

було постачання сировини для індустріальних країн, Африку мала "експлуатувати" Європа для власного відновлення. І так... увесь світ.

Наслідки "експлуатації" Африки добре відомі. Сьогодні добре відомі й наслідки експлуатації України. Якщо уважно роззирнутися навколо, поїздити її містами й селами, почитати газети — що ми побачимо?

Руйнується державність як основа життєдіяльності нашого суспільства. Щент зруйновані економіка, наука, освіта, охорона здоров'я. Триває розпродаж військової техніки, розвалюється армія. Порушені норми честі, совісті, моралі. Народу стирають історичну пам'ять, він вимирає, злидарюють учені, вчителі та лікарі, занепадає мова та література. Все стає товаром. Культурна інверсія під керівництвом ідеологів неолібералізму веде український народ до деградації.

Що маємо натомість? Наркотики, алкоголь, примітивні американські фільми, порнографію, культ "золотого теляти" й зухвалість можновладців.

Ліберальні реформи, котрі втілюють західні "вчителі" у країнах Східної Європи, призвели до лібертаризму, що запозичив у класичного лібералізму лише один постулат — про обмеження втручання держави в економічне й соціальне життя. Інші складники лібералізму: плюралізм, терпимість, консенсус — залишилися осторонь. Саме ідеологію лібертаризму сповідує нині панівна партія "Слуга народу".

Не випадково сьогоднішньому наступу лібертаризму супутня відсутність соціальної програми та механізмів захисту населення в небезпеці становлення "економічної людини" з яскраво вираженими соціалдарвіністськими інстинктами.

Список використаної літератури

1. Рормозер Г. Кризис либерализма / Гюнтер Рормозер. — Москва : РАН, Институт философии, 1996. — С. 45.
2. Хомский Н. Прибыль на людях / Н. Хомский ; пер. с англ. Б. М. Скуратова. — Москва : Праксис, 2002. — С. 9.

КНИГОЗНАВСТВО. ВИДАВНИЧА СПРАВА



УДК 655.418.1-027.572(100)(091)(045)
DOI: 10.36273/2076-9555.2020.2(283).5-11

Лариса Татарінова,

старший науковий співробітник відділу моніторингу
засобів масової інформації Книжкової палати України,
e-mail: larysa@i.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7950-7773>

Самвидав

Продовжуючи дослідження тенденцій світового книговидання, доцільно зупинитися на самвидаві, що від початку нинішнього століття високими темпами набирає обертів у світі. Ще 2008 р. самвидав зрівнявся за кількістю назв із книгами, надрукованими традиційними видавництвами. У 2018 р. у США завдяки самвидаву було опубліковано 1 млн назв книг. Китай мільйонну позначку перетнув давно. Статистичні дані з Китаю та Японії, що надійшли до Міжнародної асоціації видавців, враховують також і самвидавні книги, тому кількість видань, випущених у Китаї впродовж 2018 рр., сягала 65 007 519 друк. од., в Японії — 2 017 808, із них надруковано традиційними видавництвами у Китаї — 203 000, в Японії — 76 581 [1].

У пропонованій розвідці авторка намагалася визначити причини виникнення самвидаву та з'ясувати тенденції зростання його обсягів в європейських країнах і США; розглянути вплив самодрукування книги на видавничу галузь загалом. Проаналізовано, як самвидав дає змогу авторам, омиваючи видавництва та книгарні, реалізувати книги безпосередньо потенційному читачеві. Зауважено, що перевагами самвидаву є зменшення витрат на друк, зберігання й розповсюдження книг. Доведено, що поштовою до розв'язку самвидаву стали новітні технології, вдосконалення рідерів електронних книг і планшетних комп'ютерів, що поліпили читабельність, надали вільний доступ до перегляду й придбання книг.

Досліджено переваги та вади самопублікації книги; розглянуто роль видавничих платформ, що надають можливість оприлюднити книгу самостійно; проаналізовано іміджеві ризики автора під час випуску книги самвидавом; приділено увагу поняттю графоманії; визначено різницю між графоманією і справжнім самвидавом. Розглянуто літературні жанри, котрим надають перевагу автори, які вирішили видавати книги самостійно. Самвидавні книги зазвичай не можуть претендувати на літературні чи художні премії. Наведено приклади літературних премій для авторів-самовидавців.

Ключові слова: книга; електронна книга; графоманія; книжковий ринок; видавці; видавництво; самвидав; видавнича платформа; друк на вимогу

Постановка проблеми. Видавнича справа не залишається осторонь прогресу. Стрімкий розвиток технологій позначається не лише на видавничому процесові, а й змінює ідеологію книгодрукування. Західний самвидав пройшов шлях від звинувачень у графоманії до визнання видавців, і нині його показники враховує міжнародна статистика. Сучасний вітчизняний самвидав ще не досяг цих вершин, оскільки йому

бракує потужних видавничих платформ, але, на нашу думку, незабаром галузь розпочне активно розвиватися, адже Україна прагне впроваджувати найкращі здобутки світової видавничої галузі. Отже, для ефективного розвитку вітчизняної видавничої справи актуальним є вивчення й запозичення досвіду провідних країн світу.

Аналіз попередніх досліджень і публікацій. Проблематику самвидаву як сучасної тенденції розвитку

світової та вітчизняної видавничих галузей досліджено недостатньо. До питання впливу самвидаву на видавничу галузь зверталися М. Женченко [2] та І. Кузьмук [3]. Поміж досліджень західних науковців, які зосереджували увагу на цій темі, виокремимо праці Е. Вортхем [4], К. Патерсон [5], Н. Полака [6], М. Інграма [7], Дж. Міліота [8], С. Моррісей [13] та інших. Однак зазначені розвідки торкаються лише окремих аспектів самвидаву. У пропонованій статті авторка намагалася підсумувати досліджений матеріал та окреслити загальну картину стану самвидаву у провідних країнах світу.

Метою дослідження є виявлення тенденцій розвитку самвидаву у світовій видавничій галузі; аналіз культурних традицій, економічних і соціальних чинників, що сприяють його вдосконаленню та поширенню; визначення рівня конкурентоспроможності й ефективності видавничих платформ, ролі самвидаву на міжнародному книжковому ринку, перспектив розвитку цієї сфери діяльності в Україні.

Інформаційною базою дослідження слугували статистичні матеріали та доповіді Міжнародної асоціації видавців (International Publishers Association, IPA) [1], ЮНЕСКО, матеріали наукових конференцій, довідкова та реферативна література з порушеної теми.

Виклад основного матеріалу дослідження. Самвидав — це оприлюднення автором свого контенту в засобах масової інформації без участі видавця.

На теренах колишнього Радянського Союзу в поняття "самвидав" звикли вкладати інший семантичний відтінок, аніж у всьому світі. Зокрема, самвидавом вважали невідконтрольній державі засіб поширення позацензурної літератури, тобто заборонених художніх, філософських, суспільно-політичних творів вітчизняних і закордонних авторів, передруків релігійних книг [9]. Дисидент і Нобелівський лауреат В. Буковський у романі "І повертається вітер" надав визначення радянському самвидаву: "Сам пишу, сам редакую, сам цензую, сам видаю, сам розповсюджую, сам і сиджу за це". Копії текстів розповсюджували без дозволу й відома влади, їх переписували чи друкували на машинці. Російський варіант лексеми "самиздат" навіть увійшов до англійської мови (англ. *samizdat*) як визначення невідконтрольної владі літератури у тоталітарних та авторитарних країнах. Слово "самвидав" увів в українську мову І. Багрянний, який 1929 р. видав поему "Ave Maria" накладом 1200 примірників. За його словами, "головне і єдине призначення (цієї книжки) було в тому, щоб виявити своє незадоволення".

Український журналіст, дослідник і колекціонер самвидаву В. Кіпіані влучно зазначив, що український самвидав відіграв важливу роль у становленні критичного мислення громадян, які жили у пропагандистській дійсності [10]. Найважливішими книгами українського самвидаву вважають "Інтернаціоналізм чи русифікація?" І. Дзюби, "Лихо з розуму" В. Чорновола, твори Є. Сверстюка, В. Стуса, І. Калинця, М. Холодного. На початку 1960-х рр. через самвидав активно поширювали поезії Л. Костенко, М. Вінграновського, В. Симоненка. Безумовно, самвидав допоміг формуванню

нового покоління українських журналістів, громадських діячів і небайдужих громадян [11].

Слід зазначити, що самвидав був поширений ще від початку книгодрукування. Після винаходу Гутенберга 1440 р. чимало літератури видавали в такий спосіб. Наприклад, у XVIII ст. розповсюджували сатири А. Сумарокова, наступного дня після загибелі О. Пушкіна на теренах безмежної Росії читали вірш М. Лермонтова "На смерть поета", поезії Т. Шевченка також ходили "у списках".

У 1931 р. автор найпопулярнішої в Америці книги рецептів "Радості від кулінарії" заплатив місцевій друкарні за опублікування книги накладом 3 тис. примірників. Компанія Bobbs-Merrill придбала в автора права на видання, й відтоді було реалізовано понад 18 млн примірників. У 1941 р. письменниця В. Вулф вирішила самостійно опублікувати свій останній роман, завдяки чому фактично розпочала власну друкарську справу.

За 10 років (від 2008 р.) ринок самвидаву значно зміцнився та оцінюється в 1 млрд дол. США. Його розвитку сприяли й новітні технології, насамперед інтернет. Молоді письменники часто розглядають самвидав як своєрідну спробу пера, перший досвід публікації книги. Наклади такої літератури зазвичай невеликі, реалізується її мало, хоча кілька самвидавних книг спромоглися стати бестселерами, як-от "П'ятдесят відтінків сірого" Е. Джеймс і "Марсіянин" Е. Вейра. Утім, це радше винятки. Якість самвидавних книг значно різниться, на ринку чимало сумнівних чи відверто слабких творів.

Ще кілька років тому у провідних країнах Заходу самовидання здебільшого вважали явищем негативним. Єдиною причиною, що пояснювала самостійне оприлюднення книги, було задоволення особистих амбіцій автора. Побутувала думка, що таким письменникам бракувало таланту, аби їхні твори надрукували "належним чином" у видавництвах.

Традиційні видавці зазвичай виплачують авторам відсоток від продажу книг, тому намагаються співпрацювати з літераторами, чії книги, найімовірніше, стануть популярними й матимуть попит. За таких умов невідомому письменникові вкрай важко домовитися з видавництвом й укласти угоду на публікацію книги.

Навіть у першій декаді XXI ст. самвидав часто розглядали як "ознаку провалу", графоманію. Утім, негативне ставлення зникло, коли десятки авторів самостійно опублікували свої твори й здобули широке визнання. Найвідоміші бестселери, як, зокрема, згадані вище "П'ятдесят відтінків сірого" та "Марсіянин", були вперше видані самостійно, що сприяло зростанню ролі й значення самвидаву. Сьогодні він дає змогу авторам оминати такі ланки видавничого ланцюжка, як видавці та книгарні й реалізовувати свої твори безпосередньо читачам.

Значним поштовхом до зростання популярності самвидаву став розвиток технологій. Витрати на друк і розповсюдження книги різко скоротилися. Модернізація рідерів е-книг і планшетних комп'ютерів поліп-

шили читабельність, до того ж користувачі мають змогу "переносити" цілі бібліотеки на невеликому портативному пристрої.

Технологія друку на вимогу (англ. *print-on-demand*, *POD*), що стала доступною в середині 1990-х рр., допомагає випускати видання високої якості, котрі не поступаються продукції традиційних видавництв. Ця технологія доволі проста, оскільки автор лише завантажує рукопис, обирає формат файлу та обкладинку, а друкує книгу за потребою, уникаючи витрат на зберігання та ризиків зазнати збитків. Окрім того, всесвітня мережа забезпечує доступ до глобальних каналів розповсюдження через інтернет-крамниці, тому твір, виданий самостійно, може бути доступним для покупців усього світу. Друк на вимогу передбачає публікацію книги лише після її придбання, що виключає потребу оренди складів. Багато компаній дають можливість друкувати окремі видання за кошти, не набагато вищі, ніж ті, що сплачують видавничі компанії за великі накладки.

Апогеєм розвитку технології друку на вимогу став винахід інтегрованого принтера Espresso Book Machine, вперше продемонстрованого в Нью-Йоркській публічній бібліотеці 2007 р. Машина друкує, згортає, вкладає в обкладинку лише одну книгу. Такий пристрій мають бібліотеки та книгарні провідних країн світу. Зокрема, маленькі книжкові крамнички, використовуючи Espresso Book Machine, спроможні конкурувати з великими мережами книгарень. Принтеру для роботи потрібні лише два PDF-файли: для тексту та для обкладинки, що мають бути доступними в мережі, відтак за лічені хвилини він друкує повноцінну книгу.

У 2007 р. компанія Amazon репрезентувала платформу для самвидаву Kindle Direct Publishing (KDP), що стало переломним моментом у видавничій справі. Авторі дістали змогу безоплатно завантажувати свої книги й контролювати читацький попит, аналізуючи оцінки творів; доступними стали й канали розповсюдження.

Останнім часом видавнича галузь перебуває у своєрідному стані "броунівського руху". Гігант Amazon вплинув на індустрію продажу літератури, витіснивши багато книгарень. Канали розповсюдження Amazon (KDP та CreateSpace) стимулювали активний розвиток самвидаву. Кількість авторів, що друкують свої твори самотужки, постійно та впевнено зростає.

Зміни вплинули й на традиційну видавничу галузь, що наразі контролює меншу частку загального видавничого ринку, а видавництва змушені консолідуватися заради зменшення витрат.

Проблеми самвидаву. Кілька десятиліть тому шлях книги до читача був набагато складнішим: видання мало успішно пройти крізь різноманітні фільтри, його мусили розглянути й затвердити літературні агенти, видавці та книгарні. Нині автори не потребують участі агентів та видавців і здатні донести свої твори безпосередньо до покупців книг. У традиційній моделі видавничої справи роль фільтра, що відсіює некоректний, нестандартний, екстремістський, радикальний чи

графоманський текст, виконують редактори та видавці. Брак у самвидаві механізмів цензури, редактури тощо спричинив проблеми з порнографічним вмістом. Amazon дотримується жорсткої політики щодо продажу такої літератури, але факти свідчать, що еротика самвидаву значно екстремальніша, ніж видань, що реалізують у книгарнях. Згідно з опитуваннями 2013 р., еротика становить лише 1% основного книжкового ринку та 29% ринку самвидаву!

Самвидав, на відміну від традиційних видавництв, не несе відповідальності за плагіат, неперевірені факти тощо та не має жодних зобов'язань перед автором чи аудиторією.

Видавнича галузь, і самвидав також, змінюються настільки стрімко, що важко напевно спрогнозувати, в якому напрямі вони рухаються. Цілком імовірно, що самвидав і надалі успішно розвиватиметься, захоплюючи ринок електронних книг, адже традиційні видавництва втрачають на ньому позиції. Від 2015 до 2016 р. продаж е-книг знизився на 11% на тлі зростання обсягів реалізації паперових видань. Ця статистика зумовлена також і підвищенням цін на цифрові видання. Натомість у самвидаві обсяги їх реалізації зростають. Дедалі більше електронних книг читають на комп'ютерах і планшетах, на відміну від спеціальних рідерів.

У літератора-початківця, який щойно написав першу книгу й прагне її опублікувати, є кілька шляхів.

Традиційне видавництво. Авторі позбавлені витрат, пов'язаних із видавництвом. Нині до провідних видавничих фірм належить так звана "велика п'ятірка": Penguin Random House, Harper Collins, Hachette, Simon & Schuster, Macmillan та десятки їхніх імпринтів. Ці видавці віддають перевагу "знаменитостям", адже ступінь ризику, пов'язаного з публікацією, у них найбільший. Зазвичай видавництва пропонують передоплату, а іноді автори можуть отримати частину прибутку від книги. Видавцям належать права на публікацію, вони контролюють більшість її аспектів, насамперед дизайн обкладинки та вибір заголовка. У цьому разі літературу розповсюджують через мережу книгарень, а відгуки на видання отримують зі ЗМІ.

Середні та невеликі видавництва часто пропонують такі самі умови. Невеликі та незалежні видавці здебільшого працюють з авторами-новачками. Їм можуть не надавати аванс, але виплатять більшу частку прибутку, якщо книга матиме попит.

Гібридні видавництва. Між традиційним видавництвом і самвидавом є так звані кооперативні підприємства, де витрати на видання книги розподілено між автором і видавцем. Гібридний видавець може запропонувати певні послуги, щоб допомогти авторові опублікувати книгу, зокрема редагування, коректуру чи маркетинг. Багато таких фірм мають власні інтернет-книгарні. Авторські винагороди зазвичай менші, ніж у самвидаві, але більші, ніж у традиційних видавництвах.

Самвидав. Автор контролює процес друкування від початку до кінця та може запросити фахівців для виконання окремих етапів, наприклад, дизайнерів об-

кладаючих чи редакторів. Письменник мусить стати підприємцем і брати на себе відповідальність за випуск якісного продукту. Усі прибутки та права залишаються в автора. Книгарні майже не приймають для реалізації самвидавних книг, доки вони не стануть бестселерами. Літератори можуть продавати свої твори через інтернет-платформи, а також через розповсюджувачів електронних книг чи фірми, що друкують на замовлення.

Самовидавець відповідає за технічні аспекти книги, що охоплюють формати друку та цифрового перетворення. Якщо автор не дарує, а продає видання, для його ідентифікації потрібен Міжнародний стандартний номер, або ISBN. Більшість самвидавних компаній або надають власний ISBN, або інструктують, як його придбати. Для кожного видання книги потрібен окремий номер ISBN.

Видавничі платформи. Kindle Direct Publishing, або KDP, — це видавничий відділ електронних книг Amazon, запущений 2007 р., коли компанія розпочала реалізовувати власний пристрій для читання е-книг. KDP Amazon має сотні тисяч самвидавних книг. Програма використовує номери ASIN замість ISBN для ідентифікації е-книг. Amazon не оприлюднює показників продажів книг своїх авторів. У 2016 р. сервіс заробив 2,3 млрд дол. від надходжень електронних книг, випустив 4 млн їх назв, з яких 40% належало самвидаву. Amazon контролює 70% ринку е-книг [12].

Платформа IngramSpark дає змогу авторам публікувати цифрові книги та видання у м'якій обкладинці; реалізує літературу у більшості інтернет-крамниць. Книгарні також можуть замовити видання в IngramSpark за гуртовими цінами для торгівлі на власних майданчиках. Працює під керівництвом контент-групи Ingram.

Компанія Apple продає книги через App Store — платформу цифрового розповсюдження мобільних додатків в операційній системі iOS. Програми можна завантажувати на iPhone, кишеньковий комп'ютер iPod Touch та iPad. Apple сплачує авторам 70% надходжень в Apple iBookstore, де продаються електронні книги.

Smashwords — каліфорнійська компанія, що дає можливість авторам і незалежним видавцям завантажувати рукописи у цифровому форматі на сервіс Smashwords, котрий перетворює їх у кілька форматів електронних книг для читання на різних пристроях. Автори контролюють, яку ціну на їхню книгу встановлює платформа. З прибутків, виплачених за книги Smashwords, 1% авторів заробляє половину.

Компанія Barnes & Noble — один зі світових лідерів з продажу книг через інтернет. Сплачує 65% ціни е-книги, придбаної через її інтернет-магазин під назвою Pubi.

Kobo — канадська компанія, що реалізує електронні книги, аудіокниги, рідери та планшетні комп'ютери для читання.

Scribd — відкрита видавнича платформа, що пропонує цифрову бібліотеку, послугу передплати на

електронні книги та аудіокниги. Платформу створено як вебсайт з обміну книгами, що згодом трансформувалася в магазин Scribd Store. Автори, які розміщують свої тексти для продажу, можуть претендувати на 80% прибутку.

Lulu — онлайн-платформа друку на вимогу.

Слід зауважити, що значна частина авторів самвидаву мають доволі скромні прибутки й заробляють менш ніж 500 доларів на рік. Щорічно друкуються понад 350 000 назв книг, але читачі їх не знаходять.

Ринок самовидання. Загальний видавничий ринок постійно розширюється, а від 2000 р. спостерігаємо збільшення обсягів реалізації електронних книг.

Упродовж останнього десятиліття зростання динаміки випуску нових назв було особливо відчутним. У 2002 р. вийшло чверть мільйона нових назв, а вже 2009 р. їх кількість перевищила 1,3 млн; 2010 р. було опубліковано 4,2 мільйона нових назв.

Слід зазначити, що чимало нових книг побачили світ саме завдяки самвидаву, зокрема їх обсяг у цій сфері збільшився втричі від 2006 до 2012 р. 2008 р. став вододільним: вперше в історії самостійно було видано більше книг, аніж традиційним способом. У 2009 р. частка самвидавної літератури сягала 76%. У 2008 р. зафіксовано 85 468 назв книг, виданих самостійно; 2011 р. — 247 210; 2012 р. — 459 000; 2013 р. — 458 564; 2017 р. — 786 935 самвидавних книг за підрахунками виданих ISBN. Ці цифри не враховують заголовків, опублікованих KDP Amazon, що ідентифікує видання за номерами ASIN замість номерів ISBN [12].

У 2013 р. у Великій Британії читачі придбали 18 млн примірників самвидавних книг, надрукованих у світі, що на 79% більше у порівнянні з 2012 р.

Електронні книги — це відносно нова технологія, й зростання кількості назв, а також обсягів продажу було зафіксовано в середині першого десятиліття XXI ст. У 2012 р. розмір ринку електронних книг становив 2 млрд дол., тобто приблизно 16% загального обсягу реалізації друкованої продукції. Того самого року продаж електронних книг зріс на 49% у порівнянні з 2011 р. За статистикою видавничої платформи Smashwords, 2008 р. сервіс опублікував лише 140 е-книг, тоді як 2016 р. цей показник сягав 98 000. Від 2011 до 2017 р. реалізація електронних книг на Smashwords зросла втричі. На Amazon їх продаж становив майже 40% загального обсягу реалізації книг. У 2017 р. опитування, проведене у 1200 видавничих компаніях, виявило, що ринок електронних книг скоротився з 22 до 18%, хоча дослідження не враховувало самвидавні електронні книги чи книги, опубліковані через Amazon. Від 2015 до 2016 р. кількість назв е-книг зменшилася на 3%. Найімовірніше, зниження стало наслідком того, що великі видавничі компанії підняли ціни на електронні книги в середньому від 6 до 10 дол., що спричинило падіння попиту. У 2017 р. на видавництва "великої п'ятірки" припадало 37% загального ринку книг, однак лише 26% сегмента електронних. Генеральний директор Hachette М. Піетш зауважив, що однією з причин уповільнення випуску е-книг

було те, що читачі віддавали перевагу друкованим виданням, якість яких неможливо переоцінити й "важко поліпшити". Проте електронні книги також мають численні переваги, як-от: можливість змінити розмір тексту, натиснути на слово й дізнатися його значення, прокрутити текст, відшукати конкретні слова тощо. Ймовірно, популярність е-книг зростатиме й надалі.

Традиційне видавництво втрачає частку ринку. На видавничому ринку загалом спостерігаємо значні зрушення: обсяги реалізації книг самвидаву перевершують показники "великої п'ятірки". Переваги сучасних технологій безсумнівні, дедалі більше прикладів, коли аматори обирають самвидав для опублікування книги, знані автори також залишають традиційних видавців і самостійно оприлюднюють свої твори. Поширюється практика, коли письменники, які надрукували свої книги самвидавом, мають змогу реалізувати їх у великих торгових мережах, як-от Barnes & Noble, Target та Walmart [11].

Розширення спектра пристроїв, на яких можна читати електронні книги. До групи сучасних гаджетів входять смартфони, планшети та ноутбуки. Як наслідок, кількість людей, котрі використовують спеціальні пристрої для читання е-книг, наприклад, рідери Amazon Kindles, зменшилася з 30% 2013 р. до 19% 2015 р. [12].

Ціни знижуються. Цифрове піратство та дешеві електронні книги впливають на ціноутворення на ринку книг, що позначається на видавничій галузі загалом. Утім, попри коливання, зумовлені зазначеними чинниками, видавничий ринок має позитивну динаміку розвитку.

Самвидав найпридатніший для певних жанрів літератури. Найбільший шанс здобути читацьку популярність мають книги в жанрі романтики, еротики, трилера, детектива та наукової фантастики, тому їх доцільно публікувати самвидавом. Дослідження 2014 р. свідчить, що самовидавці заробили найбільше грошей у жанрах романтики та наукової фантастики, або фентезі. Самвидав не придатний для випуску кулінарних, науково-популярних та академічних книг. Зазвичай дослідники відмовляються від самостійної публікації, оскільки на ринку домінують університетські та академічні журнали, в яких матеріали, хоча й публікуються повільно та невисоко оплачуються, суворо перевіряються та рецензуються експертами, завдяки чому формується авторитетна наукова думка. Однак наразі зустрічаємо повідомлення про те, що окремі вчені розчаровані станом академічного видавництва, і хоча більшість із них і досі обирають традиційний шлях публікації, є й такі, хто прагнуть створити власні журнали чи незалежні сайти або статті блогерами.

Літературні премії та конкурси. Більшість чинних літературних конкурсів і премій відкриті лише для книг, опублікованих відомими видавцями, але є кілька заохочувальних заходів, призначених для письменників, які оприлюднюють свої твори самостійно. Один із таких конкурсів започатковано у США Асоціацією бібліотек Іллінойс спільно з бібліотечною

системою Reaching Across Illinois, що спонсорувала приз за найкращий самовиданий роман. У конкурсі можуть брати участь автори, що самвидавом публікуються у штаті Іллінойс. Окрім того, 2014 р. британська газета The Guardian спільно з провідними видавництвами заснувала для жителів Сполученого Королівства премію місяця за власноруч видану книгу. Видання, представлені на конкурс, мають бути написані англійською мовою та подані у цифровому форматі.

Висновки. Можна по-різному ставитися до самвидаву, але в сучасних умовах його неможливо ігнорувати, адже він суттєво впливає на діяльність видавництва та книжковий ринок, ціноутворення та накладки книг.

Самвидав — явище високотехнологічне, і з постійним розвитком ІТ-сфери дедалі очевиднішими стають його переваги, а отже зростає кількість прикладів, коли з різних причин письменники переходять від традиційної публікації книги до самвидаву.

Швидкість — перша з таких причин. Автор має змогу випустити книгу впродовж кількох тижнів після завершення роботи над нею. Відсутній тривалий період підготовки, типовий для видавництва. Літератор одразу з'ясовує, чи книга цікава читачам: отримує відгуки онлайн, бачить статистику завантажень, кількість придбаних примірників тощо.

Жодних витрат на запуск. За рукописи, завантажені в KDP чи Smashwords, плату зазвичай не стягують.

Більша частка роялті. Якщо книга стане бестселером, то письменник заробить у чотири-п'ять разів більше, ніж у традиційного видавця.

Шлях до читачів простіший. У сегменті самвидаву немає цензури; автори не спираються на думку видавців щодо перспектив продажу книги чи її конкурентоспроможності. Літератор може працювати над будь-якою вподобаною темою, а також не турбуватися про те, чи продасть агент книгу видавцеві, чи захочуть працювати з нею редактор, видавець або продавець.

Проте самвидав має певні вади й програє в окремих позиціях традиційному книговидаванню.

Більшість самвидавних книг реалізується в кількох примірниках. За оцінками експертів, автори самвидаву реалізують від 100 до 150 примірників. Письменники мають витратити багато часу на маркетинг своїх книг, докладати чимало зусиль, аби їх продати (а це непросте завдання!), і багато хто з самовидавців не вміє та не бажає цього робити.

Велика конкуренція. Важко змусити читача помітити книгу на перенасиченому ринку. Великі видавці мають значно вищі шанси привернути увагу до своєї продукції.

Відсутність престижу. Книга, випущена відомим видавництвом, має численні переваги, зокрема її фахово опрацьовують і перевіряють редактори й лише після цього затверджують до друку, надаючи гриф "Схвалено".

Самвидавній книзі важко потрапити до книгарні. Великі книжкові крамниці рідко погоджуються реалізовувати самвидавну літературу, а якщо й співпрацюють з авторами, то вимагають щонайменше 50% прибутку.

Традиційні видавництва пропонують редакційну та маркетингову допомогу: редакційне керівництво, маркетинговий розвиток і доступ до налагоджених каналів розповсюдження. Ще донедавна такий супровід був оптимальним варіантом для літераторів.

Ризик здобути репутацію графомана. Майстерним письменникам потрібні ще майстерніші редактори, висококваліфіковані графічні дизайнери, творчі маркетологи й талановиті журналісти. Комплекс фахових послуг спроможний надати традиційний видавець, і це не коштуватиме автору ані копійки. Якщо літера-

тор не хоче здобути репутацію графомана, то має витратити чималі кошти на професійну допомогу на всіх етапах видання твору.

Самвидавні книги зазвичай не мають права на відзнаки, як-от Нобелівська, Букерівська чи національні премії з літератури, хоча й потребують цих нагород, аби стати бестселерами.

Утім, попри наведені чинники, самвидав активно розвивається й дедалі більше авторів віддають йому перевагу з огляду на постійний розвиток технологій і зростання потреб сучасної читацької аудиторії.

Список використаної літератури

1. *International Publisher Associations. Annual Report 2017—2018.* — Mode of access: https://www.internationalpublishers.org/images/aa-content/ipa-reports/ipa-annual-report-2018/IPA_Annual_Report_2018.html. — Title from the screen.
2. *Женченко М. І. Цифровий самвидав: бізнес-моделі на шляху до інклюзивної видавничої індустрії.* — Mode of access: https://sp-sciences.io.ua/s2624529/zhenchenko_maryna_2018_.digital_self-publishing_business_models_towards_inclusive_publishing_industry. — Title from the screen.
3. *Кузьмук І. В. Самвидав як перспективний напрям для традиційного книговидання.* — Mode of access: <https://studfile.net/preview/8099276/>. — Title from the screen.
4. *Wortham E. Why the Internet Didn't Kill Zines.* — Mode of access: <https://www.nytimes.com/2017/02/28/magazine/why-the-internet-didnt-kill-zines.html>. — Title from the screen.
5. *Patterson C. How the great writers published themselves.* — Mode of access: <https://www.nytimes.com/2017/02/28/magazine/why-the-internet-didnt-kill-zines.html>. — Title from the screen.
6. *Pollack N. The Case for Self-Publishing.* — Mode of access: <https://www.nytimes.com/2011/05/22/books/review/the-case-for-self-publishing.html>. — Title from the screen.
7. *Ingram M. No, e-book sales are not falling, despite what publishers say: Recent reports that e-books sales are falling don't tell the whole story, and it's not one that publishers should be cheering about.* — Mode of access: <https://fortune.com/2015/09/24/ebook-sales/>. — Title from the screen.
8. *Milliot J. Self-Published ISBNs Hit 786,935 in 2016.* — Mode of access: <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/manufacturing/article/75139-self-published-isbns-hit-786-935-in-2016.html>. — Title from the screen.
9. *Бажан О. Г. Самвидав / О. Г. Бажан // Енциклопедія історії України : у 10 т. / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. ; Інститут історії України НАН України. — Київ : Наук. думка, 2012. — Т. 9 : Прил—С. — С. 431.*
10. *"Цікаві книжки" з Вахтангом Кіпіані.* — Mode of access: <https://tsn.ua/analitika/tsikavi-knizhki-z-vahtangom-kipiani-20.html>. — Title from the screen.
11. *Енциклопедія українознавства : Словникова частина : [в 11 т.] / Наукове товариство імені Шевченка ; гол. ред. проф., д-р Володимир Кубійович. — Париж ; Нью-Йорк : Молоде життя ; Львів ; Київ : Глобус, 1955—2003.*
12. *How To Self-Publish Your Novel on the Amazon Kindle.* — Mode of access: https://www.udemy.com/course/how-to-publish-your-book-on-kindle/?utm_source=adwords&utm_medium. — Title from the screen.
13. *Morrissey S. Self-publishing vs. traditional publishing: How to choose.* — Mode of access: <https://www.miamiherald.com/news/business/biz-monday/article3950085.html>. — Title from the screen.

Larysa Tatarinova
Self-published

Continuing to consider the trends of the world book publishing, it is impossible not to dwell on the self-publishing, which has been gaining momentum in the world since the beginning of the century.

Back in 2008, samizdat was equal to the number of titles published with books published by traditional publishers. In 2018, 1 million book titles were self-published in the US. China has crossed the million mark long ago. Statistics from China and Japan coming to the International Publishers Association also include self-published books, so the number of titles published in China is a staggering 65 007 519 and Japan's 2 017 808, including those published by traditional publishers in China — 203 000, and in Japan — 76 581 [1].

In our study, we sought to identify causes and identify trends in the emergence, growth, and spread of self-publishing in European countries and the United States. How self-publishing allows authors of publications to bypass publishers and bookstores and sell books directly to a potential reader.

The impact of self-publishing on the publishing industry as a whole has been established: reducing the cost of printing, storing and distributing books.

It has been proven that the impetus for self-publishing publications has been the development of technology, the improvement of e-book and tablet readers that have improved readability; provided free access to view and purchase the book. The article explores the advantages and disadvantages of self-publishing a book; the role of publishing platforms that allow the author to publish the book independently; the author's image risks are analyzed when publishing a book with self-view; attention is paid to the concept of graphic arts; the difference between graphomaniac and true self-expression is determined. Literary genres preferred by authors who decide to publish a book by themselves are considered. Self-published books are generally not eligible for prizes for literary or artistic achievement. The article gives examples of the first literary awards for self-published authors.

Keywords: book; eBook; graphic arts; book market; publishers publishing house; samizdat; publishing platform; print-on-demand

References

1. *International Publisher Associations. Annual Report 2017—2018*. (2019). Available at: https://www.internationalpublishers.org/images/aa-content/ipa-reports/ipa-annual-report-2018/IPA_Annual_Report_2018.html.
2. Zhenchenko M. I. (2019). *Digital Self-publishing: Business Models Towards an Inclusive Publishing Industry*. Available at: https://sp-sciences.io.ua/s2624529/zhenchenko_maryna_2018_.digital_self-publishing_business_models_towards_inclusive_publishing_industry.
3. Kuzmuk I. V. (2019). *Samvydav as a promising area for traditional book publishing*. Available at: <https://studfile.net/preview/8099276>.
4. Wortham E. (2019). *Why the Internet Didn't Kill Zines*. Available at: <https://www.nytimes.com/2017/02/28/magazine/why-the-internet-didnt-kill-zines.html>.
5. Patterson C. (2019). *How the great writers published themselves*. Available at: <https://www.nytimes.com/2017/02/28/magazine/why-the-internet-didnt-kill-zines.html>.
6. Pollack N. (2019). *The Case for Self-Publishing*. Available at: <https://www.nytimes.com/2011/05/22/books/review/the-case-for-self-publishing.html>.
7. Ingram M. (2019). *No, e-book sales are not falling, despite what publishers say: Recent reports that e-books sales are falling don't tell the whole story, and it's not one that publishers should be cheering about*. Available at: <https://fortune.com/2015/09/24/ebook-sales/>.
8. Milliot J. (2019). *Self-Published ISBNs Hit 786,935 in 2016*. Available at: <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/manufacturing/article/75139-self-published-isbns-hit-786-935-in-2016.html>.
9. Bazhan O. G. (2012). *Samvydav. Encyclopedia of the History of Ukraine: in 10 volumes*. Kyiv: Naukova dumka, Vol. 9: Prix—S, p. 431.
10. *"Interesting Books" with Vakhtang Kipiani*. (2019). Available at: <https://tsn.ua/analitika/tsikavi-knizhki-z-vahtangom-kipiani-20.html>.
11. Kubievich Vladimir (goal. ed.). (1955—2003). *Encyclopedia of Ukrainian Studies: Dictionary part: [in 11 vols.]*. Paris ; New York: Young Life ; Lviv ; Kyiv: Globe.
12. *How To Self-Publish Your Novel on the Amazon Kindle*. (2019). Available at: https://www.udemy.com/course/how-to-publish-your-book-on-kindle/?utm_source=adwords&utm_medium.
13. Morrissey S. (2019). *Self-publishing vs. traditional publishing: How to choose*. Available at: <https://www.miamiherald.com/news/business/biz-monday/article3950085.html>.

Надійшла до редакції 22 січня 2020 року

УДК 002.2:655.42](045)

DOI: 10.36273/2076-9555.2020.2(283).11-15

Чень Цзеген,

аспірант кафедри інформаційної, бібліотечної та архівної справи ХДАК,
e-mail: tsziegen@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1795-990X>

Книжкова торгівля у структурі книгознавства: еволюція уявлень

У статті розглянуто еволюцію поглядів провідних науковців у галузі книгознавства на книжкову торгівлю. Зосереджено увагу на концепціях таких фундаторів книгознавства, як М. Лісовський, О. Лов'ягін, М. Куфасв. Окреслено уявлення щодо книжкової торгівлі, викладені у працях радянських книгознавців 20—30-х рр. ХХ ст. (М. Щелкунов, М. Сомов, А. Мез'єр). Приділено увагу дискусії щодо структури книгознавства як комплексної науки та місця книжкової торгівлі в ньому в період "другого народження" книгознавства. Проаналізовано роль книжкової торгівлі у функціональній концепції книгознавства А. Барсука. Зосереджено увагу на місці книжкової торгівлі у працях І. Моргенштерна, Є. Неміровського, чотирикомпонентній структурі книжкової справи М. Низового. З'ясовано погляди на книжкову торгівлю в межах системно-типологічної концепції книгознавства А. Беловицької. Окреслено місце книжкової торгівлі в документознавчій концепції (Ю. Столяров, Г. Швецова-Водка), наведено позиції щодо цього феномену М. Раца та В. Маркової. Аналіз рефлексії стосовно книжкової торгівлі у структурі книгознавства уможливило висновок, що в концепціях провідних науковців її розглянуто як складник книжкової справи (традиційне книгознавство); комунікаційний посередник у документній комунікації (документознавча концепція); комунікаційний посередник у книжковій комунікації (соціокомунікативний підхід). Визначено перспективу подальшого дослідження, що має бути спрямовано на розгляд емпіричних досліджень щодо книжкової торгівлі.

Ключові слова: книжкова торгівля; книгознавство; книжкова справа; книжкова комунікація; книгознавче дослідження

Постановка проблеми. Книжкова торгівля має глибоке історичне коріння, що сягає часів, коли книга слугувала предметом товарно-грошового обігу, проте рефлексія стосовно означеного феномену бере початок лише від кінця ХІХ ст. Попри те, що термін "книгознавство" увійшов у обіг в останній чверті ХVІІІ ст., його семантичне наповнення впродовж століття збігалось з поняттям

"бібліографія", й лише у працях М. Лісовського набуло ширшого визначення. Саме в його дослідженнях вжито термін "книжкова торгівля", котру науковець відносить до галузі книгознавства. Подальший перебіг книгознавчої рефлексії свідчить про неоднозначність поглядів на місце книжкової торгівлі у структурі книгознавства, що актуалізує порушену проблематику.