

Міністерство освіти та науки України
Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола

Циклова комісія дисциплін
видавничої справи та редагування

ДИПЛОМНА РОБОТА

на тему:

**Концепція діяльності видавництва «Vivat»
на книговидавничому ринку України**

Виконала:
студентка групи В-41
відділення комп'ютерних та
видавничих технологій
Ленько Тетяна Романівна

Науковий керівник:
кандидат філологічних наук
Вишневська Галина Богданівна

Оцінка _____

Тернопіль — 2020

**Ленько Т. Р. Концепція діяльності видавництва «Vivat»
на книговидавничому ринку України. Рукопис.**

Дипломна робота на здобуття кваліфікації молодшого спеціаліста зі спеціальності «Журналістика». Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола. Тернопіль, 2020. 77 с.

Роботу присвячено дослідженню концепції діяльності видавництва «Vivat» на книговидавничому ринку України. Здійснено типологічну характеристику «Vivat». Проаналізовано автуру, яка залучена до співпраці у видавництві. Специфіку роботи над зовнішнім та внутрішнім оформленням видань.

На основі проведеного дослідження подано рекомендації щодо оптимізації роботи видавництва.

Ключові слова: *видавництво, література, «Vivat», видавнича справа, художньо-технічне оформлення.*

ЗМІСТ

РОЗДІЛ І. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ВИДАВНИЦТВ	7
1.1. Діяльність українських видавництв періоду незалежності.....	7
1.2. Типологічна характеристика видавництв України.....	15
1.3. Нормативно-законодавча база видавничої діяльності в Україні (1991-2020 рр.)	20
РОЗДІЛ ІІ. ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ВИДАВНИЦТВА «VIVAT».....	29
2.1. Історія становлення видавництва «Vivat».....	29
2.2. Типологічна характеристика видавництва	34
2.3. Напрямки діяльності та організаційна структура	38
РОЗДІЛ ІІІ. КРИТЕРІЇ УСПІХУ ВИДАВНИЦТВА «VIVAT».....	43
3.1. Тематико-типологічний аналіз видавничого репертуару	43
3.2. Видавнича продукція крізь призму автури та читачів	47
3.3. Художньо-технічне оформлення та поліграфічне втілення видавничої продукції.....	51
3.4. Рекомендації щодо оптимізації діяльності видавництва	55
ВИСНОВКИ.....	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	62
ДОДАТКИ	67

ВСТУП

Українська книга є невід'ємною складовою світової культури, феноменом загальнонаціонального культурного процесу. Протягом історичного розвитку набула авторитету і слави в усьому світі. Своєю могутньою духовною силою просвітницького і патріотичного впливу на читача, талантом і розумом її творців утвердилася як джерело невичерпної мудрості багатьох поколінь.

На початок третього тисячоліття у нашій державі утворилася плеяда професійних видавців, які майстерно продовжують традиції своїх попередників на ринку книговидавництва, продукуючи високоякісні, конкурентоздатні книги європейського рівня. Це засвідчують численні книжкові ярмарки, виставки, форуми видавців. Можна стверджувати, що книги українських видавництв стрімко завойовують прихильність аудиторії.

Стан української видавничої справи на сучасному етапі досліджували: Ю. Мельник, Е. Огар, З. Партико, М. Тимошик, В. Теремко. Проте комплексним дослідженням видавництва ще не приділена належна увага. Пізнавальним є дослідження В. Хоню, яке присвячено видавництву «Вік». Ґрунтовно студіює видавництво «Апріорі» Ю. Винничук.

Актуальність запропонованої розвідки полягає в тому, що концепція видавництва «Vivat» ще не студіювалась.

Так, **новизна** дослідження полягає в тому, що воно проводиться вперше в Україні.

Мета дипломної роботи — дослідити діяльність видавництва «Vivat», від історичних відомостей та статистичних даних до окреслення його ролі у розвитку українського книговидання.

Для досягнення поставленої мети виділяємо наступні **завдання**:

- дослідити діяльність українських видавництв періоду незалежності;
- з'ясувати типологію видавництв;
- виявити нормативно-законодавчу базу видавничої діяльності в Україні;

- простежити діяльність видавництва «Vivat» в хронологічному аспекті;
- окреслити напрями діяльності;
- виявити організаційні засади;
- вивчити принципи формування автури і читацької аудиторії;
- з'ясувати особливості тематики та поліграфічного виконання видань видавництва;
- визначити роль видавництва у творенні системи інформування про видання і мережі книгрозповсюдження.

Об'єкт дослідження — діяльність видавництва «Vivat».

Предмет дослідження — різні аспекти діяльності: соціально-економічні, історичні, політичні умови, формування репертуару, авторської і читацької аудиторії, взаємодія з іншими суб'єктами видавничого процесу.

Методи: ретроспекції (простеження історії видавництва), типологізації (типологія видавництв, основні напрями діяльності), анкетування (визначити правильність комунікації видавництва з аудиторією), описовий (опис роботи та порівняння з іншими видавництвами), узагальнення (наведення висновків).

Теоретичне значення полягає у поглибленні теоретичних знань про діяльність сучасного українського видавництва, специфіку його роботи, принципи добору матеріалу та особливості роботи редактора над ним.

Практичне значення. Результати дослідження можуть бути використані під час викладання курсів «Історія видавничої справи», «Книгознавство», «Вступ до спеціальності», «Редагування художньої та дитячої літератури» та под., дослідникам у сфері видавничої справи та редагування.

Апробація. Дипломну роботу було апробовано на студентській конференції в Галицькому коледжі імені В. Чорновола. Роботу нагороджено грамотою 3 ступеня.

Структура. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (54 позиції) та додатків. Загальний обсяг роботи становить 77 сторінок друкованого тексту. Основний текст викладено на 67 сторінках.

РОЗДІЛ І. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ВИДАВНИЦТВ

1.1. Діяльність українських видавництв періоду незалежності

Під видавництвом розуміємо: «Створене у відповідній організаційно-правовій формі підприємство, діяльністю якого є підготовка, випуск і реалізація різних видів друкованих, електронних та комбінованих видань» [29, с. 35].

Так, діяльність українських видавництв свого часу студіювали: О. Афонін, С. Буряк, О. Васьківська, М. Женченко, А. Миколаєнко, Н. Музиченко.

«За даними «Книжкової палати» України, поглиблення економічної кризи «зменшило і без того низький попит на друковані видання: українці стали менше витрачати на товари першої необхідності, а на книжки — й поготів. До того ж, непрості умови ведення бізнесу й відсутність державних програм гальмують створення якісної пропозиції» [19].

Кураторка «Книжкового Арсеналу» О. Жук зазначає: «Читачі стали більш вимогливими, вони купують менше, але хочуть мати справді вартісну книгу, яку приємно буде мати у своїй домашній бібліотеці. Це скорочення прірви між видавничими смаками й смаками аудиторії не може не тішити» [18].

Дослідник О. Афонін у праці «Книжковий ринок: позаду залишаються скептики» директор «Асоціації книговидавців та розповсюджувачів» стверджує, що «у порівнянні з 2016-2017 рр. у 2018 р. обсяг виданих книжок зменшився на 20 % за назвами, а за сумарними накладками на 50 %. Продажі скоротилися на 35-40 %. Із 1200 українських видавництв лише близько ста створюють нову продукцію, а не займаються додруком старих книжок. У 2019 р. порівнянні з 2018 р. за даними Книжкової палати України, відбулося зростання на майже 8 %, а за накладками на 30,26 %» (Див. Рис. 1) [18].

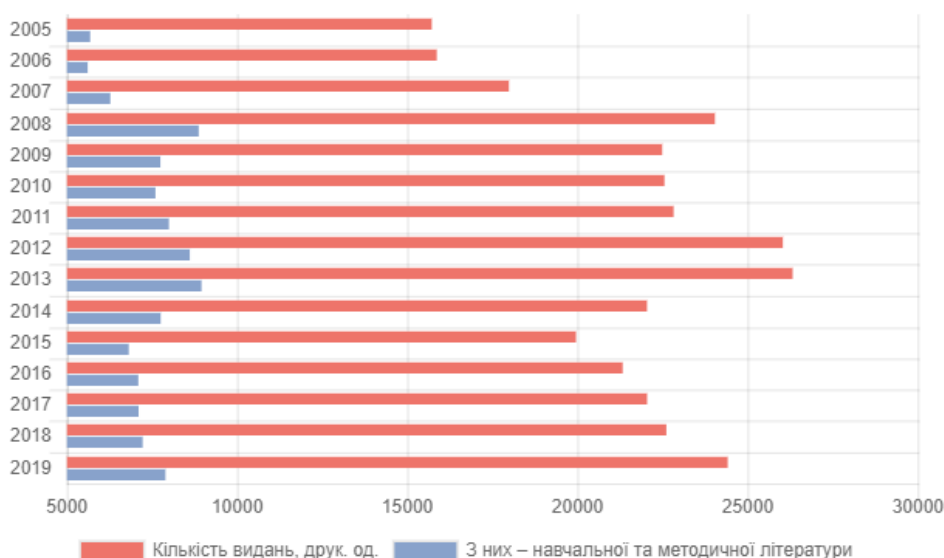


Рис.1 Кількість видань за роками

Генеральна директорка видавництва «Vivat» у своєму блозі вказує, «що, з одного боку, можна констатувати: за назвами книговидавання вийшло з післяреволюційної кризи. Позитивну динаміку, ймовірно, можна пояснити тим, що нарешті запрацювала програма поповнення бібліотечних фондів від Українського інституту книги, яка фактично профінансувала вихід 741 назви книжок від 92 видавців на 120 мільйонів гривень. А з іншого боку, чи була б така позитивна динаміка без державних асигнувань — сказати важко, у 2018 р. держава виділила лише 87 мільйонів гривень» (Див. Додаток Б) [15].

Вважаємо, що динаміку можна пояснити не лише державним регулюванням, а здебільшого модою на український продукт й лояльністю громадян до української мови.

«Проаналізувавши, скільки книжок було видано за роками, то «показники за 2018 р. залишаються в цілому меншим за кризовий період 2009 р. й значно меншими за рекордний 2013 р. (російською мовою вийшло 2013-го р. (7198). Але, якщо порівнювати накладі книжок російською й українською мовами, то 2018 р. був рекордним для книжок українською мовою і стосовно накладів за роки незалежності (38107,4 тис. примірників). У 2019 р. українською мовою було видано 18142 назв книг, та 5251,3 за накладом, що свідчить про Найуспішнішого 2013 р. накладі книжок українською мовою були також меншими (37892,9 тис. примірників), зате накладі видань російською о тоді 27652,0 тис. примірників.

2018 року наклад книжок російською мовою склав всього 6106,2 тис. примірників» [51].

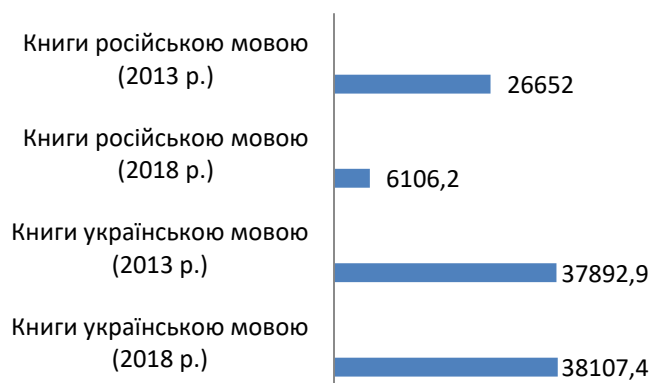


Рис. 2. Наклад книжок російською та українською мовами 2013-2018 рр.

«У 2019 р. українською мовою було видано 18142 назв книг, та 5251,3 за накладом, що свідчить про рекордний рік за період незалежності, видання державною мовою вдсятеро перевищили російськомовні видання (27652)» [51].

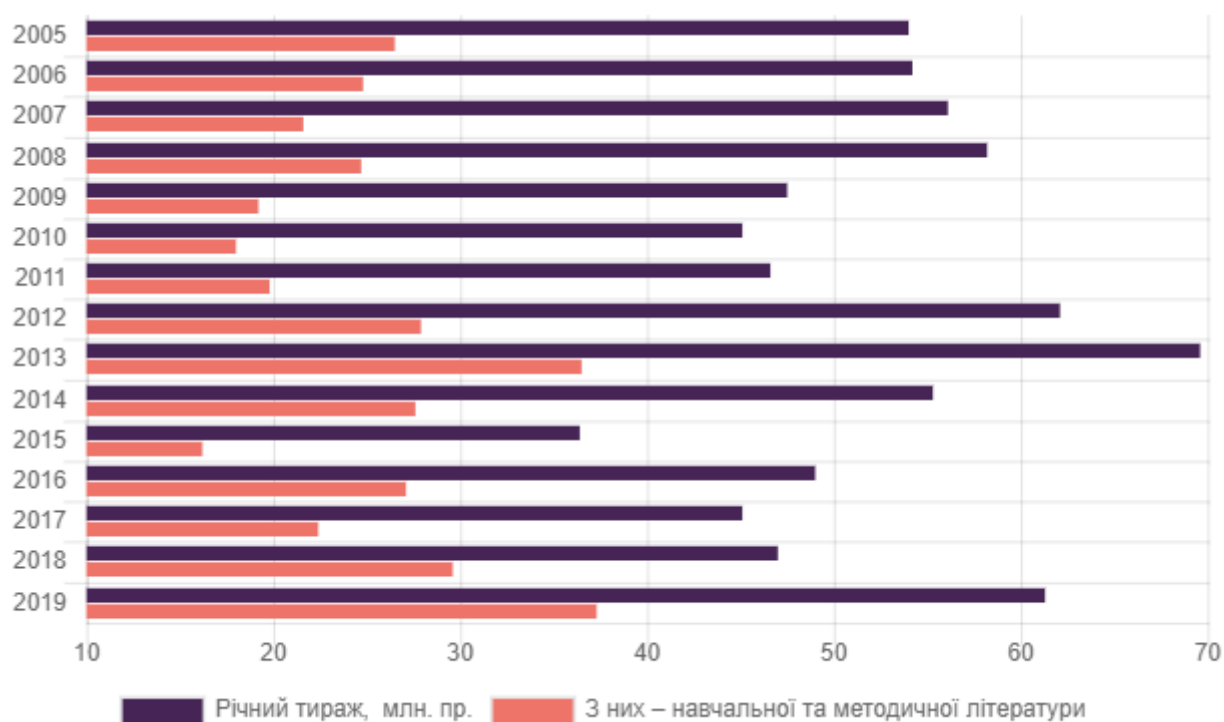


Рис. 3. Наклад книжок українською мовою 2005-2019 рр.

«За даними соціологічного опитування «Ukrainian Reading and Publishing Data» 2018, за яким «частка читачів, які обирають книжки російською мовою (28 %) є дещо вищою, порівняно з часткою тих, хто обирає книжки українською (24 %). Але найчастіше читачі обирають мову, якою була написана книга (33 %).

Для ще 12 % читачів мова книжки не має значення. А молодші респонденти дещо частіше віддають перевагу книгам українською мовою. Розбіжності у цих даних, а також вартість книжок російського виробництва, що легальним чином потрапили на територію України, можуть свідчити зокрема й про великий обсяг контрафактної продукції російською мовою» [18].

«Щодо видавництв-лідерів, то «Клуб сімейного дозвілля» зберіг перше місце. Видавництво прозвітувало держорганам про 876 назв (для порівняння, 2016 р. про 1128 назв). На другому місці, як і було минулих років, видавництво «Ранок» із 702 назвами (для порівняння, 2016 року прозвітувало про 634 назви). Видавництво «Інтелект України», зареєстроване у Харкові і позиціонує себе як науково-педагогічний проект, вперше з'явилося у лідерах і досягло відразу третього місця з 428 назвами [18].

«У п'ятірці лідерів — «Folio» 400 назв, як і попередні роки. І «Право» 350 назв, що є підготовку та видання наукової, навчальної, довідкової літератури з правової тематики та забезпечує юридичною літературою навчальні заклади та наукові установи, правоохоронні та судові органи, а також юристів» [18].

«Що ж до накладів, то «Клуб сімейного дозвілля» опинився на третій сходинці з 3999,6 тисячами примірників. У 2016 р. видавництво звітувало про 10 366 тисяч примірників. Тоді як у лідерах опинилося видавництво «Ранок» із 6387,5 тисячами примірників, а другу сходинку посіло видавництво навчальної книги «Генеза» з 4518,8 тисячами примірників. У п'ятірці лідерів видавництва навчальної літератури — «Освіта» й «Інтелект України». Відтак «Folio», «Vivat», «Підручники й посібники», які у минулому опинялися у п'ятірці, лишилися поза нею» [50].

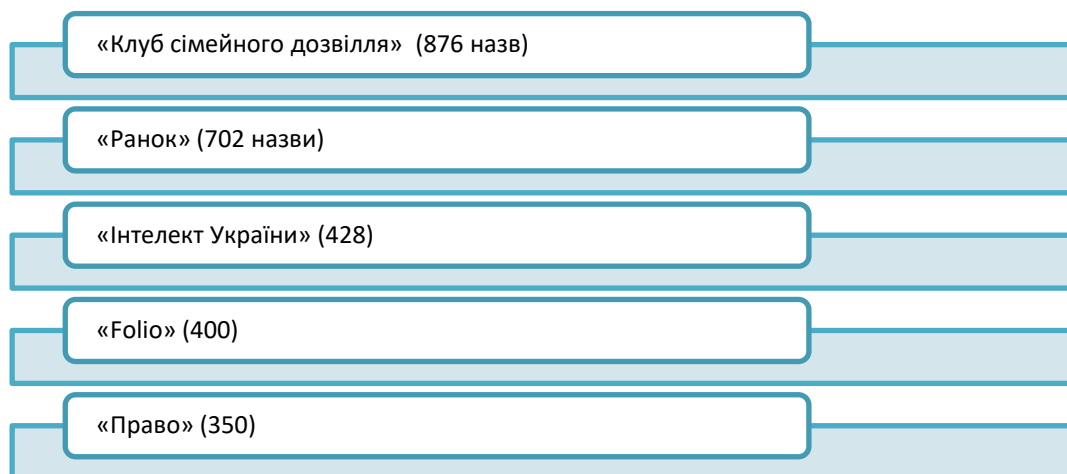


Рис. 4. Рейтинг видавництв за 2018 р.

«Книжкова палата України повідомляє, що «Київ залишається столицею українського книговидання: 7985 назв загальним накладом 20 432,5 тисяч примірників вийшло саме в ньому. Харківська область посідає впевнене друге місце: 5 359 назв загальним накладом 19722,5 тисяч примірників вийшло саме в ньому. На третій сходинці Львівська область 1648 назв загальним накладом 1652,7 тисяч примірників. Найменше книжок вийшло на Луганщині — 38 назв загальним накладом 10,9 тисяч примірників. На Кіровоградщині, за даними держструктури, вийшло всього 95 назв книжок загальним накладом 34,4 тисячі примірників» [19].

«Варто зазначити, що за даними Книжкової палати України на чільних позиціях усіх статистичних даних харківські видавці. Беззаперечне лідерство за назвами (819) та накладом (6,7 млн) здобуло видавництво Інтелект України. Лідером 2019-го року серед комерційних видавців традиційно став «Клуб сімейного дозвілля», яке, щоправда, видало на 71 назву менше, ніж у 2018 році, майже незмінним залишився сукупний наклад видавництва, що склав близько 4 млн примірників. Видавництво досі не може вийти на показники 2016-го, що перевищували 10 млн примірників» (Див. Рис. 3) [19].

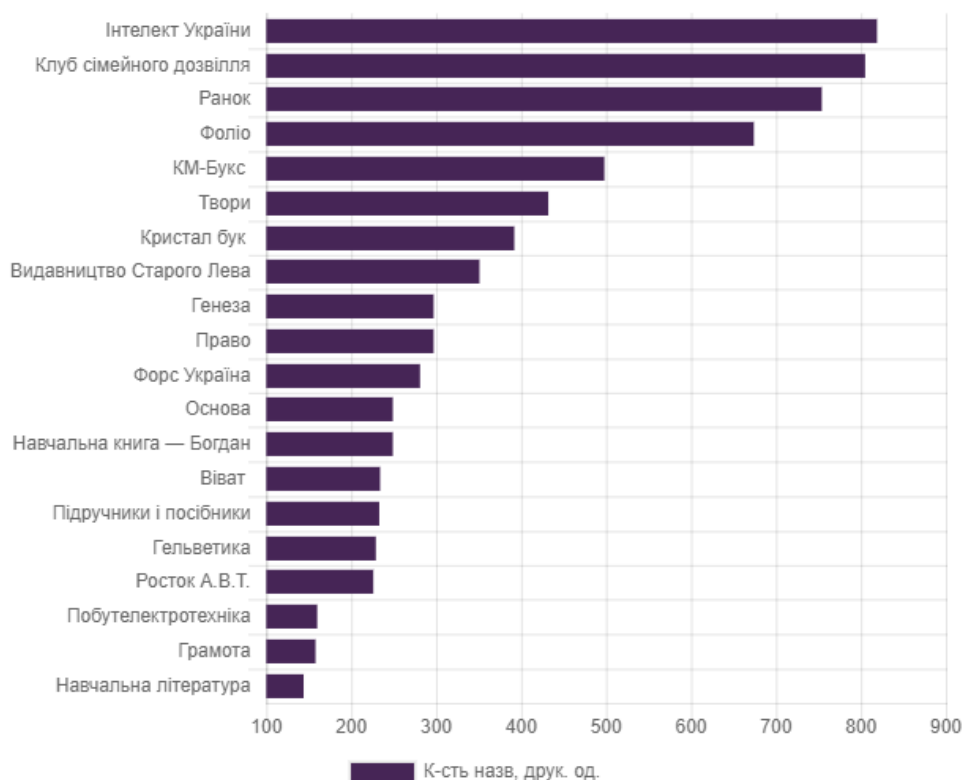


Рис. 5. Рейтинг видавництв за 2019 р.

Багато видань відображають події через фотоальбоми чи зібрання журналістських текстів (збірка репортажів А. Чапая, К. Сергацкої, В. Максакова «Війна на три букви» від «Folio», «Війна очима ТСН» «Основ»).

«Можемо зазначити, що з 2014 р. на книговидавничому ринку спостерігаються «лінійки» історичної літератури («Люта справа», «Фоліо», «КСД», «Vivat»), з'явилося дедалі більша кількість книг для підлітків; переклади світових бестселерів, які стосуються лідерства і підприємництва (Наш формат, ВСЛ); на ринку стало все більше якісних книжок-картинок й розмальовок. Українські видавництва досі не здатні занурювати читача в актуальний світовий контекст літератури. Тому зі списку світових бестселерів на книжкових полицях можна побачити лише одиниці, і часто-густо їхній переклад — справа конкретних ініціаторів. Такі видавництва, як «ВСЛ», «Видавництво Жупанського», «Наш Формат» та інші наприкінці 2018 р. анонсували вихід кількох знакових нон-фікшн і художніх творів сучасності» [15].

«Дані 2018 р., які надала «Книжкова палата України» свідчать, що «післяреволюційна криза частково минає. За кількістю назв книговидавання досягло рівня 2014-го року, але наклади лишилися на рівні кризи 2009 р. Серед усього виданого традиційно найбільше навчальної літератури, але художня література займає все впевненіше друге місце за кількістю назв, тоді як за накладками на другому місці — дитяча книжка. Карта лідерів-видавництв за кількістю назв змінилась» [15].

За 2019 рік в Україні більш ніж удвічі зросли тиражі україномовних книг і брошур. «Було видано 21 млн 543 тис. 700 примірників книг і брошур українською мовою. Минулого року за цей самий період їх вийшло лише 10 млн 300 тис. 500 екземплярів. Це означає, що тиражі книг і брошур українською зросли на 109,2%» [19].

Водночас тираж російськомовної продукції впав на 3,8 %. «Цьогоріч було випущено 3 млн 14 тис. 200 примірників, в 2018 – 3 млн 132 тис. 600. Загалом тиражі зросли на 19,5% порівняно з аналогічним періодом минулого року. За перше півріччя 2018 р. було надруковано 8 млн 913 тис. 700 примірників підручників і методичок. Це вдвічі більше за аналогічний період 2018-го, коли їх було видано 4 млн 332 тисяч» [19].

За даними Книжкової палати, у 2018 р. спостерігається значний спад випуску образотворчих видань, тиражі впали на 64 %. Цього року їх було видано 687 тисяч примірників, минулого – 1 млн 908 тис. 700. За дослідженнями науковця та засновника видавництва «Артбук» П. Гудімова, за останні три роки кількість візуальної літератури зменшилася практично втричі і продовжує падати.

Як вважає засновник видавництва «Артбук» П. Гудімов: «зниження кількості образотворчих книг пов'язане з великими витратами на їхнє створення, адже ці видання лише видаються комерційними, а насправді є збитковими, їх випуск не те, що не вигідний, він суперневигідний. Я кілька разів порушував питання про те, що візуальну літературу необхідно спонсорувати. Вона є дотаційною. Держава повинна це розуміти. І дбати не тільки про художню літературу, переклади, а й про візуальні видання» [17].

«За інформацією видання «Lb.ua», директорка видавництва «Vivat» Ю. Орлова підтвердила зростання кількості україномовних книг. «Справді, ми видаємо дедалі більше книг українською мовою. Російськомовні видання Vivat можна перерахувати на пальцях. Причин кілька. Перша – наша громадська позиція. Місія видавництва: популяризація української культури і літератури. Тому ми намагаємося видавати якомога більше творів вітчизняних авторів, написаних рідною мовою. Друга причина – попит. Українська мова входить у моду. Нею говорять, нею читають, нею дивляться фільми. Наші читачі самі створюють тенденції на книговидавничому ринку»» [17].

Вона також додала, що цьому посприяв і Закон України «Про українську мову» (Див. Рис. 3), який також обмежив реалізацію російськомовних книг. Крім того, купувати авторські права на російськомовні видання стало дорожче (Див. Рис. 6).



ЗАКОН УКРАЇНИ

Про забезпечення функціонування української мови як державної

(Відомості Верховної Ради (ВВР), 2019, № 21, ст.81)

{Із змінами, внесеними згідно з Кодексом

[№ 396-IX від 19.12.2019](#)

Законом

[№ 531-IX від 17.03.2020](#)}

Верховна Рада України,

грунтуючись на [Декларації про державний суверенітет України](#) від 16 липня 1990 року та схваленому Всеукраїнським референдумом 1 грудня 1991 року [Акті проголошення незалежності України](#) від 24 серпня 1991 року, якими було відновлено незалежну національну державність України;

керуючись [Конституцією України](#), що визначає українську мову як єдину державну мову в Україні та покладає на державу обов'язок забезпечувати всебічний розвиток і функціонування української мови в усіх сферах суспільного життя на всій території України;

Рис. 6. Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної»

Отже, дані 2019 р. свідчать про те, що українське книговидавництво розвивається та модернізується, проте в Україні все ж спостерігається падіння обсягів випуску книжкової продукції. Кризове становище вітчизняного книговидавництва значною мірою пояснюється браком спадковості та послідовності в діях влади щодо реформування галузі.

1.2. Типологічна характеристика видавництв України

«Словник видавничих термінів» тлумачить типологізацію, як «метод групування, у якому встановлюються певні типи як такі підрозділи, що відрізняються комплексом ознак. Усі перелічені процедури можуть використовуватися в типології книги. Термін «типізація» використовувався деякими авторами в значенні, котре позначається як «типологія»» [29, с. 15].

Науковець І. Моргенштерн визначає, як «процес розподілу творів або видань за задалегідь визначеними підрозділами схеми типологічної класифікації». О. Гречихін так називає «один із способів систематизації, побудований на з'єднанні понять і об'єктів, протилежний до класифікації, яка побудована на поділу понять і об'єктів» [47].

«Професор М. Тимошик пояснює, що «йдеться про виконання певних редакторських, художньо-оформлювальних, виробничо-поліграфічних, економічних та маркетингових функцій, які необхідно здійснити до того, коли те чи інше видання потрапить до рук читачеві. Якщо на початках книжкової справи з усіма цими процесами могла справлятися одна людина, то із зростанням попиту на книгу, розвитком технічних засобів, розподілом послідовного комплексу операцій на два автономні блоки — власне суто видавничий і друкарський — до процесу творення книги виявилось залученням усе більше коло людей з чітко окресленими професійними навичками. Так почали організовуватися й формуватися окремі підрозділи чи структури цехових майстрів, які згодом отримали назву видавництва чи видавничого підрозділу» [38, с. 167].

«Під терміном «видавництво» розуміють — «спеціалізоване підприємство, основним видом діяльності якого є підготовка і випуск у світ видавничої продукції» [29, с. 30].

На основі вивчення українського та зарубіжного досвіду книговидавання можна визначити наступні типи сучасних видавництв та їх систем.

«В основу візьмемо такі головні ознаки:

- «форма власності» [28]

- «форма об'єднання майна засновників» [28]
- «спосіб формування статутного фонду» [28]
- «економічна природа господарювання» [28]
- «обсяг випущеної продукції» [28]
- «тематичний репертуар видань» [28]
- «читацьке коло» [28]
- «знаковий принцип творення видання» [28]
- «структурна підпорядкованість» [28].

«Згідно з дослідженнями І. Копистинської «Тенденції сучасного вітчизняного книговидання», за **«формою власності** бувають державні, приватні (власність одного громадянина України), колективні (власність колективу, громадської, релігійної організації та ін.), спільні (на базі об'єднання майна різних власників) видавництва, засновані на власності юридичних осіб»» [13, с. 34].

«За **формою об'єднання майна засновників** розрізняють: акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, товариства з додатковою відповідальністю. В акціонерних товариствах статутні фонди поділені на визначену кількість акцій однакової номінальної вартості. Воно несе відповідальність за зобов'язання тільки майном товариства, а акціонери — в межах вартості належних їм акцій» [13, с. 34].



Рис. 7. Структура видавництва

«На відміну від акціонерного товариства, у товариствах з обмеженою відповідальністю статутні фонди поділені на частки, розмір яких визначається установчими документами. Товариство з обмеженою відповідальністю несе відповідальність за своїми зобов'язаннями, як і в попередньому випадку, тільки своїм майном, а учасники товариства — у межах своїх вкладів. Зобов'язання у товариства з додатковою відповідальністю значно більші: власне майно, а в разі його недостатності учасники цього товариства несуть додаткову солідарну відповідальність у визначеному установчими документами однаково кратному розмірі до вкладу кожного з учасників» [13, с. 34].

«За способом формування статутного фонду видавництва можуть бути унітарним та корпоративними. «Унітарним видавництвом є таке, що створюється одним засновником. Він виділяє для цього майно, формує статутний фонд, затверджує статут, на засадах трудового найму формує штат працівників, безпосередньо або через найнятого фахівця керує колективом. Корпоративне видавництво утворюється спільним рішенням двох або більше засновників. Воно діє на основі спільної співпраці засновників чи на основі об'єднання майна. Керівництво таким підприємством здійснюється через органи, що створюються засновниками» [13, с. 34].

«За економічною природою господарювання працюють два види видавництв: комерційні та некомерційні. «Комерційні видавництва розглядають підготовлену і випущену власними силами видавничу продукцію як товар і мають головну мету — одержання прибутку. Некомерційні видавництва випускають таку продукцію здебільшого у виробничих чи пропагандистських цілях, задовольняючи потреби галузі, громадської організації чи партії» [38, с. 150].

«За обсягом випущеної продукції класифікують великі, середні і малі видавництва. «Відповідно до європейських мірок, великим видавництвом прийнято вважати таке, яке упродовж року випускає понад сто назв книг. Середнє — від десяти до ста. Мале — до десяти назв. Звичайно, таку кількісну

ознаку слід сприймати умовно, зважаючи ще й на обсяги видань (в обліково-видавничих аркушах) та їх наклад. Окрім кількості назв, у країнах Євросоюзу статус видавництва у цьому блоці визначається також і обсягом річного обороту коштів. Малим вважається видавництво, де цей показник складає менше 10 тис. євро. Середнім — від 10 до 1 млн євро. Великим — понад 1 млн євро. **За тематичним репертуаром видань**, які випускають видавництва, можна поділити на «вузькоспеціалізовані, специфічної тематики та універсальні» [38, с. 150].

«Вузькоспеціалізоване видавництво здебільшого працює з чітко визначеним видом фахової літератури (наукова, навчальна шкільна, навчальна для ВНЗ, що охоплює всі предмети і навчальні дисципліни або якісь окремі їх напрями — сільськогосподарський, природничий, гірничий, медичний тощо). Це зазвичай малотиражні (крім шкільних підручників), а тому й дорогі за відпускну ціною видання, які однак розраховані на свого стабільного споживача» [38, с. 150].

«Видавництво специфічної тематики зорієнтоване передусім на таку групу читачів, до речі, стабільно значну за кількістю, специфіка читацького інтересу якої зводиться до «споживання» літератури на теми дозвілля, хобі, туризму, мистецтва, релігії. Видавець цього блока літератури прагне втримувати біля себе означене коло покупців такими новинками, адже нерідко деякі з них спонукають до започаткування певної серії — широкої за кількістю назв і тривалої в часі видання» [13, с. 34].

Підприємства					
керівник програми		керівник маркетингу		керівник техредакції й виробництва	комерційне керівництво
редакції		збут, продаж		технічне оформлення книжок	фінанси
відділ ілюстрацій		реклама		оформлення	бухгалтерія
юридична частина, ліцензування		преса, робота з громадськістю		калькуляція	відділ кадрів, комп'ютерний відділ

Рис. 8. Схема видавництва спец. тематики

«На книжковому ринку України універсальні видавництва передусім працюють з літературою широкого профілю — від художніх бестселерів до науково-популярних видань. Вони можуть готувати до друку одночасно літературу з кількох галузей знань» [13, с. 54].

«За читацьким колом розрізняють видавництва для дітей, для школярів, для молоді. **За знаковим принципом творення видань** видавництва спеціалізуються на випуску текстових, електронних, нотних, картографічних, мистецьких видань» [26].

«Згідно з даними Інституту відкритого суспільства, який проводив на початку нового тисячоліття дослідження ситуації у видавничій справі країн Східної Європи, на цих теренах переважають видавництва, які готують і передають інформацію традиційно — на паперових носіях інформації (80 %), частка електронних версій книги зовсім незначна — становить лише один відсоток. Але вже є 18 % видавництв, які на сьогодні поєднують ці два види видань. З нотним способом передачі інформації в Україні працює переважно видавництво «Музична Україна»» [26].

«За підпорядкованістю видавництва поділяють на: самостійні; підрозділи різноманітних підприємств, організацій з правами видавничої діяльності — фірми, асоціації, редакції газет і журналів, поліграфічні підприємства» [13, с. 56].

«Самостійне видавництво є юридичною особою, має відокремлене майно, печатку із своїм найменуванням та ідентифікаційним кодом, рахунки в банківських установах. Філії та представництва не є юридичними особами. Це — лиш окремий підрозділ, що розташований поза місцезнаходженням самостійного видавництва і здійснює його інтереси в конкретному регіоні, нерідко — за кордоном. У разі, якщо в статутному фонді видавництва іноземна інвестиція становить не менш як 10 %, воно визнається видавництвом з іноземними інвестиціями. Якщо ж частка цих інвестицій складає 100 % — таке видавництво вважається іноземним» [13, с. 34].

Отже, можемо констатувати, аби не втрапити у правову колізію видавцеві-початківцю слід ознайомитися із типологічною характеристикою видавництва.

1.3. Нормативно-законодавча база видавничої діяльності в Україні (1991-2020 рр.)

«Упродовж історії розвитку книжкової справи в Україні неодноразово проходила зміна організаційних форм та ідейно-політичних засад у книговидаванні. Відносини між книговидаванням та державою, які були стабільним, докорінно змінилися з початком ринкових реформ, переходом видавництв та підприємств галузі на госпрозрахунок та самофінансування, появою нових форм власності та лібералізації цін на видавничу продукцію» [24].

Питання стану нормативно-законодавчого забезпечення видавничої справи у своїх працях студіювали науковці: О. Афонін, Ю. Бондар, Г. Грег, І. Індутна, К. Казак, І. Копистинська, А. Садовська. «Державне регулювання в будь-якій галузі здійснюється за допомогою соціально-економічних механізмів через антимонопольну політику й розвиток конкуренції, державну стандартизацію, метрологію, систему оподаткування, інші форми правового впливу» [24, с. 59].

Дослідниця А. Садовська у праці «Державне регулювання розвитку книговидавання як складова формування єдиного гуманітарного простору України» наголошує, що система адміністративного регулювання зазнала суттєвих змін. Державне регулювання здійснювалося на основі гнучкіших непрямих форм і методів. Було скасовано обмеження на створення нових видавництв та видавничих організацій, спростилася процедура їх реєстрації» [24, с. 59].

«Останній етап переходу до недержавної системи організації книговидавання кінця XX ст. пов'язаний із демократичними перетвореннями у видавничій сфері. В умовах прискорення науково-технічного прогресу,

впровадження нових технологій втручання держави в економічну діяльність суб'єктів видавничої справи та обмеження конкуренції перетворилися у фактори, що стримували розвиток видавничої справи» [24, с. 45].

«Важливим аспектом розвитку та становлення книговидавничої галузі в Україні стало ухвалення Закону «Про пресу та інші засоби масової інформації», у 1990 р. який реалізував можливість отримати право на інформацію. Закон декларував свободу та скасування цензури, усі видавництва отримали реальну незалежність від центральних і місцевих політичних, державних органів, які раніше здійснювали жорсткий контроль щодо організації видавництв та тематики видань» (Див. Рис. 9) [11, с. 160].

**Стаття 2. Свобода діяльності
друкованих засобів масової інформації**

Свобода слова і вільне вираження у друкованій формі своїх поглядів і переконань гарантуються [Конституцією України](#) і відповідно до цього Закону означають право кожного вільно і незалежно шукати, одержувати, фіксувати, зберігати, використовувати та поширювати будь-яку інформацію за допомогою друкованих засобів масової інформації, крім випадків, визначених законом, коли обмеження цього права необхідно в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського порядку з метою запобігання заворушенням чи злочинам, для охорони здоров'я населення, для захисту репутації або прав інших людей, для запобігання розголошенню інформації, одержаної конфіденційно, або для підтримання авторитету і неупередженості правосуддя.

Рис. 9. Закон України «Про пресу»

«Ці основоположні принципи було закладено в законах України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» (1992 р.) та «Про видавничу справу» (1997 р.). «До прийняття цих законів, виходячи із Акту проголошення незалежності України, реалізуючи положення Декларації про державний суверенітет України щодо самостійності у вирішенні питань науки, освіти, культурного і духовного розвитку, Державний комітет України з питань

преси послідовно починав здійснювати заходи, спрямовані на демократизацію і вдосконалення видавничої справи в країні»» [11, с. 160].

У монографії К. Казак «Господарсько-правове забезпечення видавничої діяльності в Україні» зазначається, що «у 1992 р. функції Головного управління з охорони державних таємниць у пресі та інших засобах масової інформації при Кабінеті Міністрів України, надалі — Державного комітету України з охорони державних таємниць у пресі та інших засобах масової інформації, були зведені до забезпечення відповідно до чинного законодавства» [11, с. 160].

«З 23 лютого 1994 р. введено в дію Закон України «Про авторське право та суміжні права». Він базується на міжнародних нормах використання творів, враховує тенденції правового регулювання традиційних і нових об'єктів авторського права» (Див. Рис. 10) [11, с. 160].

Цей Закон охороняє особисті немайнові права і майнові права авторів та їх правонаступників, пов'язані із створенням та використанням творів науки, літератури і мистецтва - авторське право, і права виконавців, виробників фонограм і відеограм та організації мовлення - суміжні права.

Розділ I ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Стаття 1. Визначення термінів

У цьому Законі терміни вживаються у такому значенні:

автор - фізична особа, яка своєю творчою працею створила твір;

аудіовізуальний твір - твір, що фіксується на певному матеріальному носії (кіноплівці, магнітній плівці чи магнітному диску, компакт-диску тощо) у вигляді серії послдовних кадрів (зображень) чи аналогових або дискретних сигналів, які відображають (закодовують) рухомі зображення (як із звуковим супроводом, так і без нього), і сприйняття якого є можливим виключно за допомогою того чи іншого виду екрана (кіноекрана, телевізійного екрана тощо), на якому рухомі зображення візуально відображаються за допомогою певних технічних засобів. Видами аудіовізуального твору є кінофільми, телефільми, відеофільми, діафільми, слайдофільми тощо, які можуть бути ігровими, анімаційними (мультиплікаційними), неігровими чи іншими;

аудіодискрипція (тифлокоментування) - створення окремої звукової доріжки із закадровим описом персонажа, предмета, простору або дії у відеопродукції для сліпих, осіб з порушеннями зору та осіб з дислексією;

(Статтю 1 доповнено терміном згідно із Законом № 927-VIII від 25.12.2015)

база даних (компіляція даних) - сукупність творів, даних або будь-якої іншої незалежної інформації у довільній формі, в тому числі - електронній, підбір і розташування складових частин якої та її упорядкування є результатом творчої праці, і складові частини якої є доступними індивідуально і можуть бути знайдені за допомогою спеціальної пошукової системи на основі електронних засобів (комп'ютера) чи інших засобів;

Рис. 10. Закон України «Про авторське право і суміжні права»

«У праці О. Афоніна «Українська книга в контексті світового книговидання» йдеться про те, що «відповідно до закону «Про видавничу справу» відносини у сфері видавничої справи регулюються Конституцією України, Господарським кодексом України, законами України «Про інформацію», «Про обов'язковий примірник документів», «Про авторське право і суміжні права», «Про державну таємницю», «Про державну підтримку

книговидавничої справи в Україні», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів»» [24, с. 95].

«Таким чином, прийняття Закону України «Про видавничу справу» дозволило визначити державні пріоритети та забезпечити сприятливі умови для розвитку видавничої справи» [11, с. 186].

«Слід зазначити, що вдосконалення законодавчої бази, законотворча діяльність у сфері друкованих та електронних засобів масової інформації, книговидавничої галузі у 1995-1997 рр. стало одним із пріоритетних напрямів роботи Міністерства інформації України. Міністерство провело велику роботу в процесі розроблення та опрацювання Закону України «Про видавничу справу», який став найважливішим фактором формування нової видавничої системи України, що відрізнялася від попередніх» [24, с. 5].

{Стаття 1 в редакції Закону № 1554-VII від 01.07.2014}

{Статтю 2 виключено на підставі Закону № 1554-VII від 01.07.2014}

Стаття 3. Мета видавничої справи

Видавнича справа спрямована на:

задоволення потреб особи, суспільства, держави у видавничій продукції та отримання прибутку від цього виду діяльності;

створення можливостей для самовиявлення громадян як авторів незалежно від раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, етнічного та соціального походження, майнового стану, місця проживання, мовних або інших ознак;

забезпечення права на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань;

сприяння національно-культурному розвитку українського народу шляхом збільшення загальної кількості тиражів, обсягів та розширення тематичного спрямування українського книговидання;

забезпечення доступу українського суспільства до загальнолюдських цінностей шляхом перекладу державною мовою кращих здобутків світової

Рис. 11. «Про видавничу справу»

«Закон виокремлює загальні поняття у видавничій справі, контролює порядок організації та провадження видавничої діяльності, розповсюдження видавничої продукції, умови взаємовідносин і функціонування суб'єктів видавничої справи. Упродовж 2002-2014 рр. закон постійно удосконалювався шляхом внесення змін та доповнень» [24, с. 5].

«Відповідно до закону «Про видавничу справу» відносини у сфері видавничої справи регулюються Конституцією України, Господарським кодексом України, законами України «Про інформацію», «Про обов'язковий

примірник документів», «Про авторське право і суміжні права», «Про державну таємницю», «Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» [24, с. 78].

«Згідно із законами України від травня 2001 р. та від січня 2003 р. внесено зміни до Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств» від 1994 р., що передбачало звільнення від оподаткування доходу видавництв, видавничих організацій, підприємств поліграфії, які здійснюють виготовлення та продаж видавничої продукції, а також торговельних підприємств. За підсумками роботи видавничої галузі в 1995 р. за державним контрактом видавництвами, через недостатнє фінансування з державного бюджету, випущено тільки 85,9 % книг від планового обсягу» [24, с. 78].

«Указом Президента України від 23 липня 1998 р. «Про деякі питання державної підтримки книговидавничої справи» Кабінету Міністрів України доручено передбачати в державному бюджеті фінансування заходів щодо випуску суспільно необхідної літератури на умовах державного замовлення та визначати щорічно її види та обсяги випуску на умовах державного замовлення» [24, с. 56].

«Для обліку суб'єктів видавничої справи та на підставі Закону України «Про видавничу справу» Кабінет Міністрів України у вересні 1998 р. затвердив Положення про Державний реєстр видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції. Суб'єкти господарювання провадять діяльність у видавничій справі після внесення їх до Державного реєстру на підставі свідоцтва про внесення суб'єкта господарювання до Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції» [24, с. 130].

«Законом України «Про обов'язковий примірник документів» 1999 р. визначено загальні принципи державної політики у сфері поповнення національного інформаційного фонду України. Закону передували постанови

Кабінету Міністрів України з питань упорядкування розсилки контрольних примірників творів друку від 6 липня 1992 р., від 27 червня 1998 р., від 31 березня 1999 р. Постановою Кабінету Міністрів України від 10 травня 2002 р. затверджено перелік одержувачів безоплатного примірника видань України» [11, с. 230].

У праці «Напрями державної підтримки книговидавання в Україні» зазначено, що документом та Законом України «Про видавничу справу» від 20 листопада 2003 року № 1300-IV «Про внесення змін до деяких законів України щодо державної підтримки книговидавничої справи в Україні» були надані пільги суб'єктам видавничої справи, що випускають, виготовляють та розповсюджують книжкову продукцію, з терміном дії до 1 січня 2009 р. Внесено суттєві зміни до законів України «Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні», «Про Єдиний митний тариф», «Про податок на додану вартість», «Про оподаткування прибутку підприємств» [9, с. 70].

«6 березня 2003 р. набув чинності Закон України «Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні». Він визначає засади державної підтримки книговидавничої справи в Україні і спрямований на подолання кризи у вітчизняному книговидаванні та створення сприятливих умов для його розвитку» (Див. Рис. 12) [24, с. 4].

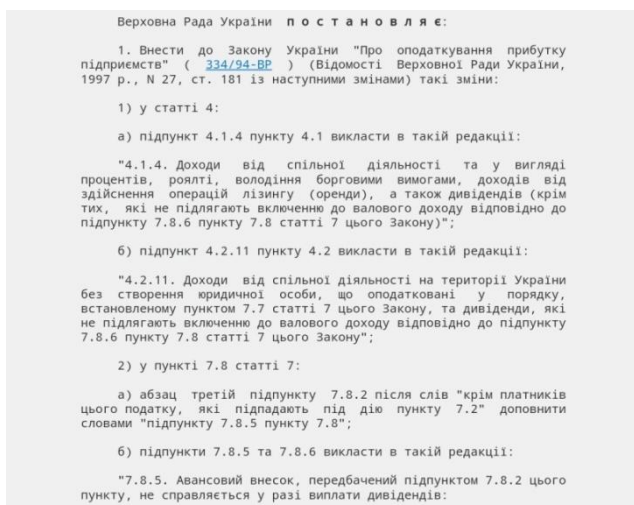


Рис. 12. Закон України «Про оподаткування прибутку підприємств»

Від 20 жовтня 2005 р. затверджено порядок розгляду пропозицій від

видавництва щодо відбору видань для поповнення фондів публічних бібліотек у межах реалізації постанови Кабінету Міністрів України від жовтня 2003 р. «Про затвердження Державної програми розвитку і функціонування української мови на 2004-2010 рр.». Видання брошур, довідників, наукових, публіцистичних та інших праць, присвячених історії та перспективам розвитку ЄС, механізму прийняття рішень» [24, с. 6].

«За даними «Книжкової палати України», протягом останніх п'яти років випуск вітчизняної видавничої продукції становить близько однієї книги на рік на одну особу. Держава намагалась розв'язати проблему шляхом реалізації державних цільових програм, спрямованих на популяризацію вітчизняної книжкової продукції та розвиток читання» [19].

Науковець А. Мураховський також зазначає у своїй праці: «Важливим у регулюванні відносин у сфері видавничої справи є питання приватизації, організації власне видавничого процесу (державний облік суб'єктів видавничої справи), інформаційних відносин, ведення державної бібліографії та статистики, а також система управління та контроль за дотриманням суб'єктами видавничої справи законодавства» [24, с. 60].

«Правовою основою процесу приватизації в Україні є Конституція України, законодавчі та нормативні акти. Серед основних правових актів, що регулюють процес приватизації, слід назвати Закони України «Про приватизацію державного майна» «Про приватизацію невеликих державних підприємств (малу приватизацію)» [24, с. 60].

«У подальшому постановами від 27 червня 2003 р., від 17 вересня 2003 р., від 24 березня 2004 р., від 30 листопада 2005 р., від 9 квітня 2008 р., від 8 грудня 2009 р., від 30 жовтня 2014 р. до переліку вносилися зміни та доповнення. До 2012 р. контроль за своєчасною доставкою обов'язкового примірника документів здійснювали юридичні особи, які відповідно до закону були його одержувачами. У січні 2012 р. були внесені зміни, згідно з якими контроль за своєчасною доставкою обов'язкового примірника документів

здійснюють спеціально уповноважені органи з питань реалізації державної політики в інформаційній та видавничій сферах» [24, с. 6].

«Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 25 червня 2008 р. «Про вимоги щодо функціонування об'єктів роздрібної торгівлі книжковою продукцією» рекомендовано міністерствам, іншим центральним органам виконавчої влади. «Зважаючи на те, що у м. Києві та інших регіонах України відбувалося виселення редакцій друкованих засобів масової інформації, закладів культури, у тому числі бібліотек, видавництв, книгарень, підприємств книгорозповсюдження з приміщень, які вони займали на законних підставах упродовж десятків років, та з метою розвитку вітчизняної книговидавничої справи» [24, с. 4].

«Верховна Рада України ухвалила постанову «Про запровадження мораторію на виселення редакцій друкованих засобів масової інформації, закладів культури, у тому числі бібліотек, видавництв, книгарень, підприємств з розповсюдження книг та преси» від січня 2009 р. У червні 2009 р. Урядом затверджено порядок визначення обсягу книжкової продукції державною мовою, підготовка, випуск та розповсюдження якої здійснюється вітчизняними видавництвами і підприємствами книжкової торгівлі, для укладення договорів оренди приміщень» [24, с. 6].

«Реалізація зазначеної постанови дозволила підтверджувати право на оренду державного та комунального майна видавництвами та підприємствами книгорозповсюдження книжкової продукції без конкурсу за умови випуску і розповсюдження ними книжкової продукції державною мовою не менш як 50 % відповідно до Закону України про внесення змін до статті 9 Закону України «Про оренду державного та комунального майна щодо книговидавничої справи». У сфері стандартизації розроблялися програми стандартизації, метрології та сертифікації в галузі книговидання і преси (Програма стандартизації, метрології та сертифікації в галузі книговидання і преси на 2004-2010 рр., Програма стандартизації в галузі книговидання і преси на 2012-2016 рр.)» [24, с. 8].

«Програма щодо популяризації вітчизняної видавничої продукції та читання на 2018 рр.» від 10 квітня 2013 р. втратила чинність і, як наслідок, припинено виконання державних цільових програм згідно з відповідними розпорядженнями Кабінету Міністрів України» [24, с. 8].

«Згідно даних Законодавства України, «за роки незалежності в галузі розроблено 49 національних та галузевих стандартів. Для безумовного забезпечення конституційних гарантій на свободу слова в Україні» [24, с. 6].

Отже, на нашу думку, усі прийняті законодавчі рішення сприятимуть вільному висловленню поглядів і переконань, створенню належних умов для зміцнення і розвитку інформаційної сфери, а також продовженню процесу поліпшення законодавчого забезпечення видавничої сфери, проведенню політики підтримки книговидання та сприянню формування позитивного іміджу держави.

РОЗДІЛ II. ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ВИДАВНИЦТВА «VIVAT»

2.1. Історія становлення видавництва «Vivat»

Видавництво «Vivat» є одним з 3-х найбільших видавництв України. Засноване Ю. Орловою у 2013 р. внаслідок злиття книжкових підприємств «Pelican» (книжки для дітей) та «Аргумент-принт» (прикладна література). Є одним із підприємств групи «Фактор».

«За 7 р. видавництво «Vivat» стало одним із найпотужніших видавництв України, яке отримало понад півсотні національних та міжнародних відзнак і видали понад 2500 книжок загальним накладом 12 млн екземплярів. Такі обсяги дозволяють повноцінно задовольнити інтелектуальні потреби сучасного українця. Сьогодні «Vivat» — мультижанрове видавництво з трьома генеральними напрямками: художня література, нон-фікшн та дитяча література» [6].

Як зауважує генеральна директорка видавництва: «Найважче у заснуванні власної справи було побороти страх, що в мене не вийде. Все інше прийшло саме: на шляху зустрілися дуже професійні та зацікавлені у моїй ідеї люди. Мені пощастило з командою — ті люди, яких я знайшла 10-15 років тому, зі мною і досі» (Див. Додаток Е) [6].



Рис. 13. Команда видавництва «Vivat»

Видавництво працює над тим, щоб зацікавити більше читачів: випускає цікаві новинки книжкової продукції, організовує конкурси, робить знижки на продукцію. Також «Vivat» проводить різні заходи, книжкові ярмарки, бере участь у різних благодійних акціях, працює з книжковими блогерами.

Науковець М. Сенченко у праці «Книжкова палата України. Історія і сьогодення» стверджує, «що книжковому ринку не вистачає підтримки держави, яка б разом із видавництвами почала цільову програму з популяризації читання. Є такі сфери, де книжковий бізнес не настільки рентабельний, щоб популяризувати книгу. Наприклад, реклама на телебаченні — дорога: практично жодне з видавництв не має можливості рекламуватися на телебаченні. Те саме стосується реклами на білбордах, та навіть в метро розміщуватися дорогоувато. Якби були інші розцінки на книжкову рекламу, якби наша держава усвідомила, що читати — не лише модно, а й цікаво та необхідно населенню, це було б великим кроком уперед і дуже нам допомогло б» [34, с. 120].

«Окрім грошей і державної підтримки, також не вистачає аналітики та статистики. Видавничий бізнес — дуже інвестиційний: щоб зробити видавництво багатожанровим та видавати й продавати велику кількість книжок, потрібні доволі великі інвестиції. Коли немає статистики та аналітики, працювати дуже складно. Це одна з найбільших проблем книжкового ринку» [34, с. 95].

Найбільшим попитом та популярністю серед усього спектру книжкової продукції у світі користується нон-фікшн. Причина такого ажіотажу в тому, що за кордоном читають книги для отримання задоволення. В Україні ж більшою популярністю користується саме нон-фікшн, тобто книги, які мотивують до дій, допомагають в саморозвитку. Зважаючи на те, що цей спектр літератури не з дешевих, читачі віддають перевагу саме їй.

«Видавництво спеціалізується на виданні дитячої та підліткової літератури, сучасної та класичної літератури, українського та закордонного нон-фікшн, публіцистики та гуманітарних досліджень, а також прикладної літератури та подарункових видань. Намагаючись не обмежувати свого читача ні жанровими, ні мовними рамками, видає книжки трьома мовами: українською, англійською, російською. Так, орієнтуючись на широке коло читачів, пропонує книжки за такими напрямками» (Див. Рис. 14) [1]:

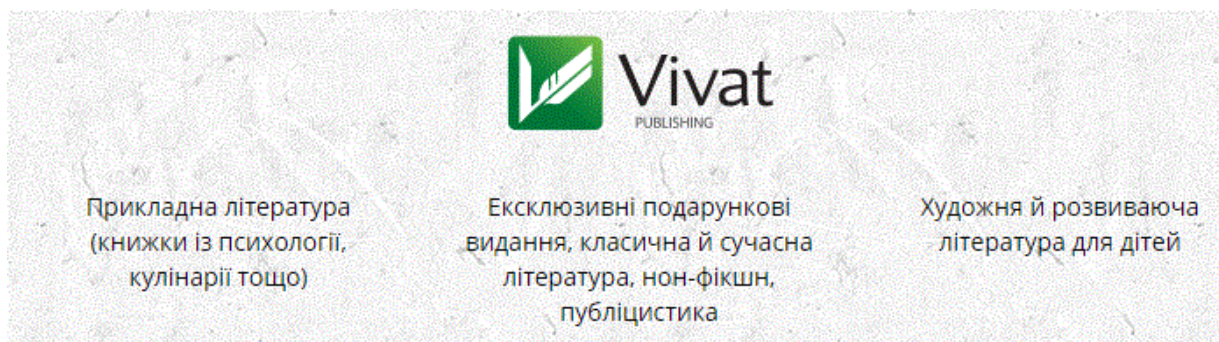


Рис. 14. Напрямки роботи видавництва

Налагоджена співпраця з понад 20 країнами світу, серед яких Сполучені Штати Америки, Німеччина, Франція, Велика Британія, Польща, Латвія. Видавництво активно продає видання на їхні ринки. Товари найбільшого попиту — це дитячі видання, адже вони містять ілюстрований матеріал, за яким легко можна підібрати потрібну, цікаву книгу.



Рис. 15. Продаж авторських прав за кордон видавництва «Vivat»

«У видавництві виходять друком світові бестселери українською мовою та книжки популярних українських письменників, серед яких І. Байдак, Н. Гербіш, О. Каданов, А. Кокотюха, Г. Крук, Д. Корній, В. Кіпіані, М. Лівін, А. Чапай, А. Чех та ін. видання. Щорічно видається 50 % перекладних книг, і 50 % це «українська сучасна література». Важливо, щоб «Vivat», як видавництво були

творцем чогось нового, тому орієнтовно 50/50 і в планах цей відсоток змінити за шляхом збільшення відсотку української літератури» [2].

На думку засновниці видавництва Ю. Орлової — «Vivat» — «це видавництво, що створює тренди на літературному ринку. Воно уникає консерватизму, прагне випереджати час та бути новаторами. Для свого вибагливого читача відбираємо і видаємо кращі у своєму жанрі та напрямку книжки. Вбачаємо власну місію у популяризації літератури та сприянні культурному, інтелектуальному розвитку нації. Видавництво є визначальним гравцем книжкового ринку України, одним з найбільших дистриб'юторів книжкової продукції, має власні фірмові магазини, працює за канонами Європейського ринку та цінностей. Для видавництва важливо зберігати традиції, акумулювати прогресивні ідеї та втілювати нестандартні задачі і виклики» (Див. Додаток А) [3].

З початку діяльності видавництво «Vivat» хотіло поділити напрямки діяльності рівноцінно — по 30 %. Проте, склалось так, що найлегше видавництву працювати із дитячою літературою, тому, їй приділяється найбільша увага. Це зумовлено тим, що видавництво взяло собі за мету цими виданнями виростити нове покоління дітей.

Слід наголосити, що досліджуване видавництво має сильний напрямок підліткової літератури, саме у цьому вони новатори на книжковому ринку.

Так, 40 % літератури, яку видає видавництво, є дитячою, близько 20 % — є художньою і близько 35 % — це нон-фікшн. З точки зору прибутковості, дитяча література прибутковіша за інші напрямки. Але, з іншого, в дитячій літературі і найбільша конкуренція серед видавництв. Хоча дитячі видання найбільше купують, але і конкуренція у цьому сегменті теж максимально велика [6].

Важливим елементом видавництва «Vivat» є каталог видавничої продукції, який налічує 24 назви показових книг у видавництві. Кожна книга містить характеристику, також додані внутрішні сторінки книги. Усі видання розміщені за напрямками:

- розвивальна, розважальна література;

— дитяча художня література.



Рис. 16. Каталог видавництва

Видавництво щорічно бере активну участь у «Книжковому Арсеналі» (Див. Додаток Д), «Львівському форумі видавців», «Запорізькій книжковій толоці», «Одеській зеленій хвилі», «Дитячому форумі у Львові», «Міжнародному Вільнюському книжковому ярмарку», «Франкфуртському книжковому ярмарку».

Також, «Vivat» стало співорганізатором книжкового ярмарку «KharkivBookFest» та благодійного фестивалю «Книжковий Миколайчик». А також одним з ініціаторів «Книжкової Ради» в Харкові.

Видавництво є визначальним гравцем книжкового ринку України, одним з найбільших дистриб'юторів книжкової продукції, має власні фірмові магазини (Див. Додаток Г), працює за канонами Європейського ринку та цінностей. Для видавництва важливо зберігати традиції та акумулювати прогресивні ідеї.



Рис. 17. Партнери видавництва

2.2. Типологічна характеристика видавництва

Типологія видавництв відіграє важливу роль у їхній характеристиці, адже за нею можна визначити його тип за формою власності, об'єднанням майна засновників та ін.

Дослідники книжкової справи у своїх наукових роботах приділяють недостатньо уваги типологічним характеристикам видавництв, або й взагалі опускають цю тему.

«На основі вивчення українського та зарубіжного досвіду книговидавання можна визначити наступні форми поділу видавництв та їх систем, беручи за основу ознаки, які пропонує Л. Давидова:

- «форма власності» [28]
- «форма об'єднання майна засновників» [28]
- «спосіб формування статутного фонду» [28]
- «економічна природа господарювання» [28]
- «обсяг випущеної продукції» [28]
- «тематичний репертуар видань» [28]
- «читацьке коло» [28].
- «знаковий принцип творення видання» [28]
- «структурна підпорядкованість» [28].

«За формою власності видавництво «Vivat» є колективним видавництвом, адже воно створене в результаті злиття трьох видавництв груп компанії «Фактор»: «Аргумент-Принт», «Pelican» і, власне «Vivat»» [27].

«За формою об'єднання майна засновників видавництво є товариством з обмеженою відповідальністю (ТОВ), адже, у видавництві статутні фонди поділені на частки, розмір яких визначається установчими документами» [27].

«Товариство з обмеженою відповідальністю «Vivat» несе відповідальність за своїми зобов'язаннями, як і в попередньому випадку, тільки своїм майном, а учасники товариства — у межах своїх вкладів» [27].

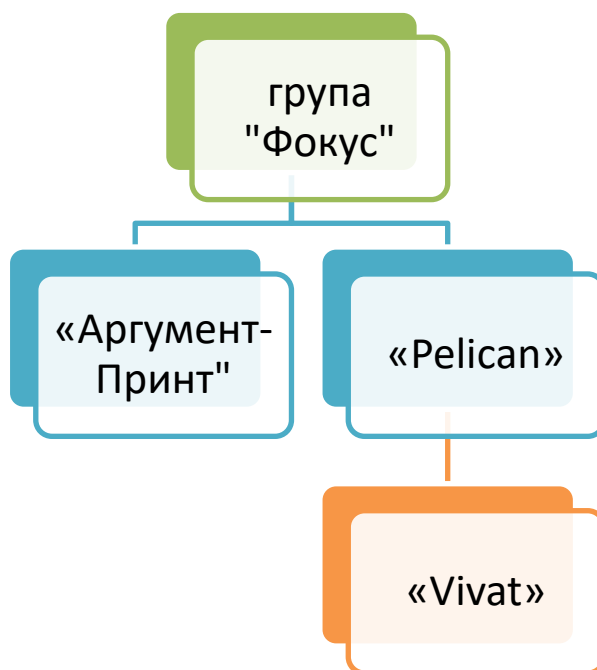


Рис 18. Учасники ТОВ «Фокус»

«За способом формування статутного фонду видавництво є унітарним видавництвом, адже створене одним засновником, С. Політучий є засновником та президентом групи видавництв «Фактор», членом якого й є видавництво «Vivat». С. Політучий, який у 1991 році заснував та очолив Науково-виробниче підприємство «Фактор», з якого розпочався розвиток групи компаній «Фактор»» [27].

Виділяє для цього майно, формує статутний фонд, затверджує статут, на засадах трудового найму формує штат працівників, безпосередньо або через найнятого фахівця керує колективом.

«За економічною природою господарювання видавництво є комерційним, адже, працівники розглядають підготовлену і випущену власними силами видавничу продукцію як товар і мають головну мету — одержання прибутку та сприяння інтелектуальному, професійному та естетичному розвитку бізнес-оточення та суспільства» [27].

«Проте, Ю. Орлова говорить, що «Vivat» можна вважати не 100 % комерційним видавництвом, адже працювати в умовах лише матеріального забезпечення важко. Не завжди видавництво вдається працювати на прибуток,

іноді й не реалізуються усі плани, задуми, але видавництво намагається досягати найвищого успіху та високих показників у сфері книговидання» [6].

«За обсягом випущеної продукції «Vivat» вважають великим видавництвом» [27], упродовж 2019 р. воно випустило понад 369 назв. Та загальну кількість примірників книжкової продукції у розмірі — 1 255448. Таким чином, втримавшись у топ-3 найкращих та найпродуктивніших видавництв України.



Рис. 19. Дані видавництва «Vivat» 2019 р.

За тематичним репертуаром видань, які випускає видавництво, можна вважати, що «Vivat» є універсальним, тому, що в ньому працюють з літературою широкого спектру — починаючи із художніх бестселерів до науково-популярних видань.

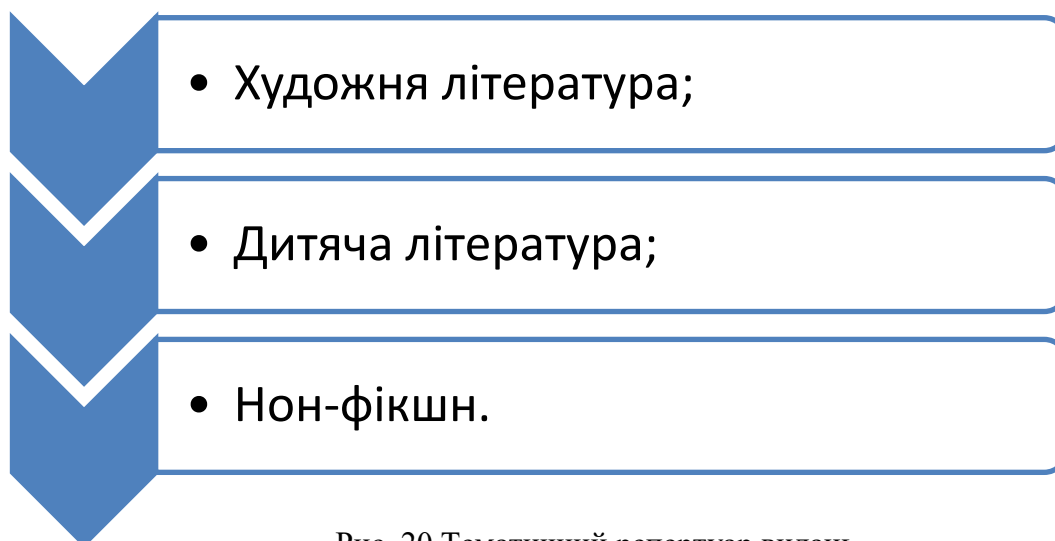


Рис. 20. Тематичний репертуар видань

«За читацьким колом видавництва є для молоді» [6], проте, левову частку асортименту видавництва «Vivat» складають дитячі видання. Видавництво «Vivat», одне з перших звернуло увагу на незаповнену нішу підліткової літератури, яку у світі називають «youngadult».

Це книги, які звертаються до дорослішання та проблем юних героїнь та героїв. Книги для підлітків збирають повні зали слухачів на презентаціях.

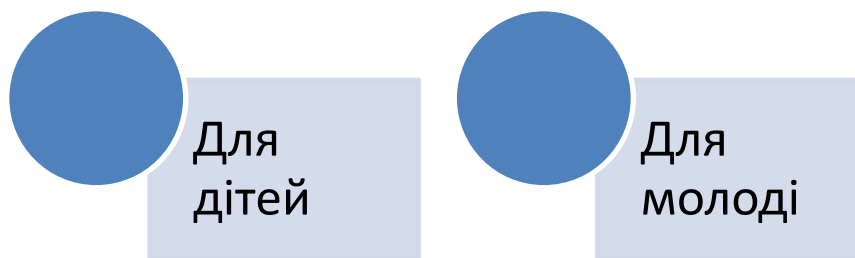


Рис. 21. Читацьке коло видавництва

За знаковим принципом творення видань 99,9 % складають текстові, адже «Vivat» спеціалізується на випуску текстових видань; набирає обертів та починається розвиватися електронна книга, яка прописана у плані діяльності видавництва, проте жоден екземпляр не спостерігався та ним не розповсюджувався.



Рис. 22. Приклади текстових видань видавництва

За підпорядкованістю «Vivat» є філією, підрозділом групи видавництв «Фактор», яке було створено у 2013 р. яке об'єднало три торгові марки — «Пелікан», «Аргумент Принт» і «Vivat». Усі вони працюють для розвитку

вітчизняного книговидавання та просування українського продукту, і посідають титул кращих в Україні.

Отже, можемо констатувати, що типологічна характеристика видавництва є важливим елементом характеристики видавництва, яка допоможе молодому видавцеві зорієнтуватися, як правильно типологізувати видавництво, приклад якого описаний у запропонованому підрозділі.

2.3. Напрямки діяльності та організаційна структура

Основним напрямком діяльності видавництва «Vivat» є видання літератури різних видів, як уже зазначалося, видавництво має три генеральних напрями діяльності. Пропонуємо діаграму, в якій вони вказані у відсотковому співвідношенні.

■ Дитяча література ■ Нон-фікш ■ Художня література

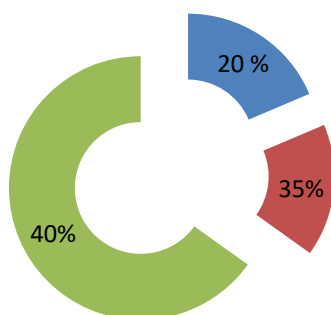


Рис. 23. Напрями діяльності видавництва

«З початку діяльності «Vivat» хотіло поділити напрями діяльності рівноцінно — по 30 %. Проте, склалось так, що найлегше видавництву працювати із дитячою літературою, тому, їй приділяється найбільша увага. Це зумовлено тим, що видавництво взяло собі за мету цими виданнями виростити нове покоління дітей, котрі читають. Окрім цього, «Vivat» має окремий напрямок підліткової літератури, саме у цьому вони новатори на книжковому ринку» [6].

«У зв'язку з цим 40 % літератури, яку видає видавництво, є дитячою, близько 20 % — є художньою і близько 35 % — це нон-фікш. З точки зору

прибутковості, дитяча література прибутковіша за інші напрямки. Але, з іншого, в дитячій літературі і найбільша конкуренція серед видавництв» [6].

«Видавництво має 6 редакцій, які розподілені за різними напрямками. Як говорить генеральна директорка «Vivat» «Наше видавництво чітко і конкретно структуроване. Ми маємо по дві редакції дитячої літератури, художньої літератури і нон-фікшну. Вони між собою трохи діляться всередині з тієї причини, що маємо ще перекладну літературу та «укр. суч. літ»» [6].

За допомогою технічних можливостей багато робітників працюють за віддаленим графіком, а не в офісі, як це було кілька років тому.

Видавництво «Vivat» ставить на перше місце не прибутковість, а задоволення потреби людини в книзі, і ставить конкретні, лояльні цілі, щоб досягти успіху:

- «редагування» [1]
- «верстка» [1]
- «оформлення видання» [1]
- «виготовлення видавничого оригінал-макету» [1].

«Згідно з дослідженням Л. Давидової «Організаційно-структурні форми видавничої діяльності» організаційна структура видавництва — це форма організації виробничого процесу створення та реалізації книжкової продукції, що включає в себе склад і розміри видавництв, поліграфічних і книготорговельних підприємств, форми їх взаємозв'язків між собою, співвідношення їх по потужності (пропускної спроможності) та чисельності працівників, а також географічний розподіл [4, с. 55]. «Суб'єктами є: автор, видавництва, поліграфічні та книготорговельні підприємства. Об'єктами: авторський оригінал, видавничий оригінал-макет і кінцевий продукт — книга» (Див. Додаток В) [4, с. 39].

«До засобів та методів видавничої діяльності належать оборотні кошти, технології маркетингу, менеджменту та бізнес планування. До організаційних елементів і характеристик видавництва відносяться: цілі, масштаб діяльності, спеціалізацію та особливості виробництва видавництва, складність його внутрішньої організації» [4, с. 68].

«Так формулює свою мету видавництво «Vivat»: «Підвищення інтересу до читання як до найважливішого чинника розвитку національної культури, традицій та інтелектуального потенціалу країни». Однак подібну місію можуть (і повинні) нести і інші структури: інші видавництва, бібліотеки, книготорговельні підприємства, владні структури всіх рівнів — ті, хто в силу своєї професійної діяльності зацікавлені у підвищенні інтересу до читання як розвиваючого культуру фактора» [3].



Рис. 24. Цілі видавництва

«Щоб випускати у світ якісну видавничу продукцію потрібно, щоб автори розуміли, як важливо правильно співпрацювати з видавництвом (Див. Додаток И). Щоб рукопис майбутнього видання потрапив у видавничий план видавництва «Vivat» має бути»:

— «по-перше, є чітке розуміння трьох генеральних напрямків, і якщо котрийсь із запропонованих рукописів не відповідає цим напрямками (наприклад, жіночий роман), то, безумовно, її не візьмуть в роботу. А все тому, що у видавництва немає сформованої цільової аудиторії для такої літератури воно, таким чином, найперше обманює автора книжки, бо не зможе її продати. Крім усього іншого, таке видання у видавництві не буде мати ніякого успіху» [48].

— «один із найголовніших критеріїв вибору книги до видавничого плану «Vivat»: вона не повинна бути миттєвою, — по-перше; вона не повинна бути прохідною, щоб нею могли пишатися і п'ять років тому, — по-друге; друкований носій — досить дорогий, і якщо робиться книжка на друкованому носії, то завдання працівників зробити її такою, щоб люди зберігали її у своїй домашній бібліотеці. Під непрохідною мається на увазі те, що рівень книги має відповідати якості поліграфічних матеріалів, дизайну, високому рівню перекладу, а також тема книжки теж має бути актуальною. Отже, якщо за усіма цими критеріями книга підходить, то вона потрапляє до видавничого плану видавництва» [6].

«Масштаб діяльності видавництва визначається обсягом випуску видавничої продукції. Як було з'ясовано у пункті 2.2. видавництво «Vivat» за обсягом випущеної продукції є великим видавництвом, яке протягом останніх років, згідно зі статистикою Книжкової палати, посідає місце у трійці найбільших видавництв України за кількістю виданих найменувань і накладів» [6].

«Впродовж 2019 р. «Vivat» видало 1 255 448 примірників загального накладу, оприлюднило 369 нових творів. Кожен з них, традиційно, був знаковим у своєму сегменті, також отримало кілька нових престижних відзнак, зокрема нагороду «Еспресо. Вибір читачів» за твір «Зграю» А. Нікуліної та персональну відзнаку «Форуму видавців» за «Справу Василя Стуса» В. Кіпіані. А ще «Академія Аmaterасу» Н. Матолінець увійшла до «Короткого списку премії BBC» [1].



Рис. 25. Досягнення видавництва за 2019 р.

Видаючи світові бестселери та співпрацюючи із вітчизняними авторами видавництво стало впізнаванішим та популярнішим. Так, наприклад, новою зіркою 2019 р. стала Т. Поставна, її книжка «Коли я була лисицею» увійшла до короткого списку «Книги року ВВС». Недивно, що за таких умов про видавництво говорять все більше — понад 1560 згадок у медіа за рік, також збільшилося кіль кість підписників у мережі Facebook, тепер їх 100000.

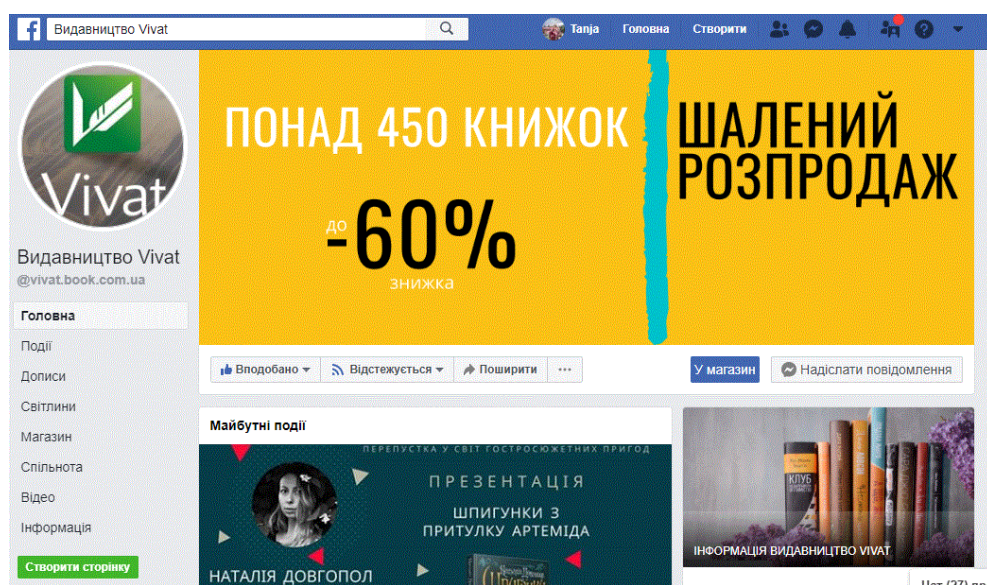


Рис. 26. Сторінка видавництва у мережі Facebook

«У 2019 р. видавництво традиційно взяло участь у найбільш значущих літературних подіях України та Європи. А ще організувало та провели більше 300 власних заходів, серед яких європейські презентаційні тури наших авторів» (Див. Додаток Й) [1].

Важливою подією у 2019 р. стало відкриття книгарні видавництва у Львові, а також запуск напрямку «a-books».

Отже, аналізуючи напрямки діяльності та організаційну структуру видавництва, можемо сказати, що «Vivat» не зупиняється на досягнутому, а інтенсивно працює, задля того, щоб задовольнити читацькі смаки кожної людини, пропонуючи цікаву літературу.

РОЗДІЛ III. КРИТЕРІЇ УСПІХУ ВИДАВНИЦТВА «VIVAT»

3.1. Тематико-типологічний аналіз видавничого репертуару

Тематико-типологічний аналіз — це поділ видань за цільовим та читацьким призначенням, який допомагає книжковій продукції сформувати його ринкову цінність. Дослідженням цього питання займалися такі вчені: Н. Марціняк, Е. Огар, М. Тимошик.

На думку Е. Огар, досліджуване поняття «тематико-типологічний аналіз» є «одним із важливих засад сучасного видавничого менеджменту, ще на стадії задуму і творчої розробки ідеї, послідовне дотримання визначених типологічних критеріїв на всіх етапах редакторського опрацювання авторського оригіналу, його редакційно-видавничої підготовки, художньо-технічного оформлення і поліграфічного втілення» [17].

У статті Н. Марціняк «Видавничий репертуар і книготорговельний асортимент України: особливості функціонування в умовах централізованої системи управління» зазначено, що «чітка типологічна визначеність забезпечує виданню високу функціонально-комунікативну ефективність, робить його соціально і комерційно затребуваним, адже комерційний успіх будь-якого товару визначається правильним його позиціонуванням на ринку. Саме типологічні характеристики видання разом з якістю редакційно-видавничої підготовки і поліграфічного втілення, ціною, способом розповсюдження формують його ринкову цінність» [9, с. 14].

Для тематико-типологічного аналізу книжкової продукції досліджуваного видавництва за основу взято ДСТУ 3017:2015 «Видання. Основні види. Терміни та визначення понять». Аналіз здійснено за такими основними ознаками:

- «цільове призначення» [9, с. 14]
- «матеріальна конструкція» [9, с. 14]
- «періодичність» [9, с. 14]
- «структура» [9, с. 14]
- «мовна ознака» [9, с. 14]

- «повторність» [9, с. 14]
- «склад основного тексту» [9, с. 14].

З типологічного погляду книжкова продукція «Vivat» є різноманітною.

За цільовим призначенням переважну частину видань становлять науково-популярні, популярні та літературно-художні видання; у видавництві не представлено сегменти офіційних, довідкових, навчальних видань (див. Рис. 27):

Художня Поезія Фантастика та фентезі Сентиментальна проза Детективи і трилери Сучасні автори Класика Комікси, графічні романи Біографії, мемуари, афоризми Іноземними мовами	Дитяча Для найменших Підготовка до школи Шкільна бібліотека Творчість Розвиток дитини Енциклопедії Книги з доповненою реальністю (AR) Вірші та народні казки Оповідання та повісті Детективи Пригоди та фентезі	Підліткова література Довілля Художня Пригоди Фентезі
Бізнес та кар'єра Маркетинг, реклама, PR Управління, історії успіху Кар'єра та розвиток Фінанси та економіка	Прикладна література Психологія, саморозвиток, краса Культура та мистецтво Науково-популярна Історія, політика Виховання та розвиток дітей	Побут, дозвілля Домашнє господарство Хоббі, творчість Здоров'я Езотерика Релігія Будівництво, ремонт Кулінарія

Рис. 27. Цільове призначення видань[3]

За матеріальною конструкцією більшість друкованої продукції видавництва складають книжкові видання. Менш представлені карткові видання.



Рис. 28. Карткові видання [3]

За періодичністю більшу частину книжкової продукції видавництва займають неперіодичні видання, меншу — серіальні.

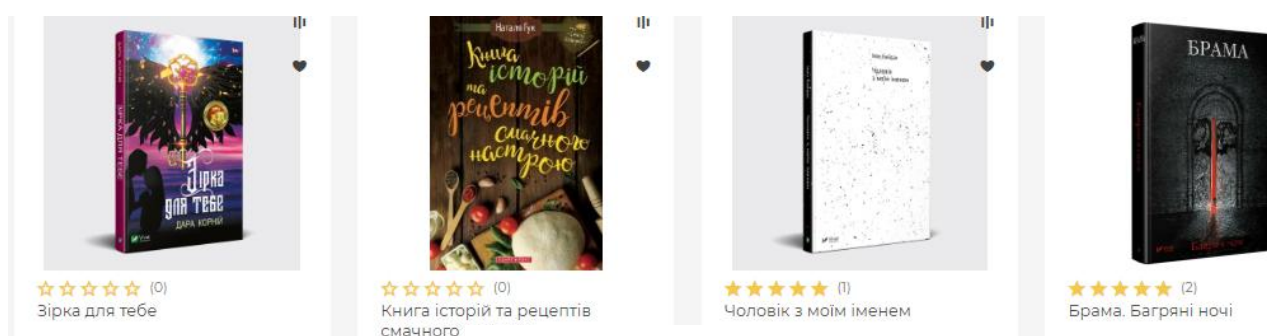


Рис. 29. Серіальні видання [3]

За структурою в «Vivat» представлені одностомні видання, зібрання творів, серії видань;

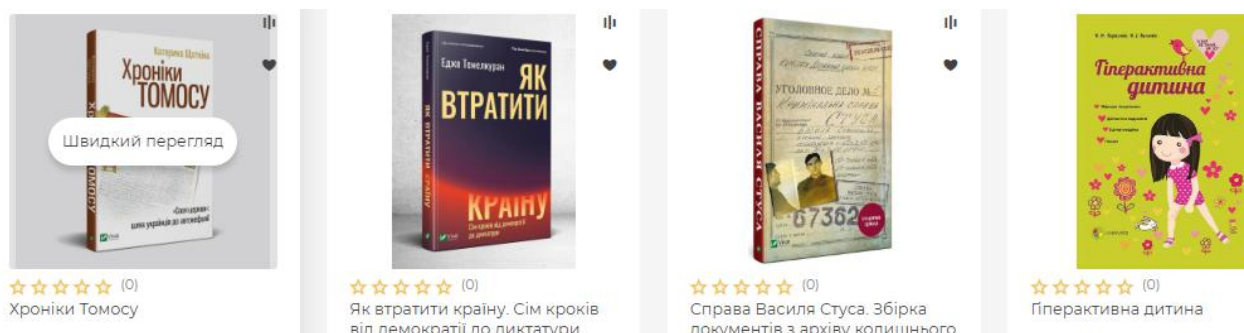


Рис. 30. Серії книг видавництва[3]

За мовною ознакою – англомовні та україномовні видання.



Рис. 31. Англомовні видання[3]

За повторюваністю видань основними є перевидання (виправлені, перероблені, доповнені), все це пов'язані з появою нових матеріалів, трендів, оновлень у поліграфічному виконанні та посиленням читацьким попитом на книжки.

За складом основного тексту переважають моновидання, у яких міститься один твір одного автора, частину складають вибрані твори, альманахи та збірники.

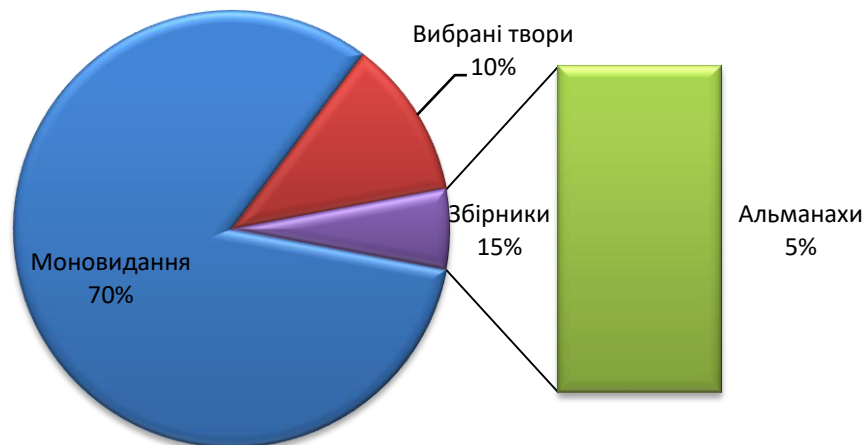


Рис. 31. Відсоткове співвідношення видань за складом основного тексту

Тематично-жанрова характеристика видань «Vivat» найперше зумовлена напрямками діяльності видавництва, адже це той спектр літератури, якого видається найбільше.

■ Дитяча література ■ Нон-фікш ■ Художня література

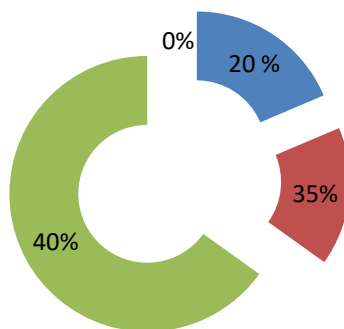


Рис. 32. Напрямок діяльності видавництва [3]

Тематика книжкової продукції залежить від попиту споживачів на неї, читацьких смаків і запитів. Діапазон книжкової продукції у видавництві «Vivat» складається з таких напрямків (Рис. 32):

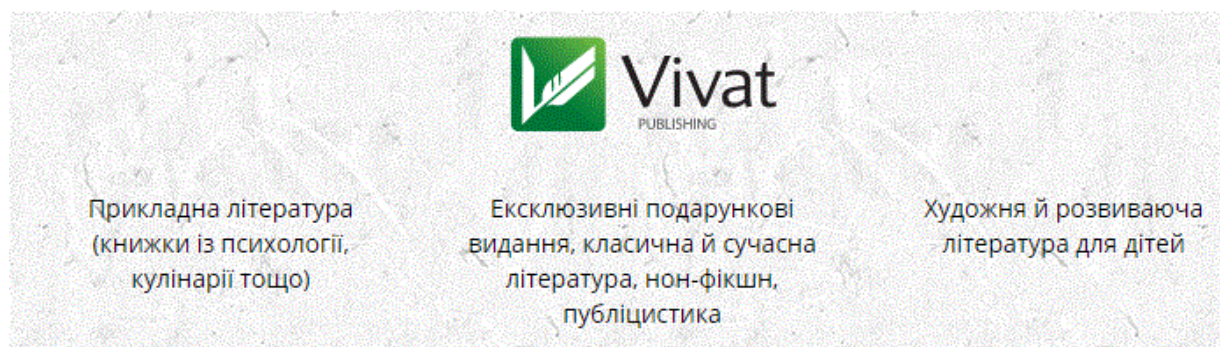


Рис. 32. Напрямок діяльності видавництва[3]

Проаналізовані тематичні напрямки та типологічна характеристика книжкової продукції засвідчують, що «Vivat» є мультижанровим видавництвом широкого профілю, яке за 7 р. роботи вдосконалювалося та покращилося.

3.2. Видавнича продукція крізь призму автури та читачів

«Автор — візитівка, джерело розвитку і репутації видавництва. Сильний автор — це популярні і високоліквідні книги. Сильні автори мультиплікують силу видавництва, бо фокусують на ньому увагу читачів, засобів масової інформації, суб'єктів системи книгорозповсюдження і центрів, що контролюють фінансові, матеріальні та нематеріальні ресурси. Уміння знаходити або формувати таких авторів і утримувати їх у полі співпраці — важлива передумова його динамічного функціонування» [36, с.1].

Згадане поняття у своїх працях досліджували такі науковці, як: Т. Жалко, В. Теремко, В. Хоню та ін. Так, дослідниця Т. Жалко в статті «Культура української книги» наголошує на тому, що «питання книжкового репертуару онтологічно пов'язане з проблемами автури, адже щоб працювати та вдосконалюватися видавництву потрібні автори, які будуть цікаві читачам» [8, с. 120].

Науковець В. Хоню у праці «Діяльність видавництва «Вік»» стверджує, що «в кожному видавництві повинно бути не менше 3-х груп авторів:

- класики (зарубіжної та української літератури);
- «штатні» автори (ті, які постійно друкуються у видавництві);

– «змінні» автори (їхня кількість найбільша)» [43].

У видавництві «Vivat» частину автури займають «класики світової літератури», твори яких становлять близько 30 % книжкового репертуару видавництва «Vivat», до них входять такі автори: Ф. Ніцше, Дж. Остін, М. Мітчелл, Т. Драйзен, Е. М. Ремарк та ін.

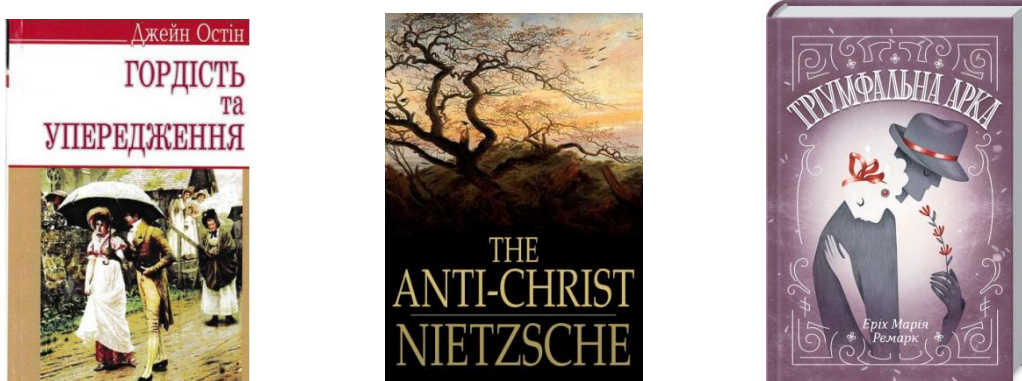


Рис. 33. «Класики» літератури видавництва[3]

Також у видавництві виходять друком книжки популярних українських письменників, серед яких: Д. Корній, А. Кокотюха, А. Чех, О. Каданов, В. Кіпіані, С. Жадан, Н. Гербіш, І. Байдак, А. Нікуліна, К. Щоткіна та ін. [1].

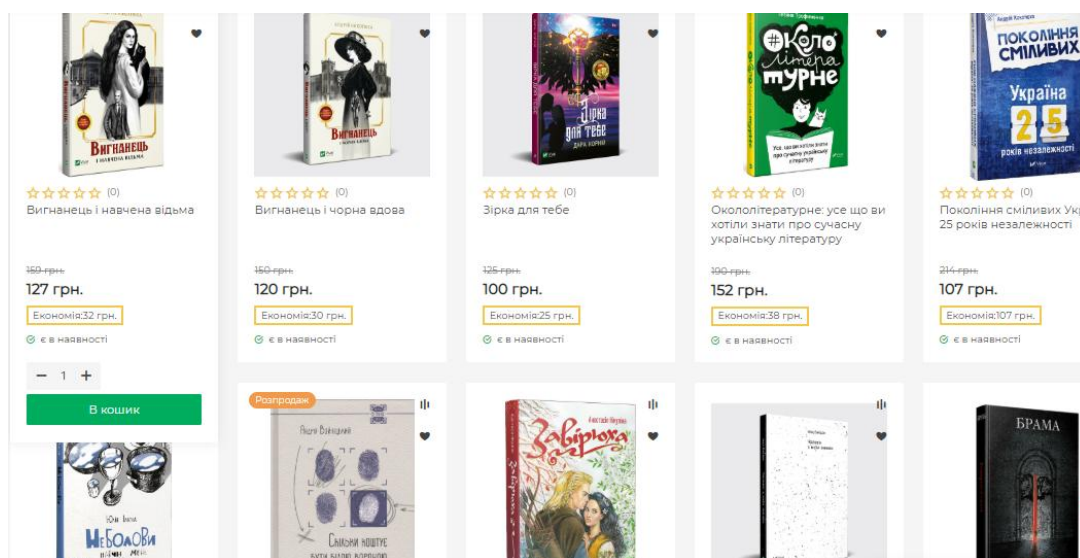


Рис. 34. Сучасні автори видавництва [3]

Перелік усіх авторів, які видаються «Vivat» у розміщено на сайті видавництва у розділі «Автори».

Наші автори

А-Я

А Б В Г Г Д Е Є Ж З И І Й К Л М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ю Я

Всі

E-V

Е G H J L M N R S V

Всі

«-Э

« Э

Всі

1-7

1 2 7

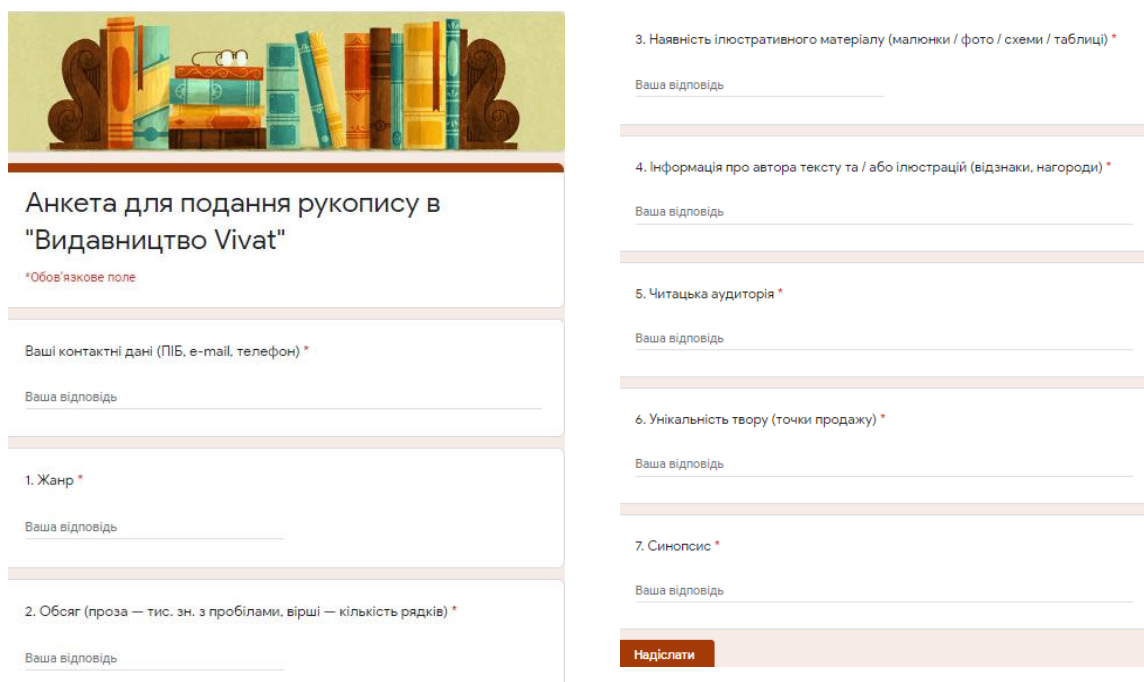
Всі

A	Алексієвич Світлана	Амеліна Вікторія	Аржаковський Антуан	Аренев Володимир	Адамс Скотт	Андерсон Лорі Голс
	Агнешка Стельмашик	Алі Сміт	Аліс Пантермюллер	Андерс Еріксон	А. Бондар	А. Курков
	Анна Сойка	А. Геращенко	А. Журавльова	А. Марковская	А. Цуканова	Аарон Блейбі
	Аарон Керрол	Абір Мухерджі	Абхіджіт Банерджі	Агнешка Тишка	Ада Роговцева	Адам Альтер
	Адам Джонсон	Адам Кей	Адам Лашинські	Адам Сміт	Адам Гласс	Адамс Дуглас
	Аджа Рейден	Адрієнн Барман	Айн Ренд	Айна Бестард	Айріс Мердок	Акланд Нік
	Аксель Шефлер	Алі Саттар	Аліна Бікєєва	Аліна Дудченко	Аліса	Алістер Кроулі
	І илипенко Ольга	І петрановська Людмила	І перрі Сара	І пантермюллер Аліса	І патерсон кетрін	І періс ьернадетт Енн
	Пауш Ренді	Пепен Шарль	Поставна Таня	Петров Е.	Петро Баркітов	Пітер Саловей
	Пеллетьер П.	Пінье Ів	П. ВОРОНЬКО	П. Шрут	П.Глазовий	Півоварова І.
	Піко Айєр	Пікуль В.	Пінк Д.	Пітер Браун	Пітер Камп	Пітер Коулман
	Пітер Сінгер	Пітер Ф. Друкер	Пітер Х. Фогтдаль	Пічон Ліз	Павел Арье	Павич М.
	Павла Ганачкова	Павла Ханачкова	Павленко Маріна	ПАВЛО САНАЄВ	Павло Скоропадський	Павло Фадєєв
	Павло Шрут	Пайпер Л.	Паласіо Р.Дж.	Памела Гамільтон	Пантелеймон Куліш	Пантермюллер Аліс
	Парадіс Енн	Паркер С.	Паркер Стів	Паркхерст К.	Пастернак Б.	Патрік Делафорс
	Патрік Кінг	Патрік Ленсіоні	Патрік Модіано	Патрик Делафорс	Патріція Гайсміт	Патті Сміт

Рис. 35. Автура «Vivat» [3]

Автура видавництва «Vivat» формувалася поступово, ще від заснування. Спочатку вони перевидавали класиків української та зарубіжної літератури, згодом, почали видавати твори авторів. На сьогодні у видавництві є затребуваними молоді перспективні та цікаві письменники, які можуть подати свій рукопис у видавництво заповнивши спеціально створену форму (Див. Рис. 36).

Через декілька дні після відправки резюме менеджер дасть відповідь, приймається Ваш рукопис, чи ні.



Анкета для подання рукопису в "Видавництво Vivat"

*Обов'язкове поле

Ваші контактні дані (ПІБ, e-mail, телефон) *

Ваша відповідь

1. Жанр *

Ваша відповідь

2. Обсяг (проза — тис. зн. з пробілами, вірші — кількість рядків) *

Ваша відповідь

3. Наявність ілюстративного матеріалу (малюнки / фото / схеми / таблиці) *

Ваша відповідь

4. Інформація про автора тексту та / або ілюстрацій (відзнаки, нагороди) *

Ваша відповідь

5. Читацька аудиторія *

Ваша відповідь

6. Унікальність твору (точки продажу) *

Ваша відповідь

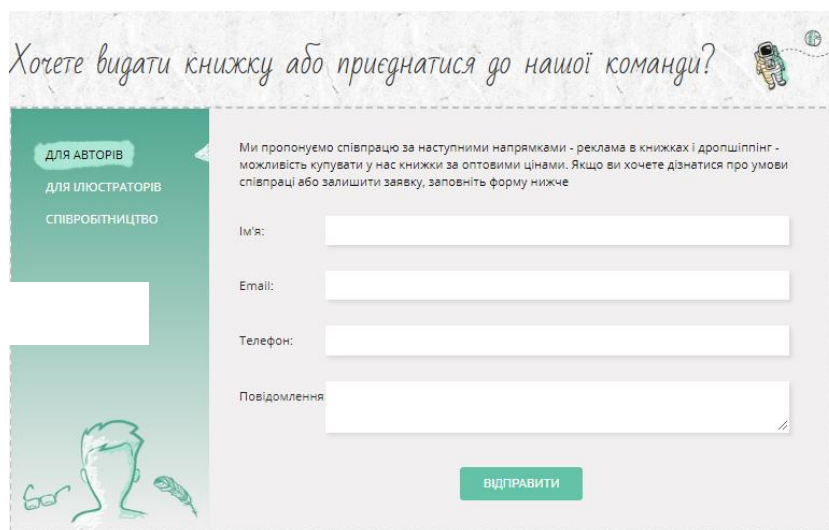
7. Синопис *

Ваша відповідь

Надіслати

Рис. 36. Форма для прийняття рукопису [3]

Можна також заповнити анкету на сайті блогу видавництва (Розділ «Співробітництво»).



Хочете видати книжку або приєднатися до нашої команди?

ДЛЯ АВТОРІВ
ДЛЯ ІЛЮСТРАТОРІВ
СПІВРОБІТНИЦТВО

Ми пропонуємо співпрацю за наступними напрямками - реклама в книжках і дропшипінг - можливість купувати у нас книжки за оптовими цінами. Якщо ви хочете дізнатися про умови співпраці або залишити заявку, заповніть форму нижче

Ім'я:

Email:

Телефон:

Повідомлення:

ВІДПРАВИТИ

Рис. 37. Анкета для співробітництва [3]

Отже, проаналізувавши автуру «Vivat»можемо зробити висновок, що видавництво співпрацює лише з цікавими, амбітними, молодими авторами, які допомагають йому залишатися лідером на відповідному ринку країни.

3.3. Художньо-технічне оформлення та поліграфічне втілення видавничої продукції

Під художнім оформленням розуміємо: «Послідовні дії видавничих працівників, передусім художнього редактора і редактора, щодо обґрунтування концепції художнього оформлення та її поліграфічне втілення через аналіз, оцінку й контроль за якістю виконання усіх зображальних елементів зовнішньої та внутрішньої частин конкретного видавничого продукту на різних етапах проходження оригінал-макету» [48].

«Процес оформлення друкованого видання складається із трьох послідовних етапів» [48]:

- «підготовчий етап, на якому виникає, розвивається і складається задум оформлення: народження і формування задуму; перетворення задуму в проект оформлення; перетворення проекту в модель оформлення – макет. Визначається значення і місце кожного тексту і зображення у виданні відповідно до задуму і закріплення за ними певних графічних характеристик, а також їх взаємодія, ієрархічна структура і відображення її у системі рубрикації» [48].

- «етап виконання та редагування оригіналів оформлення: формується зміст та графічні характеристики зовнішнього та внутрішнього оформлення: робота над ескізами або пошук та добір ілюстрацій і фотографій; гармонійне поєднання зображень, текстів, їх класифікація і опрацювання, створення макетів. Весь графічно-зображальний ряд повинен об'єднувати різнорідну текстову частину і утворювати нерозривну єдність, причому видання має сприйматися цілісно й неповторно» [48].

- «композиційно-технічний етап: набір та верстка, підготовка зверстаного матеріалу для поліграфічного етапу, остаточне розміщення текстових та зображальних матеріалів, відповідність усіх елементів видання існуючим нормам і стандартам, перевірка комплектації, створення оригінал-макету, який передається на поліграфічне підприємство для друкування» [48].

«При підготовці видань до друку особливу увагу приділяють художньо-технічному оформленні, адже воно слугує доповненням видання та його

частиною. Художній редактор знає характеристики витратних матеріалів: паперу, картону, палітурних матеріалів тощо — і це допомагає йому створити професійно грамотне видання, дає можливість побачити наперед видання:

- у точно встановленому форматі;
- надрукованому певним шрифтом;
- віддрукованим тим чи іншим способом друку;
- на папері потрібної якості» [48].

«Детальна розробка плану у видавництві починається з вибору розміру видання (формату) та інших розмірних характеристик, які стосуються задрукованої та незадрукованої частин, розмірів ілюстрацій, кегля шрифтів для всіх текстових елементів. Дуже важливо вибрати правильний формат для серійних, багатотомних і неперіодичних видань, оскільки у межах цього формату будуть розташовуватися всі елементи всіх випусків видання» [48].

«Уважну та прискіпливу роботу у «Vivat» виконує художній редактор над планом ілюстрування видання. «При цьому визначається: які матеріали чи фрагменти твору слід посилити зображенням і в який спосіб це зробити. Художній редактор може поставити більш чітке завдання: виготовити фронтиспис і шмуцтитули, або заставки на спускні сторінки. Значення має й прийом ілюстрування: чорно-білий або кольоровий, штриховий чи півтоновий» [48].

Внутрішня та зовнішня форми видавництва «Vivat» обумовлюються функціональним та цільовим призначенням і конкретною читацькою адресою окремих видань та підгруп книжкової продукції. Пропонуємо таблицю підгруп книжкової продукції досліджуваного видавництва (Див. Табл. 1):

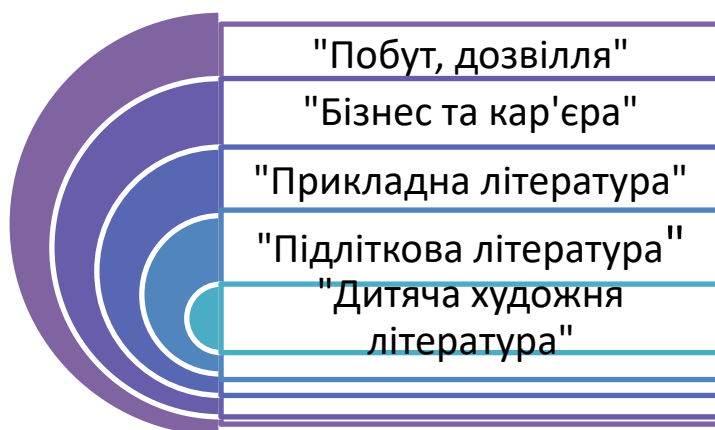


Табл. 1. Підгрупи книжкової продукції

Видання першої підгрупи («Побут», «Дозвілля») є максимально доступними для невідготовленого читача. Особливу увагу звертаємо на такі риси внутрішньої форми, як виклад матеріалу простою, зрозумілою мовою; підбір і вдале розташування ілюстративного матеріалу. Шрифт у виданні теж підібраний вдало, він є читабельним та зручним для сприйняття (Див. Рис. 34):

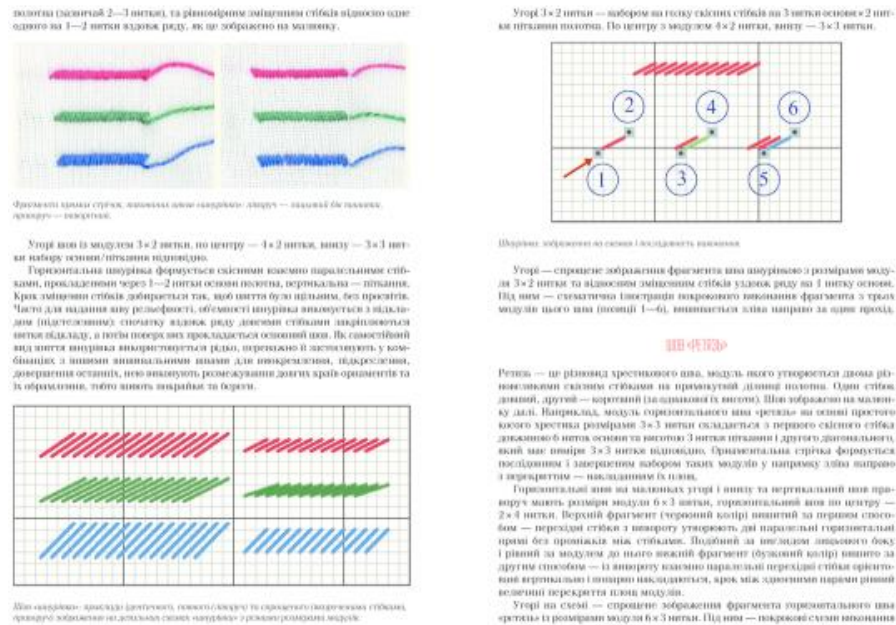


Рис. 34. Подача інформації у виданнях підгрупи «Побут, дозвілля» [1]

Видання другої підгрупи («Художня література») містять оригінальні твори, зразки світової та української класики. Наявні такі елементи апарату, як ґрунтовні передмови, примітки редактора (упорядника), подяки, біографічні та бібліографічні додатки. (Див. Рис.35):



Рис. 35. Наявність елементів апарату (примітки редактора, передмова, посвята) у виданнях підгрупи «Художня література» [1]

Видання третьої підгрупи («Бізнес та кар'єра», «Прикладна література») використано шрифтові та графічні виділення в тексті, задля орієнтування; ілюстративний матеріал підібраний вдало та відповідно до тематики. Найбільше уваги до шрифтового оформлення та ілюстративного матеріалу приділяється саме виданням цієї підгрупи, адже вони тут відіграють основну роль і виступають важливими компонентами (Див. Рис. 36):

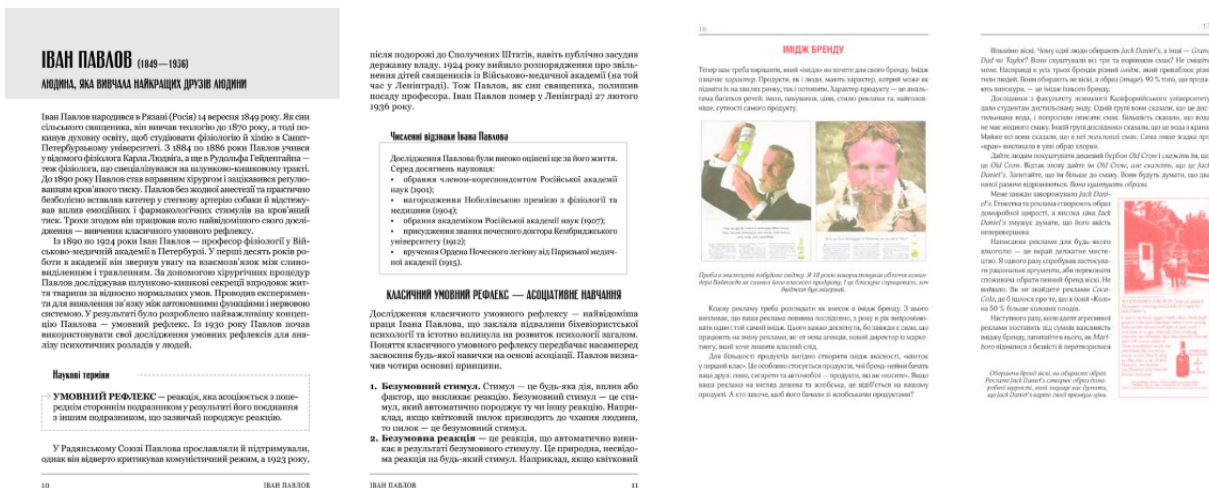


Рис. 36. Видання підгрупи «Прикладна література» [1]

Щодо поліграфічного виконання книжкової продукції видавництва «Vivat», зокрема зовнішнього оформлення, то широко використовуються палітурки з яскравими ілюстраціями, також прості, лаконічні титули (Див. Рис. 37), заставки: сюжетно-тематичні та декоративні, заголовні літери для акцентування початкових абзаців; декоративні шрифти — для виділення рубрик.



Рис. 37. Продукція видавництва «Vivat» [1]

При формуванні майбутнього видання важливу роль відіграє художньо-технічне редагування, адже головною в оформленні є тенденція: всіма

можливими друкарськими й композиційними способами чітко відобразити зміст тексту, винайти в кожному окремому випадку таку художньо-поліграфічну форму, що відповідає читацькому призначенню.

«Для правильного формулювання загального задуму оформлення, який враховує теми для ілюстрацій, формат видання, формат набору, шрифт, оформлення обкладинки або палітурки, необхідно досконало володіти матеріалом, розуміти зміст твору, а також уявляти читацьку аудиторію, умови читання, характер розповсюдження тощо» [48].

3.4. Рекомендації щодо оптимізації діяльності видавництва

Діяльність видавництва охоплює великий пласт роботи, і, для того, щоб продавати книжкову продукцію її потрібно правильно зорганізувати.

Переконані, що видавець-редактор як організатор видавничих проєктів повинен добре розумітися на всіх цих тонкощах, а також враховувати їх при вирішенні багатьох питань підготовки майбутнього видання і, його художньо-технічного вирішення та поліграфічного втілення.

Проаналізувавши діяльність видавництва «Vivat», ми виокремили ряд рекомендацій щодо покращення його роботи. Також, щоб визначити стан проінформованості населення про діяльність цього видавництва нами була розроблена анкета, яку ми опублікували в мережі Інтернет. За допомогою анкетування опитано 79 респондентів різного віку, роду діяльності (Див. Рис. 38).

Стан проінформованості населення про діяльність видавництва «Vivat»

Шановний респонденте!

Ми вивчаємо та аналізуємо діяльність видавництва «Vivat». Для того, щоб визначити стан проінформованості населення про роботу цього видавництва, просимо відповісти Вас на запропоновані запитання.

Введіть свій вік *

Текст запитання з короткими відповідями

Стать *

☐ чол.

☐ жін.

Рід занять *

Текст запитання з короткими відповідями

Чи чули Ви про діяльність видавництва «Vivat»? *

Чи купуєте літературу цього видавництва? *

☐ Так

☐ Ні

Чи задовольняють Вас ціни на видавничу продукцію? *

☐ Так

☐ Ні

Література якого спрямування викликає у вас найбільшу цікавість? *

☐ наукова;

☐ науково-популярна;

☐ художня;

☐ релігійна;

☐ суспільно-політична;

☐ навчальна;

Рис. 38. Анкета

Кожне сучасне видавництво намагається посісти чільне місце у плеяді українських видань. Саме з цією метою випускається великий спектр літератури, проте не завжди вона є якісною. У зв'язку з цим однією із рекомендацій буде видання тільки якісної літератури, якщо ж є погрішності — тоді зменшення ціни на книгу.

Слід відзначити, що серед опитаних більшість все ж знає про досліджуване видавництво (Див. Рис. 39).

Чи чули Ви про діяльність видавництва «Vivat»?

79 відповідей

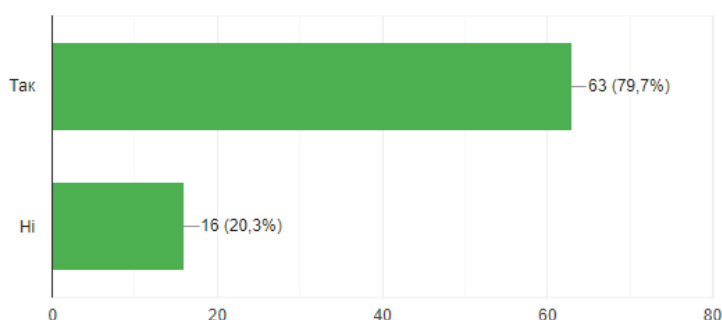


Рис. 39. Анкета для дипломної роботи

Як говорить Ю. Орлова: «Ми маємо цілий відділ, який займається піаром на чолі із креативним директором, є також співробітники на аутсорсі. Зараз у маркетинговому відділі загалом працюють чотири людини. Але ми розуміємо, що цього мало і потрібно ще як мінімум двоє. Саме у цьому напрямку і потрібно розвиватися і на це, з моєї точки зору, потрібно звертати більше уваги в найближчому майбутньому. За останні роки ми як видавництво сконцентрувалися на виданні якісних книг, на підборі авторів та хороших перекладачів. Як директор видавництва можу сказати, що нашим продуктом я задоволена. Наступний крок, який маємо зробити — це максимально просунути цей продукт на шляху до читача. Безумовно, це більший рекламний бюджет, більше маркетингових досліджень і т.д.» (Див. Додаток Ж, 3) [6].

Так, рекомендуємо робити вкладання у маркетинг, адже цей аспект є одним із основних на сучасному книжковому ринках.

Частину опитаних осіб не влаштовують ціни на видавничу продукцію (Див. Рис. 40). Проаналізувавши діяльність «Vivat», промоніторивши ціни на книги

інших видавництв, можемо зробити висновок, що попри якісні зразки літератури — потрібно регулювати ціну, адже не всі можуть дозволити собі вказану.

Чи задовольняють Вас ціни на видавничу продукцію?

79 відповідей

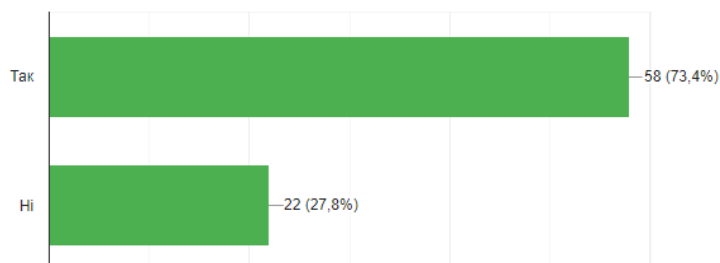


Рис. 40. Анкета для дипломної роботи

Під час аналізу відзначили, що брак рекламних заходів саме зазначеного видавництва призводить до його забування, адже маркетинг є важливою складовою функціонування. Наступна рекомендація — більше нагадувати про себе, щоб зацікавлювати. Найбільше респонденти вказували на те, що потрібно:

- робити розіграші;
- проводити акції;
- організовувати зустрічі із письменниками в онлайн-режимі;
- рекламуватися у соцмережах;
- організовувати масові заходи (форуми, ярмарки);
- таргет-реклама;
- стежити та підлаштовуватися під тренди;
- привертати увагу до своєї продукції, видаючи цікаві для аудиторії книги, наприклад, переклади зарубіжних бестселерів;
- залучати до співпраці та реклами найвідоміших блогерів.

Ще однією рекомендацією буде те, що видавництву слід додати швидкий перегляд книг на сайті, адже хотілося б ознайомитися із виданням, проте ця функція відсутня.

Останнім питанням нашої анкети було: «Ваші побажання видавництву щодо нововведень, які б ви хотіли у ньому бачити?» Найбільшу увагу респонденти звертали на огріхи видавництва та його продукції (Див. Рис. 41).

Більше наукової літератури
щоб з кожним роком було більше прихильників, читачів
Багато помилок в текстах, опечаток, звертайте на це увагу
Більше суспільно-політичної літератури!
Книги з доповненою реальністю
Більше реклами, щоб знали усі про видавництво
Більшу кількість художньої літератури, а саме детективів
Зменшити ціну на продукцію, адже порівняно з іншими видавництвами книги задорогі
Креатив, сміливість, відсутність рамок
3D реальність
Більше суспільно-політичних видань хотілося б бачити
Оновлення сайту, більше можливостей що до онлайн користування книгами
Мати доступу ціну, красивий дизайн оформлення, а також гарний зміст

Рис. 41. Анкета для дипломної роботи

Отже, можемо зробити висновок, що видавництву потрібно звернути увагу на усі зауваження, та, щоб продовжувати діяльність треба їх врахувати, адже думка споживача є дуже важливою.

ВИСНОВКИ

Дослідження концепції видавництва «Vivat» особливе тим, що запропонована тема ще не студіювалась, аналіз проводився вперше в Україні.

У першому розділі дипломної роботи було описано діяльність видавництв України періоду незалежності. Відзначено, що українське книговидання розвивається та модернізується, проте в Україні все ж спостерігається падіння обсягів випуску книжкової продукції. Кризове становище значною мірою пояснюється браком спадковості та послідовності в діях влади щодо реформування галузі.

У роботі описано типологічну характеристику, за якою вивчають сучасні видавництва. З'ясовано законодавче підґрунтя та загальний стан видавничої справи в Україні. Наголошено, що, усі прийняті законодавчі рішення сприятимуть вільному висловленню поглядів і переконань, створенню належних умов для зміцнення і розвитку інформаційної сфери, а також продовженню процесу поліпшення законодавчого забезпечення видавничої сфери, проведенню політики підтримки книговидання та сприянню формування позитивного іміджу держави.

У другому розділі зосереджено увагу на тому, що видавництво є визначальним гравцем книжкового ринку України, одним з найбільших дистриб'юторів книжкової продукції, має власні фірмові магазини, працює за канонами Європейського ринку. Дотримуємося думки, що для видавництва важливо зберігати традиції та акумулювати прогресивні ідеї.

Можемо констатувати, що типологічна характеристика видавництва є важливим елементом його характеристики, яка допоможе молодому видавцеві зорієнтуватися, як правильно типологізувати видавництво та не втрапити у правову колізію.

Проаналізувавши напрямки діяльності та організаційну структуру, можемо сказати, що «Vivat» не зупиняється на досягнутому, інтенсивно працює, задля того, щоб врахувати читацькі смаки кожної людини, пропонуючи цікаву продукцію.

У третьому розділі розкрито питання тематичних напрямків та типологічної характеристики книжкової продукції. Засвідчимо, що «Vivat» є мультижанровим видавництвом широкого профілю, яке постійно вдосконалюється та покращується.

Було проведено анкетування в мережі Інтернет, для того, щоб визначити стан проінформованості населення про роботу цього видавництва. Результати засвідчили, що попри видання якісних зразків літератури — потрібно регулювати ціну, адже не всі можуть дозволити собі вказану ціну, респонденти вказали на те, що брак рекламних заходів саме зазначеного видавництва призводить до його забування, адже маркетинг є важливою складовою функціонування, також, видавництву слід додати швидкий перегляд книг на сайті, адже хотілося б ознайомитися із виданням, проте ця функція відсутня. Також, респонденти наголосили на тому, що видавництву потрібно покращити просування продукції в інтернеті, адже частина опитаних не знаю, що це видавництво справді існує. За період карантину «Vivat» вже зробив свої перші успішні кроки поширення реклами в інтернеті, зокрема у соціальних мережах, таких як: Instagram та Facebook.

Слід наголосити, що загалом, діяльність «Vivat» зорієнтована на те, щоб підняти рівень українського книговидавання та виховати високоінтелектуальну націю. Відзначимо, що чітке усвідомлення потреб різних груп читачів (цільове і читацьке призначення) стало підґрунтям для формування розмаїтого книжкового репертуару, залучення автури відповідного рівня. Проаналізувавши автуру «Vivat»можемо зробити висновок, що видавництво співпрацює лише з цікавими, амбітними, молодими авторами, які допомагають йому залишатися лідером на ринку.

Отож, збагачуючи вітчизняне книговидавництво широким спектром продукції, видавництво «Vivat» стає лідером на українському та європейському ринках. Загалом діяльність видавництва«Vivat» підпорядковується головним завданням: підняти рівень українського книговидавання, подати найкращі зразки українського друкованого слова, виховати власного читача, у кінцевому рахунку

— сприяти розвитку українства як свідомого й життєздатного національного утворення.

Отже, можемо зробити висновок, що запропоноване дослідження відкриває перспективи подальших досліджень українських та зарубіжних видавництв. Також може стати основою для нових наукових студій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Більше видань всяких і різних. Дані про все, що видавалося 25 років. URL: <https://texty.org.ua/d/ua-publishing-stats/> (дата звернення: 10.06.2020).
2. Блог видавництва «Vivat». URL: <http://vivat-publishing.com/pro-vidavnitstvo/> (11.06.2020).
3. Видавництво «Vivat». URL: <http://vivat-publishing.com/> (дата звернення: 01.12.2019).
4. Давидова Л. В. Університетські видавництва: зарубіжний та вітчизняний досвід : зб. наук. праць. Київ : Дух і літера, 2014. Т. 56. 10 с.
5. Державна наукова установа «Книжкова палата України імені Івана Федорова». URL: <http://www.ukrbook.net/agentstvo.html> (дата звернення: 01.06.2020).
6. Директорка видавництва Vivat Ю. Орлова: про 6 редакцій, понад 300 рукописів на розгляді та широку видавничу лінійку. URL: https://blog.yakaboo.ua/vivatuliaorlova/?fbclid=IwAR3hYJhuig7DFmW216L7IhTTnREVGZ7eF_1na8NfIvBMqnaYbJCY1z5KgNE (дата звернення: 20.11.2019).
7. Дистрибуція: як малим видавцям позбутися болю з складами й бюрократією. URL: <http://www.chytomo.com/dystrybutsiia-iak-malym-vydavtsiam-pozbutysiaboliuskladamybiurokratiieiue/?fbclid=IwAR2e4bfqM9ie48U9zsyMNEFY7nyqgjXl5Mv1qH1Yv787N-aJzVd6pc0hpcsk> (дата звернення: 29.11.2019).
8. Жалко Т. Й. Культура української книги: Сучасна книговидавнича концепція : зб. наук. праць. Київ, 2002. 252 с.
9. Зелінська Н. Теорія та історія видавничої справи — нова спеціальність у новій галузі науки. *Книга і преса в контексті культурно-історичного розвитку українського суспільства*. 2011. № 4. С. 34–49.
10. Інтернет-магазин видавництва «Vivat». URL: <https://vivat-book.com.ua/> (дата звернення: 01.12.2019).
11. Казак К. О. Господарсько-правове забезпечення видавничої діяльності в Україні. Харків, 2016. 23 с.

12. Копистинська І. М. Засоби промоції книжкових видань: досвід незалежної України. <http://www.irbisnbnv.gov.ua/cgi-bin/ir=> (дата звернення 23.04.2020).

13. Копистинська І. М. Тенденції сучасного вітчизняного книговидання: організаційний, тематичний та рекламно-промоційний аспекти (1991-2003 рр.). URL: <https://www.studmed.ru/view/kopistinska-m-tendencyi-suchasnovtchiznyanogo-> (дата звернення 04.04.2020).

14. Книговидання в Україні. URL: <http://data.chytomo.com/knygovydannya-v-ukrayini/> (дата звернення: 29.11.2019).

15. Книговидання–2018: стоп-криза й перерозподіл лідерства. URL: <https://www.chytomo.com/knyhovydannia-2018-stop-kryza-j-pererozpodil-liderstva/> (дата звернення: 20.11.2019).

16. Книговидання–2019: Як Ляшко врятував видавничу справу країни. URL: <http://www.chytomo.com/knyhovydannia-2019-ia-liashko-vriatuvav-vydavnych> (дата звернення: 20.05.2020).

17. Книжковий блог: чим порадуєть українські видавництва 2019 р. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-46536448> (дата звернення 20.05.2020).

18. Книжковий ринок: позаду залишаються скептики. URL: <http://www.korydor.in.ua/ua/cool-economix/knizhkovij-rinok-pozadu-zalishayut-sya-skeptiki.html> (дата звернення: 10.05.2020).

19. Книжкова палата України. URL: <http://www.ukrbook.net/agentstvo.html> (дата звернення: 29.11.2019).

20. Концепції маркетингу та його планування у видавництві. URL: https://studme.com.ua/13180202/ekonomika/kontseptsii_marketinga_ego_planirovanie_izdatelstve.htm?fbclid=IwAR1q80d2obymGLXqPWPncHOM2nDQdm3LOaTGB47KHsuVvG3w5uS8dHDopс4 (дата звернення: 29.11.2019).

21. Короткі списки Книги року BBC 2019. URL: <https://www.bbc.com/ukraini> (дата звернення: 02.12.2019).

22. Львівське видавництво потрапило у топ-3 українського рейтингу за накладом книжок. URL: http://tvoemisto.tv/news/lvivske_vydavnytstvo_potrapilo_u_top3_ukrainskogo (дата звернення: 29.11.2019).

23. Мовні кліше для створення наукових текстів. URL: <http://sslab.com.ua/Home/Post/38/200--movnix-kl%D1%96sh> (дата звернення: 11.05.2020).

24. Мураховський А. С. Державне регулювання у сфері видавничої справи. URL: <https://studfile.net/preview/8098311/> (дата звернення: 21.03.2020).

25. Огар Е. І. Соціокомунікативний підхід у сучасних книгоорієнтованих дослідженнях. *Наукові записки Української академії друкарства*. 2014. № 4. С. 160-166.

26. Огляд ринку. Книговидавання. URL: <https://msb.aval.ua/news/?id=26190> (дата звернення: 02.12.2019).

27. Організація видавництва: типи, видавничі структури, організаційні форми. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/journalism/24610/> (дата звернення: 29.11.2019).

28. Організація і структура сучасного видавництва. URL: <https://studfile.net/previe> (дата звернення: 29.11.2019).

29. Партико З. В. Словник видавничих термінів. Запоріжжя : КПУ, 2013. 68 с.

30. Погляд зсередини: тенденції видавничого ринку України, очима одного із «гравців». URL: <https://vseosvita.ua/news/poglad-zseredini-tendencii-vidavnicogo-rinku-ukraini-ocima-odnogo-iz-gravciv-2145.html> (дата звернення: 14.04.2020).

31. Прихода Я. В. Соціокомунікаційний підхід до вивчення діяльності видавництв. Київ : Обрії друкарства, 2015. 143 с.

32. Рейтинг українських видавництв. URL: <https://bookforum.ua/rejtyng-ukrayinskyh-vydavnytstv/> (дата звернення: 20.11.2019).

33. Скленар І. Проблеми національного книговидання у сучасний період. URL: <http://www.lsl.lviv.ua/wp-content/uploads/Z/Z2014/JRN/PDF/11.pdf> (дата звернення 21.03.2020).
34. Сенченко М. Книжкова палата України. Історія і сьогодення. Київ : Книжкова палата України, 2004. 163 с.
35. Слово видавця. URL: <https://nv.ua/ukr/project/slovo-vidavtsja-2493681.html> (дата звернення: 11.06.2020).
36. Теремко В. І. Автор у стратегічній системі видавництва. URL: <http://pvs.uad.lviv.ua/static/media/1-57/4.pdf> (дата звернення: 23.05.2020).
37. Тимошик М. С. Видавнича справа та редагування : навч. посіб. Київ: Наша культура і наука, 2004. 224 с.
38. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця : навч. посіб. Наша культура і наука, 2006. 560 с.
39. Українська Асоціація Видавців та Книгорозповсюджувачів. URL: <http://www.upba.org.ua/index.php/uk/> (дата звернення: 25.04.2020).
40. Українські видавці — про комерційний успіх і те, яким має бути ідеальний автор. URL: <https://nv.ua/ukr/project/slovo-vidavtsja-2493681.html> (дата звернення: 29.11.2019).
41. Хилько М. Типологічні класифікаційні моделі контенту вітчизняного книговидання у контексті соціально-комунікаційних досліджень. URL: <http://www.lsl.lviv.ua/wp-content/uploads/Z/Z2014/JRN/PDF/12.pdf> (дата звернення 21.03.2020).
42. Хмельовська О. Книговидання-2018: стоп-криза й перерозподіл лідерства. URL: <http://data.chytomo.com/knygov> (дата звернення: 05.05.2020).
43. Хоню В. В. Діяльність видавництва «Вік» (1894-1919) : дис. канд. філол. наук : 10.01.08 / Київський національний університет ім. Т. Шевченка. Київ, 2000. 206 с.
44. Чим порадуять українські видавництва у 2019 році. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-46536448> (дата звернення: 02.12.2019).

45. Читання в Україні: престиж, культура, інфраструктура. URL: <http://uamoderna.com/images/archiv/22/Forum-22.pdf> (дата звернення: 10.05.2020).

46. Читомо-2019: яким для нас був цей рік і про що ми мріємо далі. URL: <http://www.chytomo.com/chytomo-2019-iakym-buv-dlia-nas-tsej-rik-i-pro-shcho-mriiemo-dali/> (дата звернення 03.06.2020).

47. Швецова-Водка Г. М. Типологія книги : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Київ, Книжкова палата України, 1999. 78 с.

48. Шевченко В.Е. Роль художника, художнього та технічного редакторів у друкованому виданні. URL: <http://journlib.u> (дата звернення 10.04.2020).

49. Шпак В. І. Нормативно-правове забезпечення процесів розвитку та підтримки видавничої справи. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/shpak_normatyvno.pdf (дата звернення 12.03.2020).

50. Як відрити україномовну книгарню і не збанкрутувати. URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2019/07/03/yak-vidkryty-ukrayinomovnu-knygarnyu-i-ne-zbankrutuvaty-istoriya-nataliyi-mospan-ta-merezhi-moya-knyzhkova-polytsya/> (дата звернення: 21.11.2019).

51. Як зробити книговидавничий бізнес успішним. URL: <https://starylev.com.ua/news/maryana-savka-yak-zrobyty-knygovydavnychyu-biznes-uspishnym> (дата звернення: 10.06.2020).

52. Яке майбутнє в українського книговидання. URL: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/yake-majbutnye-v-ukrayinskogo-knigovidannya/> (дата звернення: 02.12.2019).

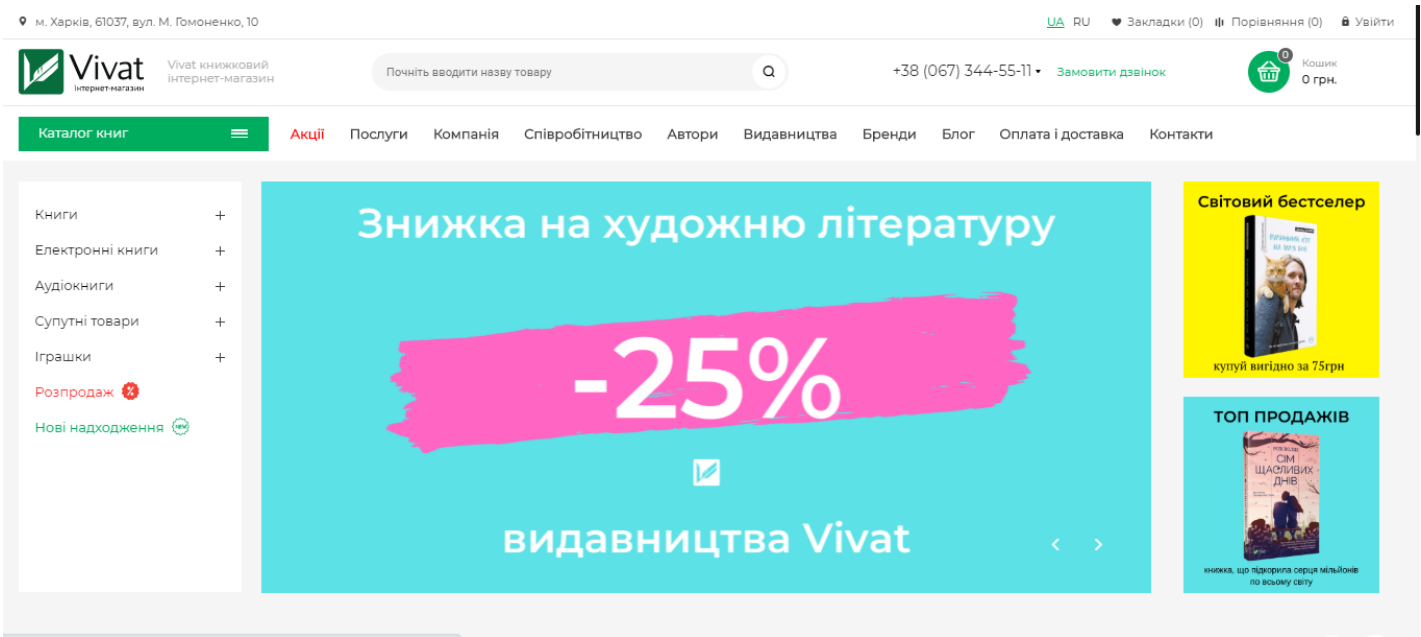
53. Як написати і видати власну книгу? URL: <https://happymonday.ua/jak-napysaty-knygu-i-vydaty> (дата звернення: 21.11.2019).

54. Як розвивається книговидавництво в Україні. URL: https://zaxid.net/yak_rozvivayetsya_knigovidavnitstvo (дата звернення: 21.11.2019).

ДОДАТКИ

Додаток А

Сайт видавництва «Vivat»



Додаток Б

Блог видавництва


м. Харків, 61037, вул. М. Гомоненко, 10

UA RU

Закладки (0)

Порівняння (0)

Увійти


 Vivat
інтернет-магазин

Почніть вводити назву товару

Q

+38 (067) 344-55-11

Замовити дзвінок

 Кошик
0 грн.

Каталог книг

Акції

Послуги

Компанія

Співробітництво

Автори

Видавництва

Бренди


Блог

Оплата і доставка

Контакти

Головна / Блог

Блог



Якби Волтер Вайт викладав не хімію школярам, а фізику студентам.

04.06.2020

Хоча Волтер Левін і всесвітньовідомий популяризатор фізики, поки я не взяв книгу до рук, то нічого про нього не чув і жодного відео з ним не дивився. Тому можна сказати він для мене був чистим листом і його науково-викладацьке та педагогічне уміння я оцінював саме зі сторінок цієї книги, а не через відео на YouTube. Думаю, це важливо зазначити, адже одразу після передмови в уяві постає трохи літній, збіса розумний дивак – певний аналог Дока з «Назад у майбутнє». Й у мене постало питання, чи саме не його дивацький виклад і є тією родзинкою? Бо може вийти так, що книга виявиться простим посібником із фізики з дещо спрощеною для широкого кола читачів науковістю?

Детальніше

ДитЛіт

Інтер'ю

Підбірка книжок

Рецензії

Здали в друк

Уривок з книжки

Отправляйте нам сообщение

живо



Перша книгарня «Vivat» у Харкові (2017 р.)



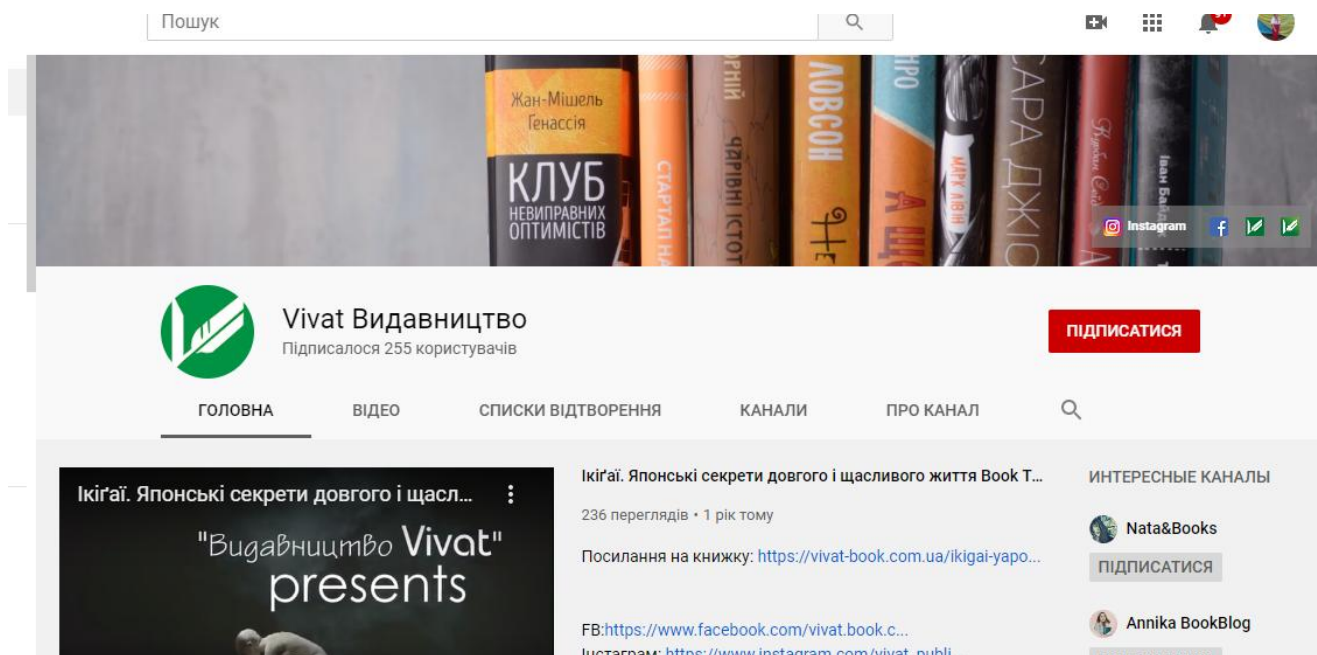
Новинки від видавництва на «Книжковому Арсеналі-2019»






Додаток Ж


Ютуб-канал



Сторінка «Vivat» у Твіттері



[Увійти](#)
[Зареєструватися](#)



Vivat


Видавництво Vivat
@vivatbook

Видавництво #Vivat пропонує максимально широкий асортимент напрочуд цікавих книжок.

📍 Харків vivat-publishing.com 📅 Дата приєднання: вересень 2014

читає **159** 1 848 читачів


[Твіти](#)
[Твіти й відповіді](#)
[Медіафайли](#)
[Вподобання](#)


Видавництво Vivat @vivatbook · 18 жовт. 2017
 Ожинова зима: vivat-book.com.ua/khudozhnya-1%D


Вперше у Твіттері?

Зареєструйтеся зараз, щоб отримати власну персоналізовану стрічку!

[Зареєструватися](#)



Вам може сподобатися



































La2top.net
@La2top_net

[Читати](#)

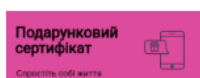
Додаток И

Видавництва, книги яких продаються на сайті «Vivat»

 BookChef	 Nebo Booklab Publishing	 Yakaboo Publishing	 Київський Будинок Книги
 Проф-Пресс	 4Профи	 Clever	 In Lumine
 Meridian Czernowitz	 Snowdrop	 Віват	 Іностранка
 А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА	 А.Антоненко	 Азбука	 Академія
 Альпина Паблішер	 Априори	 Арій	 Аргумент Принт
 Арій	 Артбукс	 Асса	 АСТ
 Фонтан Казок	 Форс	 Центрополіграф	 Час майстрів
 Читаріум	 Чорні вівці	 Школа	 Юстиніан

Додаток Й

Послуги, які надає видавництво



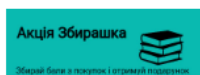
Подарунковий сертифікат

Спростіть собі життя і зробіть приємно близькій собі людині. Подарунковий сертифікат - це чудовий подарунок на щодень і на свята. Це може бути як маленький сюрприз, так і великий подарунок.

[Детальніше](#)

Гарантія

Світ сповнений сюрпризів. І інколи вони бувають не дуже приємними. Бувають моменти, коли товар, який ви замовили в інтернет-магазині, приходить до вас неналежної якості. Це ситуація, якої не уникнути на 100%. Причини пошкодження товару можуть бути різні, але від цього не легше. Ми не залишимо вас один на один з проблемою.

[Детальніше](#)

Акція Збирашка

Приємний подарунок завжди викликає багато позитивних емоцій. А ви ж знаєте як сильно ми любимо викликати у вас такий позитив! В саме тому ми запустили акцію "Збирашка"

[Детальніше](#)

Рецензія

на дипломну роботу

«Концепція діяльності видавництва «Vivat»

на книговидавничому ринку України»

студентки IV курсу

відділення комп'ютерних та видавничих технологій спеціальності
«Журналістика» Галицького коледжу імені В'ячеслава Чорновола

Ленько Тетяни Романівни

Пропонована дипломна робота повністю відповідає темі. Студентка обґрунтувала актуальність, новизну, теоретичне та практичне значення. Чітко сформульвані мета і завдання роботи, що відповідають її структурі, а також предмет й об'єкт, застосовані джерела та методи дослідження.

У першому розділі студентка подала загальну характеристику діяльності українських видавництв періоду незалежності. Запропоновано типологічну характеристику видавництв країни. Зроблено детальний аналіз нормативно-законодавчої бази видавничої діяльності в Україні (1991-2020 рр.).

На основі широкого фактичного матеріалу у другому розділі студентка досліджує концепцію діяльності та історію становлення видавництва. Подає типологічну характеристику, напрямки діяльності та організаційну структуру.

У третьому розділі студенткою проведено тематико-типологічний аналіз репертуару видавництва «Vivat», видавничої продукції крізь призму автури та читачів, художньо-технічного оформлення та поліграфічного втілення видавничої продукції. Відрадно, що Тетяна Романівна подає ряд рекомендацій щодо оптимізації діяльності.

Недоліком роботи, на нашу думку, є надмірне цитування у теоретичному розділі, проте це не применшує ваги наукової роботи.

Дипломна робота відповідає вимогам до такого виду робіт, за належного захисту заслуговує позитивної оцінки.

Рецензент:
доктор філологічних наук



Фінклер Ю. Е.

22 червня 2020 р.

Власник документу:
Юлія Зубик

ID перевірки:
1004147907

Дата перевірки:
19.06.2020 14:35:54 EEST

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
19.06.2020 14:46:51 EEST

ID користувача:
100004381

Назва документу: Ленько_В-41_для перевірки

ID файлу: 1004160385 Кількість сторінок: 53 Кількість слів: 9173 Кількість символів: 69408 Розмір файлу: 3.00 MB

9.44% Схожість

Найбільша схожість: 4.43% з джерело https://revolution.allbest.ru/journalism/00886171_0.html

9.33% Схожість з Інтернет джерелами

94

Page 55

1.34% Текстові збіги по Бібліотеці акаунту

2

Page 56

58.1% Цитат

Цитати

125

Page 57

Не знайдено жодних посилань

1.6% Вилучень

Джерела менше, ніж 8 слів автоматично вилучено

1.6% Вилучення з Інтернету

41

Page 58

Вилучений текст з Бібліотеки відсутній

Підміна символів

Не знайдено заміненних символів