

На протизагу формуванню нової глобальної еліти на політичній карті світу відбуваються зміни, що мають не кількісний, а якісний характер. Йдеться про зміну суспільно-економічних формацій, здобуття країнами політичного суверенітету, введення нових форм державного устрою, утворення міждержавних і наддержавних політичних союзів та організацій, появу й зникнення на планеті "гарячих точок".

Після виходу з авансцени однієї з наддержав — Радянського Союзу й розпуску військово-політичного блоку соціалістичних країн — Організації Варшавського договору світ став однополярним: у ньому панують США та єдиний військово-політичний блок — НАТО, керований американським істеблішментом.

Утім, є чимало аргументів, що свідчать на користь багатопольярного світу в ХХІ ст.

**По-перше**, розпад Радянського Союзу змінив геополітичну ситуацію на євразійському просторі. Поступово нові держави роблять власний геополітичний вибір.

**По-друге**, змінилася геополітична ситуація для країн, що раніше співпрацювали з Радянським Союзом, наприклад, держави Східної та Центральної Європи, Китай. Через це не лише змінилися локальні "баланси сил", а й стрімко зросла багатоваріантність відносин, зокрема орієнтація багатьох країн Східної та Центральної Європи, об'єднання Німеччини посилює позиції Європейського Союзу.

**По-третє**, на верхівці світової фінансово-економічної піраміди, крім США, перебувають ще кілька провідних країн світу — Велика Британія, Канада, Китай, Німеччина, Франція, Італія, Росія та Японія.

**По-четверте**, сумарна економічна потужність країн Азійсько-Тихоокеанського регіону дорівнює сумарній економічній потужності США та ЄС. Самостійною силою та світовим центром стає Китай, що нині за валовим національним продуктом зрівнявся зі США, а його військовий потенціал становить майже половину американського.

Дедалі більшої ваги набуває Асоціація держав Південно-Східної Азії — субрегіональна політико-економічна організація, до якої входять Індонезія, Малайзія, Сінгапур, Таїланд, Філіппіни, Бруней. Осібно стоять Індія та Пакистан, що стали володарями ядерної зброї, а також Іран, країни арабського світу й Латинської Америки. У геополітичних сценаріях кожен із цих регіонів може відігравати вагомий роль. У підсумку об'єктивне зростання питомої ваги США на сучасному етапі певною мірою нівелюється внаслідок підвищення самостійності інших "полюсів" сили.

Концепція багатопольярного світу сьогодні є офіційною зовнішньополітичною доктриною і Росії. У ній наголошено, що стан і перспективи розвитку сучасної військово-політичної ситуації визначає протиставлення двох тенденцій: з одного боку — до затвердження однополярного світу, що базується на пануванні однієї наддержави й військово-силовому розв'язанні ключових проблем світової політики, з іншого — до формування багатопольярного світу, заснованого на рівноправ'ї народів і забезпеченні балансу національних інтересів держав, реалізації засадничих норм міжнародного права. Росія зацікавлена у формуванні багатопольярного світу та всіляко сприяє розгортанню цих процесів. Зокрема, у відповідь на тенденції розвитку однополярного світу Росія та Китай ухвалили спільну декларацію про багатопольярний світ, ідеї якої поділяють Індія, Іран, країни Азійсько-Тихоокеанського регіону.

Отже, геополітична карта світу на початку третього тисячоліття зазнає серйозних змін. Чи розвиватиметься світ у ХХІ ст. під знаком домінування США, чи збереже багатопольярність, а отже — багатоваріантність вибору, залежить і від інших провідних держав.

А що чекає на українську "еліту", а точніше — українських олігархів, які накопичують статки, обкрадаючи власний народ, щоб увійти до складу нової світової еліти?



**КНИГОЗНАВСТВО. ВИДАВНИЧА СПРАВА**

УДК 655.4/.5-048.34:028](100)(045)  
DOI: 10.36273/2076-9555.2020.1(282).4-10

*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>*

### **Тенденції розвитку книгодрукування та книгорозповсюдження у провідних країнах світу крізь призму проблем читання**

*Досліджено особливості систем книгорозповсюдження у провідних країнах світу. З'ясовано роль книжкових клубів і книжоторговельних ланцюжків на шляху книги до читача. Наголошено на вагомій ролі державної підтримки книговидавничої галузі. Проаналізовано напрями державної підтримки книговидання та книгорозповсюдження, як-от: розроблення програм розвитку читання; відкриття нових книгарень; організація книжкових ярмарків, виставок, фестивалів та інших заходів популяризації книги; започаткування літературних премій і конкурсів; поповнення фондів бібліотек; захист авторського права тощо. Розглянуто можливості впровадження в Україні досвіду провідних країн світу (зокрема, Канади) з підтримки книговидавничої та книгорозповсюдвальної галузей, що передбачає надання пільгових кредитів, вплив на ціноутворення книги, запровадження фіксованої ціни під час реалізації друкованої продукції.*

З'ясовано медіазвички мешканців різних країн світу, тобто скільки часу вони витрачають на перегляд телепрограм, комп'ютерні ігри, прослуховування музики чи радіопередач та читання. І хоча в сучасному світі людина все менше часу проводить за книгою, віддаючи перевагу іншим видам розваг та дозвілля, обсяги випуску друкованої продукції не скоротилися, а книговидавництво залишається прибутковим бізнесом, котрий оцінюється у 151 млрд доларів США й приносить дохід, більший за кіно, журнали, відеоігри та музику. Намагаючись вижити, книговидавці об'єднуються в медіаконгломерати, утім, левову частку їхнього прибутку становить реалізація книг.

Проаналізовано вподобання читацької аудиторії різних країн світу. Визначено чинники конкурентоспроможності паперових та електронних книг. Доведено переваги паперових книжкових видань над електронними. Дослідження свідчить, що хоча популярність е-книг зростає, ця динаміка уповільнилася від 2016 р. Наголошено, що основу читацької уваги та попиту становлять саме паперові книги.

**Ключові слова:** книга; електронна книга; читацька аудиторія; книжкові клуби; книготорговельні ланцюжки; фіксована ціна; книжковий ринок; медіаменеджмент

**Постановка проблеми.** З огляду на запити та вподобання сучасних читачів система книгорозповсюдження в Україні потребує всебічного дослідження та комплексних заходів, які б сприяли її оптимізації. В наукових дослідженнях і практичній діяльності не приділено належної уваги проблемам вітчизняного книгорозповсюдження, не виявлено напрямів підвищення рентабельності галузі з огляду на світовий досвід, що й становить **актуальність** пропонованої статті.

**Аналіз попередніх досліджень і публікацій.** Тенденції розвитку системи книгорозповсюдження в провідних країнах світу розглянуто у працях О. Афоніна, М. Сенченка [1]; Б. Брауна, А. Фрідо та Е. Ланг, що увійшли до збірки Book Distribution in France [2]. Проблеми читання як головного чинника дистрибуції книги проаналізовано в розвідці Б. Брауна [3].

Слід зауважити, що фундаментальні дослідження М. Сенченка та О. Афоніна проведено до 2008 р. Однак саме відтоді було зафіксовано зростання популярності електронних книг, що досягло піку впродовж 2012—2014 рр. (позитивну динаміку віддзеркалено у статті "Книгорозповсюдження у Франції" [2]). У 2016 р. інтерес до е-книги знизився, що пояснювалося своєрідною "втомою" від неї й "поверненням" читацької аудиторії до паперових видань. Ці аспекти розглянуто в дослідженні Б. Брауна [3], однак вони потребують ґрунтовнішого вивчення.

**Мета статті** — виявлення тенденцій сучасного розвитку книговидавництва й книгорозповсюдження у провідних країнах світу; дослідження культурних традицій та економічних чинників, що створюють умови для ефективного розвитку цих галузей; визначення рівня конкурентоспроможності різних видів видань (паперових та електронних) за результатами аналізу вподобань читацької аудиторії.

**Інформаційною базою дослідження** слугували статистичні матеріали та доповіді Міжнародної асоціації видавців (International Publishers Association (IPA), ЮНЕСКО, статистичні матеріали, надані книжковими палатами Польщі, Росії, України, матеріали наукових конференцій, довідкова та реферативна література з порушеної проблематики [8—18].

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Книга — головний носій культури, що дає змогу пізнавати навколишній світ, виховує та соціалізує, дарує незабутні враження й естетичну насолоду. Читання формує світогляд та переконання, розкриває світ нових знань, стимулює розум, поліпшує пам'ять, знижує стрес. Численні сучасні медіа не можуть

конкурувати з книгою — унікальним феноменом матеріальної та духовної культури.

Видання, чи то друковане, чи то електронне, має "дійти" до свого читача. В європейських країнах система книгорозповсюдження доволі розвинена, що забезпечує економічну ефективність книговидавничої сфери. Зокрема, у Франції один книжковий магазин припадає на 20 тис. жителів, в Австрії — на 4 тис. (табл. 1).

Таблиця 1

**Кількість жителів країни, яких обслуговує один книжковий магазин**

Країна	К-сть жителів (тис. осіб)
Франція	20,0
Німеччина	15,0
США	13,0
Польща	12,0
Данія	12,0
Норвегія	10,5
Нідерланди	10,0
Фінляндія	7,0
Австрія	4,0
Росія	36,7
Україна	98,0

Сьогодні у країнах Європи та США найбільшу частку книжкового ринку становить роздрібна торгівля, заснована на так званих книготорговельних ланцюжках (chain stores) — об'єднанні торговельних підприємств, що, мов ланцюжком, передають видання від виробника до книгарні, котра, зі свого боку, передає його філіям, а ті — дрібнішим крамничкам і кіоскам. Останнім у ланцюжку може бути комівояжер, який пропонує придбати книгу, стукаючи у двері домогосподарств. Ефективному функціонуванню такої моделі сприяє фіксована ціна, тобто система ціноутворення, за якої ціни на книги встановлює видавець чи держава, залежно від витрат виробника. У фіксовану ціну вже закладено прибуток книгорозповсюдженця. В Україні за радянських часів книги мали фіксовану ціну, а книгорозповсюдження було побудовано за принципом книготорговельного ланцюжка. У наш час вітчизняні книготорговельні мережі розвинені слабо. Руїнування налагодженої системи спричинила недостатня підтримка галузі державою, що призвело до витіснення книгарень іншими комерційними організаціями. Отже, нині маємо сумну статистику, коли одна книжкова крамниця обслуговує майже 100 тис. мешканців. Звичайно, попит

населення певним чином забезпечують книжкові кіоски, лотки та ринки, котрі, однак, не мають тих можливостей репрезентації літератури, що книгарні.

Основу німецької та французької книготоргівлі становлять малі приватні книжкові крамниці, що ефективно функціонують в умовах регулювання ціноутворення. Через них реалізується 45% продукції, 25% — через супермаркети, а 30% — каналами позамагазинної торгівлі. Доволі розвинені інтернет-торгівля, книжкові клуби, продаж книг поштою.

У Франції фірма Hachette через свою мережу реалізує майже 60% книжкової продукції, виготовленої у країні. Серед традиційних книгарень функціонує майже 200 великих крамниць, що пропонують покупцеві 50—60 тис. назв, і 4 тис. маленьких, переважно провінційних, з асортиментом до 6 тис. назв. Кожна третя книгарня у країні — це невелике підприємство, де працюють власники й члени їхніх родин. Частка продажу книг у таких крамничках становить майже 5% загального товарообігу, і першорядною в їх діяльності є довіра покупців [2].

Доволі поширений у світі продаж книг у кредит — за бонами, чеками, листівками, але найпопулярнішою формою книгорозповсюдження є книжкові клуби — добровільні об'єднання передплатників, сформовані за тематичним, віковим, професійним та іншими принципами. Члени клубу обирають книги й подають на них замовлення видавцеві, що дає змогу гарантовано придбати вподобану літературу. Важливою є знижка для членів клубу, оскільки з вартості видання вилучаються витрати на посередників. Діяльність книжкових клубів допомагає видавцям зорієнтуватися в обсягах видання певної книги й не зазнати збитків.

Наприклад, французький книжковий клуб France Loisirs налічує 3,5 млн членів. Клуб видає власний журнал, що містить майже 700 назв видань, кожен квартал додається ще 150 нових книг. Щоб забезпечити читацький попит, France Loisirs пропонує широкий асортимент друкованої продукції: художня література, книги з мистецтва, видання прикладного характеру, комікси, книги для дітей молодшого віку, преса. Члени клубу мають постійну знижку від 20 до 30% (згодом може сягати навіть 50%), їм також нараховуються бали від придбання супутньої продукції з каталогу, що зрештою дають змогу отримати книги безкоштовно. Крім читання, учасникам клубу пропонують різноманітні послуги (також зі знижкою): ігри, мультимедіа, подорожі, навіть оренду котеджів.

Книжкові клуби поширені у США, Великій Британії, Німеччині, Франції, Скандинавських країнах. В Україні діє Книжковий клуб "Клуб сімейного дозвілля". За даними, опублікованими на його сайті, наразі мережа об'єднує 1 млн українських сімей. Інтернет-магазин Клубу пропонує книги всіх жанрів і напрямів, найкращі новинки художньої, прикладної, навчальної та дитячої літератури.

#### Державна підтримка книговидання

У провідних країнах світу саме держава ініціює програми підтримки читання, організовує книжкові ярмарки, виставки, фестивалі, інші заходи, спрямовані на популяризацію книги й читання, започатковує лі-

тературні премії та конкурси, сприяє поповненню фондів бібліотек, захищає авторські права.

Наприклад, у США уряд розвиває видавничий бізнес, підтримуючи малі підприємства (під час кризи 2010 р. було запроваджено розширення кредитування, мікрокредитування, погашення заборгованості). Ефективно діють антимонопольні програми.

Досвід Канади 70-х років минулого століття є актуальним для України сьогодні. Канадська видавнича галузь не витримувала тиску з боку США, Великої Британії та Франції, котрі своєю продукцією майже знищили національний бізнес. Уряд країни ухвалив програму розвитку книговидання, що передбачала надання пільгових позик і кредитів на видання творів канадських авторів, навчальної й методичної літератури, здійснення заходів з промоції книги, запровадив пільгове оподаткування та зниження тарифів на книгорозповсюдження. Іноземці мають змогу інвестувати лише у спільні підприємства, котрі контролює держава.

У Китаї офіційно функціонують лише державні підприємства (загалом 502). Діють обмеження на створення видавничих підприємств, заборона на іноземні інвестиції у виробництво електронних книг. Для видавництва передбачено спеціальні субсидії, вигідні кредити, продаж приміщень за пільговими цінами [4].

У країнах ЄС запроваджено регулювання ціноутворення, зокрема 1981 р. уряд Франції ухвалив закон Ланга, що регламентує фіксовану ціну під час реалізації книг, регулюючи розмір знижки для книготорговельних підприємств [2].

У Німеччині ціна на друковані видання може коливатись у визначених межах, і гуртовим торговцям не можна реалізовувати книги в роздріб дешевше. Така запобіжна система підтримує невеличкі крамнички в умовах запеклої конкуренції [5].

У Бразилії, Великій Британії, Канаді, Норвегії книжкову продукцію оподатковують за нульовою ставкою. В Італії, Іспанії, Китаї, Німеччині, Норвегії, Туреччині, Фінляндії, Франції ставку податку на додану вартість знижено. Електронні видання зазвичай оподатковують на загальних умовах.

В Україні згідно із Законом "Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи" скасовано оподаткування на додану вартість на процеси з виготовлення та реалізацію книжкової продукції вітчизняного виробництва.

#### Про читання

За два десятиліття XXI ст. змінилася географія країн, де населення читає найбільше й, відповідно, купує найбільше книг. Якщо в минулому столітті це були держави Заходу, то нині — країни Азії: Індія, Таїланд, Китай. Фахівці маркетингової компанії NOP World проаналізували медіазвички користувачів різних країн світу, тобто скільки часу займає перегляд телепрограм, прослуховування радіо, перебування в інтернеті й читання. Отже, пересічний європеець на перегляд телевізора витрачає 15 год. на тиждень, прослуховування радіопередач — 6,6 год., за комп'ютером проводить 8,9 год. (не враховуючи роботу) (табл. 2).

Таблиця 2

## Витрати часу на читання (на тиждень)

Країна	Час на читання на тиждень	Країна	Час на читання на тиждень
Індія	10:42	Індонезія	6:00
Таїланд	9:24	Аргентина	5:54
Китай	8:00	Туреччина	5:54
Філіппіни	7:36	Іспанія	5:48
Єгипет	7:30	Канада	5:48
Чехія	7:24	Німеччина	5:42
Росія	7:01	США	5:42
Франція	6:54	Італія	5:36
Угорщина	6:48	Казахстан	5:34
Саудівська Аравія	6:48	Мексика	5:30
Польща	6:30	Велика Британія	5:18
Венесуела	6:24	Бразилія	5:12
ПАР	6:18	Тайвань	5:00
Австралія	6:18	Японія	4:06
Україна	6:02	Корея	3:06

Індійці, китайці й тайці проводять за книгою найбільше часу, однак, відповідно до статистичної інформації за 2016 р., що враховувала кількість бібліотек, газет, населення з освітою вище шкільної, тривалість навчального періоду у школі, можливість доступу до комп'ютерів, найграмотнішим виявилось населення Фінляндії, Норвегії та Ісландії [3].

## Хто, що і як читає в Україні

За даними соціопитування, в нашій державі найчастіше книги читають працівники сфер освіти, науки, охорони здоров'я, культури та ЗМІ. Вони віддають перевагу друкованим виданням, хоча інколи читають й електронні. Найрідше беруть книгу до рук працівники фінансового сектору, транспорту, енергетики, промисловості, а також торгівлі та сфери обслуговування. В Україні зберігається та сама тенденція, що й у світі: жінки, люди з вищим рівнем освіти, жителі великих міст та заможніші громадяни читають частіше (табл. 3).

Таблиця 3

## Показники читання в Україні та США

К-сть книжок, прочитаних за рік	К-сть респондентів, %	
	Україна	США
Жодної	37	27
1—5	36	17
6—10	14	14
10—15	10	30
Понад 15	3	12

У 2018 р. у Великій Британії надавали перевагу читанню 80% мешканців країни, у Німеччині та Японії — 79%, у Франції — 73%, в Італії — лише 56%. Середня кількість книг, прочитаних дорослим населенням у Сполученому Королівстві, становить приблизно 10 щороку, у США — 12, що набагато вище за показники Китаю, де, як свідчить статистика, читають у середньому 4,56 книги на рік [6].

## Хто, що і як читає у світі

Таке дослідження провели науковці Польської книжкової палати, аби з'ясувати, які книжки читають (а отже й купують) найчастіше в Євросоюзі [7].

Польські колеги опитали майже 5 тис. респондентів, здебільшого добре освічених громадян, користувачів інтернету, жителів великих міст тощо. Для людей, які погодилися взяти участь в онлайн-дослідженні, відповідь на запитання "Читати чи не читати?" проста: книги, чи то на папері, чи то на екрані, — важлива частина нашого життя. Кількість таких осіб, згідно з попередніми дослідженнями, може становити невеликий відсоток, але з погляду видавничої галузі це потенційно найпривабливіші споживачі, адже вони є постійними читачами, зокрема 94% респондентів читають щонайменше 6 книг на рік.

**Де і коли читати?** Книга є гарним супутником дозвілля наприкінці дня — 8 із 10 респондентів визнають, що бажання читати виникає зазвичай увечері чи вночі. Утім, читати можна кожен вільну хвилину, наприклад, перебуваючи у транспорті, в черзі, очікуючи на замовлення в кав'ярні...

**Кінець ери Гутенберга?** Дослідження польських колег свідчить, що популярність електронних книг зростає, однак водночас доводить, що основу читацької уваги та попиту становлять саме паперові книги.

Причина? Насамперед йдеться про вподобання. Зокрема, неабияке значення має власне папір, його специфічний запах і текстура, тактильні відчуття від дотику до сторінок тощо; другий вагомий чинник — здатність легше концентруватися під час читання друкованої книги та відсутність втоми очей.

Насправді, кінець паперово-книжкової епохи відтермінується на невизначений час, бо друковані видання й досі розглядають як вигідну інвестицію, подарунок, частину колекції, навіть предмет розкоші.

7 із 10 читачів вважають, що е-книги зручніше використовувати під час подорожі, придбати їх можна значно швидше й простіше, не виходячи з дому, зазвичай лише завантаживши з інтернету. Проте водночас прихильники електронних книг критикують їх за наявність друкарських помилок, неестетичний вигляд, проблеми з якістю ілюстрацій та завищеною ціною. Слід зауважити, що остання може бути результатом численних незаконних завантажень із мережі, наприклад майже кожен другий читач е-книг визнає, що безкоштовно завантажує контент (табл. 4—6).

Таблиця 4

## Чому ви обираєте друковану книгу?

Варіанти відповідей	К-сть респондентів, %
Друкована — дешевше	5
Електронну легше загубити	6
Кращий доступ	43
Не маю пристрою для читання	49
У мене гарна бібліотека, я збираю книжки	55
Зручніше купити	60
За звичкою та через сентимент: бажання гортати паперові аркуші	84

Таблиця 5

**Як ціна книги впливає на вибір**

Ціна	К-сть респондентів, %	
	Друкована книга	Електронна книга
До 50 злотих (≈ 320 грн)	18	50
51—100 злотих (≈ до 640 грн)	12	10
101—200 злотих (≈ до 1300 грн)	20	12
201—300 злотих (майже 2000 грн)	12	8
Понад 300 злотих (від 2000 грн)	28	12

Таблиця 6

**Які книги де читали;  
якщо купували, то для чого?**

Джерело	К-сть респондентів, %	
	Друкована книга	Електронна книга
Бібліотека	58	5
Давали почитати книгу	78	28
Брали почитати книгу	66	20
Купували на подарунок	72	15
Купували для себе	80	68

**Що ви маєте на увазі під сентиментом до паперових книг?**

- запах;
- сенсорне відчуття / відчуття паперової текстури;
- відчуття власності;
- частина колекції, книга має власне місце у книжковій шафі;
- звичка;
- можливість перегортати сторінки, шукати фрагменти;
- зовнішній вигляд (гарне оздоблення чи якісне поліграфічне виконання);
- пам'ять / персоналізація книги (вигнуті кути, плями, посвячення тощо);
- шурхіт сторінок.

**Які недоліки електронних книг вас відштовхують?**

- відсутність звички читати електронні книжки;
- напруження очей під час читання;
- важко зосередитися на читанні;
- простіше працювати з текстом на папері;
- висока ціна на пристрої / планшети;
- висока ціна електронних книг;
- занадто багато форматів;
- загроза втратити текст;
- складний доступ до електронних книг;
- складний доступ до пристроїв.

**Чим приваблюють електронні книги?**

- їх легше читати / слухати, наприклад, під час подорожі;
- простіший доступ;
- їх можна придбати, не виходячи з дому;

- їх можна завантажити з інтернету безкоштовно;
- вони дешевші за паперові книги;
- їх можна тримати у "хмарі", вони не потребують багато місця;
- ширший вибір назв;
- у них легше орієнтуватися та шукати;
- більш екологічний спосіб виробництва.

**Літературу яких жанрів ви найчастіше читаете на електронних пристроях?**

- фантастика — 60%;
- кримінал / бойовик / жахи — 55%;
- белетристика — 45%;
- нехудожня література (історія, біографія, репортаж) — 35%;
- наукова та науково-популярна — 21%;
- навчальна (наприклад, шкільне читання, словники, підручники) — 12%;
- бізнес / законодавство / податки — 10%;
- для дітей (байки, читанки тощо) — 3%.

**Ера Гутенберга триває!**

Проаналізувавши статистичні дані різних країн, можна зробити висновок, що друкована книга не втратила своїх позицій. Хоча в сучасному світі, намагаючись вижити, книговидавці об'єднуються в медіаконгломерати, лівову частку їхнього прибутку становить саме продаж книг. Книговидавство — це великий бізнес, котрий оцінюють у 151 млрд дол. США, що перевищує доходи від кіно, журналів, відеоігор та музики (табл. 7).

Таблиця 7

**Дохід від різних видів дозвілля**

Види дозвілля	Дохід (млрд дол. США)	Посилання
Книги	151	IPA (RW) Global Publishing Markets 2013
Кіно та розваги	133	Lucintel Lucintel, Global Movie and Entertainment Industry 2012—2017: Trends, Profits and Forecast Analysis
Журнали	107	Lucintel, Global Magazine Publishing Industry 2013—2018: Trend, Profit and Forecast Analysis
Відеоігри	63	PwC Global Entertainment and Media Outlook 2013—2017
Музика	50	PwC Global Entertainment and Media Outlook 2013—2017

**Висновки.** Головні тенденції розвитку книгорозповсюдження у провідних країнах світу такі: зростання ролі позамагазинної торгівлі, що охоплює, зокрема, діяльність книжкових клубів, реалізацію книг за бонусами та бонами; розгалужена система книготоргівельних ланцюжків; зростання кількості книгарень, особливо невеликих, що отримують державну підтримку; одночасне розповсюдження контенту у друкованому та цифровому форматах, мультимедіавиданнях, що поєднують інтерактивні ілюстрації, аудіо- та відеоефекти.

Майже кожна країна впроваджує власні моделі державного регулювання видавничої галузі, що різняться за ступенем лібералізації та запровадженими методами. Системи книгорозповсюдження держав-лідерів здебільшого підтримує уряд, і вони мають чимало спільних рис.

З огляду на світовий досвід одним із напрямів підвищення конкурентоспроможності української видавничої галузі може бути державна підтримка книговидавання та книгорозповсюдження, а саме: створення програм розвитку читання; відкриття нових книгарень; орга-

нізація книжкових ярмарків, виставок, фестивалів та інших заходів, спрямованих на промоцію книги й читання; започаткування літературних премій і конкурсів; поповнення фондів бібліотек; захист авторського права тощо. Корисним є також упровадження досвіду провідних країн світу (зокрема, Канади) з підтримання книговидавничої та книгорозповсюджувальної галузей, що передбачає надання пільгових кредитів, вплив на ціноутворення книги, встановлення фіксованої ціни під час реалізації літератури.

#### Список використаної літератури

1. Афонін О. В. Українська книга в контексті світового книговидавання / О. В. Афонін, М. І. Сенченко ; Державна наукова установа "Книжкова палата України ім. Івана Федорова". — Київ : Книжкова палата України, 2009. — 277 с.
2. Книгорозповсюдження у Франції. — Режим доступу: <https://lektsii.com/1-51667.html>. — Назва з екрана.
3. Браун Б. Керівництво з глобальних навичок читання / Брендан Браун. — Режим доступу: <https://geediting.com/world-reading-habits>. — Назва з екрана.
4. Sophie Rochester and Xin Lin. The Publishing Landscape in China: New and Emerging Opportunities For British Writers. — Mode of access: [http://theliteraryplatform.com/collective/wp-content/uploads/sites/2/2015/05/The\\_Publishing\\_Landscape\\_in\\_China\\_2015.pdf](http://theliteraryplatform.com/collective/wp-content/uploads/sites/2/2015/05/The_Publishing_Landscape_in_China_2015.pdf). — Title from the screen.
5. Водозазька С. Інноваційні особливості розвитку видавничого ринку Німеччини / С. Водозазька. — Режим доступу: <http://socialscience.com.ua/article/821>. — Назва з екрана.
6. The Global Publishing Industry in 2017. — Mode of access: [https://books.google.com.ua/books?id=KFWRDwAAQBAJ&pg=PA3&lpg=PA3&dq=he+Global+Publishing+Industry+in+2017+-+WIPO&source=bl&ots=yf4wN\\_1qo0&sig=ACfU3U0a-9xyfbyZE\\_ivhiAayIDxhHmcNQ&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwj3uN-f1dL1AhXRL1AKHWDVDCgQ6AEwCHoECAkQAQ#v=onepage&q=he%20Global%20Publishing%20Industry%20in%202017%20-%20WIPO&f=false](https://books.google.com.ua/books?id=KFWRDwAAQBAJ&pg=PA3&lpg=PA3&dq=he+Global+Publishing+Industry+in+2017+-+WIPO&source=bl&ots=yf4wN_1qo0&sig=ACfU3U0a-9xyfbyZE_ivhiAayIDxhHmcNQ&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwj3uN-f1dL1AhXRL1AKHWDVDCgQ6AEwCHoECAkQAQ#v=onepage&q=he%20Global%20Publishing%20Industry%20in%202017%20-%20WIPO&f=false). — Title from the screen.
7. Oficjalna strona Polskiej Izby Książki. Raport z badania czytelników książek i e-booków, Legimi. — Mode of access: <http://www.pik.org.pl/>. — Title from the screen.
8. Офіційний сайт Книжкової палати України. Оперативні дані випуску книжкової продукції у 2019 році. — Режим доступу: <http://www.ukrbook.net>. — Назва з екрана.
9. Сухорукова О. Світове книговидавання: уроки для України. — Режим доступу: [http://zt.knteu.kiev.ua/files/2016/3\(86\)/6.pdf](http://zt.knteu.kiev.ua/files/2016/3(86)/6.pdf). — Назва з екрана.
10. UNESCO Official Website. UNESCO Database Report. — Mode of access: <http://www.unesco.org/new/ru/unesco/resources/publications/unesdoc-database/>. — Title from the screen.
11. 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](https://www.internationalpublishers.org/images/aa-content/ipa-reports/ipa-annual-report-2018/IPA_Annual_Report_2018.html). — Title from the screen.
12. Міжнародна асоціація видавців (IPA) та інтелектуальної власності (BOIB) 2018—2019 pp. — Режим доступу: [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_ipa\\_pilotsurvey](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_ipa_pilotsurvey). — Назва з екрана.
13. Livres Hebdo. Bookshop, un outil de gestion full web léger, mobile et évolutif pour votre librairie. — Mode of access: <https://www.livreshebdo.fr/>. — Title from the screen.
14. Global eBook: A report on market trends and developments / Written by Rüdiger Wischenbart. — Mode of access: <http://www.wischenbart.com>. — Title from the screen.
15. Distribution of titles published in the retail sector by publication type. — Mode of access: [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_ipa\\_pilotsurvey](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_ipa_pilotsurvey). — Title from the screen.
16. Report for Selected Countries and Subjects. — Mode of access: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/01/weodata/weorept.aspx>. — Title from the screen.
17. VAT/GST on Books & E-books. An IPA/FEP Global Special Report. — Mode of access: <http://www.internationalpublishers.org/images/>. — Title from the screen.
18. Rüdiger Wischenbart. IPA Global Publishing Statistics. — Mode of access: [http://www.internationalpublishers.org/images/global-publishing-statistics/2013/IPA\\_Global\\_Publishing\\_Statistics.pdf](http://www.internationalpublishers.org/images/global-publishing-statistics/2013/IPA_Global_Publishing_Statistics.pdf). — Title from the screen.

Larysa Tatarinova

#### **Trends in the development of book printing and book distribution in the world's leading countries through the lens of reading problems**

The features of book distribution systems in different countries of the world are investigated. The role of book clubs and book chains in the way of a book to its reader is revealed. The leading role of the state support for book publishing is outlined. Factors of state support for book publishing and book distribution, such as creating reading development programs, facilitating the opening of new bookstores, organizing book fairs, exhibitions, festivals and other events to support the book, establishing literary prizes and competitions, replenishing library funds, protecting copyright, have been identified. Possibilities of introduction of experience of leading countries of the world (in particular Canada) in support of book publishing and book distribution industry, such as granting of preferential credits, influence on book pricing, introduction of a "fixed" price during book realization, are investigated.

The media habits of the inhabitants of different countries of the world have been researched, it has been found out how much time a person spends watching TV programs, listening to music on the radio, reading. Although in the modern world, residents are spending less and less time on the book, preferring other types of entertainment and leisure, the books are no less printable, book publishing remains a large business, valued at \$ 151 billion and generating more than cinema, magazines, video games and music. In an effort to survive, book publishers are united in media conglomerates, most of their profits are from book sales.

*The readers' preferences been investigated. The competitiveness of paper and e-books has been investigated too. The advantages of paper books over e-books have been proved. Research shows that e-books are growing in popularity, but growth has slowed slightly since 2016. It is emphasized that paper books are the basis of reader's attention and demand.*

**Keywords:** book; e-book; readership; book clubs; book chains; fixed price; book market; media management

#### References

1. Afonin O. V., Senchenko M. I. (2009). *Ukrayinska kniga v konteksti svitovogo knigovidannya*. Kyiv: Knizhкова palata Ukrayini.
2. *Knigorozpovsyudzhennya u Franciyi*. (2019). Available at: <https://lektsii.com/1-51667.html>.
3. Braun B. (2019). *Kerivnictvo z globalnih navikiv chitannya*. Available at: <https://geediting.com/world-reading-habits>.
4. *Sophie Rochester and Xin Lin. The Publishing Landscape in China: New and Emerging Opportunities For British Writers* (2019). Available at: [http://theliteraryplatform.com/collective/wp-content/uploads/sites/2/2015/05/The\\_Publishing\\_Landscape\\_in\\_China\\_2015.pdf](http://theliteraryplatform.com/collective/wp-content/uploads/sites/2/2015/05/The_Publishing_Landscape_in_China_2015.pdf).
5. Vodolazka S. (2019). *Innovacijni osoblivosti rozvitku vidavnicnogo rinku Nimechchini*. Available at: <http://socialscience.com.ua/article/821>.
6. *The Global Publishing Industry in 2017*. (2019). Available at: [https://books.google.com.ua/books?id=KFWRDwAAQBAJ&pg=PA3&lpq=PA3&dq=he+Global+Publishing+Industry+in+2017+-+WIPO&source=bl&ots=yf4wN\\_1qo0&sig=ACfU3U0a-9xyfbyZE\\_ivhiAayIDxhHmcNQ&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKewj3uN-flDLIAhXRL1AKHWDVDCgQ6AEwCHoECAkQAQ#v=onepage&q=he%20Global%20Publishing%20Industry%20in%20in%202017%20-%20WIPO&f=false](https://books.google.com.ua/books?id=KFWRDwAAQBAJ&pg=PA3&lpq=PA3&dq=he+Global+Publishing+Industry+in+2017+-+WIPO&source=bl&ots=yf4wN_1qo0&sig=ACfU3U0a-9xyfbyZE_ivhiAayIDxhHmcNQ&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKewj3uN-flDLIAhXRL1AKHWDVDCgQ6AEwCHoECAkQAQ#v=onepage&q=he%20Global%20Publishing%20Industry%20in%20in%202017%20-%20WIPO&f=false).
7. *Oficjalna strona Polskiej Izby Książki. Raport z badania czytelników książek i e-booków, Legimi*. (2019). Available at: <http://www.pik.org.pl/>.
8. *Oficijniy sajt Knizhkovoyi palati Ukrayini. Operativni dani vipusku knizhkovoyi produkciyi u 2019 roci*. (2019). Available at: <http://www.ukrbook.net>.
9. Suhorukova O. (2019). *Svitove knigovidannya: uroki dlya Ukrayini*. Available at: [http://zt.knteu.kiev.ua/files/2016/3\(86\)/6.pdf](http://zt.knteu.kiev.ua/files/2016/3(86)/6.pdf).
10. *UNESCO Official Website. UNESCO Database Report*. Available at: <http://www.unesco.org/new/ru/unesco/resources/publications/unesdoc-database/>.
11. *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](https://www.internationalpublishers.org/images/aa-content/ipa-reports/ipa-annual-report-2018/IPA_Annual_Report_2018.html).
12. *Mizhnarodna asociaciya vidavciv (IPA) ta intelektualnoyi vlasnosti (VOIV) 2018—2019 rr.* (2019). Available at: [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_ipa\\_pilotsurvey](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_ipa_pilotsurvey).
13. *Livres Hebdo. Bookshop, un outil de gestion full web leger, mobile et evolutif pour votre librairie*. (2019). Available at: <https://www.livreshebdo.fr/>.
14. Rüdiger Wischenbart. *Global eBook: A report on market trends and developments*. (2019). Available at: <http://www.wischenbart.com>.
15. *Distribution of titles published in the retail sector by publication type*. (2019). Available at: [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_ipa\\_pilotsurvey](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_ipa_pilotsurvey).
16. *Report for Selected Countries and Subjects* (2019). Available at: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/01/weodata/weorept.aspx>.
17. *VAT/GST on Books & E-books. An IPA/FEP Global Special Report*. (2019). Available at: <http://www.internationalpublishers.org/images/>.
18. Rüdiger Wischenbart. *IPA Global Publishing Statistics*. Available at: [http://www.internationalpublishers.org/images/global-publishing-statistics/2013/IPA\\_Global\\_Publishing\\_Statistics.pdf](http://www.internationalpublishers.org/images/global-publishing-statistics/2013/IPA_Global_Publishing_Statistics.pdf).

Надійшла до редакції 5 грудня 2019 року

УДК 655.55-048.67(477.53-21Кре)(045)  
DOI: 10.36273/2076-9555.2020.1(282).10-14

**Оксана Тур,**

доктор наук із соціальних комунікацій, доцент, професор  
кафедри гуманітарних наук, культури та мистецтва Кременчуцького  
національного університету імені Михайла Остроградського,  
e-mail: [oktur@ukr.net](mailto:oktur@ukr.net)

**Віта Хміль-Чуприна,**

викладач кафедри філології та видавничої справи Кременчуцького  
національного університету імені Михайла Остроградського,  
e-mail: [hmilchuprinavita@gmail.com](mailto:hmilchuprinavita@gmail.com)

## **Джерела інформації про книжкові видання й роль ЗМК у популяризації читання серед студентської молоді Кременчука**

У статті висвітлено результати емпіричного дослідження щодо джерел інформації про книжкові видання й роль засобів масової комунікації в популяризації читання серед студентської молоді Кременчука. Методологічною базою розвідки слугувала соціально-комунікаційна парадигма. Для досягнення мети використано комплекс методів дослідження, а саме: теоретичні — для з'ясування стану розробленості проблеми, визначення поняттєво-категоріального апарату; емпіричні (опитування) — з метою виявлення ролі ЗМК у популяризації читання. Опитування проводилося в межах проекту "Книга у віртуальному просторі". За результатами емпіричного дослідження підтверджено припущення (гіпотезу дослідження) про те, що ЗМК відіграють важливу роль у популяризації читання серед студентської молоді. Зокрема, основними різновидами ЗМК, з яких молодь дістає інформацію про книги, є інтернет-видання та сайти видавничих і книготорговельних організацій. Непряме пропагування книги студенти вважають пріоритетним порівняно з прямою рекламою книжкових видань. ЗМК слугує головним джерелом інформації про книги, показник звернення до бібліотечних