачів, зокрема, статистичним відділом УІКу:

«Аналітичний відділ УІК дає хорошу статистику. Такі дані — про потреби споживача, про ринок — це саме те, чого нам бракує».

І хоча не всі визнають достовірність звітів УІКу, на думку опитаних, така статистика — краще ніж нічого:

«Я не знайомий з методологією, але якщо обирати між цим звітом і відсутністю даних, я обираю цей звіт, навіть якщо він недосконалий».

«Тільки УІК намагається заповнити цю прогалину».

Однією з цілей, задля яких на форум «Booking the Future» запросили британських експертів, було «пояснення, чому важливо обмінюватися даними, як це може допомогти галузі». Але, незважаючи на ці зусилля, галузь, здається, не просунулася уперед щодо відстеження даних у роздрібній торгівлі і обміну наявною інформацією.

В Україні доступ до даних про продаж розглядається як комерційна перевага. Все більша кількість видавців має власні книгарні або мережі роздрібно торгівлі, і ці дані про продажі можуть бути використані підрозділами видавництва для прийняття рішення щодо видання та придбання нових назв.

«У нас понад 10 000 назв українською та російською мовами. Вони [видавці, що входять до групи] можуть користуватися історією даних про продаж, перш ніж замовляти або підписувати договори на нові назви».

Небажання розкривати даних називали проявом більш широкого питання відсутності довіри в галузі. На запитання про стосунки між видавцями, респонденти одностайно відповідали, цей фактор не належить до сильних сторін галузі:

«Шкода, але серед нас переважає конкуренція. В Україні немає потужної видавничої спільноти. На перше місце усі ставлять власні бізнес-інтереси».

«Стосунки між видавцями закриті».

«Стосунки між видавцями досить поверхові, ми вітаємось на прийомах».

«Нам потрібно більше довіри. Українські видавці не довіряють ані одне одному, ані установам».

Між деякими видавцями з Харкова стосунки були тепліші. Один респондент зазначив, що існує «велика і тісна спільнота видавців фантастики». Але загалом не виявлено традиції обмінюватися передовим досвідом або надавати неформальну підтримку.

Редагування

Оскільки значна частина українського ринку масового попиту складається з перекладеної або імпортованої (легально чи ні) літератури, на думку опитаних, редакторів бракує як для художньої літератури, так і для нефікшн. Нестача редакторів може ускладнити

як розвиток авторів, так і забезпечення високої якості роботи:

«У нас немає редакторів, які спеціалізувалися б на сюжеті. Навіть якщо роман чи збірка оповідань слабкі, їх усе одно опублікують».

Висока частка перекладених назв означає, що нонфікшн чи книги про саморозвиток не завжди актуальні, адже написані не для українського читача.

«Прикладів української літератури нонфікшн небагато; на мою думку, десь 80% цього напрямку імпортується. Тут у нас немає авторів, які писали б про саморозвиток і таке інше. Це все імпортується, а контекст не той».

Однак попит на українські назви на теми місцевих історій успіху чи місцевого досвіду настільки великий, що коли з'являються такі місцеві приклади, їхній комерційний успіх буває досить значний (наприклад, «супер-бестселер» BookChef «Big Money», на сторінках якого українські бізнесмени діляться своїм досвідом).

Незважаючи на зусилля українськомовних видавництв, як-от «ВСЛ» та «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА», у дитячих відділах книгарень переважають переклади міжнародних бестселерів на кшталт «Гаррі Поттера», «Щоденника слабака» або книг Девіда Вольямса. З цим пов'язана значна проблема з українською дитячою літературою. На її нестачу нарікали декілька респондентів, які висловили занепокоєння тим, що «діти не вивчають власної історії та культури».

Окрім редакторських навичок, кілька великих і відомих компаній висловили потребу додаткової підготовки щодо керування редакцією і видавничих процесів:

«Ми були б вдячні за пораду, як організувати видавничий процес. Про те, як керувати усім процесом від придбання прав до друкованої книги. Управління часом, потоком процесів, технологічними операціями, розрахунок часу на переклад і друк, на кожну операцію в процесі публікації».

Дизайн та виробництво

Якість дизайну та виробництва багатьох назв, виставлених у книгарнях, на надзвичайно високому рівні.

Українські книги все частіше відзначають за дизайн, і щорічний конкурс «Найкращий книжковий дизайн»,¹ що проводиться на «Книжковому Арсеналі», підвищив популярність цього напрямку в галузі. Щороку за підтримки Гете-інституту в Україні та ГО «Читомо» публікації, включені до шорт-листа конкурсу, представляють у рамках колекції «Найкрасивіші книги світу» на Франкфуртському та Лейпцизькому книжкових ярмарках. Прикладами високоякісного інноваційного дизайну є книги видавництва «Основи», арт-студії «Аграфка», «Видавництва Старого Лева» та «Red Zet». Якість української ілюстрації отримує усе ширше визнання. Особливо успішний приклад — арт-студія «Аграфка», яка здобула численні нагороди за дизайнерські роботи на Болонському ярмарку дитячої книги.²

Завдяки роботі, яку веде УІК в напрямку просування українських ілюстраторів на міжнародному рівні, зокрема на Франкфуртському книжковому ярмарку, шляхом підготовки вже згаданого каталогу ілюстрації³, збільшилася кількість іноземних видавництв, які залучають українських ілюстраторів.

1 <https://artarsenal.in.ua/en/book-arsenal/>

2 <https://www.kyivpost.com/lifestyle/ukrainian-illustrators-seen-among-worlds-best.html>
Kyiv Post. Опубліковано 14 лютого 2018 року. Отримано 14 червня 2020 року.

3 https://issuu.com/bookinstitute.ua/docs/catalog_eng_small_ok

«Багато ілюстраторів працюють на іноземні видавництва, і це підвищує рівень оплати праці. Але для європейських видавців їхня робота все одно коштує дешево».

Однак, як зазначалося вище, деякі респонденти попереджали про нестабільний фінансовий стан дизайнерів-фрилансерів; ця проблема поглибитися у зв'язку з фінансовими труднощами через пандемію Covid-19.

З метою виходу на нову аудиторію дитячі видавництва освоюють цифрові технології. Видавництво «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА» завоювало собі неабияку репутацію: його високоякісний дизайн та виробництво відомі в Україні і за кордоном; це одне з небагатьох українських видавництв, які успішно продають права за кордон. Для iPad було створено анімовану версію «Снігової королеви» Ганса Крістіана Андерсена на базі ілюстрованої версії Владислава Єрка.¹

Версія «Пригод Аліси в країні чудес», що вийшла друком в «Art Nation» — чудовий приклад того, як українські видавці використовують технологію доповненої реальності, щоб вдихнути нове життя в класичні твори та знайти шлях до нового покоління читачів. Завдяки креативному маркетингу та партнерським стосункам між видавництвом «Ранок» та мережею супермаркетів «Ашан» вдалося досягти продажу 300 000 примірників першого накладу.

Друкарні

В Україні існує кілька високоякісних друкарень — передусім у Києві й Харкові. Одне з найбільших таких підприємств, «Unisoft», пропонує найсучасніші технології. За останні місяці були придбані нові станки для друку й брошурування; загальні потужності становлять близько 1 мільйона книг у твердій і 1,5 мільйона книг у м'якій обкладинці на місяць. Такі інвестиції українських поліграфічних компаній у нові технології мають позитивний вплив на всю

галузь. За останнє десятиліття внутрішній ринок швидко зростав, і всі опитані видавці друкували свої книги в Україні.

«Книгодрукування в Україні розгорнулося 10–15 років тому. Останні кілька років ми друкуємо книги в Україні».

Однак тенденції у книгодрукуванні змінюються. За оцінками «Unisoft»,² п'ять років тому середні накладі становили 5 000–6 000 примірників. Станом на 2019 рік ця цифра знизилася до 3 500. А станом на лютий 2020 року — всього 700–800 примірників. Видавці переходять до коротших циклів продажу, заощаджуючи на складських витратах (деякі взагалі обходяться без складів — друкарні доставляють книги безпосередньо до торгівельних точок чи офісів). Раніше на продаж книги відводився приблизно один рік, зараз це три-шість місяців. Однак кількість назв, які друкують на «Unisoft», зростала. П'ять років тому це було близько 300 назв на місяць, а на початок 2020 року — 600–700 назв на місяць. Деякою мірою така тенденція може спостерігатися в результаті труднощів з грошовим потоком, про які згадувала значна частина видавців; менші накладі означають, що видавництва мають більше грошей на нові назви.

Українські видавці обізнані щодо екологічних проблем, особливо якщо йдеться про виробництво і книгодрукування. Наприклад, у видавництві «Ранок» докладено значних зусиль, щоб зробити компанію більш екологічною, запроваджено цифрові робочі процеси, випускається цифрова продукція, для друку використовується папір з вторсировини.

Електронні книги та аудіокниги

Респонденти інтерв'ю по суті повторили результати українського опитування щодо читання та видавничої справи («Читомо», 2018), згідно з яким більшість респондентів, які читають електронні книги (92%), завантажують їх безкоштовно. Лише 8% роблять одноразові покупки на

1 http://ababahalamaha.com.ua/uk/Снігова_Королева

2 Назву вказано з дозволу респондента.

спеціалізованих веб-сайтах, і 3% користуються онлайн-передплатою. На думку респондентів, електронне піратство — значна перешкода на шляху розвитку цього напрямку, і тому вони не вважають його за пріоритет. Більшість видавців оцінювали частку своїх доходів від електронних книг від 1% до 3% обороту.

«Ринку легальних електронних книг немає».

«Ми тільки починаємо працювати з електронними книгами, безпечних місць для їх продажу немає. Піратства дуже багато».

«Люди не готові платити за електронні видання».

«Аудіокниги? Місць для їх продажу замало».

«Ми публікуємо та продаємо електронні книги, люди потроху купують, але заробляємо ми на цьому небагато».

«Музика, книги, фільми — всім користуються без оплати. В українців є погана звичка — знаходити та завантажувати їх безкоштовно, незалежно від формату».

«Найбільша проблема — це контрафактні [паперові] книги; це значно більша проблема, ніж електронне піратство. Електронні книги становлять мізерну частку, менше 1% від доходу видавництва».

Цей останній коментар чітко вказує на циклічну суть проблеми. Сектор електронних книг не розвивається через страх піратства; у свою чергу, видавці не розглядають піратство електронних книг як велику проблему, оскільки частина продажу електронних книг, втрачена через піратство, є незначною у порівнянні з загальним доходом. Однак на інших ринках світу електронні книги та аудіокниги зараз розвиваються активніше за всі інші напрямки ринку. Не розвиваючи цю галузь, Україна втрачає потенційні потоки нових доходів, особливо враховуючи те, що простота розповсюдження електронних книг та аудіокниг робить ці формати привабливою пропозицією для ринку, де існують труднощі

з розповсюдженням фізичної книжкової продукції за межами великих міст.

Рівень використання електронних пристроїв для читання росте дуже повільно: за результатами опитування «Читомо» 2018 року, тільки 7% респондентів мали доступ до таких електронних пристроїв (при цьому у 70% був смартфон). Видання електронних книг — це сфера, у якій відсутність статистичних даних дуже ускладнює аналіз ринку. На запитання, чому так мало людей купують електронні книги, один респондент відповів:

«Ми не знаємо. Можливо, люди не купують пристроїв для читання. Вони є в магазинах, але люди, напевно, воліють читати на мобільних телефонах».

Серед інших причин, чому українці можуть неохоче приймати електронні книги, називали значну увагу до дизайну друкованих примірників та сентиментальне ставлення до друкованої книги:

«Книга — це об'єкт любові й піклування, втілення культури. Важливо, щоб це було щось фізичне».

«Наші люди люблять тверді обкладинки. Це радянський менталітет — щось на кшталт атрибуту статусу».

Продаж та маркетинг

Офіційної статистики щодо роздрібного продажу книг в Україні немає (Афонін, 2012), що надзвичайно ускладнює аналіз продажу та тенденцій. Загальнодоступна статистика щодо продажу дуже неточна, вона занадто прив'язана до накладів, що може свідчити про те, що подані цифри щодо певних назв завищені. Подібно до того, як «купити книгу — не значить її прочитати» (Павличко та ін.), так і надрукувати книгу — не значить продати її. Однак також поширене припущення про те, що багато видавців подають занижені дані щодо продажу з метою ухилення від сплати податків, тому реальну картину ринку оцінити надзвичайно важко.

За оцінками респондентів, опитаних у лютому–березні 2020 року, середня кількість примірників у першому накладі оцінювалася від 1 000 до 3 000, причому деякі респонденти вважали наклад у 2 500 примірників точкою беззбитковості. Кілька видавців розповіли, що спершу продають наклад 1 000–2 000 книг і після цього додруковують ще по 200–300 примірників. Друк на вимогу став важливим фактором у роздрібній галузі. За інформацією від «Unisoft», в лютому 2020 року середня кількість примірників у накладі була на рівні 800–900 примірників; за словами видавців, опитаних у липні–серпні 2020 року, наклади значно скоротилися, а деякі респонденти повідомили про необхідність зменшити кількість примірників у першому накладі до 500.

Багато видавців випускають привабливі та інформативні каталоги, у яких розповідається про видавничі плани і вже опубліковані книги. Кілька видавництв активно просувають себе в Instagram; особливо в цьому активні недавно створені видавництва. «Основи» мають 17 000 підписників в Instagram, ArtBooks мають 28 500, «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА» — 40 000, ВСЛ — 60 000, «Ранок» — понад 74 000. Присутність мереж традиційних та інтернет-книгарень у соціальних мережах також досить активна: Yakaboo має понад 120 000 підписників, а Книгарня «Є» (Київ) — 70 500.

«Обізнаність громадськості зростає. Молодші видавці вирости в епоху цифрових технологій, вони також активно впроваджують партиципативні підходи. Вони видають книги на замовлення. Існують видавці, що фінансуються через крауд-фандинг, це сприяє лояльності і читацькій активності».

Серед респондентів звучало певне занепокоєння тим, що автори долучаються до просування книг не на повну силу («Автори вважають: я написав книгу, тепер можна сісти склавши руки й чекати на гроші»). Згадували і протилежні приклади — авторів, які енергійно включаються до просування книг як елементу видавничого процесу. Як приклад ефективного самопросування наводили Максима Кідрука — автора, який завжди присвячує час на промо-тури своїх книжок

Україною, і його книги продаються накладом по 20 000 примірників.

Жоден з видавців не зазначив продаж серед напрямів, у яких їм потрібна додаткова підготовка, але 16% опитаних видавців зазначили, що їм бракує досвіду в галузі маркетингу. Кілька видавців відзначили потребу допомоги у просуванні книг.

«[Видавці] знають, як створювати і редагувати книги, але не знають, як правильно їх продавати».

Навчання

На запитання про те, яке навчання їхній персонал вже пройшов, багато хто наводив приклади внутрішнього навчання (на робочому місці) та направлення працівників на зовнішні курси.

«Ми відвідуємо різні ярмарки та семінари. Ми залучаємо тренерів — для відділів фінансів, продажу та редакції».

Усі респонденти вважали професійний розвиток пріоритетом, важливим для підвищення кваліфікації персоналу, поліпшення ефективності бізнесу, і для підтримки морального духу персоналу.

«Ми хочемо вдосконалюватись, підвищувати кваліфікацію і рівень задоволення персоналу. Ми хотіли б, щоб кожен співробітник пишався своєю роботою».

Навчання вважали сферою, у якій Британська Рада вже провела важливу роботу і могла б допомагати в майбутньому. Серед лідерів ринку заявлена потреба у професійному розвитку була настільки ж значна, як і в невеликих компаніях, але пріоритетні потреби визначалися інші. У менших видавництвах були визначені такі пріоритетні напрями: маркетинг, редагування та права, а для великих видавництв — керування редакцією та стратегічне планування. Здавалося б, у великих компаній справи йшли

добре. У відповідь на запитання, чому ж їм потрібна така підтримка, деякі з їхніх представників відповідали, що як лідерам ринку їм варто переймати нові підходи й процеси з-за кордону.

«З продажем/фінансами простіше: таких тренерів не бракує. Проблеми виникають із редагуванням, адже ми — одне з найбільших видавництв в Україні; для нас був би корисний міжнародний досвід».

«Нас дуже цікавить ваш досвід та досвід інших видавництв у Великій Британії».

«Ми випереджаємо інших, але нам потрібна, наприклад, інформація про гранти. Мені, наприклад, не відомо про гранти. Ми повинні знати про такі проекти. Ми також повинні знати більше про організацію видавничого процесу, нам потрібна підготовка в цьому напрямі».

«У нас є власні методи, але ми знаємо, що є й інші, більш ефективні. Ми знаємо, що ваша країна розвиненіша, ніж наша. Ми хотіли б зрозуміти всі етапи процесу».

Найбільшою прогалиною в навичках, на думку респондентів, є права — детальніше про це йдеться далі. Повний перелік визначених прогалин дивіться на сторінці 53.

Більшість респондентів знали про такі ініціативи Британської Ради з професійного розвитку, як «Booking the Future», але цю програму вважали відповідною не для всіх видавців:

«Ми це знаємо. Але проблеми в нас більші, і спектр проблем інакший».

Існують академічні програми для майбутніх видавців. Українська академія друкарства, що у Львові, та Київський політехнічний інститут мають кафедри, де готують редакторів. У 2017 році Міністерство освіти і науки реформувало навчальні програми, в результаті чого видавничу справу виключено з офіційного переліку професій — вона тепер вивчається як складова журналістики або поліграфії. Київський національний університет імені Тараса Шевченка має кафедру видавничої справи в Інституті журналістики.

Не існує ані централізованого навчального закладу, ані сильної традиції залучення професіоналів галузі для надання підтримки «рівний — рівному» або наставництва у професії. Однак деякі компанії приймають стажерів; у Львові представники кількох видавництв згадували, що брали на стажування студентів Академії друкарства. На думку викладачів це дуже важливо; з найкращими, на їхню думку, видавцями вони «постійно перебувають у діалозі, тримають зв'язок — це не якась таємниця». Кілька респондентів визначили, що ця ідея поєднання професійного розвитку з академічним навчанням має вирішальне значення як для навчальних закладів, так і для видавців-практиків:

«Щоразу, працюючи як фрилансер у видавничій галузі, я відчуваю пульс галузі. Неможливо навчити, маючи лише теоретичні знання; потрібна практика та досвід».

«Кілька років тому одна літературна школа читала лекції для українських видавців. Серед молодих видавців лекції користувалися успіхом. Ми поділилися своїм досвідом, своїми думками щодо ринку, про те, як зробити перші кроки. Це було для них корисно — потрібно більше такої роботи».

Книготоргівля та книгорозповсюдження

На 1991 рік в Україні було 3 600 книгарень. Після того старі структури книготоргівлі майже повністю зникли. Одним із наслідків таких стрімких змін в інфраструктурі є те, що в поточній моделі книгорозповсюдження малі міста обслуговуються недостатньо. За оцінками кількох респондентів, на всю країну зараз близько 300 книгарень.

«Після розпаду СРСР книгарень поменшало, склади також позакривали. Україна — дуже велика країна... у великих містах є книгарні, ведеться активна робота. Але в малих містах, де не більше 30 000 мешканців, книгарень немає. Як правило, люди в таких містах не схильні читати онлайн; їм хочеться тримати в руках справжню книгу».

Книги в Україні продаються на книжкових ринках просто неба, у книжкових мережах, незалежних книгарнях і супермаркетах. Крім того, видавництва ведуть безпосередній продаж книг через каталоги (наприклад, «КСД»), на книжкових ярмарках та на сайтах видавництв. Основна книжкова мережа, що продає книги українською — «КСД» (50 книгарень), «Книгарня “Є”» (30 книгарень); «KM Books» (30 книгарень) продає книги українською, російською та англійською мовами. Багато видавців згадували про серйозні проблеми з отриманням платежів із книжкових мереж, оскільки книги продаються через консигнацію, а до отримання коштів від торговельної точки може пройти не один місяць. («Гроші платять не тоді, коли книги доставлено»). Схожі проблеми виникали з супермаркетами («У нас велика проблема, проблема з грошовим потоком. Ми не можемо передбачити, коли прийдуть гроші»).

Стикаючись з проблемами недоступності літератури за межами великих міст та значними перешкодами у роботі з основними книжковими мережами, багато видавництв стали відкривати власні книгарні. Власні книгарні мають «Фоліо», «Vivat», «КСД», «ВСЛ» та «Богдан». У деяких з цих книгарень («Vivat», «Богдан», «КСД») окрім власної

продукції видавництва продаються також книги інших видавництв. Наприклад, у «КСД» власна продукція складає близько 80% назв, а решта 20% — з інших видавництв. «Фоліо» має дві книгарні — у Харкові та Львові, а також 600 партнерів, які розповсюджують їхні книги (в роздріб та оптом). У видавництві планується відкриття ще п'яти книгарень, у тому числі в Києві та Одесі. «КСД» мали 63 книгарні по всій країні, у багатьох містах, але в 2019 році, у зв'язку зі зменшенням читання книг, частину книгарень зачинено. На роздрібній торгівлі негативно позначилися ще деякі фактори. Важким ударом для деяких видавництв став конфлікт на Донбасі. У «КСД» було до 35 книгарень та значна кількість членів книжкового клубу в Донецьку та Луганську; у 2014 все це зникло в одну мить і додалося до фінансових збитків, вже зазнаних у Криму.

Як уже згадувалося вище, видавництва, що ведуть власну роздрібну торгівлю, розглядають дані про продажі, що надходять із книгарень, як конкурентну перевагу.

«Щоб продавати книги у малих містах і селах, нам доводиться усе робити самотужки. Ми продаємо книги інших видавців. Ми бачимо цифри щодо продажу у власних книгарнях. Але у нас немає інформації чи статистики з усієї України. Тут не працює Nielsen, в нас немає даних по всій країні. А нам вони потрібні. Державна статистика не репрезентативна».

Однак така модель прямого продажу не сприяє розвитку незалежної галузі книготоргівлі.

«Видавництва продають свої книги безпосередньо. Вони відкривають власні книгарні та здійснюють прямий продаж. Тому незалежній книгарні важко досягти успіху».

Найбільша інтернет-книгарня України «Yakaboo» розпочала продаж книг в Україні в 2009 році, і зараз пропонує понад 300 000 назв друкованих, електронних і аудіокниг 71 мовою. Вона завоювала собі надійну репутацію завдяки налагодженому обслуговуванню клієнта; в Києві можна замовити книги з доставкою в день купівлі. Понад 200 працівників обслуговують клієнтську базу 2,5 мільйона клієнтів.¹ Серед інших книгарень онлайн можна зазначити www.bukva.ua та www.book24.ua (засновано 2015 року). Слідом за інтернет-магазинами на зразок Amazon, Yakaboo заснували дочірню видавничу компанію, яка спеціалізується на перекладній науковій літературі. Торгівельна мережа КМ також має видавництво.

Звички, пов'язані з купівлею, змінюються, і зараз багато клієнтів воліють купувати через інтернет. Це згубно позначається на продажах у книгарнях та на книжкових ярмарках:

«Видавці повинні розуміти, як змінюється поведінка людей. Зараз ми опинилися в ситуації, коли люди купують через інтернет. Вони приходять [на книжкові ярмарки], розмовляють із видавцями, але не хочуть носитися з покупками — вони не за цим сюди прийшли. Вісімдесять років тому не було ані книгарень, ані інтернету, і люди приходили з візками. Тепер видавцям слід розглядати ярмарки як форму просування, щось на кшталт Facebook».

«Останні два роки, з появою Yakaboo, люди сидять вдома, їм доставляють книги під двері, їм не хочеться купувати в книгарнях, на форумах чи ярмарках».

В Україні відсутня система єдиної ціни. У середньому книга продається за 200–300 гривень (6–9 євро), але ціни у різних закладах роздрібною торгівлі можуть сильно відрізнятись. Деякі респонденти говорили про «дисконтні війни», що становлять для галузі значну проблему.

«Це недобросовісна конкуренція. “Книгарня ‘Є’” та “Yakaboo” ведуть між собою цінову війну. У нас немає угоди про фіксовану ціну, це справжня проблема».

Однак інші респонденти скаржились, що книги занадто дорогі і що ціни на книги в магазинах завищені:

«Якщо книга видається в Україні, вона коштує 4 долари, але в книгарні продається за 10 доларів чи навіть більше».

«Проблема в тому, що ціна завищена, висока для споживача».

Здавалося б, це протиріччя; один з респондентів пояснив його так: «наслідки однакові; видавець не може повернути свої гроші».

Недорозвинену структуру книготоргівлі й книгорозповсюдження називали найбільшою проблемою для видавців (14% респондентів). Частина опитаних зазначала, що галузь фізичних книгарень потребує державної підтримки, особливо за умов пандемії коронавірусу. Звучали пропозиції, щоб держава створила мережу книгарень, надавала допомогу на оренду торговельних приміщень (за прикладом Франції), а також щоб була запроваджена угода про фіксовану ціну. Інші опитані вважали, що такі пропозиції виходять за межі державних повноважень, але погоджувалися, що проблема значна, і що вона створює загрозу для видавничої галузі:

«Склалася ситуація, за якої ринок зовсім неорганізований. Є проблеми з орендою, деякі книгарні закриваються. Єдина перевага: на книги немає ПДВ».

«Держава повинна думати про нашу економіку, дбати про книгарні. Бо інакше книгарні не виживуть».

1 <https://www.yakaboo.ua/> Отримано 4 лютого 2020 року.

Права

Українські видавництва знайомі з процесом придбання прав на переклад, оскільки до 80% ринку складає перекладна художня література та нонфікшн, права на яку купують у закордонних видавництв — зокрема у Великій Британії, США, Франції та Німеччині. Однак лише з 2014 року з'являється зацікавленість у продажі прав, не в останню чергу через те, що завдяки відродженню творчості українських авторів у видавстві з'являється продукт, який можна пропонувати на продаж.

Однак дослідження показало, що видавцям досі бракує досвіду щодо того, як представляти себе та свою продукцію на міжнародному рівні; крім того, багато українських видавств недостатньо обізнані щодо продажу прав.

Кілька респондентів висловили занепокоєння тим, що видавці з Великої Британії чи США іноді продавали права на український переклад російським видавцям, після чого російські видавці їх не використовували, змушуючи українських читачів купувати російський переклад книги, якщо такий був доступний в Україні, взагалі залишатися без доступу до неї. Було висловлено думку, що серед видавств з Великої Британії / Європи бракує обізнаності, що російські й українські права — це різні речі.

«Вони [російські видавництва] купують права на українську, але не користуються ними. Вони вбивають розвиток галузі, розвиток української культури».

Купівля прав

«До Революції Гідності та російської агресії на ринку було повно російських книг — можливо, 80–90% книг були з Російської Федерації. Багато видавств не вірили в українську мову. Тож український ринок був порожній. Можливості купувати в нас були. Я купував 85% книг, що мені хотілося».

Усі опитані видавці мали досвід купівлі прав у закордонних видавничих компаній з Америки і Європи. Серед популярних авторів — Стівен Кінг, Роальд Даль, Дж. К. Ролінг та Джеф Кінні. Багато видавств керуються преміями (наприклад, Букерівської, Пулітцерівської, Гонкурівської), обираючи, що придбати.¹

Продаж прав

Кілька опитаних видавств були на Франкфуртському, Лондонському й Болонському книжкових ярмарках — самостійно або в рамках колективних українських стендів. Права продавали до Великої Британії, США, Франції, Німеччини, Італії, Іспанії, Польщі, Болгарії, Хорватії, Чехії, Молдови, Литви, Румунії, Китаю, Кореї та Японії. Найбільше досвіду й успіхів у продажі прав на переклад було в дитячих видавництвах.

«Ми продаємо права, але поки що лише на дитячу літературу. Там багато ілюстрацій, тому зрозуміти ідею книги легко. А от підліткову літературу й нонфікшн продавати важко; якщо події відбуваються в Україні, це мало кого цікавить».

¹ https://texty.org.ua/articles/88096/Bum_perekladiv_Z_2015_roku_kilkist_vydanyh-88096/ «Бум перекладів. З 2015 року кількість виданих українською світових бестселерів кардинально зросла». Стаття на Texty.org.ua, опублікована 20 вересня 2018 року. Отримано 30 червня 2020 року.

Представники інших видавництв часто згадували про «ВСЛ» як про видавництво, яке на цьому знається і «має хороші результати щодо продажу». Однак багато опитаних представників видавництв стверджували, що їм бракує досвіду та знань про те, як продавати права, а 25% заявили, що у їхніх компаніях це найбільша прогалина у кваліфікації.

«Майже ніхто не знає, як продавати права».

«Видавці не мають достатніх знань про міжнародні ринки, про те, що цікавить зарубіжних видавців».

Прогалини в навичках включали «доволі очевидні речі», у тому числі «стандарти спілкування, ведення переговорів, поведінку на зустрічах, самопрезентацію, очікування ринку». Враховуючи, як часто українські видавці купують права, дещо дивно, що дотепер не було значної цікавості до продажу прав.

«Видавці не часто сприймають продаж прав як вигідний проєкт. Купуючи рукопис, вони не купують права».

Кілька респондентів вказали недостатню обізнаність щодо України як фактор, що перешкоджає продажу прав за кордон, особливо коли йдеться про художню літературу для дорослих і нонфікшн. Це підтверджується даними інтерв'ю з видавцями у Великій Британії. Серед респондентів, опитаних у Великій Британії, дуже мало могли назвати українських авторів. Серед імен, які назвали (а назвали їх лише ті видавці, які бували в Україні) — Андрій Курков, Сергій Жадан та Юрій Андрухович. Сергій Плохій є доволі впізнаваним після здобуття премії Бейлі Гіффорда за нонфікшн у 2018 році за книгу «Чорнобиль: Історія трагедії»,

але він пише англійською, живе і працює у Гарварді. Ніхто з опитаних не назвав жодної української письменниці. Про Оксану Забужко взагалі не знають, незважаючи на те, що в Україні її відносять до провідних інтелектуалів. (Можливо, вона більш відома в США). Один видавець, представник великого британського видавництва, щодо прав, які вони купували, зазначає:

«З Росії — дуже мало, з України — взагалі нікого. Це все залежить від досвіду конкретних редакторів або від того, скількома мовами володіють редактори. Складно ризикувати, коли залежиш від думки читачів».

Переклад

З 2016 року зростає обсяг державної підтримки перекладу, що значною мірою реалізується через УІК, але також через проєкти в Українського культурного фонду.¹ Ініціативи щодо перекладу фінансуються спільно з європейськими організаціями, такими як «Creative Europe» (гранти до 100 000 євро)² та «House of Europe» (гранти до 25 000 євро).³ У квітні 2020 року УІК анонсував програму «Translate Ukraine»,⁴ в рамках якої видавцям і перекладачам пропонувалися гранти до 4 000 євро. Респонденти привітали цей крок — на їхню думку, він назрів уже давно:

«Пішло понад 20 років на те, щоб нарешті стали давати гранти людям, які бажають перекладати на свої мови. Лише зараз, завдяки УІК, справа рушила в цьому напрямку».

1 <https://export.chytomo.com/en/state-grant-programs-to-support-literature-publishing-from-ukrainian-cultural-foundation> Читомо. Опубліковано 4 червня 2020 року. Отримано 30 червня 2020 року.

2 https://eacea.ec.europa.eu/creative-europe/actions/culture/creative-europe-culture-literary-translation_en Європейська комісія. Отримано 30 червня 2020 року.

3 <https://houseofeurope.org.ua/> House of Europe. Отримано 30 червня 2020 року.

4 <https://youtu.be/9D1vL2niwDc> YouTube. Translate Ukraine: New Grant Program of the Ukrainian Book Institute. Опубліковано 30 травня 2020 року. Отримано 30 червня 2020 року.

Каталог УІК називали дуже корисним для демонстрації роботи, як і підтримку, що УІК надає видавцям, які відвідують книжкові ярмарки, презентують себе і налагоджують контакти.

Однак для українських видавців значною проблемою залишається нестача кваліфікованих перекладачів з української та на українську.

«Перекладачів з української на інші мови майже немає, навіть у діаспорі».

«Перекладати дитячі книги простіше. Дуже важко знайти людей, які вміють перекладати».

«У нас немає перекладачів, наприклад, з української на угорську».

«Недостатньо спеціалістів для перекладу чи редагування. Люди отримують перекладацьку освіту, але на якомусь етапі розвитку ремесло перекладу було втрачено. Немає спеціалізованих перекладачів для військових та філософських праць. Для деяких термінів ще немає усталених перекладів, мова ще не досить розвинена. Деякі відомі книги — Юнга, Ніцше — досі не перекладені».

Багато респондентів сказали, що якість перекладів часом була недосконалою, що, у свою чергу, призводило до небажання аудиторії читати українською. Як приклади наводилися назви деяких відомих творів, які нещодавно вийшли у поганих перекладах, і читачі віддають перевагу російським версіям.

Агенти

Поняття літературних агентів в Україні досі в зародковому стані («Тут видавці переважно працюють безпосередньо з авторами»), хоча деяких авторів представляють закордонні видавничі компанії (наприклад, права на твори Юрія Андруховича та Сергія Жадана продає німецьке видавництво Suhrkamp). У 2019 році було створено нову літературну агенцію (Ovo Agency), яка активно залучає авторів «для просування сучасної української літератури в Україні та світі».¹

В інформаційній довідці Британської Ради (2019) визначено важливі виклики, з якими стикається українська видавнича галузь, у тому числі «відсутність традиції літературних агентів (функції яких зазвичай беруть на себе видавництва)».² Однак відсутність літературних агентів — не обов'язково значна проблема на українському ринку, де видавництва літератури масового попиту — «типово незалежні, середні (15–50 працівників) або малі (5–10)». Можливо, на ринку просто замало доходів, щоб підтримувати ще один гвинтик у машині. Існує небезпека припустити, що в Україні слід прагнути до моделей агенцій за зразком Великої Британії та США; потужні власні відділи роботи із правами можуть забезпечити незалежним видавництвам важливий додатковий канал доходів, допомагаючи триматися на плаву у роки труднощів (Charkin, 2020).

Респондентів запитували, чи потрібні агенти на українському ринку:

«Так, потрібні — щоб знаходити для видавництв нових авторів, адже серед молоді багато хто пробує писати. Крім того, вони б сприяли просуванню українських письменників у всьому світі. Авторів, які в Україні відомі, ніхто не знає».

1 <https://litagencyovo.com/>. OVO Literary Agency. Отримано 15 липня 2020 року.

2 <https://www.britishcouncil.org.ua/programmes/arts/literature/fellowship>
Опис видавничого сектору, Британська Рада в Україні. Отримано 2 лютого 2020.

«Агенції справді корисні — вони намагаються представити українських письменників усьому світу, донести до видавців ідею, що книга підійде для їхнього видавництва».

«Часом у нас бувають великі проблеми. Автори підписують угоди, уважно не прочитавши — і передають видавцям права на видання за кордоном».

Інші автори не передають таких прав і намагаються продавати їх самотужки.

Але, як сказав один із респондентів: «Авторів важко представляти власні права. Його запитують: “Хто ти такий, і чому в тебе немає агента?”»

Деякі респонденти досі скептично ставляться до ролі агентів.

«Деякі видавці не готові працювати з агентами».

«Є одне агентство, вони намагаються щось робити, але їм бракує досвіду».

У США веде роботу TAULT (The Tompkins Agency for Ukrainian Literature in Translation), агентство перекладів української літератури. Агентство займається посередництвом між українськими видавцями/агентами та іноземними видавцями, а також виконує роль літературного агента — хоча це не основний напрямок його діяльності. Видавці та агенти можуть налагодити стосунки з субагентами у різних регіонах (Велика Британія, Франція, Німеччина), щоби просувати найкращі українські твори на цих ринках.

Одна з цінних функцій агента — забезпечення правильного укладення договорів між авторами та видавцями. В українському законодавстві не передбачено типового видавничого договору. Багато респондентів говорили про те, що контракти між авторами та видавцями — незрозумілі й неповні. Важливо, щоб українські видавці були обізнані про можливості отримання доходу від продажу прав, і щоб обговорювали можливість їх придбання під час переговорів про укладення першого видавничого договору з автором. Аналогічно, автори повинні знати, які саме права передають видавничим компаніям; кілька респондентів зазначили, що несправедливо включати права на переклад чи екранізацію у видавничий договір на книгу, якщо видавці не використовують набуті права.¹

1 Одним з напрямів, який у цьому звіті не було детально висвітлено, і який становить потенційно цікавий напрям для майбутніх дослідницьких проєктів, є досвід автора у видавничому процесі (а також те, як автори ставляться до агентів). Під час розмови кілька авторів ділилися думками про те, що їх турбує відсутність договорів, погана робота редакторів та відсутність регулярних звітів про продажі/рояліті.

Обмеження російського імпорту

З 2017 року заборона «антиукраїнського» контенту та ембарго на імпорт книг певних російських видавництв мало значний вплив на український ринок. Багато респондентів говорили про те, що коли цей закон було опубліковано, багато видавців і книготорговців були проти;¹ найбільше побоювалися піратства.² Однак інші побачили в цьому можливість для розквіту вітчизняного книговидавництва.³ Респондентів запитували про зміни, які вони спостерігають з моменту запровадження обмежень у 2017 році.

Чи бачите ви зміни після запровадження заборони?

«Так, звісно. За дотриманням цього закону старанно стежили. До заборони українською було 20% книг, а після заборони для книг стало більше місця, тому ми стали випускати їх більше. Ми купували права з-за кордону і почали видавати книги на різні теми».

«Можливо, читачі ще не відчули впливу цього закону, але галузь його точно відчула».

«До 2014 року наявність величезної кількості російських книг вбивала наш місцевий ринок. Після війни попередня влада заборонила ввезення російських книг, і відбулося відродження української книги».

Цей збільшений «простір» для українського контенту допоміг стимулювати нові напрямки ринку. Кілька респондентів зазначили, що особливо виграв напрямок графічних романів:

«До 2017 року графічних романів не було. У 2014–2015 роках у нас були Maus, Watchman, Persepolis — але все російською. Після заборони російських коміксів не стало. І от несподівано починають з'являтися книгарні з українськими коміксами. У них є місія. У культурному сенсі вони дуже важливі».

На думку більшості респондентів, заборона добре виконувалась перший рік-півтора, але потім частково втратила ефективність:

«Фактично це не заборона, це процедура спеціального ліцензування і схвалення. Це працювало з 2017 року до кінця 2019 року. З цього року [2020] процедура переходила від одного державного органу до іншого, а міністр, який тепер за це відповідає, не розпочав цей процес. Російські дистриб'ютори можуть імпортувати книги з ліцензіями попередніх років. Щось сталося, Міністерство культури та інформаційної політики не має ресурсів, щоб видавати такі ліцензії. І ми можемо побачити нові книги з Росії, що завозяться за чорними схемами — це контрабанда. Але це не велика проблема, адже ці книги дуже дорогі. Головна проблема — контрафактні книги, виготовлені в Україні».

«Так, протягом року російські видавці не бачили можливості доступу до українського ринку. Українські видавництва мали можливість зростання. Але зараз у інтернеті немає кордонів, тому я не маю відповідей».

«Заборону трохи послаблено, але вона досі дуже важлива».

- 1 <https://www.theguardian.com/books/2017/feb/14/ukraine-publishers-speak-out-against-ban-on-russian-books> The Guardian. Опубліковано 14 лютого 2017 року. Отримано 6 листопада 2020 року.
- 2 <https://publishingperspectives.com/2017/02/ukraine-ban-book-imports-from-russia> Publishing Perspectives. Опубліковано 10 лютого 2017 року. Отримано 2 лютого 2020 року.
- 3 <https://chytomo.com/kryminalne-chtyvo-iak-knyzhkovyj-rynok-vidreahuvav-na-obmezhennia-roslitu/> Читомо. Опубліковано 25 червня 2019 року. Отримано 6 листопада 2020 року.

«Крок за кроком ринок знову зросійщується. Сюди знову везуть багато книг з Росії. “Yakaboo” та книгарні отримують ліцензії і закупають російські книги».

Обмеження також призвели до посилення піратства — детальніше про це описано далі.

Порушення авторських прав

8% респондентів назвали піратство та порушення авторських прав найсерйознішим фактором, з яким стикається галузь; крім того, 9% назвали найбільшим викликом «загрозу з боку російських видавців», і ці два питання тісно пов'язані.

В Україні є два різновиди порушень:

- піратські книги, надруковані в Україні або за її межами
- контрабандні назви, тобто книги, які незаконно ввозяться в Україну, і продаж яких не афішується.

Усі респонденти відзначили, що з 2017 року проблема піратства поглибилася.

«З 2017 року піратства все більше. Чорний ринок росте; книги друкуються без сплати роялті».

«Ми публікуємо відомі назви українською мовою. А потім на чорному ринку з'являються накладі тих самих авторів. Ми хотіли б купувати права на видання російською мовою на території України».

«Друкарня друкувала наші книги, а потім додруковувала без нашого дозволу».

Масштаб проблеми величезний, хоча оцінки втрат ринку, спричинених піратством, сильно різнилися (це ще одна проблема за відсутності статистики):

«Найбільша проблема на ринку — це піратство. Чорний ринок складає до половини всього ринку — або щонайменше 30%».

«Обсяг чорного ринку приблизно такий самий, як і звичайного ринку».

«Я б сказав, що через піратство втрачається 30% продажів».

На запитання про те, що можна зробити, щоб зупинити піратство, респонденти пояснили, що проблема полягає не у відсутності законодавства, а в тому, що не забезпечується його дотримання. Порушники закону не бояться штрафів та інших каральних заходів. Багато респондентів критикували уряд за відсутність заходів, спрямованих на застосування законодавства проти піратстві.

«Уряд повинен змусити наші державні установи боротися з розповсюджувачами контрафактних книг».

«Це не та проблема, яку видавець може вирішити сам. . . . Уряд не допомагає боротися з цією проблемою. На чорному ринку крутяться великі гроші, це велика корупційна проблема».

«У нас немає чіткого законодавства про авторське право, яке могло б захистити видавців. Законодавство існує, але виконується жакливо».

Один респондент запропонував окремим видавництвам докладати більших зусиль:

«Видавництва самі захищатимуть ринок від піратства. Вони самі шукають піратські примірники книг. Це значно краще сприяє боротьбі з цим явищем».

Однак зазначалося, що малим видавництвам особливо важко вести таку боротьбу без підтримки («Наше видавництво замале, щоб дозволити собі юриста»), а співпраця у галузі розглядалася респондентами як найефективніше рішення:

«Видавництвам треба домовитися про співпрацю між видавцями в питаннях, пов'язаних з піратством, і працювати спільно».

Наслідки широко розповсюдженого порушення авторських прав для української видавничої галузі загалом очевидні:

«У нас, українських видавців, недостатньо підстав вкладатися у розвиток перекладу й редагування українською. Ми можемо купувати російські назви дешевше».

«Деякі українські книги вдвічі дорожчі за імпортовані російські. Книги українською програють російським передрукам і піратським книгам».

Деякі респонденти вважають, що зниження цін на книги може призвести до скорочення піратства (див. також результати фокус-груп).

«На книжкових ярмарках, особливо в регіонах, ми можемо бачити людей з контрафактними примірниками наших, в 2–3 рази дешевші за оригінали. Але вони дуже низької якості. А перекладач, автор, видавець не отримують роялті».

Кілька респондентів заявили, що потрібно зробити більше, щоб громадськість усвідомила наслідки купівлі піратських книг.

«Люди повинні розуміти, що вони роблять — вони крадуть гроші у видавництв та авторів».

«Люди не розуміють, що купують піратські книги».

Є деякі компанії, які легально імпортують російські книги (на імпорт до десяти примірників однієї назви обмежень немає). У містах на зразок Харкова більшість мешканців говорять і читають переважно російською. За словами деяких респондентів, мати змогу обирати, якою мовою читати — це «право людини»; на їхню думку, українські видавці намагаються придушити «комерційну конкуренцію».

«Таким чином, люди, які не читають українською, намагатимуться дістати книги російською. Якщо не дати їм книг російською, вони не купуватимуть і не читатимуть».

«В мене повинен бути вибір, якою мовою мені читати; це право людини».

«Українські видавці не хочуть імпортувати книги з Росії, тому що видають їх українською мовою».

Разом з проблемою порушення авторських прав розглядають «загрозу з боку російських видавців». Респонденти визначили дві проблеми, які вдарили по україномовних назвах та утруднили процвітання українських видавців:

- російськомовна література, що видається в Росії та незаконно імпортується в Україну
- російськомовна література, опублікована в Україні.

Респонденти визнали, що українським видавцям, як правило, важко конкурувати зі щедро фінансованими російськими компаніями. З 2019 року деякі російські компанії (наприклад, «Альпіна») почали створювати в Україні «дочірні» компанії, щоб продавати літературу російською і українською мовами.

«Наш найбільший виклик — те, що на ринок виходять російські друкарні. З 2016 року, щоб з'явитися на українському ринку, російська книга повинна була бути сертифікована. Але тепер культурна стратегія змінилася. Російські видавництва створюють місцеві компанії, які видають книги обома мовами. Після президентських виборів це стало простіше».

«Російські видавці здатні платити більше, вони можуть наймати потужних маркетингових маркетологів».

Один з видавців навів приклад щодо конкретної книги нонфікшн, придбати права на яку планувало його видавництво:

«Аукціон за придбання прав тривав 3–4 місяці. Раніше вартість була 1 000 доларів, зараз зросла до 4 500 доларів, бо в аукціоні бере участь російський видавець. Це все дуже ускладнює».

Одним з головних приводом для нарікань у зв'язку з цією тенденцією було те, що компанії, які фінансуються Росією, не сприяють зростанню й розвитку української видавничої галузі. Справа не лише в тому, що російськомовні версії тих самих назв зменшують продаж українських версій; редакційна, перекладацька, дизайнерська і виробнича робота щодо цих книг ведеться в Росії.

«Справа не в мові. Йдеться про російські книги, перекладені, відредаговані й оформлені там, без підтримки українського книговидання. Вони не інвестують в Україну. “Віват”, “КСД” також мають книги російською, це не проблема, бо вони дають роботу працівникам з України. А гроші можуть піти й на підтримку українських книг, на переклад і редагування».

«Російська компанія має ТОВ в Україні; тому українські видавництва не можуть конкурувати. Про свої доходи вони звітують в Росії».

«Вони не витрачають грошей на переклад, дизайн, гарне виробництво, вони не інвестують в Україну. Книгарні, супермаркети працюють з ними безпосередньо, жодних проблем».

Респонденти заявили, що ці «дочірні компанії», як правило, віддають перевагу російському перекладу, випускаючи його на кілька місяців чи років раніше за український переклад.

«Якщо українська версія йде після російської, тоді в українській версії жодних шансів».

«Усі найкращі книги нонфікшн — російською мовою».

Кілька інших респондентів висловили думку, що набуття прав на друк книг російською мовою для території України є одним із шляхів вирішення проблеми, хоча всі визнали, що важко буде переконати іноземні видавничі компанії поділити права на російські видання в такий спосіб.

Читання та розвиток аудиторії

Падіння читацького попиту респонденти назвали другою найважливішою проблемою, з якою стикається галузь (10% усіх респондентів), причому зазначалося, що українці дедалі менше цікавляться книгами, занадто зайняті, щоб читати, а під час дозвілля віддають перевагу перегляду телепрограм та іграм.

«10–15 років тому книги коштували дешевше. Це пов'язано з цінами, які видавництва платять за папір. Зарплати та доходи не змінилися. Тож книги здаються дорожчими».

«Українці мало читають, це головна проблема. Близько 60% не купують книг жодною мовою».

«Ми намагаємось популяризувати читання через діяльність держави, намагаємось отримати державну підтримку щодо просування, бібліотек, звертаємось до уряду по підтримку для нашого видавництва».

«У людей немає часу читати. Але це проблема не лише України. Книга як розважальний об'єкт конкурує з інтернетом».

«Нам потрібна якась програма для популяризації читання. За попередні 28 років таких програм з просування читання не було».

Падіння попиту на книги розглядалось як економічна і соціальна проблема; 9% респондентів назвали однією з головних проблем для галузі обмежену купівельну спроможність споживачів.

«Ми — бідна країна, люди дивляться, але не купують».

«В Україні люди люблять красиві книги, але у них немає грошей, щоб їх купувати».

Для вирішення цієї проблеми вже проводиться певна робота, й одна із заявлених місій УІКу — розвиток читацької аудиторії. Фестивали та книжкові ярмарки мають хороші просвітницькі програми, що сприяють розвитку читання.

Фестивали та книжкові ярмарки

В Україні проводяться два щорічні великі книжкові ярмарки — «Книжковий Арсенал» у Києві в травні та «Книжковий форум» у Львові у вересні, а також десятки менших регіональних книжкових фестивалів, серед яких із 2017 року — Міжнародний літературний фестиваль в Одесі.¹ У 2019 році Книжковий Арсенал було визнано найкращим літературним фестивалем року² на Лондонському книжковому ярмарку (International Publishing Industry Excellence Awards). Ці фестивали залучають десятки авторів з України і з-за кордону. Відвідувачів, як правило, також приходить дуже багато (Книжковий Арсенал щороку приймає понад 100 іноземних гостей, понад 200 видавництв та понад 55 000 відвідувачів).³

1 <http://litfestodessa.com/ua/>

2 <https://hub.londonbookfair.co.uk/the-london-book-fair-international-excellence-awards-2019-winners-announced/>

3 <https://artarsenal.in.ua/povidomlennya/h-mizhnarodnyj-festyval-knyzhkovyj-arsenal-pereneseno-na-2021-rik/>

Мистецький Арсенал. Отримано 6 червня 2020 року.

Популярність книжкових ярмарків останніми роками постійно зростає: громадськість платить за відвідування читань і купує книги безпосередньо на ярмаркових стендах видавництв.

«З 2014 року спостерігається розквіт української літератури та сильна тенденція до місцевих фестивалів. Ще п'ять років тому купувати квиток на поетичні читання було незвично».

Однак, як зазначено вище, протягом останніх років спостерігається спад продажів, адже люди віддають перевагу купівлі онлайн.

«На книжкових ярмарках люди купують менше. До книг придивляються, щоб, можливо, придбати їх у майбутньому. Тож ярмарки зараз більше для просування, аби привернути до книги увагу. Видавці розчаровані».

Книжковий Арсенал та Книжковий форум мають низку ініціатив для підтримки розвитку видавничої галузі: від проведення майстерень та семінарів для видавців на кшталт програми «Right Now!», що відбулася онлайн у травні 2020 року за участі експертів з Польщі, Туреччини, Франції, Словенії та Великої Британії.¹ Проводяться конкурси, присуджуються премії. Наприклад, на Книжковому Арсеналі щорічно присуджується премія за найкращий книжковий дизайн, яка вже згадувалася вище. У такий спосіб заохочуються високі професійні стандарти, підвищується інтерес до обраних книг і переможців як в Україні, так і на міжнародному рівні, адже назви, що потрапляють до шорт-листа, демонструються на Франкфуртській книжковій виставці.

«Книжковий Арсенал багато зробив, аби порушити серед видавців тему якості книговидавання і використання технологій».

Ведеться досить розвинена міжнародна співпраця з Великою Британією та іншими країнами Європи. Гостями Міжнародного літературного фестивалю у Львові були Паоло Коельо, Ольга Токарчук, Філіп Сандс та Софі Оксанен. Незважаючи на це, представники книжкових фестивалів стверджують, що запрошувати авторів все ще досить важко, адже Україна не належить до найпопулярніших країн, і можна ще працювати над тим, аби підвищити популярність українських фестивалів на міжнародному рівні. Респонденти називали розвиток фестивалів сферою, де Британська Рада могла б допомогти, надаючи підтримку і поради — пропозиції щодо вибору авторів, візову підтримку, фінансування відвідань України авторами з Великої Британії.

Бібліотеки

Сьогодні в Україні нараховується понад 15 000 бібліотек. Для порівняння, на 1991 рік за деякими оцінками їх було 50 000 (Afonin, 2012). Гарантованого державного фінансування немає, тому у бібліотеках часто не знають, скільки коштів отримають у наступних роках і чи отримають взагалі. Придбання книг для поповнення фондів бібліотек часто здійснюється на пожертви авторів чи організацій. Незважаючи на державні ініціативи щодо підтримки бібліотечної галузі, видавці одностайно вважали, що недостатнє державне фінансування й підтримка бібліотек є серйозною проблемою для видавничої галузі.

1 <https://artarsenal.in.ua/povidomlennya/knyzhkovyj-arsenal-provede-ponad-sotnyu-peregovoriv-mizh-ukrayinskymy-j-inozemnymy-vydavtsyamy/> Мистецький Арсенал. Отримано 6 червня 2020 року.

«Бібліотеки не мають змоги купувати книги; у них немає грошей».

«З 1991 року фінансування не було десяти років. Тобто десять років з 28, що минули».

Незважаючи на недостатнє фінансування (або саме з цієї причини), бібліотеки перетворюються на центри спілкування громад і майданчики для організації подій (бесід, дискусій, інших вечірніх зустрічей), освітніх заходів (в тому числі уроків англійської мови, що проводяться волонтерами для ВПО) та дозвілля. Під час візитів до двох бібліотек Львова, в одному з приміщень проходила зустріч дівчат-скаутів, а у другому — зустріч у межах надзвичайно активної програми «читання із собакою», що має на меті активізацію дітей з місцевого дому сиріт. В обох бібліотеках протягом тижня були передбачені візити груп школярів.

З 2008 по 2015 рік Фонд Біла і Мелінди Гейтс виділив значні кошти на модернізацію бібліотек і спільно з Асоціацією бібліотекарів України та Посольством США в Україні створив інтернет-центри майже у 2 000 громадських бібліотеках. Програма «Бібліоміст», яку респонденти описують як «величезний внесок» та «трансформацію» бібліотек, забезпечувала навчання їхніх працівників медіаграмотності та ІТ-навичок на базі 25 регіональних центрів. Як результат, багато бібліотек зараз пропонують більш широкий спектр послуг; багато бібліотек стали «громадськими центрами» (аналогічно до багатьох бібліотек у Великій Британії, які стали «громадськими центрами знань»).

«Публічна бібліотека зараз є єдиним місцем, куди людина може прийти і безкоштовно отримати послуги, особливо в невеликих селах».

«Бібліотеки не слід закривати; їх слід реформувати».

Кілька респондентів згадували роботу щодо розбудови спроможності бібліотечної галузі у співпраці з Книжковим форумом, Книжковим Арсеналом та культурними організаціями ЄС, як-от «House of Europe».² Як інформує УІК, 60% його бюджету у 2020 році буде витрачено на придбання книг для публічних бібліотек.³ Однак опитані видавці розчаровані цією системою: за їхніми словами, фінансування надходить дуже повільно; крім того, вони наводили приклади проблем, що виникають з тендерними закупівлями.

За словами одного з респондентів, бібліотеки — це «нудні, тьмяні радянські простори», які потребують термінової реформи; одна респондентка-бібліотекарка розповіла, що її дуже турбують питання доступності застарілої будівлі, у якій знаходиться її бібліотека (там є сходи, але немає ліфта). Незважаючи на те, що в цій галузі була проведена робота (Фонд Гейтса фінансував створення інтернет-центрів для незрячих людей у бібліотеках, а Книжковий Арсенал тісно співпрацює з Центральною спеціалізованою бібліотекою для сліпих імені Островського), кілька респондентів назвали доступність серед факторів, що викликають занепокоєння. У дитячих бібліотеках Львова є книги шрифтом Брайля, а у Львівському інституті друкарства є принтер для друку цим шрифтом,⁴ але по всій країні бракує книг для незрячих людей.⁵

1 <https://libraries.communityknowledgehub.org.uk/> Отримано 26 червня 2020 року.

2 У 2020 році Українською асоціацією бібліотек проводяться певні тренінги з підвищення кваліфікації в рамках програми House of Europe для навчання бібліотекарів «інноваційним послугам», але ця можливість відкрита лише для невеликої кількості бібліотекарів.

3 <https://publishingperspectives.com/2020/04/ukraine-book-institute-translation-grant-program-rights-covid19/> Publishing Perspectives. Опубліковано 24 квітня 2020 року. Отримано 6 червня 2020 року.

4 <https://youtu.be/A6gEV6bA2QM> YouTube. Book Braille Printer in Lviv. Опубліковано 8 травня 2019 року. Отримано 26 червня 2020 року.

5 <https://www.kyivpost.com/lifestyle/ukrainians-with-vision-impairment-facing-shortage-of-books-in-braille.html> За державними даними, у 2017 році шрифтом Брайля надрукували лише 1 258 книг на близько 80 000 українців, які або є сліпими, або мають вади зору. Ще близько 500 книг підготували НУО. Опубліковано 17 серпня 2018 року. Отримано 26 червня 2020 року.

Кілька опитаних бібліотекарів сказали, що їм важко отримати вичерпну інформацію про нові назви.

«Ані бібліотеки, ані звичайні громадяни не знають, які книги було видано видавництвами. Як бібліотекар вважаю це найбільшою проблемою на додаток до недостатнього фінансування на придбання нових книг».

Усі бібліотекарі епізодично отримують від видавців інформацію і прес-релізи, каталоги на книжкових форумах, які, за словами одного з опитаних бібліотекарів були для них «найважливішим джерелом інформації». Однак форми «Очікується з друку» немає; майже зовсім немає і критичного висвітлення — публікується дуже мало оглядів книг, в Україні немає колонок про літературу в газетах і журналах, які можна побачити у Великій Британії та США.

Критика

Кілька респондентів зазначили відсутність літературних критиків як перешкоду для розвитку читацької аудиторії.

«Бракує якісних книжкових журналістів та критиків».

«Замість того, щоб аналізувати книгу, "критики" намагаються вам її продати».

«Були деякі ініціативи за підтримки Британської Ради й ЄС, де проводилися такі курси — школа книжкового критика. Проблема в тому, що це відбувалося час від часу. Нам потрібно, щоб це було постійно. Щоб це був усталений процес».

На думку респондентів, часом критичне висвітлення книг і авторів трапляється у радіо- та телепередачах, але немає традиції критичного огляду назв у блогах чи подкастах.

Установи та асоціації

Український інститут книги

Український інститут книги (УІК) було засновано у 2016 році з трьома основними цілями:

- популяризувати читання
- сприяти розвитку книжкової галузі в Україні
- пропагувати українську літературу за кордоном.

Ця установа проводила дослідження та надавала підтримку галузі через низку програмних ініціатив. Серед поточних проєктів — грантова програма «Translate Ukraine»¹ (для іноземних видавців), грантові проєкти для авторів (2022), видавців, бібліотек та перекладачів, а також три дослідницькі проєкти щодо читання та видавничої справи в Україні.

Багато респондентів вбачають користь в ініціативах УІК, зокрема у роботі щодо збору і поширення інформації та популяризації української літератури за кордоном:

«Дуже добре, що ми могли брати участь у книжкових ярмарках, увійшовши до складу українського стенду».

«Завдяки УІК ми долучилися до міжнародних стендів у Франкфурті та Болоньї».

«Хороші ініціативи для видавців».

«УІК робить справді добру роботу, його проєкти зосереджують на собі увагу, ведеться мова про те, як поліпшити ринок; але й ця установа забюрократизована — якщо уряд і парламент не змінять законодавства, то зробити можна небагато. З грантовими коштами теж є проблема — як це оформити юридично, як виділяти гранти. Інститут намагається боротися за зміни, що спростять його роботу, дозволять працювати злагоженіше».

Респонденти досить критично висловлювались щодо бюрократичної природи Інституту, адже він підпорядкований Міністерству культури та інформаційної політики:

«У нас із ними хороші стосунки, але треба заповнювати чимало форм, а на це немає часу».

«УІК? Добре, що він є. Але хотілось би, щоб він був менш бюрократичний. Це державна установа у віданні Міністерства культури та інформаційної політики. Коли інститут хоче щось зробити, до Міністерства треба подавати то одні папери, то інші — це займає забагато часу».

«На програму підтримки бібліотек на придбання книг ми чекаємо від початку року — половина року вже пройшла, а вони досі кажуть, що треба ще почекати».

На думку респондентів, УІК справді приносить користь, адже може виділяти кошти. Однак керівництво Інституту у скрутному становищі, адже УІК, схоже, не має можливості лобювати свої питання в уряді (адже фінансується з державного бюджету й підпорядкований Міністерству культури та інформаційної політики). Також було висловлено занепокоєння тим, що Інститут має «недостатньо можливостей», що персонал перевантажений і не має часу, щоб визначати стратегії, виконувати в галузі лідерські функції. На думку опитаних, установі бракує творчого підходу й критичного мислення:

«Ми працюємо з УІК, намагаємось активно долучатися до роботи, підтримувати одне одного, надавати експертів для різних програм. Для видавців основний інтерес тут у грошах».

1 <https://www.facebook.com/translateukraine>

«Інститут книги не повинен грати у їхню гру [йдеться про Міністерство], треба скоротити бюрократію, вести в Міністерстві активніше лобіювання».

«Якби я був директором [цієї установи], я ставився б до українських видавців більш строго. Вони вважають, що УІК існує для того, щоб надавати послуги. Насправді ж УІК має виконувати роль посередника, фасилітатора. Слід покращити комунікацію з видавцями».

«Бракує стратегії. Не маючи загальної стратегії, не можна розробити стратегію для роботи з закордоном. Не досить просто працювати над тим, щоб заощаджувати бюджет. В Україні з культурним менеджментом проблеми. Щорічної аналітики немає. Немає місця для нових ідей та інформації».

«У них немає бачення. Немає новаторських ідей. Яка наступна точка?»

Зокрема, висловлювалася критика щодо сильного впливу уряду на УІК, необхідності дотримуватися численних вказівок, законодавства, що знижує ефективність навіть найкращих ініціатив. Наводилися приклади: виділення коштів для фінансування бібліотек, нездатність культурних установ виплатити кошти окремим отримувачам (за права або перекладацьку роботу), затримки з виділенням допомоги у зв'язку з Covid-19.

Бюрократичні обмеження, пов'язані з програмою «Translate Now», стали значною перешкодою для видавців з Великої Британії. Від оголошення програми (24 квітня 2020 року) до кінцевого терміну складання заявок (15 травня 2020 року) було досить мало часу; і взагалі, часові рамки роботи були занадто стислі для британських видавництв. Передбачалося, що профінансовану книгу треба перекласти та опублікувати до кінця календарного року. Враховуючи те, що у більшості видавництв Великої Британії інформація про нові книги має надаватися відділу продажу за 6–9 місяців перед публікацією (а в США — за 9–12 місяців), запропоновані часові рамки свідчать про нерозуміння редакційних процесів

і особливостей роботи видавництва за кордоном.

«Ми почули про програму у квітні, а прийом заявок закінчувався у травні; у нас було всього два тижні, щоб розповісти про неї своїм партнерам».

«Партнерам замало часу, щоб надрукувати книгу».

Так, було схвалено заявки і виділено гранти на 53 проекти, але більшість з цих проектів вже були на етапі реалізації. Таким чином, у цій програмі перевагу отримали видавництва на кшталт ВСЛ, які вже мали налагоджені контакти і вже були в процесі продажу прав, але програма мало сприяє налагодженню стосунків з новими партнерами на розвинених ринках на зразок Великої Британії і США. Незважаючи на добре висвітлення у галузевих виданнях, як-от «Publishing Perspectives», та на Лондонському книжковому ярмарку, лише одне видавництво з Великої Британії (невелике незалежне видавництво європейської фантастики, у якого був заздалегідь підготований переклад) взяло участь у цій програмі.

Українська асоціація видавців та книгорозповсюджувачів

Українську асоціацію видавців та книгорозповсюджувачів (УАВК) було створено у 1994 році; вона налічує 125 членів. УАВК є членом Міжнародної асоціації видавців (IPA) і бере активну участь у лобіюванні законодавства (наприклад, звільненні від сплати ПДВ) і в протидії піратству. У 2013 році на запрошення УАВК тодішній голова IPA Йенс Баммель побував у Києві на парламентських слуханнях щодо інтелектуальної власності й авторського права, і підкреслив важливість успішної національної політики щодо книжкової галузі. Незабаром після цього уряд оголосив про затвердження нової книжкової програми на 2014–2018 роки на суму 61 мільйон доларів США, спрямованої на посилення інтересу до читання шляхом просування видавничої галузі.¹

¹ <https://www.internationalpublishers.org/images/aa-content/ipa-reports/ipa-annual-report-2012-2013.pdf>
IPA. Отримано 17 серпня 2020 року.

Однак, на думку респондентів, УАВК є застарілою установою, що не пристосувалась до потреб нових видавців. Представники новостворених видавництв не розглядали Асоціацію як орган, від якого можна отримати поради або вказівки при створенні видавництва:

«Ми не могли до них звернутися, вони дуже закриті».

«Вони — представники старої школи, в них застаріле бачення».

«Ми туди входимо, але . . . насправді організація не репрезентує своїх членів. У молодих видавництвах досить скептично до неї ставляться, не хочуть мати з нею справи».

«Вони досить активно шукають шляхів впливу на міністрів і уряд, але не отримують відповіді».

Понад те, членство в УАВК вважається для видавництва важливим. Кілька респондентів розповіли, що вступили до асоціації, бо вважали, що це потрібно для схвалення їхньої участі у міжнародних заходах.

«Як нова компанія... загалом, це частина нашого іміджу, підвищення нашого престижу. У нас є можливість брати участь у їхній діяльності, але я не можу сказати, що ми отримали від членства значну користь. Зі свого досвіду можу сказати, що УІК значно активніший і помітніший».

Між респондентами помітний поділ на покоління — і в поглядах на УІК та УАВК, і в тому, що деякі видавництва, які працюють багато років, інші вважають «відсталими».

«Вік видавців у цій галузі — ще одна проблема. Важко пояснити необхідність модернізації, коли багато хто працював у галузі ще за радянських часів. Вони зазвичай працюють неефективно і люблять згадувати “старі добрі часи”».

«Я народився в незалежній Україні. Я вірю в силу своєї країни. Я не хочу працювати лише заради грошей. Нам треба, щоб люди в організаціях розвивалися».

«У нас немає інтелектуального дискурсу, багато в кого зі старої гвардії застарілі погляди. Годі з нас бюрократії».

Британська Рада

Британська Рада здійснила кілька ініціатив, аби, користуючись досвідом з Великої Британії, підтримати розвиток української видавничої галузі і її вихід на міжнародний ринок. Тут можна назвати навчальні семінари для підприємців Creative Enterprise Ukraine,¹ програму «3x3 Mentoring» та ініціативу «Booking the Future» для видавців, а також Міжнародну програму видавничих стипендій Британської Ради, про які вже згадано вище. Ці програми виявилися особливо цінними для видавців-початківців і тих, хто засновує власну справу. На думку однієї з респонденток, курс «Creative Industries» зробив можливим перетворення її компанії:

«Пройшовши наставництво, я зрозуміла, що нам треба робити. У нас щомісяця проходять збори, на яких ми обговорюємо плани та обов'язки. Ми повинні планувати грошовий потік. Це дає нам можливість вижити».

1 <https://www.britishcouncil.org.ua/creativeenterprise>

Відгуки респондентів, які брали участь у зазначених ініціативах для видавців, були дуже позитивні:

«В результаті змінився мій підхід, моє мислення. Це стало для мене поштовхом».

«З погляду нетворкінгу, було надзвичайно корисно».

«Це була гарна програма — дуже сподобався і сам процес, і люди, яких обрали для участі від Великої Британії».

«Це був шанс побачити, як влаштовані видавничі компанії у Великій Британії, в цьому й була користь. Ми зрозуміли, як можна організувати і оформити структуру нашої компанії».

Серед історій успіху була й така: український видавець, що видавав в Україні твори Джозефа Конрада, познайомився зі всесвітньо відомим вченим-конрадознавцем з Великої Британії. В результаті вчений написав передмови до українських перекладів двох творів Конрада, а також побував у Києві з нагоди початку виходу серії.

Учасники останньої видавничої ініціативи Британської Ради, Міжнародної програми видавничих стипендій в Україні та Великій Британії, стверджують, що ця програма була дуже корисна, хоча через Covid-19 її виконання перервалося:

«Я дізнався стільки цікавої та корисної нової інформації, це відкрило переді мною нові шляхи. Це чудовий спосіб знаходити видавництва та авторів. Якби нам рекомендували авторів, що пишуть мовами, якими ми не володіємо, я б дослухався до цих порад».

«Я відчуваю численні переваги від знайомств і спілкування».

«Нетворкінг та взаємна підтримка були справді корисні; в мене з'явилися справжні друзі, я тепер маю безпечний простір, можливість поговорити і про роботу, і про особисте».

На запитання про те, що може зробити Британська Рада для зміцнення зв'язків із закордонними видавцями та розширення ринку для українських авторів, багато респондентів називали допомогу з продажем прав, зокрема рекомендації, з якими видавництвами зв'язатися і як саме подати свою пропозицію.

«Наша ключова мета — зробити так, щоб читачі у Великій Британії знали про наших авторів. Ми можемо готувати дайджести, бюлетені, але не знаємо, як поширити цю інформацію у Великій Британії. Нам потрібна допомога, щоб ця інформація потрапила у правильні руки».

«Ми знаємо, що в нас потужна література, але нам потрібні поради, як потрапити на інші ринки, треба знати тенденції розвитку цих ринків».

Навчальні візити для іноземних видавців та/або агентів вважали корисними, адже «видавці також знайомляться з країною» і, повернувшись в Україну, можуть поділитися своїм захватом щодо побаченого з колегами й авторами.

Хоча піратство вказували серед значних викликів для галузі, його не зазначали серед напрямів, у яких Британська Рада могла б надати значну підтримку (єдиний виняток — ідея звернутися до торгового відділу посольства Великої Британії, щоб через нього пролобіювати це питання у Міністерстві). На думку більшості респондентів, Британській Раді варто підтримувати роботу, яку вже ведуть фестивалі та видавці, проводити навчання, знайомити з британськими установами, компаніями та приватними особами. Серед названих пріоритетів були семінари з професійного розвитку, наставництво, тренінги щодо стратегічного мислення/ідейного лідерства та допомога у підтримці перекладу й перекладачів.¹

1 Дивіться перелік пропозицій на сторінці 54.

З-поміж інших пропозицій звучали такі:

«Чи може Британська Рада підтримати навчання перекладачів?»

«За останні 15 років з'явилося нове покоління перекладачів. Багато з них хотіли б перекладати, але не всі видавництва готові ризикувати, залучаючи їх. Можна було б проводити літні чи зимові школи, або резиденції, або давати перекладачам можливість їздити на резиденції до Великої Британії. Ми можемо обрати людей для участі, але їм потрібне навчання».

«Якщо ми публікуємо британських авторів, чи могла би Британська Рада надавати підтримку для запрошення цих авторів до України?»

«Можливо, якісь лекції? Мені хотілося б дізнатися більше про міжнародний ринок, шляхи розвитку в майбутньому».

«Можна було б дізнатися більше про особистий досвід хороших книговидавців з Великої Британії — редакторів, менеджерів, розглянути приклади й досвід британців».

«Ми плануємо публікацію багатьох назв англійської класичної літератури і були б вдячні за додаткову інформацію про авторів, яких ми збираємось публікувати».

«Чи може Британська Рада порадити нам про відомих науковців та критиків, які могли б написати передмови?»

«Знайомство з людьми, які могли б написати для нас передмову, або грошова допомога на підтримку перекладів літератури з Великої Британії».

«Не слід забувати про бібліотекарів. Потрібні тренінги для бібліотекарів».

Вплив Covid-19

Економіка України сильно постраждала від спалаху Covid-19; із середини березня до початку травня 2020 року по всій країні було запроваджено жорсткі карантинні обмеження. Точки роздрібної торгівлі, видавничі компанії та друкарні закрили, а фестиваль «Книжковий Арсенал» перенесли. Протягом наступних кількох місяців поступове скасування обмежень дозволило багатьом службам хоча б частково повернутися до нормальної роботи.¹ Чимало послуг почали надавати онлайн, а події і зустрічі перенесли на цифрові платформи. У серпні 2020 року у виданні «Publishing Perspectives» було опубліковано статтю, де говорилося про «майже повний крах» книжкової галузі в Україні після карантину. Президент Асоціації видавців та книготорговців України зазначив, що кількість опублікованих назв книг впала на 55% у порівнянні з аналогічним періодом 2019 року.² За оцінкою директорки УІК, 70% назв, які збиралися надрукувати в березні/квітні, не надруковано через пандемію (УІК):

«Опитування, проведене Українською асоціацією видавців та книготорговців кілька днів тому, показало, що 50 найбільших видавничих компаній не опублікували 70% назв, запланованих на квітень, і втратили 70% своїх доходів».³

Спершу все фінансування видавничої галузі повністю скасували, але 9 липня 2020 року було оголошено державний пакет допомоги для креативних індустрій у розмірі 150 мільйонів гривень (близько 4 мільйони фунтів стерлінгів).

Дані другого туру збору даних у липні та серпні 2020 року підтвердили ці висновки, хоча видавці зазвичай вважали вплив пандемії «дуже серйозним, але не катастрофічним», а песимізм, характерний для публікації у зазначеному вище ЗМІ, під час інтерв'ю не простежувався. Оцінки впливу карантинних обмежень на бізнес різнилися: один дуже великий видавець стверджував, що у 2020 році ринок впаде на 40% і що «половина точок роздрібної торгівлі закриється», тимчасом як кілька невеликих видавців заявили, що загальний оборот не зазнає значного негативного впливу, хоча кількість виданих назв зменшиться. Ще деякі видавці планували не зменшувати кількість назв, але зменшити наклад. Видавці були обурені відсутністю комунікації з боку влади і тривалою процедурою отримання коштів. Невизначеність щодо того, «що відбувалося в Міністерстві», ускладнилася кадровими перестановками в березні 2020 року, в результаті яких призначено нового міністра культури.

«Наклади мають знизитися. З березня по червень кількість виданих назв була вимушено зменшена. Ми продовжуємо готувати назви і починаємо їх друкувати, тож повинен знову початися ріст продажу». [Липень 2020 року]

«Для нас карантин — це скрутні часи. Доводилося працювати вдома, іноді було важко, особливо важко було з продажами у перший місяць — всі книгарні закрили, в суспільстві панувала паніка. У другому місяці було набагато краще, а з третього місяця можна простежити невеликий ріст продажу. Ми друкували лише ті назви, які мали хороші попередні замовлення. Нові книги відклали на потім».

«До кінця 2020 року ми можемо наздогнати прогноз. Ми видаватимемо менше назв, але більшим накладом».

1 <https://www.worldbank.org/en/country/ukraine/overview#3>. Світовий банк. Отримано 5 вересня 2020 року.

2 <https://publishingperspectives.com/2020/08/ukraine-industry-following-lockdown-an-almost-complete-collapse-covid19/> Publishing Perspectives. Опубліковано 18 серпня 2020 року. Отримано 5 вересня 2020 року.

3 <https://publishingperspectives.com/2020/04/ukraine-book-institute-translation-grant-program-rights-covid19/> Publishing Perspectives. Опубліковано 24 квітня 2020 року. Отримано 5 вересня 2020 року.

«Наклади знизилися. Деякі книги ми опублікуємо пізніше. Ми друкуємо по 200–300 примірників замість звичних накладів по 2 000 примірників».

«В результаті Covid-19 загальні обсяги впадуть на 50%. Друк (у назвах) за перший квартал 2020 року в порівнянні з I кварталом 2019 скоротився на 47%».

Багато видавців розпочали нові ініціативи з просування книг в інтернеті або заходи крауд-фандингу. Як і у Великій Британії, респонденти розповіли, що продажі онлайн у квітні зросли, а потім почали поступово падати разом зі зняттям карантинних обмежень.

«Ми проводимо промо-акції через інтернет, соціальні мережі, Facebook, YouTube, пошук Google. Ми створюємо і публікуємо додатковий контент для наших інтернет-книгарень».

Респонденти впевнено підтвердили, що проблеми галузі, визначені на першому етапі збирання даних у лютому–березні 2020 року, через пандемію не зникли, а тільки поглибилися. Проблеми з грошовим потоком, труднощі з отриманням кредитів або банківських позик, виявлені на першому етапі дослідження, тільки посилились. Як зазначив пан Афонін, президент УАВК, «обіцяне державне фінансування в розмірі 45 мільйонів гривень (1,6 мільйона доларів США), призначене для фінансування закупівель книг для бібліотек», яке затримали на кілька місяців, не виплачено й досі, на додаток до 150 мільйонів гривень (5,4 мільйонів доларів США) рятувального пакету для забезпечення «прямої підтримки галузі та великих компаній».¹

Серед нових визначених проблем було повернення клієнтів до книгарень і пошук нових підходів до онлайн-торгівлі. Серед значних проблем респонденти відзначили скасування фізичних книжкових ярмарків на Книжковому Арсеналі в травні та Форумі видавців у вересні; за словами однієї респондентки, продажі її компанії на цих заходах дорівнювали приблизно трьом місяцям продажів у книгарнях.

«Деякі видавці чекають на грантову підтримку. Вони дуже мало роблять самі, не використовують власних можливостей для виходу зі становища. Інші розуміють, що потрібно щось робити без державної підтримки. Вони скорочують витрати і змінюють фокус — наприклад, переходять до моделі онлайн-розповсюдження».

«Сьогодні найбільше занепокоєння викликає те, що російські книги нікуди не зникли. Але тепер також потрібна цільова комунікація з людьми, щоби повернути їх до книгарень. Замість книг люди стали витрачати гроші на їжу. До того ж, не було Книжкового Арсеналу і Форуму видавців. Для видавців це проблема. Немає грошового потоку, немає доходу — це дуже важко».
[Липень 2020 року]

«Без ярмарку важко встановити нові контакти або оцінити нові назви. Потрібно потримати книжку в руках — особливо якщо йдеться про дитячу літературу».

«Деякі видавництва зачиняться; вони не зможуть продовжувати працювати без ресурсів і грошей. Доведеться змінити формат книгорозповсюдження».

Фрагментованість видавничої спільноти було видно і в реакції на Covid-19 — це були індивідуальні, а не колективні заходи. Наприклад, один з респондентів зазначив, що «війни знижок», відзначені у першому етапі дослідження, посилюються.

¹ <https://publishingperspectives.com/2020/08/ukraine-industry-following-lockdown-an-almost-complete-collapse-covid19/>. Publishing Perspectives. Опубліковано 18 серпня 2020 року. Отримано 5 вересня 2020 року.

«Одна книгарня дає велику знижку, а інша — ще більшу. На сайтах інтернет-книгарень шалені знижки».

«Кожен якось взаємодівав зі своєю аудиторією. Проблема з книгами в тому, що ринок не такий великий, і всі ми граємо на одному полі. Нам потрібні державні гроші».

«Нам потрібно більше працювати в команді, усією галуззю».

Однак у невеликих видавців оптимізму було трохи більше. Один з респондентів, що вперше вдався до крауд-фандингу, заявив, що тепер почувається ближчим до своєї аудиторії. Нові виклики, що стоять перед галуззю, можуть дати певні можливості нішевим видавцям, які виявляться спритнішими й більш готовими ризикувати, ніж великі компанії.

«Ми недовиконали план більш ніж на 75%, але продажі електронних книг та онлайн-торгівля зростають в геометричній прогресії; можливості для зростання є».

«Раніше [у видавництві X] до всього ставилися з песимізмом, концентрувалися на труднощах з просуванням і розповсюдженням книг. Схоже, через Covid-19 вони почали тіснішу співпрацю з іншими малими видавцями. Відбуваються чудові речі, що стають стимулом для малих видавців».

Короткі висновки

Сильні сторони видавничої галузі

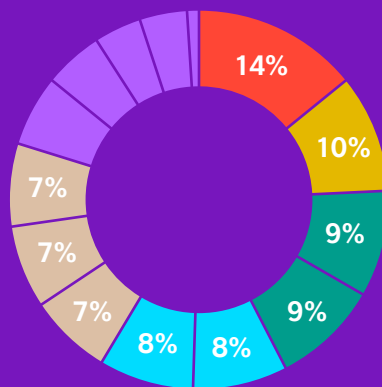
1	Чудові можливості високоякісного друку.
2	Сильні дизайнерські можливості (зокрема, в напрямку сучасного графічного дизайну).
3	Високий рівень ілюстраторів/ілюстрацій та дитячої книги.
4	Значний відсоток компаній купує права.
5	Деякий досвід продажу прав — корисні приклади найкращих практик.
6	Приклади інновацій у галузі (наприклад, технологія доповненої реальності).
7	Чудові книжкові ярмарки та публічні заходи, які набувають міжнародного значення.
8	Для сприяння розвитку створено державні установи (наприклад, УІК, УКФ, УІ).
9	Дуже сприятливі відгуки учасників попередніх ініціатив з розвитку видавничої справи.

Виклики

1	Відсутність книгарень/мереж книгорозповсюдження.	2	Піратство та порушення авторських прав.
3	Нестача читачів/покупців книг.	4	Нестача підтримки/фінансування бібліотек.
5	Нестача інформації про те, що публікується/обмаль рецензій.	6	Відсутність обізнаності видавців про потенціал продажу прав за кордон.
7	Виклики, пов'язані з приверненням уваги до українських авторів на закордонних ринках.	8	Нестача хороших перекладачів.
9	Нестача статистики/достовірних даних про ринок.	10	Небажання видавців ділитися даними.
11	Забюрократизовані державні установи.	12	Нестача інвестицій у видавничу галузь.
13	Нестача можливостей для навчання і професійного розвитку видавців.	14	Потрібні лідери думок серед політиків/керівників культурних установ.
15	Складні умови праці, особливо для молодшого персоналу і початківців.	16	Нестача програм наставництва/обміну знаннями серед видавців.

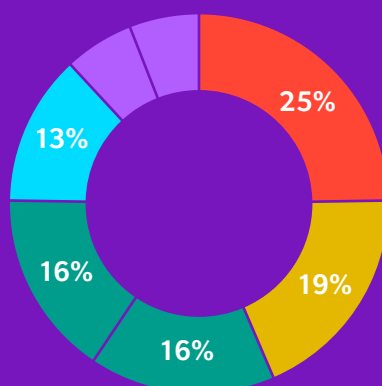
Підсумки щодо викликів та прогалин у навичках

Найсерйозніші проблеми, з якими стикається галузь, на думку респондентів інтерв'ю



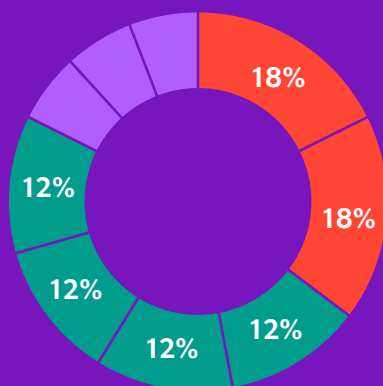
- Погана інфраструктура роздрібної торгівлі, труднощі з розповсюдженням, труднощі зі своєчасним отриманням оплати
- Падіння попиту на літературу
- Недостатня купівельна спроможність споживачів
- Відсутність статистики
- Недостатнє навчання, пробіли у навичках
- Загроза з боку російських видавців
- Складність отримання кредитів, нестача інвестицій, проблеми з грошовим потоком
- Піратство, захист авторських прав
- Нестача перекладачів
- Дуже низький рівень бібліотек, відсутність державної підтримки та фінансування бібліотек
- «Відтік умів», відсутність хороших людей, недоплата персоналу, занадто жорсткі умови праці, погане утримання персоналу
- Нестача критиків/інформації про те, що публікується
- Державна бюрократія
- Загроза війни

Найбільші прогалини у навичках видавців на думку респондентів інтерв'ю



- Обізнаність щодо прав за кордоном, робота з документами, каталоги, вміння себе представити, міжнародні зв'язки
- Видавничі процеси, менеджмент, стратегія
- Маркетинг
- Редагування
- Договори, документація
- Продаж
- Електронне видавництво

Варіанти підтримки галузі Британською Радою, зазначені респондентами інтерв'ю



- Семінари з професійного розвитку
- Інформування про видавничу галузь у Великій Британії, налагодження зв'язків у Великій Британії
- Програми наставництва
- Лідери думок
- Візити авторів, вчених в Україну
- Підтримка перекладачів
- Підтримка відвідування міжнародних книжкових ярмарків
- Допомога з візами
- Читання, бібліотеки

Валідація та перегляд

Зворотний зв'язок після «Booking the Future»

Висновки дослідження значною мірою повторюють зворотний зв'язок, зібраний після літньої школи «Booking The Future» (липень 2018).

Короткий зміст анонімного зворотного зв'язку за двома запитаннями в анкеті учасника Booking the Future, що заповнювалася на закінчення проєкту, наводиться нижче.

Які виклики можуть зашкодити вам у реформуванні своєї компанії?

- Погано спланований/відсутній бюджет
- Проблеми з інвестиціями
- Важко спрогнозувати
- Відсутність державної підтримки видавців
- Особливості законодавства
- Відсутність прозорої статистики, а отже, неможливість робити прогнози
- Небажання колег працювати разом
- Недостатнє фінансування
- Український уряд
- Можливий спад на книжковому ринку
- Нестача фахівців
- Корупція
- Високі податки
- Відсутність результату від запроваджених змін
- Чекання на сприятливіші ринкові умови.

Якби у вас була можливість відвідати схожий [навчальний] захід у 2019 році, на яких предметах ви б рекомендували зосередитися?

- Переговори про продаж авторських прав на книги
- Співпраця з видавництвами за кордоном та літературними агентствами
- Просування авторів за кордоном
- Інноваційні підходи у книжковому бізнесі
- Дослідження ринку, відносини видавництва — дистриб'ютор
- Спільні проєкти між видавництвами та представниками інших (не книжкових) ринків
- Досвід великих гравців українського видавничого ринку
- Поради щодо відбору книг для друку (як обрати бестселер)
- Тренди в оформленні книг
- Невдачі та помилки видавництв
- Як наші колеги з-за кордону підтримують інтерес до читання?
- Можливості створення ринку бестселерів в Україні
- Спеціалізована та жанрова література, немасові книги
- Успішні випадки просування книг в інших країнах
- Політика щодо книготоргівлі та знижок у світі (за участі представників урядових установ)
- Малі й великі видавництва: особливості.

Фокус-група

Фокус-групові дискусії були проведені у вересні 2020 року (за допомогою відеоконференції) з метою переглянути та перевірити попередні висновки, а також обговорити пропоновані рекомендації, що могли б бути включені у трирічну стратегію галузі.

Мета

1. Підтвердження результатів досліджень / триангуляція за допомогою інтерв'ю.
2. Допомога у розробці рекомендацій для трирічного стратегічного плану.

Організація

Дані, зібрані за результатами інтерв'ю, було згруповано за темами і розроблено ряд детальних питань для фокус-групи.

Респондентам пропонувалося обрати тему, яку вони хотіли б обговорити. Було проведено семінар в Zoom, під час якого відбувалися обговорення у спільній групі та у малих групах. Учасникам було запропоновано зазначити, якщо якісь із запропонованих питань не мають значення, та запропонувати можливі рекомендації щодо трирічного стратегічного плану.

Обговорювались такі широкі теми:

- книгорозповсюдження та піратство
- розвиток аудиторії
- продаж прав за кордон
- бюрократія, статистика та інвестиції
- навчання та розвиток.

Узгоджені припущення

- Нестача статистичних даних (нестача інформації про книжковий маркетинг, що ускладнює дослідницько-аналітичну діяльність; видавці не бажають надавати свою статистику), є значною проблемою, але вирішити її без державної реформи неможливо.
- Піратству не можна запобігти, але потрібно обговорювати, як з ним боротися.

Пропоновані рекомендації

Книгорозповсюдження та піратство

- Держава може тимчасово звільнити від орендної платні книгарні, які постраждали від пандемії.
- На книгах потрібно вказувати ціни.
- Щоб запобігти піратству, варто знизити ціни (щодо цього було обговорення й чимало заперечень).

Продаж видавничих прав за кордон

- У межах поглиблення співпраці українські видавці мають рекомендувати книги інших видавців, якщо самі не мають відповідних книг.
- Потрібно більше агентів та «скаутів», які розвиватимуть і представлятимуть місцевих «зірок» (адже вирощувати «нових зірок» складно).
- Добре, що деякі видавці отримують закордонні стипендії; було б ще краще, якби вони ділилися здобутими знаннями з іншими видавцями.
- У стипендіях брало участь небагато менеджерів і літературних агентів; слід краще рекламувати стипендії.
- Варто тісніше співпрацювати з посольствами за кордоном в напрямі популяризації української літератури (наприклад, досить активно працює посольство України в Мексиці, що сприяє виходу друком перших назв з Мексики)
- Щороку варто готувати один великий каталог усіх українських назв, щоб іноземні видавці знали, що публікується (з приводу цього пункту були певні дискусії/заперечення).

Навчання

- Бракує підготовки, що відповідала би професійним потребам видавців — потрібен центр післядипломної освіти, де була б можливість отримати більше практичних навичок або підвищити професійну кваліфікацію.
- Варто створити короткотермінові професійні програми, зокрема з отриманням диплому.
- Міжнародні програми професійного розвитку і наставництва корисні, але учасників повинні навчати більш конкретних речей, краще адаптованих до ситуації в Україні (інакше кажучи, іноземні експерти повинні краще розуміти українські потреби).
- Керівникам варто проходити програми з розвитку творчого мислення, навчатися стратегічного планування.

Короткий зміст рекомендацій

У розробці рекомендацій увагу було зосереджено на двох питаннях:

- як найкраще скористатися досвідом видавничої галузі з Великої Британії
- як посприяти розвитку міжнародних зв'язків.

Є й інші напрями, які заслуговують на значну увагу, зокрема хронічне недофінансування бібліотечної галузі, відсутність надійної статистики, труднощі з мережею розповсюдження і книготоргівлі, а також непозбувна проблема піратства. Однак після обговорення з колегами з Британської Ради, УІКу та респондентами інтерв'ю стало

зрозуміло, що всі ці питання — поза межами пріоритетів Британської Ради, значною мірою тому, що цими проблемами має займатися насамперед уряд України.

Однак, хоча робота над розвитком читацької аудиторії також вимагає зусиль уряду України, в цьому напрямку у Великій Британії напрацьовано значний досвід, тож це питання можна було б включити до трирічного плану взаємодії з галуззю на додаток до роботи, яку вже веде УІК. Три інші тематичні напрями також спираються на програмну роботу, що вже ведеться УІК та іншими українськими установами.

Тому мої **рекомендації зосереджено на таких напрямках:**

- просування української літератури за кордоном
- навчання та навички
- розвиток лідерства
- розвиток читацької аудиторії.

Детальні рекомендації за цим звітом будуть опубліковані окремим документом, де буде викладено трирічну стратегію взаємодії з галуззю.

Заключне слово

Незважаючи на те, що в Україні перед видавничою галуззю стоять значні виклики, поза сумнівом, галузь прагне змін.

У видавничій галузі існує **чітке бажання тіснішої взаємодії** з міжнародними партнерами та зацікавленість у засвоєнні закордонного досвіду. Крім того, існують чудові приклади передового досвіду в Україні — у напрямках інноваційного видавництва, екологічних ініціатив, впровадження інклюзії у бібліотеках і видавництвах. Отже, також стоїть завдання заохотити українських видавців до обміну досвідом та знаннями. Окрім бажання отримати більше конкретних українських прикладів та контексту, очевидною відправною точкою для навчання та професійного розвитку є заохочення видавців до спілкування між собою, обміну ідеями (та даними) і навчання одне в одного. Незважаючи на дедалі більші можливості для взаємодії і на розуміння видавців, що завдяки співпраці галузь стане сильнішою, видавці досі працюють в ізоляції. Стосується це й деяких культурних організацій: наприклад, співробітники УІКу та Британської Ради не знали, що Одеса стала Містом літератури ЮНЕСКО, поки нам не повідомили про статус співробітники офісу «Львів — місто літератури ЮНЕСКО» під час візиту до них.

Україна може багато запропонувати міжнародним видавничим партнерам.

Я була вражена надзвичайно високою якістю більшої частини всієї видавничої продукції, яку я бачила у книгарнях і у виробництві по всій країні. Найвідоміші самобутні українські автори, досить мало з яких перекладаються англійською, відкривають захопливі можливості для іноземних видавців, які нині перебувають у пошуку перекладної художньої літератури — жанру, який користується все більшим міжнародним інтересом. Дитячі книги та графічні романи

з високоякісними ілюстраціями та дизайном також є привабливим експортним товаром. Завдання полягає у підвищенні популярності цих творів за кордоном.

Вже ведеться прекрасна робота щодо популяризації української літератури за кордоном — насамперед її веде УІК. Брошури, підготовані УІК (і перекладені TAULT) для міжнародних книжкових ярмарків, справляють дуже хороше враження; у них подаються профілі видавництв, основні назви, приділено особливу увагу новим книгам, які можуть зацікавити іноземних видавців. Однак мені здалося, що через відсутність статистики видавцям і працівникам УІКу бракувало впевненості для представлення себе на міжнародному рівні. Наприклад, в Україні немає причин не змагатися за статус Почесної країни на Франкфуртському або Лондонському книжкових ярмарках. Статистичні звіти та дослідження, що вже проводяться УІКом, закладають надійну основу, з якої слід починати, особливо враховуючи виклики, що стоять перед Україною як розвитковою країною.

Конфлікт поколінь між «старою гвардією», багато представників якої не спілкуються англійською, дотримуються консервативніших поглядів і працюють у бюрократичних структурах, і молодим поколінням — більш підприємливим, обізнаним щодо медіа і відкритим для світу — підтверджує висновки звіту Next Generation (Dowle, Vasylyuk & Lotten, 2015), у межах якої молоді українці (до 35 років) продемонстрували оптимізм щодо майбутнього своєї країни, щодо свого права висловлювати власну думку й брати участь у соціальній активності, але не мали впевненості, що це станеться завдяки традиційним формам та інститутам демократії.

Можливо, молодшим видавцям варто визнати досвід і знання старшого покоління, а «старій гвардії» — відкритися до змін. Це відбувається в усьому світі. Однак існує цілком реальна ймовірність того, що державні установи та видавництва ризикують втратити найсильніший ресурс — молодь. Молодь має потужний заряд енергії й творчості, але їй здається, що її перевантажують роботою, замало платять, і приділяють їй замало уваги.

Оскільки Україна все тісніше співпрацює з Європою, з'являється можливість отримувати **фінансову та організаційну підтримку** у межах європейських видавничих ініціатив та партнерств (House of Europe, Culture Bridges, EU4Business, ЄБРР), отримуючи хороші зв'язки і можливість поширювати інформацію серед організацій із Франції, Німеччини, Польщі, Литви, Грузії, Словенії тощо. Часто згадувалося, що активну підтримку надає Гете-інститут — залучає німецьких видавців до обміну досвідом, допомагає в організації промо-турів авторів, допомагає налагодити контакти на Франкфуртському книжковому ярмарку. Польща, Грузія та Словенія розглядалися як приклади розвитку видавничої галузі на інших ринках; УІК уже встановив зв'язки з цими країнами для обміну знаннями. Наприклад, під час онлайн-сесії в межах програми «Rights Now» на «Книжковому Арсеналі» у травні керівник делегації Словенії на Франкфуртському книжковому ярмарку дав практичні поради та пропозиції щодо того, як підготуватися чи стати Фокусною країною на міжнародному ярмарку. Щодо Великої Британії після виходу з ЄС, то можлива тісніша взаємодія з Україною через такі мережі, як Творчі міста ЮНЕСКО (їх у цій країні п'ять: Единбург, Ексетер, Манчестер, Норвіч, Ноттінгем) та Британський центр літературних перекладів у Норвічі, може бути плідним напрямом міжнародної співпраці.

І нарешті, мене зворушило тепле ставлення усіх, з ким проводилися інтерв'ю, готовність респондентів говорити відверто, ділитися думками та пропозиціями. Я дуже задоволена **якістю зібраних даних**. На мою думку, видавці та зацікавлені сторони були дуже відкриті, особливо у критиці держави, її бюрократичних процесів та неможливості забезпечити дотримання законодавства про авторське право. На всіх етапах процесу дослідження я наголошувала на конфіденційності та анонімності, особливо коли йшлося про делікатні питання в комерційному й економічному сенсі — показники продажів, піратство і корупцію; на мою думку, це сприяло отриманню кращих результатів. Напівструктурований формат інтерв'ю спрацював добре; на кінець дослідницької поїздки інтерв'ю також використовувалися для триангуляції інформації, отриманої від попередніх респондентів.

Спалах **Covid-19** і подальші обмеження на поїздки вплинули й на сам дослідницький проєкт; мені пощастило встигнути завершити дослідницьку поїздку до запровадження обмежень, але пізніші зустрічі, заплановані на Лондонський книжковий ярмарок, довелося відкласти, адже ярмарок скасували. Під кінець дослідницької поїздки я вже чекала на повернення до Києва, що планувалося на травень, але через карантинні обмеження від нього довелося відмовитись. Однак подальші інтерв'ю, другий етап збору даних та фокус-групи, проведені через Zoom, дали мені можливість взяти інтерв'ю у деяких респондентів, з якими не вдалося зустрітись під час поїздки, а також зібрати учасників з усієї країни на фокус-групу. Підприємницький дух, який демонструють багато незалежних видавців, віщує добре майбутнє, хоча через епідемію Covid-19 для галузі настали непередбачувані часи.

Список літератури

- Afonin, A. (2012) Publishing and Bookselling in Ukraine: Facts, Trends, Recommendations. Оpubліковано онлайн.
http://bookplatform.org/images/activities/47/publishing_study_ukraine_en.pdf
- Bohdan, B. (2020) The rebirth of Ukrainian literature and publishing: famous contemporary authors and new policy for their support. Euromaidanpress.com. Оpubліковано 10 січня 2020 року. Отримано 3 квітня 2020 року.
<http://euromaidanpress.com/2020/01/10/the-rebirth-of-ukrainian-literature-and-publishing-entering-the-world-scale/>
- Charkin, R. (2020) Let's Hear it For Book Rights Sales People. Publishing Perspectives. Оpubліковано онлайн 24 квітня 2020 року.
<https://publishingperspectives.com/2020/04/richard-charkin-lets-hear-it-for-book-rights-sales-people-worldwide-covid19/>
- Читомо (2018) «Ukrainian Reading and Publishing Data 2018». Оpubліковано онлайн.
<http://data.chytomo.com/>
- Dowle, M., Vasylyuk & N. Lotten, M. (2015) Hopes, Fears and Dreams: the views of Ukraine's next generation. Kyiv: British Council.
<https://www.britishcouncil.org/research-policy-insight/research-reports/hopes-fears-dreams-views-ukraines-next-generation>
- Lviv UNESCO City of Literature Annual Report (2019). Оpubліковано онлайн.
https://cityofliterature.lviv.ua/wp-content/uploads/2020/03/unesco_report_lviv.pdf
- Pavlychko, D. (n.d.) Nine features of the Ukrainian book market. Culture & Creativity website. Отримано 10 жовтня 2020 року.
<https://www.culturepartnership.eu/en/article/dana-pavlychko>
- Shercliff, E. (2015) Publishing in Nigeria: Context, challenges and change. LOGOS 26(3): 51-60.
https://brill.com/view/journals/logo/26/3/article-p51_8.xml?language=uk
- Український інститут книги (2019a) Звіт про стан видавничої справи в Україні, 2018–2019. Київ: УІК.
<https://book-institute.org.ua/uploads/articles/Report on the State of Publishing in Ukraine 2018–2019.pdf>
- Український інститут книги (2019b) New Books for Children From Ukraine, 2019. Київ: УІК.
<https://drive.google.com/file/d/1LUuyJakLDyGPpU5UoPBVAZ7XM5ELiCBH/>
- Український інститут книги (2018a), каталог «Ukraine at the Frankfurt Book Fair». Київ: УІК.
<https://issuu.com/uik.communications/docs>
- Український інститут книги (2018b) каталог Contemporary Ukrainian Illustrators. Київ: УІК.
https://issuu.com/bookinstitute.ua/docs/catalog_eng_small_ok
- Український інститут книги (2020) Reading in the context of media consumption and life construction. Kyiv: Ukrainian Book Institute.
https://drive.google.com/file/d/1Cib0W2CoGlu4eOwdOGQ-jE_6htCu19a-
- Yermolenko, V. (2019) Ukraine in Histories and Stories: Essay by Ukrainian Intellectuals. Kyiv: Interviews Ukraine / Ukraine World.
<https://ukraineworld.org/articles/books/essays-intellectuals>

Учасники інтерв'ю

Окрім ряду позаштатних консультантів, радників та авторів, були опитані представники українських компаній та організацій:

- Artbooks
- ArtHuss
- Art Nation
- Book Chef
- IST Publishing
- А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА
- Агенція TAULT
- Асоціація українських видавців і книгорозповсюджувачів
- Астролябія
- Видавництво Старого Лева
- Віват
- Дискурсус
- Друкарня «Юнісофт»
- Клуб сімейного дозвілля
- Літературна агенція OVO
- Літопис
- Львів — місто літератури ЮНЕСКО
- Львівська Медіатека
- Львівська обласна бібліотека для дітей
- Львівський міжнародний BookForum
- Міжнародний фестиваль «Книжковий Арсенал»
- Навчальна книга «Богдан»
- Національна бібліотека України імені Ярослава Мудрого
- Наш Формат
- Основи
- Ранок
- Ріпол-Україна
- Українська академія друку
- Український інститут книги
- Український культурний фонд
- Український інститут
- Фоліо
- Час Майстрів
- Якабу.

Авторка

Авторка цього звіту — **Емма Шеркліф**.

Емма — видавнича консультантка з понад 20-річним досвідом роботи в галузі. Працювала у видавництвах у Парижі, Мельбурні, Абуджі та Лондоні, а також у Британській Раді в Нігерії та Ірані.

Раніше Емма була директоркою Macmillan English Campus, міжнародного підрозділу цифрових видавництв видавців Macmillan і керівником відділу експортних продажів у Hodder Education. Вона входить до ради директорів Cassava Republic Press UK, а в жовтні 2020 року заснувала літературну агенцію Laxfield Literary Associates.

Емма отримала ступінь магістра сучасних мов у Кембриджському університеті та ступінь магістра в галузі міжнародного розвитку та освіти в Інституті освіти Університетського коледжу Лондона (UCL). Емма отримала в UCL ступінь PhD; її дисертація — дослідження ролі видавців-жінок у формуванні літературного ландшафту Африки.



Подяки

Дуже дякую **Даші Стокоз, Гаррієт Вільямс** та **Ірині Батуревич** за підтримку, добрий гумор та стійкість упродовж цього дослідницького проекту.

Я глибоко вдячна Даші, Ірі, **Кирилу Краснокутському** та усім працівникам Британської Ради в Україні та УІКу, які доклали чималих зусиль, щоб зробити мою поїздку Україною цікавою, продуктивною та приємною.

Перекладач на українську: **Дмитро Кушнір**.
Редакторка: **Юлія Колісник**.

Я вдячна усім респондентам з України та Великої Британії, які взяли участь в інтерв'ю, пожертвувавши своїм часом. Крім того, — за поради та ідеї таким людям:

- **Крістоф Гассензаль**, Suhrkamp Verlag
- **Гейзел Кеньйон**, Nielsen Book International
- **Мейв Данн і Клер Анкер**, Асоціація видавців Великої Британії
- **Мелінда Сіммонс**, Посол Великої Британії в Україні
- **Джейн Сазерн**, літературознавиця
- **Хосе Боргіно**, генеральний секретар IPA
- **Томас Мінкус**, Франкфуртський книжковий ярмарок
- **Джоанна Еверард**, директорка з прав, Bloomsbury
- **Ірина Белкіна**, Український інститут книги.

Британська Рада — міжнародна організація Сполученого Королівства, мета якої полягає у поглибленні культурних зв'язків та освітніх можливостей. Ми сприяємо дружньому діалогу та кращому порозумінню між людьми у Великій Британії та в інших країнах. Ми робимо це за допомогою позитивного внеску у Велику Британію та країни, з якими співпрацюємо, — змінюючи життя, створюючи можливості, налагоджуючи зв'язки та довіру. З 1934 року ми є британською благодійною організацією, діяльність якої регулюється Королівською хартією і державними органами Великої Британії.

Український інститут книги — державна установа при Міністерстві культури та інформаційної політики України, покликана формувати державну політику у книжковій галузі, провадити промоцію книгочитання в Україні, підтримувати книговидавничу справу, стимулювати перекладацьку діяльність, популяризувати українську літературу за кордоном.

Фото на обкладинці © Олена Попова

© Британська Рада, 2021. Усі права захищені.

Це дослідження було замовлене Британською Радою та проведене Еммою Шеркліф. Якщо ви хочете відтворити, відсканувати, передати або використовувати цю публікацію або будь-яку її частину з будь-якою метою, будь ласка, зв'яжіться з Британською Радою для отримання письмового дозволу.