

УДК 655.4/5(430)(045)
DOI: 10.36273/2076-9555.2021.6(299).18-26

Михайло Онишук,
кандидат історичних наук, доцент, завідувач відділу моніторингу
засобів масової інформації Книжкової палати України,
e-mail: zmi@ukrbook.net
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1340-1538>

Книгоіндустрія в Німеччині

У статті проаналізовано процеси книговидання та книгорозповсюдження в Німеччині в "доковідний" період, висвітлено окремі особливості й тенденції розвитку німецької індустрії книги. Проведено аналіз географії розміщення великих видавничих центрів, розглянуто діяльність німецьких видавництв, що мають власну історію, традиції, сегмент ринку, відповідну галузь знань і, нарешті, — філософію.

Досліджено експортні ринки німецьких книг, проблеми розповсюдження видань за кордоном. Висвітлено сегменти знань: професійної, юридичної, художньої та інших видів літератури, що знаходять свого читача на ринку.

З'ясовано роль і місце електронного книговидання в загальній системі індустрії книги, а також секторів електронної та аудіокниги.

Висвітлено особливості книгорозповсюдження, обсяги продажу найбільших видавців Німеччини, специфіку діяльності книготорговельних мереж.

Ключові слова: книгоіндустрія; книговидання; книгорозповсюдження; видавництва; пандемія COVID-19; книжковий ринок; електронна книга; аудіокнига; книгарня; німецькомовні країни; видавнича галузь; поліграфія; сегмент ринку; галузь знань; бестселери; читання книг

Постановка проблеми. Пандемія COVID-19 негативно вплинула на всі сфери економічного, суспільно-політичного та соціального життя провідних країн світу, зокрема й на індустрію книги. Останніми роками у видавничій галузі Німеччини також виразна тенденція до зменшення обсягів випуску літератури, появи нових форм і способів книговидання в умовах сучасних викликів цифрової епохи. Актуальність дослідження полягає в потребі виявлення негативного впливу пандемії COVID-19 на книгоіндустрію провідної країни Західної Європи для визначення перспектив розвитку галузі.

Аналіз попередніх досліджень і публікацій із порушеної проблематики свідчить, що вивченню тенденцій розвитку книговидання та книгорозповсюдження присвячено багато наукових пошуків і матеріалів. Дослідження національних видавничих галузей здійснив І. Баренбаум ("Книга та книжкова справа за кордоном"). Р. Вітман у праці "Історія німецької книжкової торгівлі" надав огляд понад п'ятисотлітньої історії написання, виробництва, продажу та читання книг у німецькомовних країнах. Сучасний німецький дослідник Б. Вайденбах зосереджує увагу на наявному стані та перспективах книговидавничої галузі, а також опрацьовує дані різних епох і галузей. Автор пропонованої статті також спирався на статистичні відомості, оприлюднені в низці журнальних статей та енциклопедичних виданнях. Цікаву й актуальну інформацію вміщено на галузевому порталі Pro-Books.ru.

Мета статті — узагальнити основні показники й тенденції розвитку індустрії книги у ФРН у "доковідний" період із метою підготовки даних для порівняння стану та перспектив розвитку галузі в умовах пандемії COVID-19 і викликів цифрової епохи в майбутньому.

Виклад основного матеріалу дослідження. Індустрію книги в Німеччині неможливо розглядати окремо від історичного, суспільно-політичного й духовного розвитку держави.

Зі створенням жителем м. Майнца Й. Гутенбергом у середині XV ст. друкарського верстата з'явилася можливість розповсюджувати новини поліграфічним способом. Масове читання, котре набуло популярності в Європі завдяки винаходу друкарства, стимулювало поширення філософської думки й прагнення до світської освіти (гуманізм), що стало загрожувати пануванню духовенства над умами. Гуманізм потрапив до Німеччини з Італії у другій половині XV ст. Найголовнішим діячем просвітницького руху — Йоганну Рейхліну (1455—1522), Еразму Роттердамському (1467—1536) і Ульріху фон Гуттену (1488—1523) — довелося зустріти запеклий опір з боку католицького духовенства та колишніх неподільних володарів науки та релігії. Загальновідомими літературними пам'ятками цього зіткнення стали "Листи темних людей", одним з авторів яких був Ульріх фон Гуттен, і "Похвала глупоті" Еразма Роттердамського. Проти гуманістів виступив Кельнський інквізиційний суд, який звинуватив Рейхліна в поширенні єврейських поглядів у літературі, а інквізиція спробувала затиснути її в лещата цензурних обмежень. Книгодрукування з'явилося в Кельні 1469 р., а від 1475 р. книги стали виходити з цензурними позначками місцевого університету. Першу книгу, що пройшла через кельнську університетську цензуру, було видано 1475 р.

Німеччина — нація бібліофілів. Країна, в якій винайдено друкарський верстат, до сьогодні ставиться до друкованої книги як до об'єкта мистецтва — навіть видання в обкладинці відрізняються відмінною якістю паперу та виконання. Німеччина є однією з перших у світі країн за кількістю книг на душу населення — 5,5 примірника. Комерціалізація книговидавничої галузі пов'язана з посиленням уваги до якості видань.

Одна з істотних відмінностей книгорозповсюдження ФРН від США полягає в тому, що ціну на книги в Німеччині визначає не ритейл, а видавці. Одне

й те саме найменування коштує однаково незалежно від точки продажу, що певною мірою захищає невеликі підприємства від банкрутства. Видавництва також встановлюють ціни на електронні книги й не схильні їх значно знижувати: середня ціна на таке видання становить приблизно 19 євро. Інший економічний фактор стійкості німецького книжкового ринку пов'язаний зі зниженням ПДВ на друковані книги до 7%, тоді як податок на цифровий формат становить стандартні для країни 19%.

Книговидання. У Німеччині, за даними каталогу "Книги у продажу", випуск літератури здійснюють майже 16 тис. видавництв і видавничих організацій, з яких понад 10 тис. — дрібні компанії і лише 200 пропонують понад 500 назв у видавничому каталозі.

Отже, 80% видавництв — це невеликі підприємства, що випускають 10 назв на рік; 100 найбільших видавництв контролюють 82% ринку.

Домінують на ринку універсальні та спеціалізовані видавництва, що мають сучасну поліграфічну базу. Помітними стали процеси концентрації та інтернаціоналізації видавничого ринку, зміна якого призвела до панування видавничих марок (імпринтів) і філіалів потужних світових та національних видавничих концернів.

Від 90-х рр. ХХ ст. у Німеччині поширилися випадки злиття та об'єднання видавництв, наприклад, американська компанія "Джон Вайлі" придбала "Вайлі-ФХ Ферлаг", "Ферлаг Хемі", "Фюзік-Ферлаг" та "Академі-Ферлаг". Подібні дії були спричинені прагненням "Вайлі" здобути доступ до німецького ринку. Видавничий концерн "Ельзевір" придбав "Прес Пергамон", "Аксель Шпрінгер", а також збільшив вплив за допомогою об'єднання й придбання компаній "Юліус Фрідріх Ліманн", "Дітріх Штайнкопф" і "Бьоркхаузер". Видавнича група "Георг Тіме-Ферлаг" об'єднала видавництва "Енке-Ферлаг" і "Гіппократес-Ферлаг" для посилення своєї позиції у сегменті медичної літератури.

Для німецького видавничого ринку характерна глобалізація галузі, що виявляється у прямій експансії транснаціональних концернів.

Останніми роками серед німецьких книговидавців завершився процес концентрації, внаслідок чого утворилося два транснаціональні мультимедійні концерни — "Бертельсманн" і "Хольцбрінк", що домінують на книжкових ринках багатьох країн світу. Завдяки злиттю відбувається гомогенізація видавничих програм, уніфікація оформлення, змісту й стилю видань, у чому вбачається конкретна мета — створити глобалізовану масову книгу, що продаватиметься в усьому світі [1].

Кількість поліграфічних компаній, в яких працюють понад 500 осіб, 2020 р. зменшилася приблизно на 10% порівняно з попереднім роком. Кількість підприємств з меншим штатом також скоротилася, найнижчий показник — у компаній, де працюють від 50 до 99 осіб (-2,2%) та від 1 до 9 осіб (-3,1%). У 2019 р. поліграфічна промисловість Німеччини генерувала загальний обсяг реалізації майже

10,94 млрд євро. Продажі роками мали тенденцію до зменшення; у 2007 та 2008 рр. було досягнуто позначки у понад 13 млрд євро [2].

Лідери книговидання за останні чотири роки не змінилися — це "Шпрінгер", "Клетт", "Корнельсен". Проте відбулася традиційна для груп "Клетт" і "Корнельсен" боротьба на випередження за друге й третє місце. Основною спеціалізацією видавництв-лідерів є наукова й технічна література. Окремі компанії поліпшили показники й піднялися в рейтингу ситуативно, наприклад, у секторі художньої літератури завдяки продажу бестселерів світового масштабу: видавництво "Карлсен" перемістилося з 55 на 23 місце, надрукувавши романи Дж. Ролінг із серії "Гаррі Поттер"; видавництво "Люббе" опублікувало романи Д. Брауна та піднялося на 19 місце з 27.

Тільки дві видавничі групи — "Бертельсманн" і "Брокгауз" — працюють у формі акціонерних товариств, публікуючи статистичні дані (прибуток, продаж). У решті випадків можна лише здогадатися про обсяг продажів видавців, прибутки та накладі.

Окрім великих видавничих концернів, у Німеччині працює група малих незалежних видавництв, що, орієнтуючись на якість, випускають у світ новаторську, оригінальну літературу. Опікується такими видавництвами. Фондація Курта Вольфа, заснована в листопаді 2000 р. Ідею її створення для підтримки незалежного видавничого середовища (Біржовий союз і незалежні видавці) зніціював міністр культури М. Науманн. Функціонування незалежних видавництв здебільшого базується на самовідданості засновників і відмові від прибутків. Однак, незважаючи на це, за останні 30 років у Німеччині розвинулося розмаїте незалежне видавниче середовище, що доволі відчутно впливає на літературне й культурне життя країни.

Центральними містами книговидання вважають Мюнхен, Штутгарт, Гамбург, Франкфурт-на-Майні. Загалом, характерною особливістю німецького видавничого ринку є територіальна децентралізація, видавничі фірми розташовано у 350 містах.

Для прикладу розглянемо кілька німецьких видавництв, які мають власну історію, традиції, сегмент ринку, відповідну галузь знань і, нарешті, — філософію.

Видавництво Hanser (Мюнхен). У цієї німецької видавничої компанії дивовижна історія: створена 1928 р., вона постійно розвивалася як у галузі спеціальної літератури (машинобудування, зубна техніка), так і у сфері масової літератури (проза, нон-фікшн). 17 лауреатів Нобелівської премії — такою кількістю може похвалитися не кожен видавець. Відділ маркетингу проводить до 2 тис. заходів на рік, при цьому у штаті — 5 співробітників, які працюють у різних містах Німеччини. Для прикладу: у сирійського письменника Рафіка Шамі відбулося 120 авторських читань на рік. Привертає увагу той факт, що виступи авторів видавництва завжди оплачують.

Видавництво Beck (Мюнхен) — одне з найстаріших у Німеччині, 250 років компанія перебуває в руках родини Бекк. Домінує на ринку юридичної літератури, крім того, випускає художні, наукові та

прикладні видання (у галузі історичного нон-фікшн — лідер німецького ринку). Філософія Beck — з'єднати між собою вузьких фахівців (викладачів університетів, наукових співробітників) і широку публіку, при цьому видавництво постійно продукує бестселери.

Видавництво **Piper** (Мюнхен) понад 100 років. У 1904 р. видало повне зібрання творів Ф. Достоєвського. На теперішній час Piper входить до складу холдингу Bonnier Group. За статистикою, наданою маркетингологами видавництва, німецький книжковий ринок від 2009 р. залишається майже незмінним, натомість ринок ігор (+83%) і домашнього відео (+23%) зростає. Ця динаміка обумовлена тим, що в активних користувачів соцмереж не вистачає часу на читання. 82% німців вважають за краще купувати друковані книги. Зазвичай це люди старшого віку, які обирають видання в палітурці. Обсяги продажу книг в обкладинці за кілька років зменшилися на 14%. Електронні книги витісняють покети. Цікаво, що знизився інтерес до белетристики (-3% від 2009 до 2018 рр.). На такий самий відсоток зріс нон-фікшн, а на 5% — дитяча література.

Видавництво **Jaron** (Берлін) засновано 1996 р. Це був дуже цікавий час, оскільки після знесення Берлінського муру та пов'язаного з цією подією духовного піднесення нації відбувався процес активного створення нових видавництв. Jaron — це прізвище видавця, який розпочинав з друкування книг з історії Берліна і продовжив випуском літератури з історії Німеччини загалом, її минулого та сьогодення, до того ж різними мовами. У цьому контексті привертає увагу блискуча серія художніх книг про знаменні події в житті Берліна. В її основі — реальні факти ХХ ст., обіграні різними авторами в жанрі детектива.

Jaron, попри скорочення накладів путівників, розширює асортимент завдяки адресації до різних цільових аудиторій одного й того самого текстового та фотографічного матеріалу. Велику ставку видавництво робить на молодих співробітників, які оперативніше реагують на події берлінського життя. Приклад тому — альбом "Art street in Berlin". Видавництво Jaron розташовано в одній із найкрасивіших будівель Берліна.

Видавництво **Rowohlt** також розміщено в одному з найдивовижніших будинків Гамбурга — Vieber Haus — і працює від 1908 р. Ернст Ровольт створив його для того, щоб допомогти другові видавати книги поезії, але згодом захопився книгодрукуванням. Ідеї Ровольта були інноваційними, зокрема він першим узявся публікувати романи у формі газет; першим випустив rocket-book і зберігає лідерство в цьому форматі досі. Свою філософію видавець втілює у гаслах: "Книги мають бути дешевими", "Книги мають бути демократичними".

Від 1955 р. Rowohlt розширив видавничу програму та став друкувати високого рівня белетристику, нон-фікшн (біографії, довідники, науково-популярну літературу з історії, культури тощо). Від 1958 р. видавництво випускає серію біографій відомих людей усіх часів і народів, обсягом 160 сторінок, у м'якій обкладинці, з великою кількістю ілюстрацій. Загалом

було видано 25 млн примірників, але з появою електронної книги та вікіпедії обсяги продажів серії впали, і її перевели в електронний формат.

Видавництво **Matthes & Seitz Berlin** було засновано 1977 р. у Мюнхені. У 2003 р. компанію придбав Андреас Рютцер і перевіз її в Берлін. Концепція була такою: все погане залишити в Мюнхені, все хороше перевезти в Берлін.

У 2013 р. Matthes & Seitz Berlin запустило серію "Naturkunden", що відродила перервану в німецькій літературі традицію nature writing. Саме цей напрям нарешті допоміг відкрити видавництву двері в бібліотеки. Книги серії майстерно виконано: красиві палітурки, суперобкладинки, повноколірний друк на якісному папері. Успіх на міжнародному ринку не змусив себе чекати.

Тема природи в європейській літературі виявилася надзвичайно популярною. Причини банальні: страх людства перед зникненням окремих видів тварин, комах, рослин; загроза мінливого клімату; стурбованість соціальними процесами, що змінюють картину світу. Видаються як науково-популярні книги про природу, так і художні.

Автори можуть бути як відомими (нобелівські лауреати), так і невідомими, однак пріоритетними у виборі є не письменники, а теми, що хвилюють світову громадськість. Наприклад, книгу "Втомлені суспільства" Бьонг-Чул Хана (Byung-Chul Han), корейця, який пише німецькою, перекладено 25-ма мовами світу [3].

У 2012 р. у Німеччині було опубліковано більш ніж 82 тис. назв книг. Понад 15 тис. із них — художня література, ще 8225 — книги для дітей та юнацтва, 10 726 — перекладні видання. З великим відривом лідирують переклади з англійської мови (6874 назви). З французької було перекладено майже 1 тис. видань. Інші мови значно відстають. Переклади з японської, італійської, шведської, російської мов обчислюються вже не тисячами, а сотнями. Перекладних книг із російської мови в Німеччині випущено за рік приблизно 200; з української мови — статистики немає.

У 2018 р. на німецькому ринку вийшло друком майже 71,5 тис. назв книг, і цей показник виявився трохи нижчим за середньостатистичні дані 2017 р. У 2007 році кількість нових видань все ще перевищувала 86 тис. назв [4].

До найбільших експортних ринків відносять Австрію та Швейцарію, на частку яких припадає 47% експорту видавничої продукції Німеччини. Наступні за величиною ринки — США та Франція. Значна частина експортованої до Франції продукції — це періодичні видання, художня та розважальна література. Показник експорту з Німеччини до східноєвропейських країн теж високий: лідирують Польща, Чехія, Росія та Угорщина, водночас значний відсоток продукції країна постачає до Білорусі, Словенії, України та Румунії.

Одна з найголовніших проблем німецьких видавців полягає в тому, що майже 70% продукції виходить німецькою мовою, а це звужує ринки збуту за межами країни та насамперед впливає на сегмент навчальної

літератури. Хоча й існує доволі стабільний ринок у німецькомовних країнах (Східна Європа) та Японії, більше майже ніде у світі не купують наукову й академічну літературу німецькою мовою. Проте про перехід до публікацій англійською мовою наразі не йдеться.

Окрім видавництв "Шпрінгер" та "Джон Вайлі", жоден німецький видавець не має ефективної системи розповсюдження друкованої продукції за кордоном. Будь-яка німецька компанія, що видає літературу англійською мовою, ставить себе в залежність від міжнародних партнерів, яким змушена надавати значні знижки.

Традиційними для сектора книговидання є проблеми пошуку нових авторів і тем, нестача достатньої кількості редакторів за тематичними напрямками, що змушує видавців залучати позаштатних співробітників; задля зниження виробничих витрат авторіві рекомендують надавати текст у форматі, придатному для друку. Для запобігання перевитратам активно впроваджують аутсорсинг як інноваційну стратегію оптимізації роботи видавництва (залучення підрядників до виконання окремих процесів із виготовлення книги).

Доволі розвиненим є продаж видавництвами власної продукції. Діє система фіксованих цін на літературу (книгорозповсюдженні не мають права встановлювати ціни, нижчі за визначені видавництвом). Видання, що не мають попиту та не реалізовані впродовж двох років, пропонують за зниженими цінами (категорія нових букіністичних книг).

Відповідно до розподілу ринку 2010 р., видавництва професійної літератури становлять 42% (2008 р. — 43%), універсальні — 40% (38%), навчальної літератури — 18% (19%). Це компанії, що здебільшого працюють на ринку Німеччини, наприклад, видавництва юридичної літератури: "Века-Ферлаг", "Хауфе-Ферлаг", німецьке відділення "Волтерс Клівер-Груп", "Колхаммер", "Карл Хейманс Ферлаг", "Отто Шмідт Ферлаг".

Ринок юридичної літератури вважають суто внутрішнім, оскільки менш як 1% публікацій виходить англійською мовою, і менш як 1% — стосуються питань європейського чи міжнародного права, що робить юридичні видання непридатними для експорту.

Найбільшими літературними видавництвами країни є "Рендом Хаус", "Бонніер Медіа Груп" і група "Хольцбрінк". У секторі шкільного книговидання домінують три видавничі марки — "Клетт", "Вестерманн" і "Корнелсен".

Щодо навчальної літератури, то тільки 3 з 10 найбільших компаній можна назвати класичними видавцями книг цієї тематики. "Ді Гройте" друкує медичні, навчальні та незначну кількість технічних, юридичних видань; "Колхаммер" випускає багато спеціалізованої та юридичної літератури, але також орієнтовано на видання книг із гуманітарних дисциплін.

Різноманітний німецький видавничий ринок дає змогу учасникам одночасно працювати в кількох галузях. Наприклад, видавництво "Тойбнер" спеціалі-

зується на випуску літератури з інформаційних технологій, математики й фізики, а також видає й класичну художню літературу в серії "Тойбнеріана". Значна частина німецьких видавців художньої літератури також мають навчальні відділи, серед них "Зуркамп", "Реклам", "Карл Ханзер", "Піпер".

"Швейцар Сортімент", "Бек" обслуговують широку мережу книгарень у Мюнхені, Кельні, Нюрнбергу, Штутгарті, Франкфурті, Гамбургу та Лейпцигу; їхній товарообіг сягає приблизно 100 млн євро. Видавництво "Отто Шмідт" має спеціалізовані книгарні у Франкфурті, Кельні й Дюссельдорфі.

За даними Біржової спілки німецького книгорозповсюдження, видавництва укладають угоди щодо продажу прав на книги, більшість з яких належать дитячій літературі — 24%, на тлі зниження попиту на художню літературу німецьких авторів (її купують Нідерланди, Італія). Перекладна література становить 7,9% загального випуску (6132 назви).

Німецькомовні книжкові видавництва потерпають від надмірного перевиробництва, щороку друкуючи майже 90 тис. новинок, що призводить до жорсткої конкуренції та штучного старіння нових книг.

У Німеччині впроваджують різноманітні інноваційні технології для поліпшення ситуації на ринку друкованої книги (друк на вимогу, безплатне доставляння видань додому, можливість обрати книгу й придбати її тільки після перегляду).

Нова статистика Біржового союзу німецької книготоргівлі обнадійлива: німці стали більше купувати путівників і популярних довідкових видань, а також, що найприємніше, звернули свої погляди на полиці з художньою літературою.

Згідно з останніми соціологічними опитуваннями, понад третину жителів Німеччини не уявляють життя без книг. Жінки читають більше за чоловіків: 45% німкеней спілкуються з книгою щодня або кілька днів на тиждень. Серед чоловіків таких активістів лише 29%. Якщо взяти жінок і чоловіків разом, то статистика сумна: 24% німців у край рідко беруть у руки книгу або не читають взагалі. Справжні шедеври німецької літератури не часто потрапляють до списку бестселерів, натомість останні стають дедалі популярнішими, особливо класичні твори світової літератури.

Аудіокнига. У Німеччині стрімко зростає популярність аудіокниги. Звукові видання найрізноманітніших жанрів випускають як дрібні видавництва, так і великі концерни. Стартовий наклад становить від 1 до 5 тис. примірників, але це не чітко фіксована цифра, все залежить від популярності автора та інших чинників. Наприклад, загальний реалізований наклад п'яти томів книги про Гаррі Поттера в аудіоформі, випущений спеціалізованим мюнхенським видавництвом "Хьорферлаг", становив 2 млн примірників. Компанія є беззаперечним лідером на книжковому ринку Німеччини з випуску аудіокниг, до репертуару яких, зокрема, входять твори класиків світової та німецької літератури, аудіовистава "Володар перснів" тощо.

Отже, сектор аудіокниг переживає розквіт і нині налічує понад 20 тис. назв різних жанрів. Тексти на-

читують автори чи відомі актори, що підвищує інтерес споживачів. Позитивною є динаміка зниження цін на цю продукцію на тлі здорожчання традиційних видань.

Середній вік шанувальників аудіокниги в Німеччині становить 25—40 років. Покупці таких видань багато працюють, тому цінують вільний час і прагнуть використати його якнайповніше.

Одна з найсуттєвіших змін на німецькому ринку аудіокниги полягає в тому, що паралельний випуск звукових видань здійснюють майже всі великі книжкові видавництва. Найдавніша спеціалізована компанія з випуску аудіокниг "Книги Штайнбаха, що розмовляють" створила аудіоверсії всіх творів Пауло Коельо. Річний обіг видавництва, що входить до трійки найбільших незалежних виробників аудіокниг, становить 2,5—3 млн євро.

Варто зауважити, що в Німеччині озвучують не лише художню літературу. Видавництво "Геофон" випускає аудіопутівники, бо вони є ідеальним доповненням до класичних довідників: у них поєднано звуки міста, розмови жителів, музику, що створює його емоційний образ.

Обсяг накладу книги здебільшого залежить від типу видання: збірка оповідань виходить накладом не більше 1—1,5 тис. примірників; роман зазвичай стартує з 5—6 тис. примірників.

Електронні книги. Електронне книговидання кілька років тому охоплювало лише 3% ринку. Попри численні заборони, у країні поширено піратське завантаження книг з інтернету, а також не врегульовано питання щодо авторського права у сфері електронних книг.

У 2019 р. частка продажів цих видань у Німеччині на публічному ринку сягнула майже 5%, що відповідає показникам 2018 р. Кількість покупців електронних книг також залишалася стабільною — на рівні майже 3,6 млн. Якщо проаналізувати статистику за кілька останніх років, то обидва показники різко зросли: частка продажів — із 0,5% 2010 р. до 5% 2019 р., а кількість покупців — із 700 тис. до 3,6 млн за той самий період. Однак інколи вищих значень досягають за кілька років [5].

Німецький експерт із досліджень у галузі ЗМІ та маркетингу Бернхард Вайденах опублікував основні цифри на ринку електронних книг. У 2018 р. загальний оборот книжкового ринку Німеччини становив майже 9,13 млрд євро. Консалтинг з управління PricewaterhouseCoopers (PwC) навіть прогнозує зростання ринку до 2023 р. Це пояснюється збільшенням обсягів реалізації електронних книг, що може компенсувати падіння продажів друкованих.

Згідно з даними німецьких ЗМІ, до першого ешелону електронного книговидання потрапили видавництва науково-технічної та спеціальної літератури. Однак з поширенням планшетів і спеціалізованих рідерів збільшується й споживання белетристики в електронному форматі.

Результати дослідження, проведеного науковцями Гамбурзького університету, свідчать, що кожен четвертий німецький читач "споживає" літературу в

цифровому форматі за допомогою пристрою для перегляду текстів. Дві третини читачів електронного варіанта книжок ще 2010 р. придбали хоча б одне видання. Решта користувалися безоплатними електронними книгами. Професор Міхаель Клемент, один з авторів дослідження, переконаний, що в Німеччині електронні видання мають такий самий високий потенціал розширення кола вжитку, як і у США. "Ми очікуємо, що в наступні 5 років у різдвяний період у Німеччині половина усіх проданих книжок будуть електронними", — прогнозував науковець. Проте німці й досі зберігають повагу до традиційної, друкованої літератури, зазначає німецька інформагенція DPA.

У 2019 р. електронна книга в Німеччині коштувала в середньому 6,32 євро, приблизно на 13 центів дешевше, ніж роком раніше. Загалом ціна електронних книг в Німеччині знижується, наприклад, за електронну книгу 2010 р. довелося заплатити в середньому понад 10,70 євро [6].

Проте немає потреби завжди купувати електронні видання, оскільки, крім доступних безоплатних, є можливість завантажити цифрову версію книги з онлайн-бібліотеки. Сьогодні таку послугу надають більшість німецьких бібліотечних установ, як великих міських, так і провінційних.

Читачі електронних книг тішаються ще й додатковою функціональністю: можливістю виконувати пошук у тексті за ключовими словами, збільшувати та деталізувати карти, переглядати малюнки та фотографії, довідатися про біографію автора. А от такі функції, як інтерактивність, відео та аудіо мають для читачів електронних книжок менше значення, зазначено в дослідженні.

Найчастіше люди, які залишаються вірними паперовій книзі, керуються практичними міркуваннями: вони люблять тримати друковане видання в руках, гортати сторінки, відчувати запах, мають можливість поставити його на полицю. До того ж традиційна книга не боїться піску на пляжі.

Дослідження Гамбурзького університету виявило й такі тенденції: покупці електронних книг планують додаткові придбання в майбутньому. Ті ж, хто ними не користуються, не збираються купувати цифрові видання й у найближчій перспективі [7].

Керівник німецького видавництва "Ауфбау" Рене Штрін зауважував: "Як і у всіх країнах, нові технології принесли з собою й нові проблеми, зокрема проблему піратства. Яким чином вилікувати цей вірус, і чи піддається він повному вилікуванню? Очевидно, що піратські сайти — це серйозні комерційні структури, що орієнтовані на прибуток і отримують його завдяки рекламі, збільшуючи трафік на своїх сайтах за рахунок любителів безоплатного читива. Звичайно, для боротьби з піратами слід робити певні правові кроки. У Німеччині інтереси книжкового бізнесу лобіює Біржовий союз німецької книготоргівлі. Однак не слід забувати про те, що піратські структури — це гідра, у якої відсікають одну голову, а виростає 5—6 нових. Природно, що в цій ситуації було б неправильно

карати окремого користувача, який завантажив для особистого споживання піратську копію певного твору. На жаль, тільки правові заходи в боротьбі з піратством не працюють.

Разом із ціною надзвичайно велику роль відіграють також якість і доступність товару. І якщо ми, видавці, зможемо забезпечити кінцевому споживачеві і якість, і можливість швидко знайти потрібне, то це, напевно, його приваблюватиме. За дотримання цих умов, можливо, виявиться, що жорсткий захист файлів взагалі не потрібен, а досить лише "м'якого" захисту — у вигляді водяних знаків".

Електронні книги пропонують сьогодні понад половину всіх німецьких видавництв, а решта планує випускати їх у найближчому майбутньому. Ринок електронних книг в Німеччині відносно невеликий: у середньому цей сегмент трохи перевищує 6% загального обігу галузі. Водночас зростає цей ринок стрімко. Зокрема, 2011 р. за завантаження заплатили менше ніж 5 млн власників гаджетів, 2012 р. — 12,3 млн. У 2011 р. Німеччина встановила національний рекорд, піднявши рівень випуску до 90 тис. найменувань, хоча сукупний тираж певною мірою знизився — до 526 млн примірників [8].

Книгорозповсюдження. Нині світовий книжковий ринок не є суто механічним конгломератом національних ринків, між якими реалізуються зовнішньоторговельні зв'язки у формі імпорту та експорту книжкової продукції, продажу авторських прав, ліцензій на перекладні видання тощо. Глобалізація галузі виявляється в прямій експансії транснаціональних концернів. Це насамперед стосується німецьких компаній "Бертельсманн" та "Хольцбрінк", що посідають позицію лідерів на книжкових ринках багатьох країн світу. Відповідно, порівняння відносин глобального, національного, регіонального та локального рівнів зручно робити саме на прикладі Німеччини.

Швабське містечко Вайнгартен розташовано неподалік Боденського озера, на кордоні з Австрією та Швейцарією. Це далека околиця Німеччини, а разом і сусідніх країн. Колись тутешні краї вважали жебрацькими, в XIX ст. місцеві шваби переселялися в Росію, згодом звідси емігрували у США. Сьогодні "євро-регіон" навколо Боденського озера має славу одного з найбагатших в Європі. У Вайнгартені, де близько 25 тис. жителів, є три невеликих книгарні. Якраз стільки й "належить" за статистикою німецькому населеному пункту таких розмірів. Причому саме невеликих книгарень у Німеччині понад половину: 3759 із 7352.

У середньому по Німеччині одна книжкова крамниця припадає приблизно на 12 тис. жителів. Реально ж спостерігаємо статистичний розкид від 5 до 20 тис. жителів на книгарню. Якщо ж враховувати співвідношення між книгарнями й кількістю домашніх господарств, то вийде, що одна крамниця обслуговує 5 тис. домашніх господарств, яких у Німеччині налічується 38,1 млн. При цьому відмінність між провінцією і великими містами вирівнюється, оскільки у великих містах хоча й більше книгарень, проте непропорційно збільшується

кількість домашніх господарств через одинаків, бездітні пари чи неповні сім'ї, а отже, зростає й кількість домашніх бібліотек. Зрозуміло, що літературу купують не тільки приватні особи й не тільки у домашні зібрання, а й державні установи, комерційні фірми, громадські організації та структури, наукові бібліотеки, школи тощо. Проте головною фігурою німецького книжкового ринку залишається індивідуальний покупець. Видання розповсюджують не лише книгарні, а й видавництва (16,8% загального обороту книготоргівлі). Значну частку літератури реалізують через книжкові відділи супермаркетів (18,1%). Важливими каналами поширення є книжкові клуби (6,7%), також зростає сегмент інтернет-торгівлі (3%). Однак здебільшого німецькі покупці віддають перевагу традиційному каналові — книгарням (57,8%).

Сьогодні в Німеччині спостерігаємо справжній бум книгарень. В одному лише Берліні сім років тому їх кількість сягала понад 300, а всього у країні 6760 книжкових крамниць. Половину виданої літератури реалізують саме через "старі добрі" книгарні. Хоча частка мережеских конкурентів щороку зростає, через інтернет поки купують лише 17,8% книг і спеціалізованих журналів. Трохи більше, 19,1%, становить обсяг власного продажу видавництв, що пропонують друковану продукцію без посередників. Цим каналом на їхні рахунки надходить приблизно 1,8 млрд євро.

Експерт із досліджень у сфері ЗМІ та маркетингу Бернхард Вайденах 2020 р. оприлюднив статистику продажів найбільших видавців Німеччини за 2019 р. Згідно з цими даними, позаминулого року найбільший оборот (майже 590,1 млн євро) мало видавництво "Шпрінгер нейче", орієнтоване на випуск наукових журналів і книг, а також спеціалізованих та навчальних видань. Порівняно з 2018 р. відбулося зростання на 1,6%, що свідчить про позитивну динаміку товарообігу компанії.

Другу сходинку рейтингу посідає "Хауф груп" із Фрайбурга, що минулого року збільшила продажі приблизно на 10%, або 355 млн євро.

На третьому місці — група "Клетт", відома якісними підручниками та освітніми медіасегментами, зі щорічним оборотом майже 330 млн євро [9].

Однією з особливостей німецького книгорозповсюдження є державний захист книжкових крамниць. У ФРН діє спеціальний закон, що визначає обов'язкову фіксовану ціну на видання (Buchpreisbindung). Видавнича ціна може коливатися лише в доволі обмежених показниках. Філії великої мережі книгарень, що закупають літературу у великому обсязі, не можуть продавати її за демпінговими цінами — істотно дешевше у порівнянні з ціною на ті самі видання в невеликих книжкових крамницях. Така система допомагає малому бізнесу комфортно почувати себе в умовах жорсткої конкуренції з галузевими гігантами. Податок на додану вартість на книги, що виходять у Німеччині, — пільговий (7%), як і тарифи на пересилання книг поштою. Хоча це істотно знижує кінцеву ціну, книги в Німеччині є відносно дорогими.

Утім, німці не скупляються на літературу: середній громадянин, охоплюючи немовлят і людей похилого віку, витрачає на книги та письмове приладдя (чомусь статистика їх об'єднує) 208 євро на рік. У грудні 2019 р. книга в німецькій торгівлі коштувала в середньому 14,43 євро [10]. У крамницях так званого сучасного антикваріату придбати видання, що побачило світ лише кілька місяців тому, можна вдвічі чи навіть утричі дешевше.

Якщо говорити про книготорговельні мережі, то в Німеччині немає однієї книжкової столиці. Пріоритет належить Франкфурту та Штутгарту, за ними йдуть Мюнхен і Кельн, потім — Гамбург і Берлін. Особливе місце посідають, природно, університетські міста й наукові центри на кшталт Гейдельберга (140 тис. жителів і 45 книгарень) або Геттінгена (124 тис. жителів і 22 книгарні). Однак у великих містах книжкові крамниці охоплено клієнтурою не більше, ніж у малих містечках. Де немає столиці, там немає і провінції. Або навпаки — провінція всюди? Так чи інакше, по-перше, більшість книгарень (51%) розташовано в містах з населенням до 50 тис. осіб, а отже є невеликими. По-друге, чимало покупців вважають за краще користуватися малими крамницями, розташованими поблизу дому, причому це характерно як для молодих людей, так і для старшої вікової категорії, як для тих, хто не часто купує книги, так і для тих, хто не уявляє без них життя. Винятку не становить навіть так звана інфоеліта — виділена дослідниками група людей, яка особливо інтенсивно цікавиться літературою та книгами з огляду на професійні заняття чи особисті вподобання. Звичайно, великі магазини відрізняються від малих, і вони серйозно змагаються один з одним, намагаючись якнайповніше використовувати в конкурентній боротьбі наявні переваги. Такі гіганти, як "Хюгендюбель", що налічує 29 філій у 15 великих містах, має величезні торгові зали, що дають змогу влаштувати на кожному поверсі просторі "острівки для читання". Десятки відвідувачів, зручно вмоствившись на м'яких диванах, можуть годинами переглядати новинки, щоб, посмакувавши, відібрати вподобану книгу. Готівковий асортимент зашкалює за сотню тисяч найменувань. Це важливий чинник, оскільки понад чверть споживачів (найбільша група) купують книгу не тому, що потрапили на інформацію про неї, а тому, що побачили у книгарні. Усього "Хюгендюбель" пропонує з власного електронного каталогу 600 тис. німецьких і 500 тис. англійських назв, але приймає замовлення й на видання з каталогів інших фірм. Поринути в живий океан книг, поспілкуватися з іншими поціновувачами читання, взяти участь у багатолюдних зустрічах із відомими авторами чи рекламних акціях — це сама по собі подія, розвага. У малих магазинах власні переваги, насамперед близькість до місця проживання, індивідуальніший підхід в обслуговуванні, можливість неспішних, ґрунтовних консультацій. Останній фактор має неабияке значення, оскільки вагомою мотивацією для придбання книги є порада друзів, рідних чи знайомих (25,1%) і рекомендація продавця (18,1%).

Специфіка німецького книжкового ринку полягає в тому, що незалежно від масштабності чи місця розташування книгарня підпорядковується певному кодексу роботи:

— навіть у найменшій крамниці діє система замовлень за єдиним "Каталогом доступних книг" (Verzeichnis Lieferbarer Bücher), який нині налічує понад 1 млн найменувань і до якого щорічно додають більш як 100 тис. нових надходжень, що істотно перевищує кількість видань, котрі вилучають із каталогу;

— у будь-якій із книгарень надають бібліографічну консультацію та допомогу в пошуку потрібного видання в зазначеному каталозі;

— книжкові крамниці надають й інші послуги: від можливості ознайомитися зі списками бестселерів і, власне, бестселерами до різноманітних рекомендацій (це стандартні принципи та норми, які доповнюють індивідуальними й оригінальними методами роботи з клієнтурою);

— усі зазначені послуги — від консультацій до доставляння замовлених книг — надають безоплатно;

— місце розташування крамниці не впливає на швидкість виконання замовлення; зазвичай на це потрібна доба незалежно від того, у великій чи маленькій книгарні читач зробив замовлення;

— найголовніша умова: ціну на книгу визначає видавництво, вона є фіксованою та єдиною для будь-якої точки продажу. Всі учасники процесу створення та розповсюдження книги (автор і літагент, видавець і друкар, видавничий агент, гуртовик і роздрібник) отримують регламентовану угодами частку оголошеної ціни, сплаченої кінцевим суб'єктом — покупцем.

Висновки. Отже, батьківщина друкарського станка в Європі — Німеччина — у сучасних умовах є однією з країн-лідерів у галузі книговидання. Нація бібліофілів і сьогодні ставиться до друкованої книги як до об'єкта мистецтва, навіть видання в обкладинці відрізняються відмінною якістю паперу та виконання. Німеччина є однією з перших у світі країн за кількістю книг на душу населення — 5,5 примірника.

У видавничій сфері ФРН домінують універсальні й спеціалізовані видавництва, що мають сучасну поліграфічну базу. Виразними стали процеси концентрації та інтернаціоналізації видавничого ринку, що призвели до панування видавничих марок (імпринтів) і філіалів потужних світових та національних видавничих концернів. У Німеччині функціонує низка видавництв, що мають власну історію, традиції, сегмент ринку, відповідну галузь знань і, нарешті, — філософію.

Окрім великих видавничих концернів, як-от "Шпрінгер", "Хауф груп" і "Клетт", діють численні невеликі незалежні видавництва, що, орієнтуючись на якість, друкують новаторську, оригінальну літературу.

Однією з характерних особливостей німецького книгорозповсюдження є державний захист книгарень. У ФРН діє спеціальний закон, що визначає фіксовану ціну на книги, тобто видавнича ціна може коливатися лише в незначних межах. Філії великої мережі книгарень, що закупають літературу в чималих

обсягах, не повинні реалізовувати її за демпінговими цінами — істотно нижчими, ніж у невеликих книжкових крамницях.

Аналіз статистики продажу електронних книг і кількості покупців за останні кілька років свідчить, що ці обидва показники різко зросли: частка продажів із 0,5% 2010 р. збільшилася до 5% 2019 р., а кількість покупців — із 700 тис. до 3,6 млн за той самий період.

Недоліком німецької книгоіндустрії є те, що майже 70% друкованої продукції виходить німецькою мовою, а

це звужує ринки збуту за межами країни й відчутно позначається на сегменті навчальної літератури.

Книжкова індустрія Німеччини є комерційною галуззю. Структура книговидавництва та книгорозповсюдження залежить від економічного й соціального стану суспільства. Тенденції та процеси на книжковому ринку країни контролюють спеціальні організації. Для визначення попиту на ринку видавці замовляють фахові дослідження, що дають змогу прогнозувати та оптимізувати виробничі процеси.

Список використаної літератури

1. *Інноваційні особливості розвитку видавничого ринку Німеччини*. — Режим доступу: <https://gwaramedia.wordpress.com/2015/11/24/innovation-germany-publishing/>. — Назва з екрана.
2. *Entwicklung der Anzahl der Betriebe in der Druckindustrie im Jahr 2020 nach Beschäftigtengrößenklassen*. — Mode of access: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/37873/umfrage/veraenderung-der-anzahl-der-betriebe-in-der-druckindustrie/>. — Title from the screen.
3. *Как работают издательства в Германии: FB-репортаж Ольги Аминовой*. — Режим доступа: <http://ulyanovskcreativitycity.ru/news/kak-rabotayut-izdatelstva-v-germanii-fb-reportazh-olgi-aminovoy/>. — Загл. с экрана.
4. *Buchtitelproduktion: Anzahl der Neuerscheinungen in Deutschland in den Jahren 2002 bis 2019*. — Mode of access: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/39166/umfrage/verlagswesen-buchtitelproduktion-in-deutschland/>. — Title from the screen.
5. *Ausgewählte Kennzahlen zum E-Book-Markt in Deutschland in den Jahren 2018 und 2019*. — Mode of access: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/244743/umfrage/kennzahlen-zum-e-book-markt-in-deutschland-halbjahreszahlen/>. — Title from the screen.
6. *Durchschnittspreis von E-Books in Deutschland in den Jahren 2010 bis 2019 (in Euro)*. — Mode of access: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/232200/umfrage/durchschnittspreis-von-e-books-in-deutschland/>. — Title from the screen.
7. *Електронні книжки завойовують Німеччину*. — Режим доступу: <https://www.dw.com/uk/електронні-книжки-завойовують-німеччину/a-15859251>. — Назва з екрана.
8. *Евстигнеева Г. А. Мировой книжный рынок через призму Франкфуртской книжной выставки-ярмарки: обзор работы международной Франкфуртской книжной выставки-ярмарки (14—18 окт. 2009 г.)*. — Режим доступа: <http://www.gpntb.ru/ntb/ntb/2010/3-евстигнеева.pdf>. — Загл. с экрана.
9. *Ranking der zwanzig größten Verlage in Deutschland nach ihrem Umsatz im Jahr 2019 (in Millionen Euro)*. — Mode of access: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/157647/umfrage/die-zehn-groessten-verlage-in-deutschland-nach-umsatz-im-jahr-2009/>. — Title from the screen.
10. *Durchschnittlicher Buchpreis im deutschen Buchhandel im Dezember 2018 und Dezember 2019 (in Euro)*. — Mode of access: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/952447/umfrage/durchschnittlicher-buchpreis-im-deutschen-buchhandel/>. — Title from the screen.

Mykhaylo Onyshchuk The book industry in Germany

The article analyzes book publishing, book distribution in Germany. Some features and tendencies of development of the German book industry in the modern period are covered. The article analyzes the geography of large publishing centers, shows German publishing houses that have their own history, traditions, market segment, publish books in the relevant field of knowledge, and finally have their own philosophy.

Export markets of German books, problems of distribution of editions abroad are considered.

Book market segments are highlighted.

The role and place of e-book publishing, audiobook sector, e-book are clarified in the general system of the book industry.

The features of book distribution, sales volumes of the largest publishers of Germany, specifics of activity of book trade networks are shown.

Keywords: book industry; book publishing; book distribution; publishing houses; coronavirus pandemic; book market; e-book; audiobook; bookstore; German-speaking countries; publishing industry; polygraphy; market segment; knowledge industry; bestsellers; book reading

References

1. *Innovacijni osoblivosti rozvitku vidavnichogo rinku Nimechchini*. (2021). [Online], available at: <https://gwaramedia.wordpress.com/2015/11/24/innovation-germany-publishing/>.
2. *Entwicklung der Anzahl der Betriebe in der Druckindustrie im Jahr 2020 nach Beschäftigtengrossenklassen*. (2021). [Online], available at: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/37873/umfrage/veraenderung-der-anzahl-der-betriebe-in-der-druckindustrie/>.
3. *Kak rabotayut izdatelstva v Germanii: FB-reportazh Olgi Aminovoj*. (2021). [Online], available at: <http://ulyanovskcreativitycity.ru/news/kak-rabotayut-izdatelstva-v-germanii-fb-reportazh-olgi-aminovoy/>.
4. *Buchtitelproduktion: Anzahl der Neuerscheinungen in Deutschland in den Jahren 2002 bis 2019*. (2020). [Online], available at: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/39166/umfrage/verlagswesen-buchtitelproduktion-in-deutschland/>.
5. *Ausgewählte Kennzahlen zum E-Book-Markt in Deutschland in den Jahren 2018 und 2019*. (2020). [Online], available at: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/244743/umfrage/kennzahlen-zum-e-book-markt-in-deutschland-halbjahreszahlen/>.

6. *Durchschnittspreis von E-Books in Deutschland in den Jahren 2010 bis 2019 (in Euro)*. (2020). [Online], available at: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/232200/umfrage/durchschnittspreis-von-e-books-in-deutschland/>.
7. *Elektronni knizhki zavojuvuyut Nimechchinu*. (2020). [Online], available at: <https://www.dw.com/uk/elektronni-knizhki-zavojuvuyut-nimechchinu/a-15859251>.
8. Evstigneeva G. A. (2009). *Mirovoj knizhnyj rynek cherez prizmu Frankfurtskoj knizhnoj vystavki-yarmarki: obzor raboty mezhdunarodnoj Frankfurtskoj knizhnoj vystavki-yarmarki (14—18 okt. 2009 g.)*. [Online], available at: <http://www.gpntb.ru/ntb/ntb/2010/3-evstigneeva.pdf>.
9. *Ranking der zwanzig grossten Verlage in Deutschland nach ihrem Umsatz im Jahr 2019 (in Millionen Euro)*. (2020). [Online], available at: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/157647/umfrage/die-zehn-groessten-verlage-in-deutschland-nach-umsatz-im-jahr-2009/>.
10. *Durchschnittlicher Buchpreis im deutschen Buchhandel im Dezember 2018 und Dezember 2019 (in Euro)*. (2020). [Online], available at: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/952447/umfrage/durchschnittlicher-buchpreis-im-deutschen-buchhandel/>.

Надійшла до редакції 11 червня 2021 року

УДК 655.4/.5(44)(045)

DOI: 10.36273/2076-9555.2021.6(299).26-31

Лариса Татарінова,

старший науковий співробітник
відділу моніторингу засобів масової інформації

Книжкової палати України,

e-mail: larysa@i.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-002-7950-7773>

Особливості книговидання у Франції

Статтю присвячено особливостям книговидання та книгорозповсюдження у Франції, змінам, що відбувалися у французькій книжковій індустрії протягом століть та останнім часом. Досліджено книгоіндустрію Франції, що як галузь економіки сформувалася ще наприкінці XVIII ст. і за три століття пройшла довгий шлях, розвиваючись та вдосконалюючись, пристосовуючись до нових умов та активно використовуючи досягнення технічного прогресу. Для Франції XIX ст. стало золотою добою літератури, весь європейський світ розмовляв французькою. У XX ст. позиції країни похитнулися, на перше місце вийшли США, Велика Британія та Німеччина. З огляду на ці тенденції нині у Франції надають великого значення книговиданню як способу поширення знань про країну та мову.

Проаналізовано особливості книговидання та книгорозповсюдження у Франції до пандемії COVID-19, висвітлено окремі особливості й специфіку розвитку французької видавничої галузі під час пандемічних обмежень. Доведено, що поширення вірусу зупиняє або суттєво зменшує виробництво книг у Франції. У розвідці проаналізовані зміни, що відбулися в галузі загалом та в окремих її сегментах. Досліджено шляхи розвитку роздрібної торгівлі й торгівлі через інтернет до і під час пандемії у Франції.

З'ясовано роль і місце різних форматів видань у загальній системі книговидання Франції, переваги друкованої книги, значення електронної та аудіокниги в системі цінностей французьких читачів.

Ключові слова: видавнича галузь Франції; видавництва; друкована книга; електронна книга; аудіокнига; самвидав; французький книжковий ринок; Французька асоціація видавців

Постановка проблеми. Особливості розвитку й функціонування книгоіндустрії різних країн світу потребують системного дослідження, що сприятиме активізації видавничої справи України. Вивчення практичних здобутків книговидавничої галузі Франції, що є однією з найуспішніших у світі, на наш погляд, допоможе у розв'язанні проблеми міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних видавництв, визначенні напрямів підвищення економічної ефективності у сфері книговидання й книгорозповсюдження України.

Аналіз попередніх досліджень і публікацій. Питання розвитку світової видавничої галузі розглянуто у працях М. Сенченка, О. Афоніна, С. Водолазької, О. Сухорукової та інших. Зважаючи на те, що зазначені розвідки було проведено в межах 2008—2014 рр., постало завдання проаналізувати тенденції розвитку видавничої галузі у провідних країнах світу на сучасному етапі. Огляд наукових публікацій свідчить, що в Україні до цього часу не було здійснено комплексного дослідження особливостей видавничої галузі Франції в нинішніх умовах.

Науковий пошук досягнень індустрії книговидання напередодні та під час пандемії COVID-19 дасть змогу визначити перспективи розвитку галузі з огляду на наслідки від карантинних обмежень, а також з'ясувати можливості поступового переходу від друкованої до електронної публікації.

Метою дослідження є виявлення тенденцій розвитку книговидання у Франції на сучасному етапі; аналіз культурних традицій та економічних чинників, що впливають на прогрес галузі та піднесення її конкурентоспроможності на світовому ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Французьке книговидання — це галузь, що динамічно розвивається, вона доволі розгалужена, з концентрацією капіталу в кількох великих видавничих компаніях. Серед найбільших видавництв країни вирізняється "Ашетт" (Hachette), створене 1826 р. Нині випускає майже 50 млн книг на рік, а також опікується розповсюдженням літератури.

"Ашетт" (Hachette), "Лярусс" (Larousse), "Галлімар" (Gallimard) — потужні концерни, що тісно пов'язані з