

*Galina Gret*<sup>1</sup>

### **КНИГОТОРГОВЕЛЬНА ПЕРІОДИКА НЕЗАЛЕЖНОЇ УКРАЇНИ (1991–2012)**

Періодика – важлива складова культури кожного народу, неоціненне документальне джерело. В умовах переходу до ринку випуск періодичних видань в Україні зазнав значних змін. У галузі спеціалізованих періодичних видань процеси перебудови і становлення не завершені до цих пір і залишаються достатньо непростими, оскільки ускладнена можливість існування фахової періодики, під постійним пресом знаходиться її змістове наповнення. Галузева (фахова) періодика є однією із найрозгалуженіших за тематикою у світі, оскільки потрібна науковцям та практикам різних галузей народного господарства. Вона характеризується вищою оперативністю та дієвішим втручанням у дійсність. В умовах українського книговидання фахові періодичні видання набирають додаткового значення ще й тому, що книжкова інформація часто за якістю і кількістю не задовільняє фахівців відповідних галузей, особливо тих, що розвиваються інтенсивно і потребують швидкого поповнення знань з нових технологій, впровадження досягнень науки. Кожна галузь науки чи народного господарства не може розвиватись без профільних періодичних видань, які є складовою друкованої продукції України, що характеризується скороченням кількісних та зниженням якісних показників випущених періодичних і неперіодичних видань, зростанням їхньої собівартості у зв'язку із зменшенням купівельної спроможності населення, послабленням інтересу до читання, серйозної конкурентної боротьби з іноземним видавничим продуктом.

Ситуація, що склалася, вимагає аналізу періодики видавничої галузі, в т. ч. книготорговельної, для усвідомлення її реального стану та процесів, що відбуваються в ній, з'ясування, в які періоди і за яких умов відбувались позитивні і негативні зрушення, осмислення цих тенденцій і розробки пропозицій щодо її виходу із кризи.

---

<sup>1</sup> Narodowy Uniwersytet Techniczny „Kijowski Instytut Politechniczny”, Instytut Wydawniczo–Poligraficzny Kijów, Ukraina.

Мета публікації полягає в узагальненні досвіду випуску книготорговельної періодики в Україні та визначенні перспектив її відновлення в умовах сучасного інформаційного простору.

Вивчення важливості часопису для фахівців книготорговельної галузі та необхідності у ньому у галузевій науці повноцінно не проводилося. Окремі аспекти книготорговельної періодики як складової книгознавства та видавничої справи України досліджувались вітчизняними науковцями М. Бутрином, І. Кагановим, Г. Ключковською, І. Копистинською, М. Макухою, В. Мельниковим, М. Сенченком, В. Теремком, М. Тимошиком та практиками книговидавничої галузі, громадськими діячами О. Афонініним, В. і Д. Капрановими, А. Судином.

Здобутки української соціалістичної книжкової торгівлі багато в чому пояснювались існуванням книготорговельної періодики, первістком якої був літературно–критичний та бібліографічний журнал „Книга”, який видавався у 1923–1924 рр. у Харкові всеукраїнським кооперативним книговидавничим та книготорговельним товариством „Книгоспілка”. Його редактором був письменник – Сергій Пилипенко. В журналі публікувались статті про видавничу діяльність та книгопоширення в Україні, особливо на селі, про взаємозв’язок видавничої, книготорговельної та бібліотечної справи, подавалась корисна для практиків інформація про книжковий ринок.

Протягом 1924–1925 рр. виходив журнал „Нова книга”, який вважався кращим виданням для книгарів у Радянському Союзі, в статтях якого утверджувались більшовицька ідейність у книжковій справі. Журнал мав практичне спрямування, оскільки на його сторінках наводилась статистика про книговидання в УРСР, стан видавничої справи, друкувались матеріали про нові книгарні, про практичні процеси книжкової торгівлі, обговорювались проблеми книжкової торгівлі, вивчення попиту на літературу, підготовки кадрів та підвищення кваліфікації книгарів, значення картотеки для покращення обслуговування в книгарнях, висвітлювалось питання організації та техніки книгарства, особливо на селі. Робилися спроби на основі практичного узагальнення зробити теоретичні висновки<sup>2</sup>. Після припинення виходу „Нової книги” в Україні випускались бюлетені торговельних і видавничих організацій „Бюлетень державних видавництв України” (1925–1928), „Бюлетень Книгоспілки”, „Кооперативний книгар”, останні два висвітлювали питання сільської книжкової торгівлі.

---

<sup>2</sup> И. Я. Каганов, *Первые шаги (Украинская книготорговая периодика 1917–1929 гг.)*, в: *Книжная торговля: Исследования и материалы*, вып. 4, под ред. А. И. Ареста, Москва 1977, с. 166.

У 1929–1932 рр. виходив виробничий журнал „Радянський книгар” (орган Всеукраїнської ради з’їздів видавництв і книготорговельних організацій), в якому висвітлювались діяльність видавництв, питання теорії і практики книжкової торгівлі та книготорговельної бібліографії, пропагувалися громадські форми книгопоширення та пропагандистські більшовицькі видання<sup>3</sup>.

З 1923 р. до 1930 р. виходило одне з найкращих українських наукових видань академічного рівня „Бібліологічні вісті”, де публікувалися статті з історії усіх галузей книжкової справи, в т. ч. і книготоргівлі. Огляди, рецензії, рекламно-бібліографічні матеріали.

12 січня 1960 р. Держкомпреси УРСР та Товариство любителів книги УРСР у Києві почали видавати тижневик „Друг читача”, який висвітлював роботу видавництв, поліграфічних підприємств, книжкової торгівлі, осередків Товариства книголюбів УРСР У газеті друкувались бібліотечні огляди, рецензії, відгуки про нові видання, матеріали, присвячені письменникам, графікам, видавцям. Друкувались списки нових книг, випущених українськими видавництвами протягом тижня. На початку 1993 р. газета припинила виходити.

„Історія незалежної України через призму книжкової політики – це історія боротьби державників з колонізаторами, історія ігнорування владою книги як фундаментальної складової. Тому історію багатостраждальної української книги часів незалежності можна поділити на три періоди:

1. 1991–1995 роки – період несвідомої підтримки
2. 1996–1999 роки – період свідомого знищення
3. 2000–2009 роки – період ілюзії підтримки”<sup>4</sup>.

Складовою розвитку книгорозповсюдження в Україні повинна бути фахова періодика. Необхідною уявляється значна кількість різноманітних конкуруючих між собою видань, що охоплюють усі складові книжкового ринку, доступність їх широким колам читачів та взаємозалежність спеціалізованої преси та аудиторії нефакхівців.

З 1991 до 1994 р. в умовах реорганізації книжкової торгівлі, приватизації та комерціалізації видавничих та книготорговельних підприємств книготорговельна періодика була представлена „Бланком для замовлень” з його 20–25 випусками на рік, де подавались бібліографічний

---

<sup>3</sup> И. Вовченко, „Радянський книгар” – боевой орган украинских книжников (1929–1932), в: *Книжная торговля: Исследования и материалы*, вып. 6, под ред. А. И. Ареста, Москва 1979, с. 172.

<sup>4</sup> О. Афонін, М. Сенченко, *Українська книга в контексті світового книговидання*, Київ 2009, с. 7.

опис та анотація 30–40 видань, що випускались державними видавництвами, газетою „Друг читача” та журналом „Книжник” (1990 – початок 1993), що зініціювало Товариство любителів книги. За короткий термін вийшло 18 номерів, в яких висвітлювались питання розвитку книговидання, книгорозповсюдження в Україні, книгознавства, пропаганди та реклами, проблеми Товариства книголюбів, з небуття повертались імена українських видавців, авторів, бібліофілів.

В серпні–жовтні 1994 р. вийшло 3 номери щомісячної газети для книжників „ВЕТЕЕ”, яку видавало товариство з обмеженою відповідальністю „Слово і комерція”, і подавало інформацію про книги, що вийшли з друку, новини київського книжкового ярмарку, піднімало проблеми випуску української енциклопедії, становлення книжкового ринку в Україні.

Потрібною і своєчасною для першого етапу розвитку видавничої справи в незалежній Україні була створена під егідою Форуму видавців у Львові на спонсоровані кошти щомісячна газета „Книжкова Тека”, (1994–1997), в якій не лише вмщувалась інформація про випуск книг („Україна видає”) на основі обов’язкового примірника Національної Парламентської бібліотеки, але й статистичні дані про книговидання в країні за 1994–1996 рр., новини з найвідоміших книжкових ярмарків, інтерв’ю з керівниками Міністерства інформації та преси, зверталась увага на певні книжкові видання, подавався досвід книговидання за рубежем.

У 1995 р. виходила рекламно–інформаційна газета „Книжковий світ”, де подавались відомості про книжкові новинки Львова, рецензії на книги, наводився книгознавчий аналіз книг видавництва „Світ”.

Другий період розвитку української видавничої справи – свідомого знищення української книги змусив згуртуватися видавців, поліграфістів і книгорозповсюджувачів, організувати випуск фахових періодичних видань. Почали випускатись науково–практичні та інформаційно–аналітичні часописи.

Науково–практичні періодичні видання галузі видавничої справи України, складовою якої є книжкова торгівля, представлені журналами „Друкарство” та „Вісник Книжкової палати”. Особливе місце серед спеціалізованих книжкових видань займав науково–практичний часопис „Друкарство”, зорієнтований на наукову аудиторію, який виходив з грудня 1994 року до грудня 2006 року і за допомогою копіткої праці редакційної колегії досяг рівня аналогічних іноземних фахових видань<sup>5</sup>. Світ побачив

---

<sup>5</sup> Г. Ключковська, *Книжкова промоція як взаємодія книжкової справи та ЗМІ (засади формування української моделі): Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук*, Львів 2000, с. 87.

сімдесят один номер журналу. Засновником журналу були Державний комітет телебачення і радіомовлення України, ВАТ «Український науково–дослідний інститут спеціальних видів друку», ЗАТ «Холдингова компанія «Бліц–Інформ». Постановою президії Вищої атестаційної комісії України журнал «Друкарство» було включено до переліку фахових видань України, в яких могли публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата філо–логічних наук (постанова від 13.12.2000 р. №2 – 05/9) та технічних наук (постанова від 14.11.2001 р. №2 – 05/9). До редакційної колегії журналу входили відомі науковці та громадсько–культурні діячі: Степан Гунько, Віталій Дончик, Анатолій Дорош, Богдан Дурняк, Микола Жулинський, Іван Ковба, Едуард Лазаренко, Богдан Никифорук, Анатолій Петрук, Анатолій Погрібний, Олександр Полюдов, Володимир Різун, Олег Розум, Микола Сенченко, Микола Тимошик, Ярослав Чехман, Анатолій Шевчук. З 1999 р. журнал почав виходити раз на два місяці обсягом 96 сторінок. Часопис не лише надавав інформацію про новітні досягнення науки, але й націлював реципієнтів „на ефективне застосування здобутків науки, кращого досвіду в практичній роботі”<sup>6</sup>, що й стало одним із складових успіху видання. Основні рубрики видання – „Держава і книга”, „Поліграфічна справа”, „Видавнича справа”, „Науковий пошук”, „Устаткування”, „Витратні матеріали”, „Виставки, форуми, конференції”, „Обличчя”, „Фахова підготовка”, „Книжкова полиця”, „Історія”, „Новини”. Це був комунікативний плацдарм для розвитку наукової думки та обміну практичного досвіду усієї видавничої сфери. Програмною метою видання було визначено висвітлення проблем видавничої діяльності, друкарської справи, книгорозповсюдження в Україні та у світі. Основними напрямками роботи „Друкарства” було розкриття державної політики у видавничо–поліграфічній галузі; поширення вітчизняного та зарубіжного науково–практичного досвіду роботи видавців, поліграфістів та книгорозповсюджувачів; публікація наукових досліджень працівників сфери; аналіз тенденцій розвитку інформаційного простору, ринку друкованої продукції в Україні та у світі; відродження історичної пам’яті українського народу в галузі видання та поширення книг. Часопис налічував 24 рубрики<sup>7</sup>. Актуальні проблеми державної політики в книжковій галузі висвітлювались у рубриках „Держава і преса” та „Держава і книга”, де розглядали явище четвертої влади, досліджували роль преси в існуванні держави. Завдяки журналу у 2004 р. було скасовано дискримінаційну норму про

<sup>6</sup> *Йти неодмінно вперед. До 10-ї річниці науково–практичного часопису, „Друкарство” 2004, № 4 (57), с. 5–11.*

<sup>7</sup> М. Макуха, *Історія створення часопису „Друкарство” в теле та радіо–журналістика*, под ред. В. Лизанчук, вип. 9, ч. 1, Львів 2010, с. 61–68.

відміну податкових пільг для видавців і створення ґрунту для подальшої розбудови видавничої справи. Публікації цих рубрик ставили за мету – виведення видавничо–поліграфічної галузі з перманентної кризи, відродження та подальший розвиток галузевої науки, реформування проведення профільних форумів і виставок в Україні, ствердження книги в тій іпостасі, до якої піднесли її талановиті попередники. Характеризувалось напруження, в якому перебуває книжковий світ України, наводилась карта проблем видавничої та бібліотечної справи в Україні, розглядалась проблема системного підходу української книжкової справи. Провідними рубриками часопису були „Видавнича справа” і „Поліграфічна справа”. Саме поліграфічній справі приділялось найбільше уваги – аналізувався досвід, сучасне устаткування, новітні розробки в галузі друку тощо.

Про стан наукової думки, проблеми галузі, пропозиції та перспективи її розвитку публікувалось на сторінках рубрики „Перспективи, проблеми, пропозиції”. У рубриці „Технологія” вивчали можливості способів друку, технології виготовлення продукції, у рубриці „Устаткування” – видавничі системи, апарати, оснащення і можливості сучасної поліграфії, а у рубриці „Витратні матеріали” – сучасні поліграфічні матеріали. Не оминала увага гострих економічних проблем, вплив ринкової економіки на видавничу справу, особливості приватного видавничого бізнесу як нової форми власності (рубрики „Економіка галузі”, „Маркетинг і менеджмент”). Про стан книгарень та їхні пропозиції писали у рубриці „Книжковий салон”. Цікаві кросворди, випадки із практики друкарського життя, новини розміщували у межах рубрики „Дозвілля”. Часопис подавав також цікаву рубрику „Виставки, форуми, конференції”, де характеризувались українські книжкові ярмарки – Форум видавців у Львові, київський „Книжковий світ”, дніпропетровська „Буквиця”, харківський „Світ книги”, зарубіжні ярмарки – в Мінську, Москві та ін. Водночас наводився світовий досвід у галузі видавничої справи. Були присутні також „презентаційні” матеріали про лідерів ринку, як видавців, так і поліграфістів; актуальні інтерв’ю; ювілейні матеріали, проблематика літературного й наукового редагування, підготовки до друку текстів. У рубриці „Книжкова полиця” презентувались новинки, пов’язані з питаннями друкарської справи. У рубриці „Статистика, аналіз, прогнози” характеризуються семінари українського книжкового проекту. Стосовно книжкової торгівлі, то в ньому недостатньо висвітлювались проблеми книжкової дистрибуції, лише частково розглядались питання становлення сучасної системи книгорозповсюдження.

Це був перший фаховий журнал високого наукового рівня. Його поява пояснювалась сприятливими історичними умовами, потребою в ньому,

бажанням та ентузіазмом діячів друкарської справи створити такий часопис. Він став „провідним, найавторитетнішим, високопрофесійним часописом галузі, який вирізняється розумінням проблем книговидавничого комплексу...”<sup>8</sup> не лише завдяки фінансовій та моральній підтримці науковців, представників влади, видавництв, друкарень, преси, а й завдяки професіоналізму та творчості, креативності редакційного колективу, кваліфікованому авторському складу, високоякісному поліграфічному виконанню. Особливість журналу полягала у науковому підході до висвітлення проблем, продуманості назви та рубрикації, вдалому вибору виду видань за характером інформації, що сприяло визнанню журналу не лише в Україні, а й за її межами. Чільне місце часопису у Європі надавали польські фахівці видавничої галузі<sup>9</sup>, згодом „Друкарство” увійшло до загальноосвітнього реєстру періодичних друкованих видань та списку членів European Association of Science Editor<sup>10</sup>.

Другий науково–практичний часопис „Вісник Книжкової палати” присвячений питанням бібліотекознавства та бібліографії, лише частково приділяє увагу проблемам книжкового ринку і заснований Державною науковою установою „Книжкова палата України імені Івана Федорова” у 1996 р. Виходить щомісячно. Головний редактор – Сенченко Микола Іванович, доктор технічних наук, професор, академік Міжнародної академії інформатизації Видання відображається в реферативній базі даних „Україніка наукова”. До редакційної колегії входять відомі вчені–історики Валентина Ільганаєва, Сергій Кулешов, Василь Шейко, Валерій Солдатенко, Ярослав Калакура, науковці в галузі педагогічних наук Наталія Кушнарєнк, Ольга Олексюк, Людмила Філіпова, в галузі технічних наук Георгій Асєєв, Всеволод Васильєв, Роберт Карташов, Віктор Михайленко та інші. З року в рік зменшується тираж журналу – від 1000 примірників на початку до 300 примірників в 2012 р. Проблематика охоплює бібліотекознавство, бібліографознавство, видавничу діяльність, правове забезпечення книговидання та книгорозповсюдження, статистичні огляди випуску видань в Україні по роках.

Матеріал структуровано в 15 рубрик „Сторінка головного редактора”, „Видавнича справа”, „Рецензії”, „На допомогу видавцю–початківцю”, „Бібліотечна справа”, „Підготовка кадрів”, „Інформаційні ресурси”, „Історичні розвідки”, „З архіву Книжкової палати”, „Видатні діячі та визначні події”, „Конференції. Конкурси. Виставки”, „Політика. Культура. Мистецтво”, „Стандарти і документи”, „Бібліографія”, „До

<sup>8</sup> О. Мельников, *Про все потроху: вибране* (2000–2005), Дрогобич 2007, с. 143.

<sup>9</sup> *10 lat ukraińskiego „Drukarstwa”, „Poligrafika”* 2004, nr 12 [online] [data dostępu: 20.10.2014]. Dostępny w World Wide Web: <<http://www.poligrafika.pl/artukul/3046/>>.

<sup>10</sup> *European Association of Science Editors. List of members*, Redruth 2001, p. 30.

ювілею журналу”, „Вийшли з друку”. В рубриці „Сторінка головного редактора” вміщуються статті, присвячені трансформації цензури, ролі книг та ЗМІ в інформаційній безпеці України, інформаційній агресії та впливу на культуру законодавчі документи, та ін. У рубриці „Видавнича справа” розглядаються проблеми українського книговидання, рух української книги у 2011 р. по східцях униз., книжкові реалії 2010 рр., читання в Україні. Стосовно книгорозповсюдження, то розглядаються проблеми дистрибуції в Україні, роботи бібліотечних колекторів, книжкових клубів, культури продажу книг, газет, журналів. Червоною ниткою по багатьох випусках проходить думка про необхідність розробки Державної стратегічної програми розвитку видавничої галузі в країні.

Для третього періоду розвитку української книги в незалежній Україні – періоду ілюзії підтримки української книги характерною є поява низки інформаційно–аналітичних часописів, що обслуговували книжковий ринок в ці роки, „Книжник review”, „Друк & книга”, „Книжковий огляд”, „Книжковий клуб плюс”.

Щомісячний журнал „Книжник review” виходив в Україні з 2000 р. по 2007 р. і був насичений рекламною інформацією (рецензії були звичайною рекламою). Періодичність виходу 2 рази в місяць. Тираж 10000 примірників. Проект було закрито невдовзі після ребрендингу та заяв про значні інвестиції у розвиток журналу. На початку 2007 р. видання отримало нового інвестора – компанію ЕСЕМ Media. Загальний обсяг інвестицій планувався у розмірі 1,2 млн. доларів, а прибутковим проект мав стати за два роки. Була також проведена масштабна рекламна кампанія журналу. Співвидавці і працівники журналу (які отримали перед тим значні інвестиції і навіть випустили три цілком оновлених за концепцією випуски журналу, який мав наліт елітарності), висловили незадоволення діями інвесторів і відмовилися випускати журнал далі. Причиною закриття, за словами ідеолога та головного редактора журналу Костянтина Родика, стало нерозуміння колективом кінцевої мети проекту та небажання інвесторів продовжувати роботу.

Вихід спеціалізованого якісно поліграфічно оформленого часопису „Друк & книга” (2002–2004 рр.) планувався раз на два місяці, проте він з’являвся друком несистематично. Його засновниками виступили „Укрвидавполіграфія” та Українська асоціація виробників поліграфічної продукції. Матеріали у журналі не були рубриковані. В ньому подавався аналіз ситуації в різних сегментах книжкового ринку, зокрема, в навчальній та науковій літературі, у сфері книжкового маркетингу, мережі книгопоширення та книжкової торгівлі, нових технологій друку, своєрідні презентації низки авторитетних видавництв, здійснювались серйозні практичні обговорення функціонування великих регіональних видавництв



у непростих умовах ринку, суспільно резонансних книжкових новинок, досліджувалась проблематика взаємодії державних структур і книговидавництва тощо. Низка матеріалів була присвячена функціонуванню українських та зарубіжних книжкових виставок і ярмарків, новинкам на ринку поліграфії та видавничої техніки.

Популяризації книг і підняттю престижу видавництв і книжкової торгівлі сприяли часописи „Книжковий огляд”, „Книжковий клуб плюс”. Засновником і видавцем щомісячного журналу „Книжковий огляд” у 1998 р. була Агенція „Стандарт”. Ініціатором і засновником видання був О. Капуста, він же до 2003 р. обіймав посаду головного редактора. Для підтримки і самоокупності засновник залучав кошти рекламодавців у галузі видавничої справи. Рецензії на книги, що розміщувались в ньому, оплачували видавництва. Це було зумовлено його непрезентабельним зовнішнім виглядом, а також невисокою якістю багатьох матеріалів. До фахівців у сфері книговидавництва і книжкового бізнесу журнал фактично прийшов із січня 2000 р., коли, з ініціативи засновників, його почали безкоштовно надсилати за адресами вищих навчальних закладів України, у найбільші книготорговельні фірми та видавництва. Розвитку видання сприяло й те, що ціни на рекламу в журналі відтоді залишалися незмінними. Із 2003 р. головним редактором „Книжкового огляду” став М. Сидоржевський. Він запровадив нові рубрики, увиразнив концепцію, зумів залучити цікавих і авторитетних авторів із числа літературних критиків та книжкових експертів. За цей час зріс і обсяг часопису – від 64 до 120 сторінок<sup>11</sup>. Він містив 12 рубрик „Літературна вітальня”, „Суспільство і книга”, „Зарубіжний досвід”, „Видавниче життя”, „Книга і ринок”, „Інтернет–тема”, „Проекти”, „Анонс”, „Видавниче життя”, „Історія і сучасність”, „Книжкові новини”, „Суб’єкти ринку”.

В часописі відстежувались питання роботи видавництв, менеджменту й маркетингу, книжковій торгівлі, авторського права, приділялась увага літературній критиці, оглядам новинок, публікувались інтерв’ю з популярними авторами резонансних книжок, йшлося про розвиток літературного процесу, мистецьке життя, літературні проблеми. Розглядалися питання взаємодії книги загалом і художньої літератури, зокрема, з широкими читацькими колами; ролі й можливостей друкованої продукції у суспільстві; наводилися цікаві факти з історії книги і літератури. Узагальнювались маркетингові ноу-хау, заявлені на зарубіжних книжкових ринках, причому досвідів російського ринку як експанси-

<sup>11</sup> І. Копистинська, *Тенденції сучасного вітчизняного книговидавництва: організаційний, тематичний та рекламно-промоційний аспекти (1991–2003)* [Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук], Київ 2004, с. 155–156.

вного стосовно українського приділялась пильна, але не виключна увага. З'являлись актуальні матеріали про особливості функціонування авторського права в різних країнах. Провідними рубриками видання були „Книга і ринок” та „Видавниче життя”, розраховані на увагу видавців та продавців книжок, де керівники відомих видавництв і книгарень ділились досвідом, проблемами, обговорювали законодавчі новації, нові маркетингові рішення, представляли свою стратегію й тактику роботи на ринку тощо. Рубрику „Книга і ринок” доцільно було розглядати як своєрідну „тему номера”, що приурочувалась до певних важливих подій галузі (резонансні виставки–ярмарки, сезонні коливання ринку, зміни в законодавстві).

„Книжковий огляд” виконував роль своєрідного інтелектуального посередника в діалозі між видавцем, що намагався зацікавити своєю продукцією перш за все продавця; а продавець, у свою чергу, мав змогу орієнтуватися у новинках і запропонувати видавцеві своє бачення потреб та можливостей ринку. Автори при сприянні часопису мали змогу зацікавлювати як видавців, так і продавців своїх творів, а також звіритися з тенденціями попиту й пропозиції на той чи інший вид друкованої продукції та з думкою критиків. Журнал припинив своє існування у 2006 році.

Конкурентом „Книжкового огляду” був часопис „Книжковий клуб плюс”, що позиціонував себе як „щомісячний журнал для видавців, книгорозповсюджувачів та всіх небайдужих до книги”. При компанії, яка займалася торгівлею папером російського постачання, в Києві у 1995 році було засновано невеличкий за обсягом щомісячник „Книжковий клуб”, завданням якого було публікувати цінники на книжки, які постачали на ринок України. „Книжковий клуб” від того часу пройшов шлях від суто рекламного видання до журналу (2002) Остання його назва була „Книжковий клуб плюс” після його відділення від першого власника. Він закінчив своє існування у 2008 р. через кілька років після викупу його видавництвом „Академія”, що підпорядковувалось МАУП. Ставши рупором консервативних ідей, журнал втратив рекламу, читача, а потім і підтримку МАУП і видавництва ДР „Видавничий дім «Самміт–книга»”<sup>12</sup>.

Ініціатор, автор концепції та головний редактор видання Ю. Поцілуйко. У 1998–1999 рр. часопис виходив під назвою „Книжковий клуб”, а згодом, після певної перерви, спричиненої фінансовими проблемами, поновився під назвою „Книжковий клуб плюс” із сучасним оригінальним дизайном. На X Форумі видавців у Львові (вересень 2003 р.)

---

<sup>12</sup> А. Судин, *Вплив реклами на функціонування фахової періодики в теле та радіожурналістика*, под ред. В. Лизанчук, вип. 9, ч. 1, Львів 2010, с. 340–345.

був відзначений як найкращий український фаховий часопис про книжки і книжковий ринок.

В основі концепції видання лежав тематичний принцип, якого редакція дотримувалася при формуванні кожного числа часопису. Кожний номер мав свою тему. При її виборі перевага надавалась всебічному аналізу ситуації у різноманітних сегментах ринку, подіям та явищам світу книжкового бізнесу тощо. При цьому редакція зверталась із запитаннями до провідних видавців і продавців; намагаючись максимально повно представити весь наявний спектр думок, ідей, вражень фахівців–практиків. Крім цього, до обговорення кожної теми номера залучались зі спеціальними матеріалами провідні літературні критики й аналітики ринку. Журнал містив рубрики „Правове поле”, „Оцінка фахівця”, „Чужий досвід”, „Зустріч у книжковому клубі”.

В журналі були представлені докладні аналітичні матеріали авторитетних експертів–практиків із обговорюваної теми. Свій погляд на запропоновану проблематику висловлювали автори провідних російських книжкових часописів „Книжный бизнес”, „Книжное обозрение”, „Книжное дело”, „Книжный мир”, „Питер book”, „Новое книжное обозрение”. Тому фахівець мав змогу порівняти ситуацію на українському та російському книжкових ринках. Обмін інформацією з російськими колегами в часописі був постійним – фахівці „Книжковий клуб плюс” регулярно готували для російських видань аналогічні огляди ситуації в українському книговидаванні.

Спеціалісти–юристи давали роз’яснення нюансів у сфері книжкового бізнесу, в журналі публікувались розробки юридичних документів та коментарі фахівців стосовно проблематики авторського і суміжного права тощо. Висвітлювались новини літературного життя й книжкового бізнесу, регулярно публікувались матеріали про ситуацію з книговидаванням і книготоргівлею в регіонах України, систематично аналізувались літературні та книжкові новинки, спеціалізовані журнали з літератури, мистецтва, освіти, популярні часописи тощо.

Видання „Книжковий огляд” та „Книжковий клуб плюс”, конкуруючи, взаємодоповнюючи одне одного, не лише самостійно розвивались, а й спонукали до нових рішень один одного та фахових читачів – книговидавців. Чималу частину свого накладу „Книжковий огляд” та „Книжковий клуб плюс”, поширювали безкоштовно серед спеціалістів, у власних же доходах роблячи ставку насамперед на рекламу, яка від цих же фахівців і надходила. Обидва журнали, позиціонуючи себе як видання для книговидавців і книгорозповсюджувачів, були спрямовані на видавців.

Ілюстрований журнал поліграфістів і видавців України „Палітра друку” виходив 1 раз на два місяці (шість професійний випусків на рік)

з 1994 р. до 2003 р. В його публікаціях охоплювалось широке коло проблем поліграфії, поліграфічного машинобудування, книговидання, рідше книжкової торгівлі, вміщувались статті інформаційного, консультативного, аналітичного, науково–практичного змісту. Його рубриками були: „Політика галузі”, „Новини, Цифрові технології”, „Друкарські технології”, „Післядрукарські технології”; „Спитаймо у майстра” тощо. Обсяг складав 80 сторінок, тираж – 3тис. примірників.

В результаті проведеного огляду видань виявлено такі тенденції:

– Існуванню часописів книжковий ринок має завдячувати приватній ініціативі окремих спеціалістів–ентузіастів, які готові були на перших порах працювати у режимі збитковому, доки вивели видання на певний фаховий рівень і змогли залучити рекламодавців та зацікавлених співзасновників.

– Прикрою закономірністю є те, що майже всі фахові журнали з давничої галузі, де хоч би частково розглядались проблеми книжкової торгівлі, зникли. Оскільки кожне видання залежить від фінансування, то його можуть підтримувати коштами цілеспрямовано державні, громадські чи приватні структури. Такі журнали не можуть випускати ні громадські організації (Асоціація видавців і книгорозповсюджувачів, Асоціація виробників поліграфічної продукції), які і в звичайних умовах не мають коштів на видання. Їхнє надходження можливе в результаті його роздрібної реалізації чи передплати. Ймовірно залучити кошти інвесторів чи спонсорів. Щоб „вжити” фахові журнали змушені публікувати рекламу, а в результаті існувати на кошти рекламодавців. При цьому спотворюється інформаційне забезпечення галузі об’єктивною і оперативною інформацією. З приходом реклами у ці видання, тематика і жанрове розмаїття публікацій звужується до оплачуваних рецензій, зникають аналітичні публікації, критичні матеріали, в результаті знижується їхня авторитетність. У читача–фахівця не створюється реальна, об’єктивна картина галузі і галузевого ринку. Тому оптимальне функціонування такої періодики можливе лише за умов підтримки галузевими державними органами із залученням коштів громад (щоб збільшити тираж і тим самим привернути ще більшу увагу рекламодавців до свого видання). Періодичні видання прагнуть подавати матеріали у спрощенішій формі, залучаючи ширші кола споживачів, що знижує рівень фаховості галузевої періодики. Це було особливо помітно на виданнях книжкової галузі.

– За часів незалежної України так і не був створений часопис, присвячений книжковій торгівлі, зорієнтований насамперед на її працівників.

– В сучасних умовах єдиним журналом, що нерегулярно публікує матеріали з книжкової торгівлі – є „Вісник Книжкової палати”, існують електронні версії журналу „Друкарство” та газети „Друг читача”, яке протягом 2005–2010 рр. намагались реанімувати у вигляді друкованого видання брата В. і Д. Капранови (видавництво „Зелений пес”), що виходило двічі на місяць і мало ознаки корпоративного видання.

Уявляється доцільним на найвищому державному рівні не шукати винного в бідах української книги, а застосувати державну підтримку (пряму і опосередковану) існуванню української книги, формувати потребу в ній, створити сприятливі умови розвитку українського книговидання та книгопоширення, прийнявши на законодавчому рівні протекціоністські заходи (економічні, популяризаторські, в т. ч. видання спеціального книготорговельного часопису). Це і державні субсидії для розвитку книговидання в цілому чи для наукової, навчальної, дитячої книги, зокрема, і для втілення проектів національного характеру стосовно підтримки поліграфічних та книготорговельних підприємств, сприятлива політика уряду у сфері податків та пільг, асигнування на придбання друкованої продукції для міжнародного культурного обміну тощо.

*Galina Gret*

#### **BOOKSELLING PERIODICALS OF INDEPENDENT UKRAINE (1991–2012)**

The role of bookselling periodicals in bookselling of Ukraine is highlighted. It's formation is considered by visual inspection of magazines „Book”, „New book”, „Soviet bibliophile”, „Biblical news”, which published articles on the history of all branches of books and bookselling also. The articles of newspapers „Form to order”, „Friend reader”, „BETEE”, „Book World”, magazines „Scribe”, „Book Folder” on the period of unconscious publishing support in Ukraine are considered. Materials of magazines „Typography” and „Magazine of the Book Chamber” which are devoted to bookselling on the period of deliberate destruction of Ukrainian books are characterized. The publication of information and analytical magazines such as „Scribe Review”, „Printing & Book”, „Book Review”, „Book Club Plus” which served the book market during the illusion of support of Ukrainian books are analysed. Tendencies of impact of bookselling periodicals on the development of the book market of Ukraine as well as measures of recovery magazines devoted to the book trade are proposed.

