

JOURNALISM

УДК 655.58

КОНЦЕПЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ВИДАВНИЦТВА «VIVAT» НА КНИГОВИДАВНИЧОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Вишневська Галина Богданівна,
к. філол. н.

Ленько Тетяна Романівна
студентка

Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола
м. Тернопіль, Україна

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.

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

Мета 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:

— окреслити напрями діяльності видавництва «Vivat», прослідкувати організаційні засади;

- вивчити принципи формування автури і читацької аудиторії;
- з'ясувати особливості тематики та поліграфічного виконання видань видавництва.

Стан української видавничої справи на сучасному етапі досліджували: О. Афонін, С. Водолазька, О. Коваль, М. Сенченко, О. Сухорокова. Проте комплексним дослідженням видавництв ще не приділена належна увага. Пізнавальним є дослідження В. Хоню, яке присвячено видавництву «Вік». Ґрунтовно студіює видавництво «Апріорі» Ю. Винничук.

Під видавництвом розуміємо: «Створене у відповідній організаційно-правовій формі підприємство, діяльністю якого є підготовка, випуск і реалізація різних видів друкованих, електронних та комбінованих видань» [2, с. 5].

На основі вивчення українського та зарубіжного досвіду книговидання можна визначити наступні форми поділу сучасних видавництв та їх систем, беручи за основу ознаки, які пропонує Л. Давидова [2, с. 7]:

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

Згідно даних «Книжкової палати України» можна стверджувати, що післяреволюційна криза частково минає. «За кількістю назв книговидання 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. За 2019 рік в Україні удвічі зросли тиражі україномовних книг і брошур» [5].

У 2020 р. в Україні вийшло лише 16,9% книжок від показників аналогічного періоду минулого року. Видано 4285 назв книжок і брошур (43% від рівня 2019 року — 9959 назв) загальним накладом 3 506 300 примірників (16,9% від показника 2019 року — 20 772 200 примірників). На статистику певним чином могло вплинути те, що деякі видавці через карантинні обмеження не надіслали вчасно обов'язкових примірників видань.

Відомо, що «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». Так, генеральна директорка видавництва стверджує: «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» [6].

За період свого існування видавництво «Vivat» стало одним із найпотужніших в Україні, на його рахунку понад півсотні національних та міжнародних відзнак, видано понад 2500 книжок загальним накладом 12 млн екземплярів. Різноманіття літератури дозволяє повноцінно задовольнити інтелектуальні потреби сучасного українця, адже «Vivat» — мультижанрове видавництво. За нашими спостереженнями, воно спеціалізується на виданні дитячої та підліткової літератури, сучасної та класичної літератури, української та перекладної нехудожньої літератури, публіцистики та гуманітарних досліджень, а також прикладної літератури та подарункових видань.

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» [4, с. 120].

Частину автури «Vivat» 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. Також у видавництві виходять друком книжки популярних українських письменників, серед яких: Ю. Андрухович, Ю. Винничук, С. Жадан, О. Забужко, І. Байдак, А. Нікуліна, К. Щоткіна та ін. [1].

«Внутрішня та зовнішня форми видавництва «Vivat» обумовлюються функціональним та цільовим призначенням і конкретною читацькою адресою окремих видань та підгруп книжкової продукції» [3, с. 200].

Видання першої підгрупи («Побут», «Дозвілля») є максимально доступними для несподіваного читача. Особливу увагу звертаємо на такі риси внутрішньої форми, як виклад матеріалу простою, зрозумілою мовою; підбір і вдале розташування ілюстративного матеріалу.

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

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.

Щодо поліграфічного виконання книжкової продукції видавництва «Vivat», зокрема зовнішнього оформлення, то широко використовуються палітурки з яскравими ілюстраціями, також прості, лаконічні титули (рис. 4), заставки: сюжетно-тематичні та декоративні, заголовні літери для акцентування початкових абзаців; декоративні шрифти — для виділення рубрик.

Загалом діяльність «Vivat» зорієнтована на те, щоб підняти рівень українського книговидавництва 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.

Отож, збагачуючи вітчизняне книговидавництво широким спектром продукції, видавництво «Vivat» стає лідером на українському та європейському ринках. 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 анкети опитано 79 респондентів різного віку, роду діяльності.

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 погіршності — тоді зменшення ціни на книгу.

Слід відзначити, що серед опитаних більшість все ж знає про досліджуване видавництво (рис. 1).

Чи чули Ви про діяльність видавництва «Vivat»?

79 відповідей

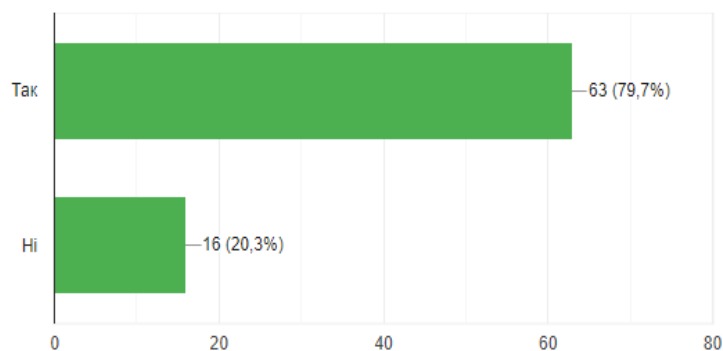


Рис. 1. Анкета для наукової роботи

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.» [4].

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 (рис. 2). 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 ціну.



Рис. 2. Анкета для наукової 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 (рис. 3).

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. 3. Анкета для наукової 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. 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 книговидання, подати найкращі зразки українського друкованого

слова, виховати власного читача, у кінцевому рахунку — сприяти розвитку українства як свідомого й життєздатного національного утворення.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Видавництво «Vivat». URL: <http://vivat-publishing.com> (дата звернення: 20.02.2021).
2. Давидова Л. В. Університетські видавництва: зарубіжний та вітчизняний досвід : зб. наук. праць. Київ : Дух і літера, 2014. Т. 56. 10 с.
3. 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: 20.02.2021).
4. Жалко Т. Й. Культура української книги: сучасна книговидавнича концепція : зб. наук. праць. Київ : Книжкова палата України, 2002. Вип. 10. 252 с.
5. Купер О. Директорка видавництва «Vivat» Юлія Орлова: про 6 редакцій, понад 300 рукописів на розгляді та широку видавничу лінійку. URL: <https://blog.yakaboo.ua/vivat-ulia-orlova> (дата звернення: 23.02.2021).
6. Партико З. В. Словник видавничих термінів. Запоріжжя : КПУ, 2013. 68 с.
7. Хмельовська О. Книговидання-2018: стоп-криза й перерозподіл лідерства. URL: <http://data.chytomo.com/knygov> (дата звернення: 27.02.2021).
8. Швецова-Водка Г. М. Типологія книги : навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів культури і мистецтв. Київ : Книжкова палата України, 1999. 78 с.