



УДК 655.55(477)(047.1)

DOI: 10.36273/2076-9555.2021.4(297).3-9

Юрій Бондар,

кандидат політичних наук, доцент,
завідувач кафедри соціальних комунікацій Інституту журналістики
Київського національного університету імені Тараса Шевченка,
e-mail: Bondar1960@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8490-6744>

Віктор Шпак,

доктор історичних наук, доцент,
професор кафедри видавничої справи Інституту журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка,
e-mail: victorshpak@eo.kiev.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7007-0683>

Видавнича програма: комунікаційний місток і маркетингова стратегія

Сучасний видавець, аби бути успішним, повинен належним чином позиціонуватися, що виразило б його серед інших, зробило б помітним і потім рибним для читача, а отже — затребуваним на ринку. У статті розглянуто питання створення конкурентоспроможної видавничої програми як складника й передумови успішної маркетингової стратегії для видавництва в інтелектуально-літературній сфері. Оприлюднено результати соціологічного експрес-дослідження (за участі 223 докторів, кандидатів наук та інших науковців), метою якого стало визначення кола книжкових видань, знакових і важливих для наукової спільноти; вироблення рекомендацій видавничої та комунікаційної політики видавничої організації в контексті налагодження ефективного соціальних комунікацій; пропагування й пропозиції читачеві так званих "великих книг". Результати цього дослідження подано в зіставленні з підсумками інших, проведених авторами раніше, зокрема серед аудиторії читачів віком до 25 років. У розвідці також відображено рейтинг популярності окремих авторів серед науковців.

Проведене дослідження сприятиме формуванню видавничої політики та стратегії конкретних маркетингових програм суб'єктами видавничої справи.

Ключові слова: "великі книги"; видавництво; видавнича діяльність; видавнича програма; інтелектуально-літературна сфера; книжковий маркетинг; маркетингова дослідження; соціальні комунікації

Постановка проблеми. За умов насиченості книжкового поля, загострення конкурентної боротьби за аудиторію між різними — традиційними та новими — засобами соціальної комунікації (до яких, безумовно, належить і видавництво) наразі в Україні суб'єкти видавничої діяльності стикаються з потребою пошуку власного місця на ринку інформаційних та частини місцевих послуг. Адекватною, на наш розсуд, відповіддю на ці актуальні виклики є вироблення та реалізація стратегічно продуманої, аргументованої видавничої програми, що дала б змогу не лише належно вирізнити та позиціонувати видавця, а й забезпечити йому економічну можливість провадити видавничу діяльність, бути успішним на ринку.

Не менш важливою, на переконання авторів, є також потреба пропозиції українському читачеві високоякісної літератури — найкращих творів, написаних упродовж видавничої історії, що містять важливі пізнавальні знання та світоглядні візії, чинили й продовжують чинити вплив на цивілізаційний поступ, суспільно-політичні трансформації, фактично є своєрідними цивілізаційними смисловими "кодами". Такі твори — складники важливого комунікаційного, інтелектуального поля людності, де формуються світоглядні цінності людини й соціуму, бачення ними подальшого особистісного й суспільного розвитку. Виконуючи актуальну соціоінженерну роль, "вічні книги", є, так би мовити, видавничим класом, містком, що забезпечують інтелектуальний зв'язок поколінь,

тяглість знань і традицій, відтворених і збережених у виданнях. На наш погляд, визернення й гуртування у видавничій програмі важливих у світоглядно-цивілізаційному сенсі й так само прогнозовано конкурентоспроможних на видавничому ринку творів та, як напрям стратегії, — авторів, є доцільним, дослідницько й практично перспективним завданням.

Аналіз попередніх досліджень і публікацій. Різноманітні аспекти видавничої справи, зокрема щодо планування й реалізації видавничих проєктів, видавничого маркетингу, значення наріжних пізнавальної, інформаційно-комунікаційної, естетичної та інших функцій книжкових видань відображено в дослідженнях І. Баренбаума [2], М. Крилової [9], М. Маклюєна [22], В. Маркової [10], А. Москаленка [11], Г. Почепцова [12], В. Різуна [13], М. Рубакіна [14], М. Сенченка [15; 16], В. Теремка [17; 18], Г. Швецової-Водки [19], В. Шпака [20; 21] та інших вітчизняних і зарубіжних науковців. У цих працях — базисне розуміння принципів успішної видавничої діяльності, значення й ролі видань для збереження та спадковості знань, налагодження соціальних комунікацій, досягнення за допомогою видавництва комунікаційного взаєморозуміння в суспільстві.

Помічними для розкриття запропонованої тематики є також праці Ю. Бондаря [3; 4; 6—8], присвячені дослідженню генезису, становлення та подальшого розвитку видавничої справи у процесі соціально-політичних трансформацій. У публікаціях містяться

відомості про успішні кейси планування видавничо-освітньої діяльності та реалізації книжкових проєктів у різні історичні періоди. До таких прикладів, поміж інших, автор відносить і складання списків найкращих, фактично обов'язкових до читання, а отже й для виготовлення, книжкових творів, що веде традицію від найдавніших часів. Такі списки складали, наприклад, книжники Александрійської бібліотеки, відомі вчені й автори Платон, Квінтіліан, Арістотель, Еразм Роттердамський, інші просвітники Стародавніх Греції та Риму, держав доби Середньовіччя й пізніших часів. Існувала певна традиція укладання книжкових списків і в Україні. Початки її сягають доби Київської Русі, коли в "Ізборнику Святослава" від 1073 р. було вміщено "Список книжок істинних і ложних", котрий можна трактувати як перший звід "цензурних" обмежень у давньому українському видавництві.

Цікавою в контексті пропонованого дослідження є також праця американського філософа, організатора гуманітарної освіти й відомого редактора М. Адлера "Як читати великі книги. Керівництво із читання великих творів", що вперше побачила світ 1940 р., а згодом неодноразово була перевидана різними мовами [1]. Здобувши енциклопедичні знання (Адлер був, до слова, головою редакційної ради славнозвісної Британської енциклопедії) та багатий практичний досвід, науковець запропонував розуміння "великих (або ж "вічних") книг". Це, переконаний дослідник, не обов'язково найпопулярніші твори, однак такі, що пройшли випробування часом та залишаються значущими для людей і розвитку суспільства впродовж десятків років і навіть століть. "Великі книги, зауважує автор, — це "артефакти минулого, що не потьмяніли", вони найвпливовіші з творів, а їхнє прочитання є цінною інвестицією в розвиток особистості [15, с. 6; 16, с. 3]. М. Адлер запропонував також критерії для власної класифікації "великих книг". Це, зокрема, "сучасність" книжкових смислів, книги торкаються проблем, що споконвіку хвилюють людство, вони повчальні, дають нові й ґрунтовні знання, зрозумілі для читача й доступні йому. Наголошує автор і на призначенні "великих книг", що полягає в тому, аби бути найпотужнішими засобами виховання розвиненої особистості в сучасному світі [15, с. 6].

Важливі для розуміння порушеної теми й результати адресних маркетингових і соціологічних досліджень книжкового простору та читацької аудиторії, з визначення, зокрема, найпопулярніших видань у різних сегментах літератури та читання загалом. Прикметним є соціологічне дослідження, котре 2014 р. провели науковці Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка спільно з фахівцями Наукової бібліотеки імені Михайла Максимовича серед студентів київських і регіональних закладів вищої освіти, а також молодих людей так званого покоління незалежності — на той період віком до 25 років, співорганізаторами якого також були автори цієї публікації [5]. У результаті дослідження, участь в якому взяло 1350 респондентів, було сформовано списки найважливіших, на думку

учасників, творів, що вплинули на формування їхнього світогляду і обов'язкові до прочитання. Такі списки дали поживу для розуміння читацьких уподобань молоді, окреслення дослідниками пріоритетних для нового покоління книжкових кіл, що, зі свого боку, дало підстави припустити існування певних смислових книжкових кодів, які, власне, є чи можуть бути ключем комунікації та впливу в певній групі читачів, котрі брали участь в опитуванні, як і разом серед опитаних. Дослідники дійшли висновку, підтвердивши припущення, що нині книжкові видання є важливим складником системи соціальних комунікацій. Забезпечуючи функції накопичення, збереження й поширення інформації та знань, друки виконують також важливу роль суспільного посередника, формуючи інформаційне та смислове поля, що забезпечують діалог та комунікаційне взаєморозуміння в соціумі, впливають на становлення та забезпечення стабільності соціальних груп і спільноти загалом. Різні соціальні, професійні чи вікові групи людей мають властиві їм, зокрема й читацькі, характеристики, що певною мірою ілюструють і пояснюють як рівень стійкості цих груп, так і особливості їхніх світоглядно-ціннісних позицій та суспільної практики. Аналіз читацьких уподобань українців віком до 25 років дав підстави зробити висновок про високу читацьку поінформованість і обізнаність молодих людей, їхню відкритість до сприйняття світу через широкую палітру творів різних авторів і народів та водночас про існування встановленого під час дослідження доволі окресленого кола видань, важливих для респондентів.

Висновки, здобуті в результаті дослідження, слугували підґрунтям для подальшого аналізу та врахування їх у працях фахівців комунікаційної сфери, а також для формування видавничої політики, видавничих програм окремими суб'єктами видавничої справи. Водночас дослідження не надало і, з огляду на запропоновані обмеження, не могло надати відповіді щодо особливості книжкових пріоритетів інших читацьких груп, що зумовило потребу подальшого вивчення питання.

Мета дослідження — окреслення комунікаційно-смислового поля, книжкового кола інтелектуалів — докторів і кандидатів наук, інших науковців для подальшого створення видавничої програми — складника маркетингової стратегії — модерного видавництва інтелектуальної літератури.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети кафедра соціальних комунікацій Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка спільно із відділенням масової комунікації Національної академії вищої освіти України провели соціологічне дослідження. Для його здійснення було застосовано комплекс елементів пошукових, описових та аналітичних дослідницьких методів, зокрема опитування, аналізу інформації, експертної оцінки тощо.

Учасникам дослідження було запропоновано назвати "п'ятірку" (*кількість респондентів* і *могли*

збільшити на власний розсуд) найважливіших книг чи окремих творів, які вплинули на формування їхнього світогляду і які варто було б прочитати іншим. Здобуту соціологічну інформацію було проаналізовано відповідно до визначених цільових груп аудиторії опитування, а сукупним підсумком стало визначення списку книжкових уподобань учасників дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Участь в опитуванні взяли 223 респонденти, що представляли 70 закладів вищої освіти та їхніх відокремлені підрозділи, інші наукові установи з 16 міст України, а також науковці з Естонії, Канади та Польщі. В опитуванні репрезентовано, зокрема, Буковинський державний медичний університет, Донецький національний університет, Житомирський державний університет імені Івана Франка, Інститут держави і права імені В. М. Корецького НАН України, Київський національний університет імені Вадима Гетьмана, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київський університет імені Бориса Грінченка, Львівський національний університет імені Івана Франка, Національну академію аграрних наук України, Національний аерокосмічний університет імені М. Є. Жуковського, Національний університет "Києво-Могилянська академія", Національний університет "Львівська політехніка", Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого, Тернопільський національний технічний університет, Харківський національний медичний університет та інші освітні й наукові заклади та установи. Серед учасників опитування — представники різних наукових галузей та напрямів: філологи, історики, медики, юристи, економісти, журналісти та інші.

Усього в анкетах було наведено 423 назви книжок та окремих творів, а також у 69 випадках було відзначено сукупну творчість окремих авторів.

Цільні 15 позицій книжкового рейтингу інтелектуалів:

1. **Біблія (121 голос).**
 - 2—3. **"Капітал", Карл Маркс (51).**
 - 2—3. **Коран (51).**
 4. **"Кобзар", Тарас Шевченко (43).**
 5. **"Походження видів", Чарльз Дарвін (21).**
 6. "1984", Джордж Орвелл (17).
 - 7—8. "Майстер і Маргарита", Михайло Булгаков (13).
 - 7—8. "Так казав Заратустра", Фрідріх Ніцше (13).
 9. "Маніфест Комуністичної партії", Карл Маркс, Фрідріх Енгельс (12).
 - 10—12. "Державець", Нікколо Макіавеллі (11).
 - 10—12. "Майн кампф", Адольф Гітлер (11).
 - 10—12. "Війна і мир", Лев Толстой (11).
 - 13—15. "Буквар" ("Абетка", "Азбука") (10).
 - 13—15. "Сто років самотності", Габріель Гарсія Маркес (10).
 - 13—15. "Божественна комедія", Данте Аліг'єрі (10).
- Окремо було проаналізовано книжкові вподобання груп "доктори наук" і "кандидати наук та науковці".

Доктори наук (разом — 80 респондентів) назвали 169 видань і творів, а також окремо відзначили творчість 37 авторів. Пріоритети цієї групи виявилися такими:

1. **Біблія (48 голосів).**
- 2—3. **"Кобзар", Тарас Шевченко (21).**
- 2—3. **Коран (21).**
4. **"Капітал", Карл Маркс (15).**
5. **"Походження видів", Чарльз Дарвін (7).**
6. "Маніфест Комуністичної партії", Карл Маркс, Фрідріх Енгельс (6).
- 7—9. "Архіпелаг ГУЛАГ", Олександр Солженіцин (5).
- 7—9. "Війна і мир", Лев Толстой (5).
- 7—9. "Так казав Заратустра", Фрідріх Ніцше (5)
- 10—12. "Божественна комедія", Данте Аліг'єрі (4)
- 10—12. "Майн кампф", Адольф Гітлер (4).
- 10—12. Тора (4).

Кандидати наук та інші науковці (разом — 143) запропонували ширший спектр книжок та окремих творів — 321 назву, а також окремо відзначили творчість 41 автора. Цільний список їхніх видань:

1. **Біблія (73 голоси).**
2. **"Капітал", Карл Маркс (36).**
3. **Коран (30).**
4. **"Кобзар", Тарас Шевченко (22).**
5. **"1984", Джордж Орвелл (15).**
6. "Походження видів", Чарльз Дарвін (14).
7. "Майстер і Маргарита", Михайло Булгаков (11).
8. "Державець", Нікколо Макіавеллі (9).
- 9—11. "Війна і мир", Лев Толстой (8).
- 10—11. "Сто років самотності", Габріель Гарсія Маркес (8).
- 10—11. "Так казав Заратустра", Фрідріх Ніцше (8).
- 12—16. "Буквар" ("Азбука", "Абетка") (7).
- 12—16. "Іліада", Гомер (7).
- 12—16. "Майн кампф", Адольф Гітлер (7).
- 12—16. "Маленький принц", Антуан де Сент-Екзюпері (7).
- 12—16. "Одіссея", Гомер (7).

Нас цікавили також уподобання за віковим критерієм науковців, які були розмежовані на старших і молодших за 50 років. Старша вікова група опитаних (усього — 97 осіб, середній вік респондентів — 61 рік, найстаршому з опитаних — 88 років) найважливішими зі 196 названих творів (окремо було відзначено також творчість 42 авторів) визначила такі:

1. **Біблія (57 голосів).**
2. **Коран (26).**
3. **"Капітал", Карл Маркс (23).**
4. **"Кобзар", Тарас Шевченко (20).**
- 5—6. **"Маніфест Комуністичної партії", Карл Маркс, Фрідріх Енгельс (9).**
- 5—6. **"Походження видів", Чарльз Дарвін (9).**
7. "Війна і мир", Лев Толстой (8).
8. "Майн кампф", Адольф Гітлер (6).
- 9—12. "Божественна комедія", Данте Аліг'єрі (5).
- 9—12. "Буквар" ("Азбука", "Абетка") (5).
- 9—12. "Так казав Заратустра", Фрідріх Ніцше (5).
- 9—12. Тора (5).

13—15. "Сто років самотності", Габріель Гарсія Маркес (4).

13—15. "Про обертання небесних сфер", Микола Коперник (4).

13—15. "Занепад Європи", Освальд Шпенглер (4).

Молодші за віком науковці (усього — 126 осіб, середній вік респондентів — 38 років) зупинили свій вибір на 284 книжках і творах (окремо було відзначено творчість 36 авторів). Чільний список склали:

1. **Біблія (64 голоси).**

2. **"Капітал", Карл Маркс (28).**

3. **Коран (25).**

4. **"Кобзар", Тарас Шевченко (23).**

5. **"1984", Джордж Орвелл (14).**

6. "Походження видів", Чарльз Дарвін (12).

7. "Майстер і Маргарита", Михайло Булгаков (10).

8. "Так казав Заратустра", Фрідріх Ніцше (8).

9. "Державець", Нікколо Макиавеллі (8).

10—17. "Бесіди і судження" ("Лунь Юй"), Конфуцій (6).

10—17. "Гамлет", Вільям Шекспір (6).

10—17. "Злочин і кара", Федір Достоевський (6).

10—17. "Критика чистого розуму", Іммануїл Кант (6).

10—17. "Маленький принц", Антуан де Сент-Екзюпері (6).

10—17. "Одіссея", Гомер (6).

10—17. "Сто років самотності", Габріель Гарсія Маркес (6).

10—17. "Чума", Альбер Камю (6).

Свій рейтинг популярності серед науковців не лише у книг, а й в окремих авторів. Їхнє рейтингування певною мірою відрізняється від популярності творів. Разом учасники опитування назвали в анкетах 316 авторів. Найуспішніша ж умовна "десятка" (15 і більше згадувань) така:

1. **Карл Маркс (65 згадувань).**

2. **Тарас Шевченко (47).**

3. **Арістотель (28).**

4. **Чарльз Дарвін (22).**

5—6. **Фрідріх Ніцше (18).**

5—6. **Джордж Орвелл (18).**

7. Гомер (17).

8. Михайло Булгаков (16).

9—11. Фрідріх Енгельс (15).

9—11. Конфуцій (15).

9—11. Лев Толстой (15).

Менше (10 і більше) згадувань в анкетах мають Платон (14), Федір Достоевський і Вільям Шекспір (по 12), Адольф Гітлер, Еріх Марія Ремарк, Нікколо Макиавеллі, Зігмунд Фрейд (по 11), Данте Аліґ'єрі та Габріель Гарсія Маркес (по 10).

Варто назвати авторів — лідерів популярності також і за означеними нами групами учасників опитування. Далі — перші п'ятірки.

Доктори наук: Карл Маркс, Тарас Шевченко (по 23 згадування), Арістотель (11), Фрідріх Енгельс (9), Чарльз Дарвін (8).

Кандидати наук та інші науковці: Карл Маркс (42), Тарас Шевченко (25), Арістотель (17), Джордж Орвелл (16), Гомер, Чарльз Дарвін (по 14).

Науковці, старші за 50 років: Карл Маркс (33), Тарас Шевченко (22), Фрідріх Енгельс (12), Арістотель, Лев Толстой (по 10).

Науковці, молодші за 50 років: Карл Маркс (30), Тарас Шевченко (24), Арістотель (15), Джордж Орвелл (15), Фрідріх Ніцше (13).

Зауважимо також і про відносне лідерство Чарльза Дарвіна: у трьох визначених категоріях він посідає шосте місце, а серед "авторських" пріоритетів докторів наук входить до першої п'ятірки, що в підсумку й дало йому змогу посісти високе місце в загальному рейтингу авторів.

Обговорення. Дослідження наукових та інших джерел, а також результати проведеного анкетування надали можливість скласти перелік важливих, на думку науковців, книг і творів, котрі є вартисними та значущими для формування світоглядних основ сучасної людини й утворюють інтелектуальне інформаційно-комунікаційне поле учасників опитування, що вважаємо доволі-таки репрезентативним. Безсумнівим лідером загального та окремих рейтингів є "книга книг" — Біблія, котру як цілісний твір та окремо частинами (Старий і Новий заповіти) згадано в більшості анкет — 121 раз. Про важливість духовних першооснов, до яких учасники опитування, вочевидь, пропонують щоразу апелювати, свідчить і високе місце в загальному рейтингу іншої "вічної книги" — Корану, що поділяє другу сходинку з економічним твором-теорією "Капітал" німецького економіста Карла Маркса. Рейтингову стабільність демонструє духовна книга мусульман також і в інших групах аналізу, входячи до чільних трійок кожної з них.

Феномен "Капіталу" (до творчого редагування праці, зазначимо принагідно, долучався, крім автора, також Фрідріх Енгельс), опріч його потужного, а інколи й наріжного впливу на суспільно-політичні трансформації останніх століть, можна пояснити, на наш погляд, також і фундаментальністю твору. Праця, перший том якої побачив світ 1867 р. і яка згодом багато разів перевидавалася, ставши економічною "Біблією" марксистів, увібрала в себе теорії та знання багатьох поколінь провідних економістів та суспільствознавців різних країн, що, власне, й зумовило її ґрунтовність, як, зрештою, аргументованість та впливовість.

Серед незмінних пріоритетів науковців і духовний скарб українців — Шевченків "Кобзар". Посідаючи в загальному рейтингу четверте місце, він незмінно в першій п'ятірці в усіх визначених категоріях опитування, найвище ж значення збірки творів, котру належить сприймати наразі як цілісний твір, числять доктори наук, у рейтингу яких він на другому місці.

Відаючи належне духовним орієнтирам, науковці, варто зазначити, досить-таки прагматичні в оцінюванні значення й внеску окремих творів у формування світоглядних парадигм та цивілізаційного поступу. До

першої п'ятірки загального рейтингу, окрім згаданого "Капіталу", входить ще один революційний твір — праця англійського природознавця Чарльза Дарвіна "Походження видів", що стала основоположною для теорії еволюційного розвитку світу, визначивши значною мірою ідеологію та напрями досліджень у багатьох інших науках.

Слід відзначити фактичні збіги книжкових уподобань у чільних списках визначених груп аналізу. В їхніх перших п'ятірках із певною корекцією місць збігаються чотири книги — Біблія, "Кобзар", Коран та "Капітал", і лише п'яте "призове" місце поділяють "Походження видів" (йому надали перевагу доктори наук і ті, кому за 50) та твір Джорджа Орвелла "1984" (кандидати наук, інші науковці й ті, кому менше 50-ти). Значно більше розбіжностей, звісно, у ширших списках, що зумовлено, припустимо, особистими вподобаннями респондентів, а також освітніми та віковими відмінностями. Звернімо увагу на кількість названих книг і творів у групах докторів наук і кандидатів наук та інших науковців, відповідно — **169** і **321** назва. Помітний розрив і у групах науковців, старших за 50 років, і тих, хто є молодшим за віком, відповідно, **196** та **284** назви. Така розбіжність пояснюється, вочевидь, як ґрунтовністю інтелектуального відбору важливих книг і, можливо, певною консервативністю старшого покоління науковців, так і до певної міри несформованістю бачення значущості окремих праць, а то й, так само можливо, ширшим читацьким колом молодших учасників опитування.

Прикметним, на наш погляд, є також порівняння популярності певних авторів у різних групах, результати якого свідчать так само про нетотожність авторського списку зі списком популярності окремих "авторизованих" книжок чи творів, а отже й різницю в уподобаннях науковців. Так, якщо перші дві позиції в групах збігаються між собою (а також із загальним рейтингом авторів — Карл Маркс і Тарас Шевченко), то далі простежуємо зміни. Зокрема, науковці, старші за 50 років, на третє місце виводять Фрідріха Енгельса (в інших тут Арістотель), а доктори наук ставлять його на четверту сходинку, проте у зведену чільну п'ятірку німецький економіст і політик не потрапляє. Лише раз до першої п'ятірки входить Чарльз Дарвін (доктори наук), угім, завдяки частому згадуванню в інших групах він так само перебуває серед лідерів сукупного списку. Схожа ситуація і з Фрідріхом Ніцше та Джорджем Орвеллом, які вибороли "місце під сонцем" у загальному рейтингу завдяки стабільності й кількості згадувань.

Потрібно зауважити й про видання, що зазначені переважно без авторства, проте заслуговують на особну увагу. Насамперед це "Буквар" (також — "Азбука", "Абетка"), який згадано 10 разів і який, поза сумнівом, є найвеличнішою книгою у становленні будь-якої людини. Це також і, так би мовити, історичний корпус — група видань про загальну історію та минавшину окремих народів, чи, до прикладу, культури. Належить виокремити й казки та міфи, котрі поодинокі згадуються, як і книги про історію, — до

10 разів. Низка згаданих в анкетах видань належать до окремих сфер пізнання, як-от, скажімо, "Психологія", "Біоенергетика", "Соціологія", "Криптологія", "Макро-економіка" та інші. Виокремимо й "універсальні" видання — енциклопедії, на значенні яких також наголошують учасники дослідження. Дехто називав і твори, що є наріжними для демократичного будівництва, наприклад, "Конституція США", "Конституція Пилипа Орлика", "Декларація прав людини" та інші.

Показове зіставлення здобутих результатів із висновками дослідження щодо книжкових зацікавлень і пріоритетів покоління незалежності, про яке йшлося. Попри суголосність завдань обох анкет, учасники опитування не солідарні у формуванні списків важливих і вартісних, на їхній погляд, книжок та інших творів. Тотально різняться перші п'ятірки сформованих рейтингів. До раніше наведеного переліку вподобань науковців додамо, що читачі віком до 25 років на чоло списку поставили книги (від першої позиції): "Майстер і Маргарита" Михайла Булгакова, "Три товариші" Еріха Марії Ремарка, "1984" Джорджа Орвелла, "Портрет Доріана Грея" Оскара Вайльда та "Маленький принц" Антуана де Сент-Екзюпері [5, с. 27]. Фактично лише третина збігів назв і в перших десятках рейтингів. Учасники обох опитувань віддали належне значущості Біблії (у науковців книга, нагадаємо, на першому місці, у молодих читачів — на сьомому), а також згаданим "Майстру і Маргариті" (відповідно — сьоме та перше місця рейтингів) та "1984" (шосте й третє місця). Суттєво різняться також і перші п'ятірки "авторських" рейтингів обох опитувань. У чільному списку популярності у молодого покоління читачів — Еріх Марія Ремарк, Михайло Булгаков, Федір Достоєвський, Джордж Орвелл та Рей Бредбері [5, с. 20], з яких лише Орвелл поділяє п'яту сходинку рейтингу також і в науковців.

Попри розбіжності книжкових уподобань, різні рейтинги засвідчують водночас і увагу читачів до цінностей творів, що дає змогу стверджувати про існування корпусів "великих книг" також і серед українців. Книг, що є важливими й затребуваними, адже в них — смислові та комунікаційні коди людності, що зумовлюють її розвиток. У цьому контексті наведемо думку М. Адлера: "Потрібно читати великі книги. Тільки так людський розум, де б він не перебував, можна звільнити від невідкладних потреб і провінційних забобонів — піднявшись на універсальний рівень спілкування. Тільки так можна досягнути загальні істини, свідком яких є уся культурна традиція соціуму. Люди, здатні читати добре, уміють читати критично. У цьому сенсі їх розум вільний. Якщо вони прочитали великі книги — по-справжньому прочитали, — то спроможні вільно рухатися далі — в будь-якому напрямі. Тільки вони дійсно уміють користуватися тим великим і неоссяжним розумом світу, який у будь-якому місці та в будь-який час не належить їм повністю" [16, с. 7].

Висновки. Книжкові твори залишаються центром формування світоглядних позицій, а їхні смисли — наріжними в суспільній інформаційно-комунікаційній системі, насамперед інтелектуального соціуму. Виконуючи важливі функції накопичення та збереження знань, вони формують інформаційний базис розуміння подальшого розвитку суспільства, забезпечуючи також ґрунт для міжособистісного й громадського спілкування.

Провівши рейтингове дослідження книжкових пріоритетів науковців, що є першим не лише в Україні, автори засвідчили високу читацьку поінформованість і дійшли висновку про сформованість доволі-таки окресленого кола видань і творів, котрі для читачів, які репрезентують наукову спільноту, є важливими й котрі можна класифікувати як українські "великі книги".

Аналіз ширших читацьких уподобань, зіставлення підсумків пропонованого дослідження з результатами опитувань, проведених раніше, серед читачів так званого покоління незалежності, підтвердили очевидну відмінність книжкових зацікавлень представників різних соціальних, професійних, вікових та

інших груп. Це свідчить, на наш погляд, з одного боку, про певну літературну ангажованість і, відповідно, читацьку орієнтованість таких спільнот (у тому числі світоглядну), а з другого — дає розуміння напрямів видавничої політики щодо певних цільових читацьких аудиторій.

Висновки, здобуті за результатами дослідження, слугують підґрунтям для подальшого аналізу та врахування у працях фахівців комунікаційної сфери, для формування видавничої політики як окремими суб'єктами видавничої справи, так і на національному рівні, а також допоміжним матеріалом для створення маркетингового видавничого плану, здатного забезпечити стратегію ефективного розвитку видавництва інтелектуальної літератури.

Подяки. Автори висловлюють вдячність колегам із Донецького національного університету імені Василя Стуса, працівникам Книжкової палати України, Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського, Наукової бібліотеки імені Михайла Максимовича, Львівської національної наукової бібліотеки України імені Василя Стефаника за допомогу в проведенні дослідження.

Список використаної літератури

1. Адлер М. Как читать великие книги. Руководство по чтению великих произведений / Мортимер Адлер ; пер с англ. Л. Пlostак. — Москва : Манн ; Иванов и Фербер. — 2011. — 344 с.
2. Баренбаум И. Е. Всеобщая история книги : учебник / И. Е. Баренбаум, И. А. Шомракова. — Санкт-Петербург : Профессия. — 2005. — 392 с.
3. Бондар Ю. Видавнича комунікація: до питання інституалізації / Юрій Бондар // Вісник Книжкової палати. — 2014. — № 10. — С. 3—6.
4. Бондар Ю. В. Друга видавнича. Зародження та розвиток видавничої справи у процесі суспільно-політичних трансформацій Середньовіччя і Нового часу : монографія / Ю. В. Бондар ; [за заг. ред. В. В. Різуна]. — Київ : ДП "Вид. дім "Персонал". — 2017. — 528 с. — (Серія "Видавництво трансформацій").
5. Бондар Ю. Книга: комунікаційний вимір / Ю. Бондар // Наукові записки Інституту журналістики. — 2014. — Т. 55. — С. 25—31.
6. Бондар Ю. В. Перша інформаційна. Права видавництва: зародження та розвиток видавничої справи у процесі суспільно-політичних трансформацій Стародавнього світу : монографія / Ю. В. Бондар ; [за заг. ред. В. В. Різуна]. — Київ : ДП "Вид. дім "Персонал". — 2016. — 560 с. — (Серія "Видавничі трансформації").
7. Бондар Ю. В. Третя комунікаційна. Розвиток видавничої справи в процесі суспільно-політичних трансформацій Новітнього часу : монографія / Ю. В. Бондар ; [за заг. ред. В. В. Різуна]. — Київ : ДП "Вид. дім "Персонал". — 2018. — 660 с. — (Серія "Видавництво трансформацій").
8. Бондар Ю. В. Четверта українська. Розвиток видавничої справи в процесі суспільно-політичних трансформацій України Новітнього часу : монографія / Ю. В. Бондар ; [за заг. ред. В. В. Різуна]. — Київ : ДП "Вид. дім "Персонал". — 2019. — 514 с. — (Серія "Видавництво трансформацій").
9. Крылова М. Д. Управление проектами в книжном деле : учебное пособие / М. Д. Крылова. — Москва : МГУП. — 2008. — 276 с.
10. Маркова В. Книга в соціально-комунікативному просторі: минуле, сучасне, майбутнє : монографія / В. Маркова. — Харків : ХДАК. — 2010. — 252 с.
11. Москаленко А. З. Реабілітація слова / А. З. Москаленко. — Київ : Рад. письменник. — 1989. — 101 с. — (Серія "Роздуми письменника").
12. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов. — Київ : Видавничий центр "Київський ун-т". — 1999. — 307 с.
13. Різун В. В. Теорія масової комунікації : підручник / В. В. Різун. — Київ : Видавничий центр "Просвіта". — 2008. — 260 с.
14. Рубакин Н. А. Психология читателя и книги / Н. А. Рубакин. — Москва : Всесоюзная книжная палата. — 1977. — 230 с.
15. Сенченко М. "Великі книги" і як їх визначити — технологія Мортімера Адлера / Микола Сенченко // Вісник Книжкової палати. — 2015. — № 6. — С. 3—8.
16. Сенченко М. "Великі книги" і як їх визначити — технологія Мортімера Адлера (закінчення) / Микола Сенченко // Вісник Книжкової палати. — 2015. — № 8. — С. 3—7.
17. Теремко В. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : монографія / В. Теремко. — Київ : Академвидав. — 2012. — 328 с. — (Серія "Монограф").
18. Теремко В. І. Видавничий маркетинг / В. І. Теремко. — Київ : Академвидав. — 2009. — 272 с.
19. Швецова-Водка Г. М. Документ і книга в системі соціальних комунікацій : монографія / Г. М. Швецова-Водка. — Рівне : Рівнен. держ. гуманітар. ун-т. — 2001. — 438 с.

20. Шпак В. І. Видавничий бізнес в умовах української державності : монографія / В. І. Шпак. — Київ : ДП "Експрес-об'ява". — 2015. — 392 с.
21. Шпак В. І. Розвиток видавничої справи України в 1990—2010 рр. : монографія / В. І. Шпак. — Київ : ВПК "Експрес-поліграф". — 2011. — 232 с.
22. McLuhan M. The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man / M. McLuhan. — Toronto : Univ. of Toronto Press. — 1962.

Yurii Bondar, Viktor Shpak

Publishing program: communication bridge and marketing strategy

A modern publisher, in order to be successful, needs proper positioning, which would distinguish it among others, make it noticeable and necessary for the reader, and therefore — in demand in the market. The purpose of the study is to identify the literature that is important and contributes to the formation of personality, which will promoted to create a competitive publishing programs, as components and prerequisites for a successful marketing strategy for Ukrainian publishing houses of intellectual orientation. The theoretical understanding of this problem was based on empirical rapid research with the participation of 223 doctors of science, PhD and other scientists. The materials of the analysis are presented in comparison with the results of others conducted by the authors earlier, in particular among the audience of readers under 25, who confirmed the obvious difference in book interests of different social, professional, age and other groups.

The results of the research will contribute to the creation of specific marketing programs by the subjects of publishing in the context of offering the reader sound intellectually important books.

Keywords: "big books"; publishing house; publishing activity; publishing program; intellectual literature; book marketing; marketing researches; social communications

References

1. Adler, M. (2011). *Kak chytat velykye knyhy. Rukovodstvo po chteniyu velykykh prozvedeniy* [How to Read a Book: The Classic Guide to Intelligent Reading]. Moskva: Mann ; Yvanov y Ferber.
2. Barenbaum, Y. & Shomrakova, Y. (2008). *Vseobshhaya ystoriya knyghy* [General history of the book]. Sankt-Peterburg: Professyja.
3. Bondar, Yu. (2014). Vydavnycha komunikacija: do pytannja instytualizaciji [Publishing communication: to the question of institutionalization]. *Visnik Knizkovoyi palati*, 10, pp. 3—6.
4. Bondar, Yu. (2017) *Druha vydavnycha. Zarodzhennja ta rozvytok vydavnychoji spravy u procesi suspiljno-politychnykh transformacij Serednjovichchja i Novogho chasu* [The second publishing. Origin and development of publishing in the process of socio-political transformations of the Middle Ages and Modern times]. Kyiv: DP "Vyd. dim "Personal".
5. Bondar, Yu. (2014). Knygha: komunikacijnyj vymir [Book: communication dimension]. *Naukovi zapiski Institutu zhurnalistiki*, 55, pp. 25—31.
6. Bondar, Yu. (2016). *Persha informacijna. Pravydavnyctvo: zarodzhennja ta rozvytok vydavnychoji spravy u procesi suspiljno-politychnykh transformacij Starodavnjogho sviutu* [The first information. Early publishing: the origin and development of publishing in the process of socio-political transformations of the ancient world]. Kyiv: DP "Vyd. dim "Personal".
7. Bondar, Yu. (2018). *Tretja komunikacijna. Rozvytok vydavnychoji spravy v procesi suspiljno-politychnykh transformacij Novitnjogho chasu* [The third communication. The development of publishing in the process of socio-political transformations of modern times]. Kyiv: DP "Vyd. dim "Personal".
8. Bondar, Yu. (2019). *Chetverta ukrajinsjka. Rozvytok vydavnychoji spravy v procesi suspiljno-politychnykh transformacij Ukrajiny Novitnjogho chasu* [The fourth Ukrainian. Development of publishing in the process of socio-political transformations of modern Ukraine]. Kyiv: DP "Vyd. dim "Personal".
9. Krylova, M. (2008). *Upravlenje proektamy v knyzhnom dele* [Project management in book business]. Moskva: MGhUP.
10. Markova, V. (2010). *Knygha v socialjno-komunikativnomu prostori: mynule, suchasne, majbutnje* [The book in the social-communicative space: past, present, future]. Kharkiv: KhDAK.
11. Moskalenko, A. (1989). *Reabilitacija slova* [Rehabilitation of the word]. Kyiv: Rad. pys'mennyk.
12. Pochepov, G. (1999). *Teorija komunikaciji* [Communication theory]. Kyiv: Vydavnychiy centr "Kyjiv'skyi un-t".
13. Rizun, V. (2008). *Teorija masovoji komunikaciji* [Theory of mass communication]. Kyiv: Vydavnychiy centr "Prosvita".
14. Rubakin, N. A. (1977) *Psikhologiya chitatelja i knigi* [Psychology of the reader and the book]. Moskva: Vsesoyuznaya knizhnaya palata.
15. Senchenko, M. (2015). "Velyki knyghy" i jak jikh vyznachyty — tekhnologhija Mortimera Adlera ["Great Books" and how to define them — Mortimer Adler technology]. *Visnik Knizkovoyi palati*, 6, pp. 3—8.
16. Senchenko, M. (2015). "Velyki knyghy" i jak jikh vyznachyty — tekhnologhija Mortimera Adlera (zakinchennja) ["Great Books" and how to define them — Mortimer Adler technology]. *Visnik Knizkovoyi palati*, 8, pp. 3—7.
17. Teremko, V. (2009). *Vydavnychiy marketyngh* [Publishing marketing]. Kyiv: Akademvydav.
18. Teremko, V. (2012). *Vydavnyctvo-XXI. Vykylyky i strategiji* [Publishing — XXI. Challenges and strategies]. Kyiv: Akademvydav.
19. Shvecova-Vodka, G. (2001). *Dokument i knygha v systemi socialjnykh komunikacij* [Document and book in the system of social communications]. Rivne: [b. v.].
20. Shpak, V. (2015). *Vydavnychiy biznes v umovakh ukraïns'koi derzhavnosti* [Publishing business in the conditions of Ukrainian statehood]. Kyiv: Ekspres-ob'java.
21. Shpak, V. I. (2011). *Rozvytok vydavnychoji spravy Ukrainy v 1990—2010 rr.* [Development of publishing in Ukraine in 1990—2010]. Kyiv: VPK "Ekspres-polihraf".
22. McLuhan, M. (2011) *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Toronto: Univ. of Toronto Press.

Надійшла до редакції 12 квітня 2021 року