

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: видавничі 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

фінансовими та промисловими монополіями. Наприклад, видавництво "Ашетт" пов'язано з Паризько-Нідерландським банком, кланом Ротшильдів, Паризьким товариством електроенергетики. Через Паризько-Нідерландський банк зв'язки "Ашетт" простягаються до американського банкірського дому Морганів. Концерн є фактичним господарем найбільшого газетного об'єднання Франції "Франпар" (Franpar), однієї з найбільших паризьких друкарень, низки паперових фабрик тощо.

Водночас кількість незалежних дрібних видавництв постійно скорочується внаслідок процесів концентрації.

Однією з характерних особливостей книжкової справи Франції є дедалі виразніші тенденції до підпорядкування американському капіталу. Як приклад наведемо зв'язок французьких видавництв з американською групою "Тайм Лайф" (Time Life), що одночасно бере участь в італійському та західнонімецькому книговидаванні. Найбільше американське видавництво "МакГроу Хілл" (McGraw Hill) співпрацювало з французьким журналом "Експрес" (Express).

Видавництво "Фламмаріон" (Flammarion) створило разом з американською фірмою "Джон Вайлі та сини" (John Wiley & Sons) товариство з обмеженою відповідальністю з видання медичної та науково-технічної літератури. Розвивається кооперація французьких видавництв з італійськими, німецькими, швейцарськими та іншими закордонними фірмами, а також між окремими французькими видавництвами, що дає змогу знизити витрати на виробництво та розширити коло читачів, а отже й збільшити доходи. Наприклад, видавництво "Жюйар" (Julliard) розпочало кооперативну співпрацю з "Галлімар" (Gallimard) у виданні серії "Архіви"; "Фламмаріон" (Flammarion) спільно з "Гарньє" (Garnier Frères) випустило низку поліпшених книг кишенькового формату тощо.

Книжкову індустрію Франції суттєво підтримує держава. Це, зокрема, ухвалення відповідних законів, що забезпечують не лише особливий режим у сфері видання та розповсюдження книг, а й успішне функціонування незалежної книжкової торгівлі. Це й податкові пільги, передбачені для видавців (податок на додану вартість на друковані книги становить 5,5%, тоді як для інших галузей — 19%). Це й пряма фінансова допомога держави, і фіксована ціна на видання, яку регламентує "закон Ланга" від 1981 р. Згідно з цим законодавчим актом, що дістав назву від прізвища тодішнього міністра культури (Loi Lang), видавець має визначити ціну для кожної книги й друкувати її на звороті. Роздрібні торговці не можуть продавати книгу зі знижкою більш ніж 5% від ціни, встановленої видавцем. "Ціна на книгу повинна бути однаковою всюди — і у великому книжковому магазині в Парижі, і в супермаркеті маленького містечка". Закон сприяє стабільності ринку та надає можливість урівноважувати інтереси головних учасників процесу доведення книги від автора до читача. Конкуренція між видавництвами й книготорговельними організаціями відбувається не в цінній політиці, а за критеріями якості та кількості послуг.

Особливо відчутною підтримка держави була під час пандемії. Міністр культури Ф. Рістер анонсував інформацію про пакет екстреної допомоги в розмірі 22 млн євро (24,3 млн дол. США) для культурного сектору, з яких 5 млн євро (5,5 млн дол. США) призначено для книжкової індустрії.

У Франції функціонує чимало організацій, що певною мірою регулюють діяльність видавничої галузі, однією з яких є Державний центр книги (Le Centre national du livre, CNL). Його головна мета — збереження різноманітності та якості книжкової продукції, а також надання позик і стипендій авторам, перекладачам, видавцям, бібліотекам та книгарням. Le Centre national du livre також координує дії між усіма учасниками ланцюга створення й розповсюдження книги (авторами, видавцями, розповсюджувачами, книгарнями та бібліотеками). На початку пандемії COVID-19 правління CNL проголосувало за спрощення критеріїв подання заявок на отримання субсидій для видавничої індустрії.

Інтереси книговидавців представляє і Товариство видавців та книготорговців (Le Cercle de la librairie), створене 1847 р. У 1892 р. під його егідою було засновано Національний синдикат видавців Франції (Le Syndicat national des editeurs), що об'єднує багатьох учасників книжкового ринку.

Франція є великим експортером на міжнародних книжкових ринках. Основні напрями експорту літератури — франкомовні країни (Бельгія, Люксембург, Швейцарія, Канада, Алжир і Марокко), на частку яких припадає 73% усього книжкового експорту Франції. За ними йдуть США, ФРН, Італія та інші країни Західної Європи, Африки й Америки.

У 1950 р. було створено "Постійний комітет французької книги за кордоном" (Le Comité permanent du livre français à l'étranger). Це консультативний орган із питань розповсюдження французької книги за кордоном, що забезпечує уряд відповідною оперативною інформацією. Особливо ефективно працював виконавчий орган комітету — Національна асоціація французької книги за кордоном (L'Association nationale des éditeurs de livres, ANEL), що видає різноманітні каталоги та бібліографічні видання, влаштовує виставки, проводить рекламні кампанії у пресі, на радіо та телебаченні [1].

У Франції налічується 2,7 тис. поліграфічних підприємств, майже 40% яких працюють у Парижі. Попри високий рівень розвитку поліграфічної промисловості, через чималі податки, високу вартість робочої сили, поліграфічного обладнання та паперу значну частину французьких видань друкують за кордоном: у Бельгії, Італії, Нідерландах.

Щодо системи ціноутворення в сегменті масових книг зазначимо, що лише 20% становить собівартість книги, приблизно 50% роздрібною ціною отримують книгорозповсюджувачі (майже 20% — гуртовики та майже 30% — книгарні), 20% становить прибуток видавця і 10% — авторський гонорар [2].

Переходячи до структури книгорозповсюдження, варто зауважити, що до пандемії COVID-19 більшість

літератури у Франції реалізовували через крамниці різного типу й невелику частину — через канали позамагазинної торгівлі. Майже 27,4% видань продавали через спеціалізовані книгарні, 20% — через супермаркети, ще 20% — через крамниці змішаного типу, що торгують книжковою, аудіо-, відео- та мультимедіапродукцією, 20% — через книжкові клуби, 12,6% — через інтернет та поштові служби [2].

Популярною формою книгорозповсюдження є книжкові клуби. Це об'єднання передплатників, які доручають обраному правлінню клубу викупати книги у видавництва за попередніми заявками з каталогів. Видання для передплатників зазвичай коштують дешевше, ніж у книгарнях, оскільки не передбачають витрат на посередників.

Незважаючи на те, що інтернет-крамниці широко увійшли в повсякденне життя споживачів, до пандемії французькі читачі вважали за краще купувати літературу у традиційних книгарнях. Згідно з даними, опублікованими в щорічнику Ж. Мерме "Франкоскоп 2030" (Francoscopie 2030) за 2018 р., тільки 12,6% проданих книг було реалізовано через всесвітню мережу [3]. Пандемія COVID-19 змінила це співвідношення докорінно. За останніми даними, 63% французів у 2020 — на початку 2021 р. замовляли книги через інтернет. Обсяги продажу видань у фізичних книгарнях скоротилися на 57,1%.

На думку експертів, у кризові періоди роль книги значно зростає. У статті "Чому книга опирається кризі" журналіст "Фігаро" М. Айсан виокремив кілька причин, через які книга зазнає негативного економічного впливу менше, ніж преса, індустрія кіно та музики. На його думку, головний чинник — психологічний. Цей погляд поділяє і президент Національного синдикату видавців Франції С. Ейроле: "Книга залишається справжнім притулком для французів. У паперу є майбутнє, навіть попри динамічний розвиток сектору цифрової книги. Інтернет не зміг витіснити з ужитку французів книгу традиційну. Більшість читачів розцінюють книгу як предмет незамінний" [4].

Окремої уваги варта роль бібліотек у системі книгорозповсюдження Франції. Бібліотечні установи користуються неабиякою популярністю серед населення. Зокрема, дослідження, проведене Центром вивчення і спостереження умов життя (Credoc), свідчить, що бібліотеки посідають друге місце після кінотеатрів поміж найбільш відвідуваних культурних установ Франції. У країні функціонує розгалужена бібліотечна система, до якої входять як безоплатні, так і платні бібліотеки. Число міських книгозбірень сягає трьох тисяч, і саме до них найчастіше звертаються французькі читачі. Останніми роками бібліотеки було суттєво модернізовано й реорганізовано в медіатеки, що здійснюють активну культурну діяльність. Без сумніву, любов і шанобливе ставлення до книги можна назвати однією з рис національного французького характеру.

Стосовно відносин між видавцями та бібліотеками, то дослідники констатують припинення "війни", що точилася через ціну на електронні книги для

бібліотек. Видавці намагалися продавати їм літературу за ціною, що перевищувала роздрібну в 4—5 разів, аргументуючи, що одним електронним файлом у бібліотеці зможе користуватися необмежена кількість читачів.

У лютому 2020 р. попит на електронні книги зростає як у роздрібній торгівлі, так і в бібліотеках. Видавці оголосили про припинення конфронтації. У середині березня 2020 р., коли реальність пандемії стала очевидною, десятки видавців знизили ціни на електронні та аудіокниги й зняли обмеження для бібліотек. Бібліотечний агрегатор електронних книг Overdrive повідомив, що до літа 2020 р. обсяги щотижневого випуску цих видань зросли майже на 50%. Окрім того, послуги шкільних бібліотек із видачі електронних книг майже втричі перевищили рівень 2019 р.

Дохід від продажу електронних книг за 2020 р. зріс на 20,4% у порівнянні з позаминулим роком. Станом на першу третину 2021 р. продажі електронних книг зросли вже на 16,5% відносно такого самого періоду 2020 р.

Книга й читання є однією з провідних тем французьких ЗМІ. Передачу "Маска і перо" (Le Masque et la plume), присвячену художній літературі, можна почути на радіостанції "Франс Інтер" (France Inter), а також в інтернеті (<https://www.franceinter.fr/emissions/le-masque-et-la-plume>). Передача вперше вийшла в ефір 1955 р., проте інтерес до неї не згасає й досі. Телевізійні канали також транслюють щоденні та щотижневі передачі, присвячені літературі й письменникам, як-от: "За книгою в день" (Un livre un jour), що виходить на каналі "Франс 3" (France 3) або в інтернеті (<https://www.france.tv/france-3/un-livre-un-jour/>); "Книжковий корабель" (Le Bateau livre) на каналі "Франс 5" (France 5); "Вільні уми" (Les Esprits libres) і "Літературне кафе" (Le Café littéraire) на каналі "Франс 2" (France 2) та інші.

Не менш уважна до питань книговидання й французька преса, причому це стосується не тільки спеціалізованих видань на кшталт "Лівре Ебдо" (Livres Hebdo), "Лір" (Lire), а й найпопулярніших щоденних газет, наприклад, "Монд" (Le Monde), "Фігаро" (Le Figaro), "Ліберасьон" (Liberation) та інших. Однією з усталених традицій є широке висвітлення літературного життя країни. Зокрема, газети завжди відгукуються на вихід майже всіх цікавих книжкових новинок. Не залишаються осторонь уваги преси й значущі літературні події, як-от книжкові салони та ярмарки. Так, до щорічного Паризького книжкового салону виходять спеціальні випуски газет "Монд" і "Фігаро", повністю присвячені ярмарку [5].

Одне з найважливіших питань, що регулярно потрапляє до зони уваги ЗМІ, — літературні премії, що є невід'ємною частиною культурного та літературного життя Франції. У країні започатковано понад дві тисячі літературних нагород, сезон яких традиційно розпочинається восени з оголошення списків номінантів. Найпопулярніші видання буквально змагаються за право першими опублікувати списки

номінантів на найпрестижніші літературні премії — Гонкурівську, премії Медичі й Ренодо, Гран-прі Академії наук. Лауреати премій стають відомими пізніше, в листопаді—грудні. Крім того, останніми роками багато ЗМІ (зокрема, газети "Фігаро" і "Монд") знаходять нові форми взаємодії та співпраці з книговидавцями, наприклад, випускають книжкові колекції, що пропонують до уваги читачів як класику, так і новинки сучасної літератури.

Майже кожна з великих видавничих груп має власну компанію з розповсюдження книг, оскільки це одна з найприбутковіших сфер діяльності видавців. Водночас постає загроза традиційним книгарням, оскільки без їхнього посередництва зростають онлайн-продажі. Проте далеко не всі фахівці поділяють такі песимістичні прогнози. Історик книги Ж.-І. Мольє вважає: "Безсумнівно, нові технології, що дають змогу мати при собі колосальну бібліотеку, дістають дедалі більшого поширення. Однак це не скасує ані лист, ані книгу в добре знайомих нам формах. Просто їхня роль у суспільстві певною мірою зменшиться. Протягом 24 годин на добу, ми, як і раніше, знаходитимемо час для читання газет і журналів, надрукованих на папері, слухатимемо радіо, дивитимемося телевизор, користуватимемося комп'ютером і читатимемо книги. Книга не залежить від носія. У стародавні часи вона існувала у формі сувою, а потім у формі зошита. Завтра вона існуватиме у вигляді найтоншого дисплея. Проте сама книга при цьому не зникне" [1].

Інші фахівці з історії книги, зокрема Б. Івер, який у 2005—2009 рр. обіймав пост президента Національного центру книги, також вважає, що негативні прогнози не мають достатніх підстав. Цієї теми він торкнувся в інтерв'ю газеті "Фігаро": "Книзі неодноразово пророкували смерть. У XIX столітті, коли видавці стали випускати книги ціною в один франк, багато хто вважав, що ця промоція швидко зійде нанівець і не матиме популярності. Потім з'явилося радіо, телебачення й, нарешті, комп'ютер. Однак книги все одно існують, продовжують видаватися, і, що найголовніше, продаватися".

На думку Б. Івера, "книга в її традиційному вигляді повинна існувати насамперед для відпочинку й читання для задоволення. Різні енциклопедії, словники, посібники можуть існувати і на екрані комп'ютера. Це не позбавить книгу її магії. Можна, як і раніше, залишатися бібліофілом, збирати рідкісні видання та колекції, але водночас читати задля інформації та освіти з екрана" [6].

Самвидав. Сьогодні у Франції, як і у всьому світі, набирає обертів самвидав. Автор може викласти книгу на всесвітньо відомих видавничих платформах, як-от Amazon чи Kobo, де також розміщують франкомовні книги, або на Actes Sud, де французька мова є головною. Водночас знавці радять автору-початківцю звернутися до видавництва, що розглядають рукописи молодих письменників і шукають таланти. Якщо видавництво вирішить підписати з автором контракт, то надасть редакційні послуги, компенсує витрати на друк і розповсюдження, книга з логотипом видавничої

компанії швидше стане популярною та зможе претендувати на літературні премії й нагороди. Молодим авторам фахівці радять надсилати рукописи до таких видавництв:

1. Les Éditions Gallimard — найбільше незалежне видавництво Франції, засноване 1911 р. Г. Галлімаром. Одне з трьох найпотужніших інтелектуальних видавництв Франції разом із Les Éditions du Seuil та Les Éditions Grasset. Щороку публікує майже 800 назв видань.

2. Le Groupe Flammarion — четвертий за величиною видавничий концерн Франції, який складається з численних окремих видавництв. Видавнича група об'єдналася навколо однойменного видавництва, заснованого 1876 р. Е. Фламмаріоном.

Сьогодні, крім видавництв, до групи входять підприємства з розповсюдження та роздрібного продажу книжкової продукції, а також друкарні. Щорічно видає приблизно 500 книг.

3. Les Éditions Milan — створено 1980 р. у Тулузі групою друзів: П. Аміном, А. Оріолом, Б. Грімо та М. Мазері. Публікує переважно літературу для молоді, але також цікавиться філософією та соціологією; не видає художню літературу для дорослих, сучасну поезію чи п'єси. Щороку виходить майже 300 нових назв.

Дитячий психіатр М. Руфо зазначав про книги для дітей видавництва Les Éditions Milan так: "Ці книги створюють чудовий діалог! Вони підтримують дітей на основних етапах їхнього життя та їхнього формування. Вони дійсно стосуються дітей, подаючи руку допомоги батькам. Читання цих книг — це обіцянка пережити разом прекрасну подорож. Дитина та батьки, які читають книгу, є товаришами по команді на одному вітрильнику. Усі діти мають величезну здатність і бажати вчитися, видавництво знає основи навчання та прагне захопити дітей. Усі книги видавництва надають доступ до бази знань, емоційних пригод, позитивних моделей для наслідування, відкривають нескінченні перспективи. Les Éditions Milan має впевненість у талантах дітей і надає впевненість усім дітям... та їхнім батькам".

4. Les Éditions Baudelaire — створено 2007 р. у Ліоні. Група Hachette, як партнер видавця, розповсюджує літературу, що її видає "Бодлер". Особливі умови публікації книги у Les Éditions Baudelaire — видавець не спонсорує автора. Витрати на друк та розповсюдження автор і видавець ділять згідно з договором.

5. Les Éditions de Minuit — засновано під час німецької окупації 1941 р. у Парижі Ж. Брюллером і П. де Лескуре. Перша опублікована книга — славнозвісна "Le Silence de la mer" ("Мовчання моря") 1942 р. — стала першим словом літератури французького Опору; написана Ж. Брюллером під псевдонімом Веркор.

У Les Éditions de Minuit виходять друком есе, романи та театральні п'єси. Видавець цінує у книзі якісний текст та оригінальне мислення. Les Éditions de Minuit здобуло три Нобелівські премії у своєму каталозі видань: С. Бекет, К. Саймон, Е. Візель.

6. Le Groupe Hachette Livre — акціонерне товариство з видавництва та розповсюдження книг та

періодики. Створено 1919 р. у Парижі на базі книговидавничої та торговельної фірми Л. Ашетта, заснованої 1826 р. Щороку видає понад 50 млн і розповсюджує 80 млн книг; 2017 р. випустило 2449 назв книг [7].

Аудіокниги. Два роки перед пандемією COVID-19 позначилися сплеском діяльності видавців аудіокниг. Наприкінці 2017 р. Actes Sud започаткував власний каталог звукових видань. Група Editis у червні 2018 р. також створила каталог і запропонувала передоплату аудіокниг. Google і Kobo уклали угоди про завантаження й можливість прослуховування книг на мобільних пристроях Fnac та Orange. Збільшення обсягів випуску аудіокниг у форматі MP3 дає змогу прослуховувати літературні твори на різноманітних мобільних пристроях без обмежень у часі та просторі [6].

Після шести років упевненого зростання показників темпи продажу аудіокниг значно уповільнилися. У 2019 р. обсяги реалізації зросли тільки на 16,4% проти 34,7% 2018 р.; 2020-го — лише на 15%. Дані 2021 р. демонструють зростання на 13,9% відносно того самого періоду 2020 р.

Сервіс Overdrive, що моніторив щорічне зростання попиту на аудіокниги, зауважує про його зменшення в умовах пандемії. Можливою причиною експерти вважають те, що читачі, які слухали книги в автомобілі (або під час поїздки у громадському транспорті), не відвідували офіс під час карантинних обмежень.

Загалом, аналізуючи статистичні дані, доходимо висновку, що динаміка ринку аудіокниг є позитивною, лише темпи зростання стали повільнішими.

Відповідаючи на запитання, як функціонує книжкова індустрія Франції в добу цифрових технологій, можемо стверджувати, що видавнича сфера цілком успішно адаптується до запитів часу. У країні активно впроваджують програми з оцифрування культурної спадщини, що забезпечать інтернет-користувачам доступ до безмежного літературного простору; модернізують бібліотечну мережу, завдяки чому бібліотечні установи трансформуються в новітні культурні центри.

Що ж воліють читати французи? Спеціалізований книжковий журнал "Лівре Ебдо" щорічно проводить дослідження, які виявляють найвищий показник продажів книги. Згідно з даними часопису, останні п'ять років у Франції лідерами продажів стають автори масової розважальної літератури, що, безсумнівно, доволі показово та відображає тенденцію, властиву не тільки Франції, а й всьому світові [8; 9].

Упевненим попитом у французів користуються книги в паперових м'яких обкладинках, що пояснюється їх невисокою ціною. Крім того, впродовж багатьох десятиліть французи демонструють глибоку прихильність до книг кишенькового формату (Le Livre de poche). Безумовно, важливу роль відіграє нижча ціна такої літератури. Для порівняння: середня ціна книги в м'якій обкладинці невеликого формату становить від 5 до 10 євро, а в палітурці — 15—17 євро та вище. Варто зауважити, що найбільші французькі видавництва традиційно приділяють значну увагу випуску книг зменшеного формату. Багато видавців

десятиліттями друкують серії. Велика частина художніх творів (як класики, так і сучасної літератури) виходить у різних варіантах: великого й кишенькового формату.

Висновки. Аналіз особливостей книговидання у Франції свідчить, що цій галузі притаманні такі риси, як високий ступінь концентрації, активний розвиток окремих секторів (наприклад, дитячої та юнацької книги) і доволі стабільний читацький попит.

Як стало зрозуміло з аналітичних звітів, вплив COVID-19 на видавничу галузь загалом, продаж книг і ланцюг постачання виявився меншим, ніж експерти пророкували на початку пандемії. Несподіваних банкрутств видавничих підприємств не сталося. Проблеми з ланцюгами постачання, що на початку пандемії здавалися катастрофічними, здебільшого було розв'язано. Не ідеально, але галузь працює — книги друкують, розповсюджують і купують.

Книгоіндустрія Франції в загальному підсумку демонструє зниження обсягів віддрукованих книг і зростання сегмента електронних. За спостереженнями експертів, французи щороку читають дедалі менше, середньостатистичний громадянин останні п'ять років читає по одній книзі на рік. З подальшим розвитком ринку електронної книги зростає дослідницький інтерес до проблеми зміни читацьких уподобань аудиторії.

Утім, загальні тенденції, властиві сучасній видавничій справі у Франції, зберігатимуться й надалі. Серед них — зростання інтересу до юнацької літератури, підвищення популярності електронних та аудіовидань.

Наслідки COVID-19 для книговидавничої справи є доволі відчутними. Більшість видавців отримали значні доходи у 2020 р., але з продажів за категоріями, що відображають короткострокові соціальні реалії, а не структурні галузеві розробки. Тобто ці доходи ситуативні, вони не надають поштовху до розвитку, а лише підтримують галузь "на плаву".

Зміни в роздрібній торгівлі теж багато про що свідчать. Відтепер видавці мають насамперед враховувати продажі через інтернет та уважніше ставитися до цифрової реклами.

Хоча після закінчення пандемії спричинені COVID-19 зрушення можуть сповільнитися чи навіть повернутися до "допандемічних норм", є всі підстави вважати, що суттєві зміни відбуватимуться й надалі.

Феномен сучасного французького книговидання полягає в тому, що велику частку продажів забезпечують найгучніші бестселери, які пропонують читачам у багатьох варіантах: великого чи кишенькового формату, в подарункових версіях, електронних та аудіоформатах.

Безумовно, традиційна друкована книга не втратить вагомого значення навіть за умови подальшого інтенсивного розвитку цифрових технологій. Вона цілком може співіснувати з книгою цифровою, певною мірою трансформуватися, виходити на нові піки популярності, водночас залишаючись одним із найвеличніших винаходів людства.

Список використаної літератури

1. *Mollier J.-Y.* L'édition, la presse et pouvoir en France en XX siècle / J.-Y. Mollier. — Paris, 2010. — P. 17.
2. *Bommelaire C.* Le livre a encore un bel avenir / C. Bommelaire // Le Figaro. — 2010. Mars, 31. — Mode of access: <http://www.lefigaro.fr/livres/2020/03/31/03005-20100331ARTFIG00420-le-livre-a-encore-un-bel-avenir-.php>. — Title from the screen.
3. *Mermet G.* Francoscopie 2030 / Gérard Mermet. — Paris, 2019. — 544 p.
4. *Denuit D.* L'édition française résiste bien / D. Denuit // Le Figaro. — 2019. — Octobre, 23. — Mode of access: <http://www.lefigaro.fr/medias/2019/10/23/04002-20091023ARTFIG00605-l-edition-francaise-resiste-bien-.php>. — Title from the screen.
5. *Aissaoui M.* Pourquoi le livre résiste la crise / M. Aissaoui // Le Figaro. — 2019. — Mars, 23. — Mode of access: http://recherche.lefigaro.fr/recherche/access/lefigaro_fr.php?archive=BszTm8dCk78atGCYonbyzmlnzOJMg84RVcYCzsy2kJNz69RbVVsdS7MLBS%2B7VS4%2Fu2IGtjAq08M%5D. — Title from the screen.
6. *Aissaoui M.* Un Français sur cinq prêt à lire sur un écran / M. Aissaoui // Le Figaro. — 2019. — Mars, 25. — Mode of access: http://recherche.lefigaro.fr/recherche/access/lefigaro_fr.php?archive=BszTm8dCk78atG. — Title from the screen.
7. *Chiffres clés de l'édition* — Syndicat national de l'édition 2019. — Mode of access: <https://www.sne.fr/economie/chiffres-cles>. — Title from the screen.
8. *Les chiffres de l'édition 2018—2019. Rapport statistique du sne.* — Mode of access: https://www.sne.fr/app/uploads/2019/06/RS19_Synthese_Web01_VDEF.pdf. — Title from the screen.
9. *L'édition française résiste aux turbulences* // Le Figaro. — 2019. — Mars, 13. — Mode of access: <http://www.lefigaro.fr/medias/2009/03/19/04002-20090313ARTFIG00011-l-edition-francaise-resiste-aux-turbulences-.php>. — Title from the screen.

Larysa Tatarinova

Features of book publishing in France

The article is devoted to the peculiarities of book publishing and book distribution in France, changes in the French book industry over the centuries and recently. The French book industry is studied. Book publishing (as a branch of the country's economy) appeared in France at the end of the 18th century, and in the five centuries of its existence book publishing has come a long way, developed and improved, adapted to new conditions and actively used all the achievements of technical progress. The nineteenth century was the golden age of French literature. The European world spoke French. In the twentieth century France's position faltered. The United States, Great Britain and Germany took the first place. Therefore, in France, great importance is attached to book publishing as a way to spread knowledge about France and the French language.

The article analyzes the features of book publishing and book distribution in France before the COVID-19 pandemic, highlights some features and trends in the development of the French publishing industry during the pandemic restrictions.

The spread of the virus to stop or significantly reduce book production in France. The exploration analyzes the changes that have taken place in the industry as a whole and in its individual parts. The ways of development of retail trade and internet-trade before and during the pandemic in France are investigated.

The role and place of different book formats in the general system of book publishing in France, the advantages of a printed book, the place of an e-book and an audiobook in the value system of French readers are clarified.

Keywords: French publishing industry; publishing houses; printed book; eBook; audiobook; self-published; French book market

Надійшла до редакції 15 червня 2021 року

СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

УДК 075:316.77-049.5](477)(045)

Іван Чиж,

заслужений журналіст України,
голова Комітету у Верховної Ради України
з питань свободи слова та інформації (1998—2000),
голова Держкомтєлерадіо (2002—2006),
e-mail: ichizh@meta.ua

Післямова чи пролог?..*

(до питання про інформаційний суверенітет та інформаційну безпеку особи, суспільства, держави)

Реалізація ефективної зовнішньої політики, зокрема формування позитивного іміджу країни, неможлива, на мій погляд, без наявності спеціалізованого державного інформаційного ресурсу. Приватні та суспільні мовники не в змозі адекватно реагувати на сучасні зовнішньополітичні виклики. Це одна з основних функцій держави.

У цьому контексті потужними інформаційними джерелами, що працюють на захист національних інтересів за межами України є державна телерадіокомпанія "Всесвітня служба "Українське телебачення і радіомовлення", Всесвітня служба іномовлення Національної радіокомпанії України, Українське національне інформаційне агентство "Укрінформ". В інтересах

* Закінчення. Початок див. Вісник Книжкової палати. 2021. № 5. С. 22—26.