

ВИДАВНИЧА СПРАВА ТА РЕДАГУВАННЯ

Осмоловська О. А.,
канд. іст. наук, доц. кафедри видавничої справи,
Інститут журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка
o.osmolovska@kubg.edu.ua

**Півовар О. О., Гончаренко А. О., Ачкасова Д. І.,
Пилипів К. І., Доман А. О., Бут Б. Б.,
Лопушинська В. А.,** студенти II курсу
(Видавнича справа та редагування),
Інститут журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка

Osmolovska Olena,
Candidate of Historical Sciences,
Associate Professor, Institute of Journalism
of Borys Grinchenko Kyiv University
o.osmolovska@kubg.edu.ua

**Pivovar Oleksandra, Honcharenko Alina,
Achkaksova Daria, Pylypiv Katerina,
Doman Anna, But Bogdan, Valeria Lopushynska,**
Students of the 2nd Year
of Institute of Journalism
of Borys Grinchenko Kyiv University

УДК 655.4: 659.4 (477)

DOI: 10.28925/2524-2644.2018.6.3

ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ ЧИТАННЯ В РІЗНИХ РЕГІОНАХ СВІТУ НА ПОЧАТКУ XXI СТОЛІТТЯ

POPULARIZATION OF READING IN DIFFERENT REGIONS OF THE WORLD AT THE BEGINNING OF THE XXI CENTURY

Анотація. Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що впродовж року студенти-видавці на чолі з викладачем Осмоловською О. А. працюють над проектом «Київ – Всесвітня книжкова столиця». Одним із напрямів проектної роботи є вивчення зарубіжного досвіду популяризації читання.

Статтю присвячено особливостям розвитку книговидавничої галузі та популяризації читання в різних регіонах світу на початку XXI ст. Зокрема, досліджено аспекти формування сучасної видавничої справи в Об'єднаних Арабських Еміратах (місто Шарджа за рішенням ЮНЕСКО отримало статус Всесвітньої книжкової столиці 2019 року), а також вивчено сучасні механізми популяризації читання в Бразилії, Новій Зеландії, Італії, Данії, Норвегії, Ісландії. Під час дослідження визначено особливості державної політики стосовно видавничої діяльності у кожній із країн, проблемні питання суспільного та культурного розвитку, здобутки видавничого сектора, державних та творчих комітетів, громадських об'єднань, що опікуються питаннями популяризації читання. Також зроблено екскурс в історію, названо провідні видавничі організації кожної з держав, описано їх міжнародну співпрацю видавничих організацій та їх вплив на формування читацьких уподобань, як у власній країні, так і далеко за її межами. Наприкінці дослідження робиться висновок про потенціал цих країн як сучасних центрів видавничої справи.

Ключові слова: видавнича діяльність, книжки, видавничі інновації, популяризація читання в Об'єднаних Арабських Еміратах, популяризація читання в Бразилії, популяризація читання в Новій Зеландії, популяризація читання в Італії, популяризація читання в Данії, популяризація читання в Норвегії, популяризація читання в Ісландії.

Abstract. The urgency of the study is due to the fact that throughout the year the students-publishers, headed by the Professor Osmolovska O. A., are working on the project “Kyiv – World Book Capital”. One of the areas of the project work is the study of foreign experience in popularization of reading.

The article is devoted to the peculiarities of development of the book publishing industry and popularization of reading in different regions of the world at the beginning of the XXI century. The peculiarities of the modern publishing industry formation of the United Arab Emirates (by the decision of UNESCO the city of Sharjah has become the World Book Capital of 2019) has been explored, the modern mechanisms of popularization of reading in Brazil, New Zealand, Italy, Denmark, Norway, Iceland have been studied. During the study, the peculiarities of the state policy in relation to the publishing activity of each country, the issues of social and cultural development, the achievements of publishing sector, the state and creative committees, public associations involved in popularization of reading in the countries whose experience was studied were identified. The study made an excursion into history, ascertains the leading publishing organizations, describes the international cooperation of publishing organizations and their

© Осмоловська О., Півовар О., Гончаренко А., Ачкасова Д., Пилипів К., Доман А., Бут Б., Лопушинська В., 2018

influence on formation of readers' preferences, both in their own country and far beyond its borders. As a result of the study, the potential of these countries as the modern centers of publishing is outlined.

Keywords: *publishing activities, books, publishing innovations, popularization of reading in the United Arab Emirates, popularization of reading in Brazil, popularization of reading in New Zealand, popularization of reading in Italy, popularization of reading in Denmark, popularization of reading in Norway, popularization of reading in Iceland.*

Вступ. *Актуальність теми* до певної міри зумовлена глобалізаційними процесами в інформаційному вимірі міжкультурних зв'язків. Ідеться насамперед про започаткований 2001 р. проєкт ЮНЕСКО «Всесвітня книжкова столиця». Щорічно одне із міст планети виборює це звання, що сприяє популяризації держави на міжнародному рівні, зміцненню її позитивного іміджу, налагодженню міжкультурних зв'язків, залученню інвестицій у видавничу галузь тощо.

Минулого року студенти-видавці Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка спільно з викладачем О. А. Осмоловською прийняли ідеєю просування Києва для визнання його в найближчому майбутньому Всесвітньою книжковою столицею. Працюючи над проєктом «Київ – Всесвітня книжкова столиця», вони, зокрема, вивчили досвід популяризації читання в різних регіонах планети.

Огляд літератури і попередніх досліджень. Сучасну історію розвитку книговидавничої галузі та особливості популяризації читання у різних країнах світу досліджували вітчизняні та закордонні вчені. У напрямі вивчення сучасного стану закордонного книжкового бізнесу працювали О. Афонін, М. Сенченко, Р. Дубас, М. Тимошик, В. Теремко, Т. Полковенко та ін.

Мета дослідження – вивчити досвід популяризації читання в різних країнах світу задля вироблення власної моделі просування української книги у вітчизняному та закордонному середовищі читачів.

Для досягнення мети поставлено такі *завдання*:

- скласти перелік міст-переможців проєкту ЮНЕСКО «Всесвітня книжкова столиця» попередніх років (2001–2019);
- детально проаналізувати передумови успіху цього річного переможця (м. Шаржа, ОАЕ);
- вивчити досвід популяризації читання в країнах світу з різним рівнем розвитку економіки та суспільного достатку.

Методи дослідження. Під час дослідження було використано загальнонаукові методи аналізу, синтезу й узагальнення. Хронологічний метод дав змогу систематизувати інформацію щодо міст-переможців. Історичний метод сприяв вивченню розвитку видавничої діяльності в тій чи тій країні світу. Описовий метод застосовано під час роботи з документами. Порівняльний метод дав змогу підготувати висновки до проведеного колективного дослідження.

Результати й обговорення. Резолюцію про початок реалізації проєкту «Всесвітня книжкова столиця» було прийнято на Генеральній конференції ЮНЕСКО 2 листопада 2001 р. Протягом перших трьох років міста номінувалися без громадського обговорення. Їх визначав комітет, до якого входили представники ЮНЕСКО, Міжнародної асоціації видавців, Міжнародної федерації книгопродавців і Міжнародної федерації бібліотечних асоціацій та установ. З 2004 р. до обговорення й голосування долучено громадськість.

Титул книжкової столиці світу місту присвоюють у Всесвітній день книги й авторського права (23 квітня), і володіє воно ним до 22 квітня наступного року. Проєкт є іміджевим і не обумовлює грошової винагороди. Проте міста, які здобули почесне звання книжкової столиці, отримують можливість фінансування культурних програм, пов'язаних з літературно-видавничою діяльністю, та залучення до участі в програмі місцевих наукових і літературних спільнот [1]. Упродовж існування проєкту звання Міжнародної книжкової столиці було присвоєно 16-ти містам (див. Табл. 1).

Безперечно, книговидавничу галузь виразно відзеркалює стан розвитку суспільства у сучасному світі. Кожна держава, яка усвідомлює важливість читання за умов стрімкого розвитку цифрових технологій, докладає чимало зусиль для популяризації книжкової справи. Така діяльність у різних країнах, різних регіонах має свої особливості. Це зумовлено багатьма чинниками, передусім рівнем політико-економічного та культурного розвитку країни, історичними відмінностями, станом освоєння інноваційних технологій тощо.

«Початок третього тисячоріччя відзначено крайньою нерівномірністю економічного, соціального, культурного становища народів і держав. Це спричиняє нерівномірний розвиток видавничої справи» [2].

Студентські дослідження завжди цікаві тим, що вони додають новизни та осучаснюють погляд на певну проблематику.

У контексті вивчення окресленої тематики вважаємо за доцільне висвітлити особливості сучасного книговидавничого розвитку та популяризації читання насамперед в Об'єднаних Арабських Еміратах (м. Шарджа – цьогорічний переможець проєкту), а також Новій Зеландії, Італії, Данії, Норвегії, Ісландії та Бразилії.

Розвиток інноваційного книжкового ринку в ОАЕ. Об'єднані Арабські Емірати (ОАЕ) –

країна з високим рівнем суспільного життя. Упродовж останніх років вона демонструє світу стабільний динамічний розвиток у всіх галузях економіки, зокрема у книговидавничій.

Видавничі організації країни зосереджені на виробництві якісного продукту книговидання, як оригінального, так і перекладного. Новий видавничий центр арабського світу ADACH (орган культури та спадщини Абу-Дабі) модернізує видавничу та книготорочу галузі регіону і сприяє культурному обміну між арабським світом і рештою країн [3].

Таблиця 1.
Всесвітні книжкові столиці 2001–2019 рр.

Рік	Назва Всесвітньої книжкової столиці
2001	Мадрид (Іспанія)
2002	Олександрія (Єгипет)
2003	Нью-Делі (Індія)
2004	Антверпен (Бельгія)
2005	Монреаль (Канада)
2006	Турин (Італія)
2007	Богота (Колумбія)
2008	Амстердам (Нідерланди)
2009	Бейрут (Ліван)
2010	Любляна (Словенія)
2011	Буенос-Айрес (Аргентина)
2012	Єреван (Вірменія)
2013	(Бангкок (Таїланд)
2014	Порт-Харкорт (Нігерія)
2015	Інчхон (Республіка Корея)
2016	Вроцлав (Польща)
2017	Конакрі (Гвінея)
2018	Афіни (Греція)
2019	Шарджа (ОАЕ)

Діяльність з просування читання та дослідження книжкового ринку активізує й Національна бібліотека. Вона зробила доступною на компакт-дисках та в інтернеті єдину у світі арабську енциклопедію поезії, що містить усі арабські вірші, написані у доісламські часи. Команда розробників надзвичайно пишається нею, але арабські твори не є єдиним фокусом Національної бібліотеки. Планується переклад творів з інших регіонів. Книгозбірня має стати сховищем усіх знань незалежно від культури чи релігії. Крім цього, розпочато потужний проект з оцифрування, який забезпечить доступ до архіву та рукописів бібліотеки користувачам з інших країн, зокрема вченим.

На ADIBF (професійній книжковій виставці в Абу-Дабі) у 2008 р. стартував проект для розвитку молодих письменників Еміратів. Було опубліковано близько 20 творів, п'ять із них перекладено німець-

кою мовою. На стадії реалізації також перебуває програма, метою якої є публікація щомісячної аналітики щодо найвідоміших книг з менеджменту та бізнесу для бізнес-лідерів ОАЕ. А 2016 р. було проголошено в ОАЕ Роком читання.

Нещодавно стало відомо про ще одне досягнення Еміратів. Генеральний директор ЮНЕСКО Ірина Бокова за рекомендацією Консультативного комітету, засідання якого відбулося в штаб-квартирі Міжнародної федерації бібліотечних асоціацій і установ (ІФЛА) в Гаазі, оголосила місто Шарджа (ОАЕ) Всесвітньою книжковою столицею 2019 р. Про це повідомляється на сайті всесвітньої організації [4].

Відбірковий комітет, роблячи вибір на користь міста Шарджи, урахував його надзвичайно інноваційний й інклюзивний характер, програму творчих заходів, орієнтовану на розвиток суспільства і покликану залучити якомога більше мігрантів. Місто популяризує культуру читання в ОАЕ, заохочує нові ініціативи для вирішення проблем літературної творчості регіону, а також решти арабського світу. Саме у Шарджі, зокрема, відкриється перша вільна зона, присвячена книговидавництву, друку та розповсюдженню публікацій.

Титул Всесвітньої столиці книги перейде до арабського міста 23 квітня 2019 р., у день святкування Всесвітнього дня книги й авторського права, від міста Конакрі (столиця Гвінеї).

Не можна не згадати і про всесвітньо відомий Міжнародний фестиваль у Шарджі – щорічний десятиденний книжковий фестиваль, один із чотирьох найбільших у світі та один із найстаріших і найбільших у регіоні. Проводиться з 1982 р. під патронатом правителя Шарджи Шейха Султана бін Мухаммеда Аль-Касімі. У події беруть участь понад 700 видавців із 40 країн світу. Саме тут талановиті автори мають можливість просувати свої роботи, а також знайомитися з видавцями, художниками та читачами книжок [5].

До запуску готується ще один цікавий проект під назвою «Знання без кордонів» (KWB), в межах якого планується випустити 10 000 арабських книг протягом наступних двох років. Його координатором стала Шейха Бодур бін Султан аль Касімі, дочка правителя Шарджи. Ця ініціатива має на меті забезпечити подальше процвітання арабської культурної ідентичності, розвиток читання, стабільність видавничої справи в ОАЕ та за їх межами, а також підтримку видавництва. Місцеві автори та видавці мають намір збільшити внесок у збагачення культури, сподіваючись, що їхні книги покорять серця читачів і стануть стимулом для молодого покоління реалізувати власні творчі амбіції.

Шейха Бодур бін Султан аль Касімі також є засновником видавництва «Калімаат», яке спеціалізу-

ється на дитячій літературі. За два роки її команда опублікувала 40 творів місцевих авторів та ілюстраторів і планує з кожним роком випускати 50 книг для категорій читачів до 16 років. Особливою популярністю серед дітей користується серія книг, в яких містяться арабські байки та висвітлюються такі теми, як відносини між батьками та дітьми, досвід дитинства та навіть проблематика сприйняття смерті (тематика, яка вкрай рідко трапляється в арабській дитячій літературі).

Таблиця 2.

Основні способи популяризації читання в ОАЕ

• Оцифрування літератури доісламських часів
• Постійно діючі проекти з популяризації творчості молодих авторів
• Щорічний десятиденний Міжнародний книжковий фестиваль у Шарджі
• Підтримка книговидання на найвищому державному рівні

Загалом відродження арабської видавничої справи та сегментів, пов'язаних із культурою, спостерігається лише останні кілька років. Їх професійний та комерційний розвиток на довгострокову перспективу підтримують, зокрема, й фінансово [6]. Як результат, видавничий ринок в ОАЕ збільшується на 15–20 % щорічно й оцінюється в 2,7 млрд доларів. Навіть такі відомі світові гравці, такі як Pearson Education, Random House та Harper Collins, відкривають свої офіси у Дубаї та Абу-Дабі, хоча їхні функції переважно обмежуються продажем і маркетингом.

За останні п'ять років спостерігається зростання кількості продажів у цій сфері, але й конкуренція також зростає. Водночас триває пошук однодумців та об'єднання їх у мережі друзів-партнерів. Наприклад, у жовтні 2008 р. було запущено проект Twofour 54, основною ідеєю якого було налагодження партнерських відносин з деякими найбільшими та найвпливовішими компаніями світу. Серед них – Harper Collins, що запустила нову серію арабських словників англійською, французькою мовами та на хінді. Електронні книги також стають популярним напрямом, який привертає увагу.

Для того, щоб задовольнити нагальну потребу у професійних довідниках, шкільних підручниках та посібниках, у 1987 р. було створено асоціацію Арабських наукових видавців (ASP), які з моменту заснування опублікували понад 200 найменувань книг. Змінюється ситуація і з перекладами міжнародних творів. Тепер ставка робиться на низку оригіналів, що (як сподіваються арабські видавці) знайдуть свій шлях на міжнародний ринок [7].

Керівництво Об'єднаних Арабських Еміратів усіма можливими засобами сприяє розвитку видавничої справи у своїй країні (див. Табл. 2). Основний

пріоритет на сьогодні – вдосконалення видавничої продукції з метою виведення її на престижний рівень світового ринку. Фахові кола в ОАЕ нині зосереджені на інноваційному аспекті розвитку галузі, популяризації читання арабською мовою, не забувають вони і про перекладну літературу. Створюється велика кількість нових видавництв, навколо яких модернізуються старі. Розробляються проекти, до яких залучається перспективна молодь. Відомі на весь світ ярмарки і виставки дають можливість розкритися ще не відомим досі талантам. Як результат, Емірати заручилися підтримкою провідних країн і стали на шлях лідерства у розвитку книговидавничої галузі не лише в на регіональному, а й на світовому рівні.

Книговидавнича справа Нової Зеландії. На сьогодні Нова Зеландія – незалежна держава (з 1931 року) в складі Співдружності (з 1947 року), яку очолює Велика Британія.

Незважаючи на те, що це невелика країна, вона демонструє неймовірні успіхи як в економіці, так і в соціальному розвитку, зокрема видавничій діяльності. Видавнича справа у Новій Зеландії має багаторічну історію. Ще 1947 р. уряд створив літературний фонд для допомоги видавцям та письменникам [8]. А в 1962 р. було засновано Асоціацію видавців книг Нової Зеландії для представлення інтересів видавців. Пізніше вона стала Асоціацією видавців Нової Зеландії [9].

У 1980–1990-х рр. задля популяризації читання проведено низку літературних заходів. У результаті книжки Нової Зеландії, а особливо місцеві романи, почали значно краще продаватися, коло читачів розширилося. У 1993 р. в інституті Whitireia Polytechnic (Веллінгтон) розробили навчальний курс з видавничої справи та розпочали підготовку нових кадрів для галузі [11; 12].

Комп'ютеризація видавництв, що змінила звичний розподіл редакційно-поліграфічних процесів та полегшила роботу над створенням книги, також сприяла нарощенню потужностей книговидавничої галузі та покращенню якості видавничої продукції. У той час було засновано найбільш авторитетні видавництва Mallinson Rendel, Huia Publishers і Bridget Williams Books, а деякі (наприклад, Reed) продано багатонаціональним компаніям, як і державну друкарню, яка потім припинила свою діяльність [10].

Процес злиття та викупу старих видавництв тривав до 2013 р., коли об'єдналися дві найбільші транснаціональні корпорації Random House і Penguin. На сьогодні це найбільше видавництво в Новій Зеландії.

Інтернет та електронне книговидання мали значний вплив на видавничу справу країни ще з 2000-х. Надруковані книги доступні на веб-сайтах або в електронному вигляді, а деякі основні довідкові праці спочатку було опубліковано в інтернеті і лише згодом видано друком. Також мережа ста-

ла зручним місцем для рекламування та продавання книжок [13; 14]. У видавничому секторі розпочався розподіл за спеціалізаціями, з'явилися вузькоспеціалізовані видавництва (книги для дітей, кулінарні, навчальні тощо).

Таблиця 3.
Основні способи популяризації читання в Новій Зеландії

• Літературний фонд для допомоги видавцям і письменникам
• Десятиріччя популяризації читання (низка безперервних літературних заходів упродовж 1980–1990 рр.)
• Електронне книговидання
• Міжнародна літературно-видавнича співпраця

На сьогодні щорічні обсяги книговидання Нової Зеландії перевищують 2000 найменувань, що забезпечує обіг близько 330 млн доларів на рік. Загалом у країні зареєстровано 104 видавничі організації і підприємства [12; 15; 16; 17], вони є членами Міжнародної асоціації видавців. Найпотужнішими з-поміж них є:

1. Penguin Random House (NZ), підрозділ Pearson. Penguin Group (NZ) випускає близько 80–100 нових книг на рік. Вони охоплюють дуже широкий тематичний спектр – від літературної фантастики, історії та біографій до кулінарних та дитячих книжок. З видавництвом Penguin Random House, що випускає понад 15 000 нових назв та близько 800 млн друкованих пр., аудіо та електронних книг щорічно, співпрацюють більш ніж 60 лауреатів Нобелівської премії та сотні найпопулярніших у світі авторів [10; 12].

2. Awa Press. Незалежна компанія Нової Зеландії, що спеціалізується на сучасній новозеландській художній літературі та публікує твори закордонних авторів.

3. Beatnik Publishing – центр творчості з талановитою командою дизайнерів, фотографів та ілюстраторів, які працюють над підготовкою якісних книг.

4. Harper Collins Publishers (NZ) Limited – один із провідних світових видавців книг англійською мовою; має 200-річну історію [16].

5. Mary Egan Ltd – пропонує вичерпний спектр видавничих послуг; засновник видавництва Мері Еган працює в галузі понад 18 років [15].

6. Pottton & Burton – дотримуючись високих стандартів виробництва, спеціалізується на випуску якісної нехудожньої літератури, особливо довідкової літератури, біографій, видань з мистецтва та культури Нової Зеландії, соціальних й екологічних питань [17].

Майже кожне видавництво країни пропонує увесь пакет видавничих послуг: від задуму майбутньої книги (написання тексту, його редагування, коректура, розроблення дизайну, створення макету) до друку, маркетингу й продажу накладу.

Нова Зеландія географічно ізольована: найближчий її сусід на заході – Австралія, відокремлена Тасмановим морем, а на півночі – острівні території Нової Каледонії, Тонга і Фіджі. Це, зокрема, впливає і на міжнародну співпрацю з видавцями та авторами [18].

Розвиваючись із середини ХІХ ст. як частина Британської імперії, Нова Зеландія у другій половині ХХ ст. розпочала зближення з Азіатсько-Тихоокеанським регіоном. І тепер країни Східної Азії мають особливе значення для сучасної Нової Зеландії. Зокрема, друге, четверте і п'яте місця серед її торгових партнерів посідають Китай, Японія і Республіка Корея. [19].

Видавництва співпрацюють також з понад 20 країнами світу, у тому числі з США, Великобританією, Канадою, Австралією, Китаєм, Індією, ПАР, Іспанією, Мексикою, Аргентиною, Колумбією, Чилі, Перу, Португалією та Уругваєм [20].

Державні структури Нової Зеландії постійно опікуються видавничою діяльністю, наприклад, податок на додану вартість з видавництв узагалі не стягується (див Табл. 3).

Згідно з дослідженнями Міжнародної асоціації видавців обсяг книжкового ринку у 2015 р. зростає порівняно з кризами 2013–2014 рр. Продаж книг у магазинах залишається важливим каналом прибутку. Ці продажі становлять 58 % ВВП Нової Зеландії. Велика частка видавничої продукції – навчальна література. Це, зокрема, дає можливість студентам навчатися за матеріалом, специфічним для Нової Зеландії.

Книжковий ринок Італії. Ціни на книжкову продукцію в Італії регулюються законом, прийнятим ще у вересні 2001 р. У ньому було враховано результати домовленостей між професійними асоціаціями видавців (AIE), книгопродавців (ALI), бібліотек (ABI), а також найбільшими дистриб'юторами і асоціаціями споживачів. За законом з твердої ціни, встановленої видавцем, допускалася знижка у розмірі 15 %. Спочатку він був прийнятий «тимчасово», на один рік, а потім двічі продовжувався і лише в грудні 2004 р. був затверджений остаточно. Проте у цій редакції закон насамперед вигідний книготорговельним мережам, великим торговим центрам і магазинам інтернет-торгівлі (для яких розміри знижок узагалі не обмежені) [21].

У 2006 р. в Міністерстві культурної спадщини і культурної діяльності Італії було створено Інститут на підтримку книги. Формально інститут підпорядковується Головному управлінню книжкової спадщини та Інституту культури, але має повну автономію. Головне завдання нового утворення – координувати зусилля всіх структур, пов'язаних з книжковою справою, як на центральному, так і на регіональному рівні. Серед його функцій – організація участі країни в закордонних книжкових ви-

ставках та ярмарках, фінансування проектів з просування італійської книги за кордоном. У діяльності інституту беруть участь письменники, перекладачі, видавці, книготорговці і просто любителі книги. Заклад працює у тісній співпраці з об'єднаннями місцевих органів влади – Конференцією автономних областей і провінцій, Союзом провінцій Італії і Національною асоціацією італійських комун [22].

Таблиця 4.
Основні способи популяризації читання в Італії

• Законодавче регулювання книгопотоків
• Закон твердої ціни
• Інституції з підтримки і популяризації книги (Інститут книги, Головне управління книжкової спадщини, Інститут культури)
• Соціологічна робота з вивчення стану популяризації книги
• Випуск масової літератури
• Ярмаркова і фестивальна діяльність

Італійський інститут вивчення громадської думки Доха спільно з Італійською асоціацією видавців (AIE) провів на замовлення Інституту зовнішньої торгівлі (ICE) дослідження активності італійських видавництв. Із 7009 зареєстрованих в Італії видавничих організацій активно працюють близько 1600. Більшість із них (охоплюють 90–92 % ринку) входять до Асоціації видавців Італії. Центром книговидавництва є Мілан. Із п'ятдесяти найбільших у світі видавничих груп сім мають італійське походження: De Agostini Editore, Res Libri, Gruppo Gems, Mondadori, Feltrinelli Librerie, Feltrinelli і Giunti Group.

Проте як ці, так і безліч інших європейських видавництв, спеціалізуються і роблять ставки саме на випуск масової літератури. На ринку, де книжки приймаються до публікації тому, що вони «зайдуть» читачеві (при цьому використовуються критерії, далекі від змісту самої книжки), а не тому, що вони якісні, «читабельні», необхідні чи розвивальні, концентрація є не дуже бажаною. Однак у результаті всієї цієї грандіозної операції все ж обставини мають скласти таким чином, щоб на першому місці опинилася б якість. І перші прецеденти уже трапляються. Видавець Андреа Джанназі писав: «Проблема в тому, що в Італії видавці у переважній більшості поводять себе як індивідуалісти, обманюють і трусяться над кожною копійкою, книготорговці нікого та нічого не чують і не бачать, ховаються за своїми книжковими лицами; письменники – це егоїсти та невігласи, які не хочуть переступити через своє ефемерне марнославство; літературні критики всі давно уже вимерли; а читачі розсіяні, ліниві та скупі. Нічого не скажеш. Непогана картинка, від якої ми маємо починати танцювати. Але наш обов'язок робити це» [23].

Щоб з'ясувати загальну ситуацію, що склалася на книжковому ринку Італії, Італійський філіал британської дослідницької фірми Nielsen BookScan за замовленням Італійської асоціації видавців виконав спеціальне дослідження характеристик, схильностей та переваг покупців та читачів книжкової продукції. Воно було опубліковане на Туринській міжнародній книжковій ярмарці у травні 2008 р. Отже, загальний обсяг роздрібного книжкового ринку в Італії у 2007 р. автори оцінили в 1,3 млрд євро. 42 % ринку припадають на традиційні (незалежні) книжкові магазини, 33% – на магазини, що входять до книготорговельних мереж, 22 % – на книжкові відділи супермаркетів та гіпермаркетів та 3% – на інтернет-продажі. Тренд електронних книг поки що не захопив Італію, проте видавництва все ж рухаються у цифрову реальність. З'являються перші електронні видавництва малих форм (40K Books), діє десяток магазинів з продажу цифрового контенту: Bookrepulick, Libreria Universitaria, Ebookvanilla [24].

Для підтримання популярності книг та зростання попиту на них майже кожна італійська провінція проводить свій літературний фестиваль. Сезон таких фестивалів триває в Італії дванадцять місяців. У традиційній або інноваційній формі тут представляють учасникам, любителям якісної літератури і широкому загалу вже визнані на національному та міжнародному рівнях імена, а також відкривають нові. Стійко підтримують своє лідерство і сильні своєю давньою історією такі фестивалі, як Міжнародний книжковий ярмарок у Турині (Salone Internazionale del Libro di Torino), Ярмарок малих і середніх видавництв «Більше книг – більше свободи» (Più libri più liberi) в Римі (Roma), Фестиваль літератури (Festival della Letteratura) в Мантуї (Mantova), Фестиваль у місті Лукка (Lucca), Міжнародний фестиваль поезії (Festival Internazionale di Poesia) в Генуї (Genova) і Міжнародний фестиваль у місті Феррара (Ferrara). Варто згадати і про різні авторські зустрічі і літературні вечори, особливості яких залежать від місця проведення. Будучи «гостями» маленьких містечок і затишних площ, ці заходи є справжніми цікавинками в календарі італійських літературних подій [24] (див. Табл. 4).

Електронне книговидання Данії. Мешканці цієї країни більше звикли до читання книг з електронного пристрою, ніж з паперового. Вони зрозуміли, що з електронної книги читати зручніше і економніше. Незважаючи на це, датчани дуже люблять і паперові видання [25].

Данія славиться найбільшою у світі електронною видавничою компанією Bookboon, яка почала свою діяльність ще 1988 р. як сімейний бізнес під назвою Ventus. Власники – брати Томас Буз Мадсен та

Крістіан Буз Мадсен – зосередилися на публікації навчальних посібників для студентів. У 2005 р. вони запустили Bookboon, а вже в 2015 р. із його сайту було завантажено понад 50 млн електронних книг. Будучи глобальним видавцем електронних книг, компанія має великий асортимент безкоштовних навчальних видань: понад 900 студентських підручників і 600 електронних книг для бізнес-професіоналів різними мовами. Студенти зі всього світу користуються книгами Bookboon, так як не кожен має кошти для придбання їх паперового аналога.

Спочатку компанія зосереджувалася на випуску книг для данського ринку. Але у 2006 р. вона поширила свою діяльність на Швецію, потім Німеччину та Нідерланди, а в 2008-ому Bookboon розпочав випуск електронних книг англійською мовою у Великобританії. На сьогодні компанія публікує електронні книги не лише англійською, шведською, голландською, данською, німецькою, а й французькою, норвезькою, фінською, іспанською та чеською мовами. І всі її книги безкоштовні [26; 27; 28].

Таблиця 5.
Основні способи популяризації читання в Данії

• Електронне книговидання
• Безкоштовне електронне видання навчальної літератури
• Ярмаркова діяльність

Незважаючи на те, що датчани віддають перевагу електронним виданням, вони бережуть культуру власної книги, зокрема беруть участь у книжкових ярмарках. Приміром, датський книжковий ярмарок, що проходить у Белла Центрі в Копенгагені, відвідують щорічно понад 34 000 осіб. Тут читачі зустрічаються з авторами. Спеціально організовуються події, де автура має нагоду поспілкуватися зі своєю аудиторією та книголюбями, які дуже цінують такі зустрічі. Чим більше читачів зустрічають авторів, тим більше книг продається. Ніхто не продасть книгу краще, ніж її автор. Також перед проведенням ярмарку організовують спеціальні заходи для «книжкових» блогерів, попередньо надають їм огляд видань, які слід очікувати цього року, і з'ясовують їхні прогнози [29; 30; 31] (див. Табл. 5).

Видавнича справа Норвегії. У 2011 році група вчених Університету Осло на чолі з професором Туре Слаата досліджувала ситуацію на видавничому ринку Норвегії, а також місце на ньому невеликих видавництв. Дослідження, проведене за ініціативою Асоціації норвезьких письменників і перекладачів, засвідчило, що невеликі видавничі організації випустили приблизно 37 % від загальної кількості видань, випущених з 2006 до 2010 рр.

До невеликих, зокрема, належать такі видавництва, як Luther Forlag A/S, Oktober, Kagge [32].

Учені виявили, що на січень 2013 р. у норвезькій базі даних ISBN було зареєстровано 13 000 видавництв. Це всі зареєстровані з 1971 р. потенційні і реальні видавництва у Норвегії [33]. При цьому розвиток технологій полегшив процес видання книг. Видавці вийшли на новий рівень розвитку галузі. Приміром, у Норвегії навіть з'явилося електронне видавництво Post og Propell.

До речі, норвезькі видавці аж ніяк «не бояться» державних грошей. Вони знають, що держава не буде диктувати свої правила і змушувати друкувати задля своєї вигоди. Адже грошима розпоряджається Культурна рада, яку обирають, зокрема, і видавці.

Одна з характерних тенденцій видавничого ринку країни полягає в тому, що великі видавництва, маючи на меті «імперіалізувати» свій бізнес, шукають маленькі з метою викупу. Наприклад, видавничий дім «Vigmostad & Vjshgke» досяг чималих вершин у видавничій сфері завдяки тому, що скуповував невеликі видавничі організації і давав їм можливість працювати далі під колишньою назвою й у звичному літературному напрямі. Як зазначив професор Туре Слаата, «невеликі видавництва зазвичай працюють за певними напрямками, спеціалізуються на певній літературі. Наприклад, релігія, спосіб життя, хобі, історія краю тощо. Водночас великі видавництва можуть бути багатопрофільними» [34].

Невелика видавнича компанія може не лише посісти надійне місце у своїй ніші, впевнено утримуючи певну частку ринку, а й налагодити тісну співпрацю з авторами, чого не можна сказати про великі видавництва. Наявність зв'язків з компетентними людьми в редакції або в середовищі письменників може бути корисною у боротьбі з більш авторитетними видавництвами. До того ж чимало таких невеликих компаній залежать від людей, які готові працювати для просування певного типу літератури. У цьому сегменті дуже багато ідеалізму.

Т. Слаата вказує на те, що існують і середні видавництва, які борються енергійніше за свого читача. Їх витрати можна порівняти з витратами великих видавництв, різниця лише у масштабі бізнесу. Проте у них можуть виникнути труднощі з укладанням договорів з відомими письменниками, так як ті оберуть надійніші великі організації.

Багато маленьких видавництв є членами Асоціації норвезьких видавців, де є навіть окремий комітет для таких організацій. Основним критерієм відбору до асоціації є оборот 20 млн крон та випуск принаймні одного видання на рік [35]. Метою організації є захист професійних та економічних інтересів видавництв.

Норвезьку асоціацію видавців було засновано 19 березня 1895 р., її штаб-квартира знаходиться в Осло, в будинку книжкового магазину в Штге Vollgate, 15. Асоціація включає більшість норвезьких видавництв, які випускають близько 80 % усієї літератури, що виходить друком у країні. Одним із найголовніших завдань цієї організації є підготовка щорічного великого статистичного звіту щодо діяльності норвезької книжкової індустрії [35].

Таблиця 6.
Основні способи популяризації читання в Норвегії

• Злиття видавничого бізнесу у великі корпорації
• Асоціація малих видавництв
• Статистика книгодруку
• «Книжкова угода» – документ, що забезпечує толерантне і конкурентоспроможне співіснування на ринку великих, середніх і малих видавництв
• Читання – національна традиція

Отже, видавці, що входять до асоціації, як і їхні книжкові клуби, несуть відповідальність за приблизно 80 % загального обсягу книг у Норвегії. Члени організації взяли на себе зобов'язання дотримуватися «Книжкової угоди», яка окрім іншого, буде забезпечувати конкуренцію на рівних умовах серед великих, середніх та маленьких підприємств. А для нових книг застосовується правило фіксованих ставок: з року випуску до 1 травня наступного року жоден учасник не має права продавати книги із знижкою більш ніж 12,5 % [35].

Однак не всі видавці прагнуть вступити до асоціації. Наприклад, директор видавництва «Вендетта» Пол Стокк не лише вирішив не вступати до неї, а й залишив доволі прозорий коментар з цього приводу: «У нас немає особливого бажання стояти на барикадах, коли навколо книжкової Норвегії все дуже погано. Немає сумнівів, що наше видавництво грає роль аутсайдера. Роль, яку легко отримати у видавничому світі, де домінують лише деякі представники цієї сфери. Але новий книжковий закон вже на горизонті, і він дозволить переоцінити ситуацію. У нас досі ще присутня певна наївність. І якби було так зване «Вільне Видавництво», то нас би супроводжувала вдача і без членства в цій Асоціації» [36] (див. Табл. 6).

Пол Стокк визнає, що за короткий період своєї діяльності видавництво «отримало пару стусанів»: «Ми почали з великими ідеями і легкою зарозумілістю, але усвідомили, що повинні позиціонувати себе по-іншому, не так, як планувалося» [36]. Він вважає, що невеликому видавництву важко вижити в Норвегії: «Проблеми роблять роботу цікавішою. Іноді ми відчуваємо себе аутсайдерами, іноді

гріємося у променях слави. Але ми процвітаємо в обох випадках» [36].

Читати – норвезька традиція, яка передається із покоління в покоління, адже діти беруть приклад із дорослих. Книжковий ринок Норвегії знаменитий своєю дитячою літературою. Як зазначає Хеґе Ейкенес Ранен, вона, на відміну від закордонної, не намагається «захистити» дитину від реального світу [36].

Завдяки високій культурі читання бібліотеки в країні так само популярні, як кінотеатри, ігрові майданчики та паби. Відповідно до освітньої програми кожен школяр має читати щонайменше 20 хвилин на день [37]. Цікаво, що навчальні заклади не обмежуються лише архаїчною класикою: до програм потрапляють і новинки, що додає роботи видавництвам.

Лише на основі інформації про кількість виданих книжок навіть маленькими видавничими організаціями та їх наклад, можна зробити висновок, що норвежці читають багато. У Норвегії на рік видається близько 700 дитячих книг – доволі багато для країни з населенням 5 млн людей.

Статистика засвідчує, що 2016 р. у бібліотеках використали 873 тис. примірників, і це лише шкільних підручників. Щоб підтримувати стабільну кількість книжок у книгозбірнях (норвежці користуються ними безкоштовно, про це турбується держава), видавництвам доводиться багато працювати. Середня компанія, як правило, видає 120–140 книжок на рік накладом 5 тис. примірників кожна [32].

Популярний тренд у Норвегії – коли маленькі видавництва випускають невеликі тиражі, що створює ефект елітарності знань. Кожна прочитана книжка надає індивідуальності. Формується своя невелика база клієнтів, яка забезпечує стабільний зарібок видавничій організації.

Популярність читання в Ісландії. Ісландія є країною з найбільшим у світі відсотком виданих книг на людину, а жителі країни вважаються однією з націй, які найбільше читають. Статистика підтверджує, що кожен десятий ісландець видає власну книжку [38]. Чим же зумовлена така популярність друкованої книги? Наприклад, уряд країни підтримує видавничу галузь, щорічно виділяючи 555 щомісячних зарплат для авторів, що пишуть для дітей через організацію Ісландських авторів [39].

Видавнича галузь країни розвивається, дедалі більше книг з'являється на полицях магазинів і, як не дивно, надовго там не затримуються. Журналка BBC News Magazine Розі Голдсміт в одній зі своїх статей пише: «Ісландія сьогодні переживає справжній книжковий бум. Країна з 300-тисячним населенням має більше письменників, більше опу-

блікованих і прочитаних книг на людину, ніж решта країн світу» [38].

Найуспішнішими видавництвами на сьогодні є JPV Publishers, Skrudda, Forlagid, Edda, Bjartur і IDNU Publishing. Вони не просто заробляють гроші, а популяризують друковану книгу та заохочують молодих авторів не соромитися і видавати свої творіння.

Таблиця 7.
Основні способи популяризації читання в Ісландії

• Ісландці історично люблять книги (в країні найбільший відсоток виданих книг на людину у світі)
• Дешево і швидко виробництво та дизайн
• Державна підтримка (в тому числі й зарплати для дитячих авторів)
• Стабільно низька ціна на книги
• Доступність та швидкість поширення

Поява книгодрукування – значна віха в історії ісландського народу, серйозний чинник у формуванні національної свідомості. Мистецтво книгодрукування стало невід’ємною частиною культури та навіть традицією жителів країни [40; 41]. Дослідивши історію книговидавничої галузі в Ісландії, можна виокремити кілька факторів, які забезпечили успіх друкованої книги в країні:

1. Ісландці історично люблять книги. Пристрасть населення до читання стала чи не справжньою релігією. Ісландці люблять читати книги, розмовляти про книги та купувати книги; проводяться безліч книжкових ярмарків, особливо у період різдвяних свят. Навіть якщо трапляється криза, економічний колапс або вулканічне виверження, перший інстинкт ісландця підказує йому, що потрібно вивчити це питання, звернувшись до надрукованого тексту в книжковій формі, а не телевізора, інтернету чи фільму. Доповідь Спеціальної слідчої комісії виявила, що офіційний документ з описом причин економічної кризи 2008 р. став найуспішнішим друкованим продуктом 2010 р.

2. Дешево і швидко виробництво та дизайн. Перші книги про економічний колапс було опубліковано лише на кілька тижнів пізніше. Перші книги про вулкан Ейяф’ятлайокютль з’явилися незабаром після виверження. Ісландські видавці докладають чимало зусиль, щоб забезпечити швидкість підготовки до друку та самого друку і дослідити потреби аудиторії.

3. Державна підтримка. На видавничу галузь Ісландії виділяється безліч грантів. Уряд керує Ісландським літературним фондом, який спрямовує кошти у видавничу справу, особливо підтримуючи художні та перекладні книги.

4. Ціна. Навіть незважаючи на кризу 2008 р. та інфляцію, ціни на книги залишилися незмінними,

що забезпечує довіру покупця та стабільність попиту на друковану продукцію.

5. Доступність та швидкість поширення. Ісландія – маленька країна (більша половина громадян проживають у районі Рейк’явіка), а це спрощує та пришвидшує розповсюдження книг [42; 43; 44] (див. Табл. 7).

Популяризація читання в Бразилії. Один бразильський видавець винайшов оригінальний спосіб популяризації читання серед населення. Ознайомившись із даними дослідження Інституту книги Бразилії, згідно з якими жителі країни читають у середньому лише дві книги на рік (дані за грудень 2015 р.), видавництво L&PM Editores спільно з рекламним агентством Africa створило книжки-проїзні. Така книжка дає право на 10 безкоштовних поїздок у метро. В її обкладинку вшито чіп. Пасажиру потрібно лише прикласти її до сканера на турнікеті, щоб оплатити проїзд. Для того, щоб спростити придбання такого проїзного, компанії організували точки продажу безпосередньо на станціях метрополітену. Коли 10 поїздок закінчаться, книжку-картку можна поповнити онлайн, а після прочитання – передати другові [45] (див. Табл. 8).

Окрім цього, в країні популяризують книги й читання серед людей, які відбувають термін покарання у в’язниці. У Бразилії у 2012 р. було прийнято закон, в якому прописано, що прочитання літературного твору від першого до останнього рядка дає змогу ув’язненим вийти на свободу раніше на 96 годин, тобто рівно на чотири дні. Щоправда, їм дозволяється читати лише одну книгу на місяць (відповідно до програми «Читання для спокути»). Отже, за рік звільнення можна наблизити не більш ніж на півтора місяця. Автори програми вважають, що це дієвий спосіб зробити людину кращою і розширити її кругозір, навчити мислити і вирішувати проблеми чесним шляхом, показати їй, що в книгах є мудрість, є відповіді на різні питання. Книжки ув’язнені вибирають з рекомендованого списку, який, утім, доволі великий. У ньому є художня, навчальна література і навіть езотерика. Після прочитання книги кожен ув’язнений, який бере участь у програмі, пише есе, чим підтверджує, що прочитав твір дуже уважно [46].

Неформальний підхід до популяризації читання та розвитку видавничої справи не обмежується лише вищезгаданими креативними проектами. У країні проводяться цікаві книжкові акції та бібліотечні перформанси. Наприклад, книжкова крамниця Sagaiva у Ріо-де-Жанейро привертає увагу читачів своїм незвичайним зовнішнім оформленням. Усі книги на полицях тут розташовані за кольором. Таким чином декоратори досягли ефекту веселки. При цьому така конструкція зручна для пошуку, адже книжки розміщені у логічному порядку [47].

Отже, розвиток електронного книговидання, пошук нових видавничих ринків, використання інноваційних механізмів у видавничій галузі дають можливість країнам, які раніше не були серед лідерів міжнародного видавничого бізнесу, привертати до себе увагу світового співтовариства та пропонувати споживачам якісно новий видавничий продукт.

Таблиця 8.
Основні способи популяризації читання в Бразилії

• Книжки-проїзні (10 безкоштовних поїздок у метро)
• «Читання для спокути» – програма, що зменшує термін ув'язнення на 96 годин за прочитання 1 книги
• Креативні візуальні ефекти вітрин книжкових крамниць
• Книжкові акції
• Бібліотечні перформанси

Поєднання інноваційних механізмів та креативного підходу до вирішення завдань сприяє зростанню цих країн на міжнародному книжковому ринку.

Висновки. Вивчивши стан і традиції книговидання, ставлення державних структур та численних громадських і професійних об'єднань до популяризації читання у різних країнах світу, доходимо таких висновків:

1. Від заснування проекту ЮНЕСКО «Всесвітня книжкова столиця» й дотепер це звання здобували ті міста, де видавнича справа перебувала на етапі інтенсивного розвитку. Успіхи цих міст визначає насамперед діяльність державних, громадських і професійних структур та інституцій, які всебічно сприяють популяризації книги у суспільстві, створюють умови для розвитку читацьких середовищ, розвивають культуру читання, книжкову комунікацію тощо.

2. На прикладі цього річного міста-переможця Шарджи доходимо висновку, що це заслуга насамперед держави, оскільки керівництво Об'єднаних Арабських Еміратів всебічно сприяє розвитку видавничої справи у країні. Видавничі організації мають всі можливості для поліпшення якості своєї продукції, що, своєю чергою, дає їм змогу вийти на престижний рівень світового ринку. В ОАЕ пріоритетним є інноваційний шлях розвитку галузі, на найвищому рівні популяризується читання арабською мовою, перекладаються і видаються найкращі твори світової літератури. Видавничі організації в країні продовжують нарощувати потужності (створюється велика кількість нових видавництв, модернізуються старі). На найвищому рівні розробляються і впроваджуються галузеві проекти, до яких залучається перспективна молодь. Книжкові ярмарки і виставки привертають увагу світової спільноти, виводять на літературний

обшир нові імена. Усе це дає можливість Еміратам залучитися підтримкою провідних країн світу і стати на шлях лідерства у розвитку книговидавничої галузі не лише на регіональному, а й на світовому рівні.

3. Вивчаючи досвід видавничої діяльності та популяризації читання в інших країнах світу, що мають різний рівень розвитку економіки та суспільного достатку, з'ясовуємо їх підходи до вирішення проблем з популяризації книжкової справи. Приміром, керівництво Нової Зеландії, найбільшою проблемою якої є географічна ізоляваність від решти світу, дало потужний поштовх для розвитку видавничого сектора (створення літературного фонду для допомоги видавцям і письменникам, запровадження фахової освіти, підтримка і заохочення літературних заходів, роздержавлення видавничої діяльності, відсутність податку на додану вартість у книжковій справі тощо). Усе це створило сприятливі умови для професійного й економічного розвитку видавничої галузі та сприяло визнанню новозеландської книги на світовому книжковому ринку.

4. Досвід Італії цікавий з точки зору регулювання цінової політики, що дає змогу утримувати у стабільному стані книготорговельну мережу. Заснування інституту підтримки книги при Міністерстві культурної спадщини і культурної діяльності Італії – важливе державне рішення, що дало змогу розвинути виставково-ярмарковий напрям та реалізувати низку проектів з популяризації читання. До того ж у країні популярна літературна фестивальна діяльність: майже кожна провінція має свій літературний фестиваль.

5. Данський досвід – це насамперед електронне книговидання: дешеве і зручне. Саме воно дало змогу поряд із комерційними проектами випустити низку безкоштовних навчальних видань. Наприклад, безкоштовні електронні підручники видавництва Bookboon популярні в усьому світі ще й тому, що вони видані багатьма мовами: англійською, німецькою, голландською, данською, французькою, шведською, норвезькою, фінською, іспанською та чеською.

6. Характерною особливістю норвезької видавничої галузі є нішеве книговидання та спільна професійна координація галузі. Невеликі накладки маленьких видавництв створюють ефект елітності знань, індивідуального книговидання, що, своєю чергою, забезпечує умови для комфортного читання. Цікаво, що бібліотеки Норвегії такі ж популярні, як і кінотеатри, ігрові майданчики та паби.

7. Ісландія вражає найбільшою у світі кількістю виданих книг на одну людину. Країна має 300 тисяч населення, а кожен десятий її житель – письменник. В Ісландії надзвичайно популярне книговидання для дітей. Заслуга уряду очевидна – він щорічно виді-

ляє 555 зарплат для авторів, які пишуть твори для дитячої аудиторії.

8. Бразилія, в якій значна частина населення має низький рівень освіти та складне економічне становище, також може похвалитися своїм досвідом популяризації читання. Дослідження Інституту книги Бразилії засвідчило, що в середньому житель країни прочитає лише дві книжки на рік. Саме тому видавці прагнуть залучити до читання всі верстви населення різними способами: створено книжку-проїзний, що дає право на 10 безкоштовних поїздок у громадському транспорті; прийнято закон, за яким одна прочитана від першого до останнього рядка книжка у в'язниці скорочує термін ув'язнення на чотири доби тощо.

Вивчений під час проведеного дослідження досвід стане в пригоді під час розроблення і просування проекту «Київ – Всесвітня книжкова столиця».

Подяка. Колектив авторів висловлює подяку доценту кафедри видавничої справи Вернігорі Ніні Миколаївні за фахові консультації і поради під час укладання тексту наукової статті, написання вступної частини, висновків, реферату, формування таблиць та списку цитованих джерел.

Список літератури

1. Осмоловська О. А. Проект «Київ – Всесвітня книжкова столиця»: перспективи реалізації // Інтегровані комунікації. Київ, 2018. Вип. 1 (5). С. 23–27.
2. Афонін О. А., Сенченко М. І. Українська книга в контексті світового книговидання. Київ : Кн. палата України, 2009. С. 100.
3. United Arab Emirates // Міжнародна Асоціація Видавців = International Publishers Association. URL: <https://www.internationalpublishers.org/market-insights/country-reports/359-new-frontiers>.
4. Місто Шарджа стало Всесвітньою книжковою столицею 2019 року. URL: <https://en.unesco.org/world-book-capital-city>.
5. Міжнародний книжковий ярмарок у Шарджі: можливості для видавців // ЛітАкцент. URL: <http://litakcent.com/2015/09/23/mizhnarodnyj-knyzhkovyj-jarmarok-u-shardzhi-mozhlyvosti-dlja-vydavciv/>.
6. Стратегія активізації співпраці України з країнами Перської затоки : аналіт. доп. / [Волович О. О. та ін.; за ред. О. О. Воловича] ; Нац. ін-т стратег. дослідж., Регіон. філіал у м. Одесі. Одеса : Фенікс, 2011. 88 с.
7. Абумуфрех Мурад. Порівняльна товарна і географічна структура експорту та імпорту України і 164 Україна–Європа–Світ держав Перської затоки // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Сер.: Економічні науки. 2014. Вип. 37 (1). С. 27–33.
8. История Новой Зеландии. URL: <https://newzealand.life.ru/ot-gospodstva-do-svobody-istoriya-novoj-zelandii/>.
9. Publishers Association of New Zealand // What We Do. URL: <http://www.publishers.org.nz/about/>.
10. NZSA // Publishers. URL: <https://authors.org.nz/publishers/>.
11. New Zealand Book Council // How to get published. URL: <http://www.bookcouncil.org.nz/new-zealand-book-scene/how-to-get-published/>.
12. Story: Publishing. URL: <https://teara.govt.nz/en/publishing>.
13. Economic contribution of the New Zealand book publishing industry 2015 // PwC. 2016. URL: <http://www.publishers.org.nz/wp-content/uploads/PwC-Report-Economic-contribution-of-New-Zealand-publishing-industry-final-report.pdf>.
14. Beatnik. URL: <http://www.beatnikpublishing.com/full-catalogue>.
15. Mary Egan Publishing // About Us. URL: <http://www.maryegan.co.nz/about/>.
16. Harper Collins Publishers New Zealand // About Us. URL: <http://www.harpercollins.co.nz/about-us/>.
17. Pottton & Burton // About Us. URL: <https://www.potttonandburton.co.nz/about/>.
18. Is this the end for NZ publishing? 2013. URL: <http://www.stuff.co.nz/dominion-post/culture/9162076/Is-this-the-end-for-NZ-publishing>.
19. Новая Зеландия. 2010. URL: <http://mir-prekrsaen.net/referat/797-novaya-zelandiya.html>.
20. Федоров Н. В. Новые партнеры Новой Зеландии : [реф. на моногр. : Новая Зеландия и страны Восточной Азии: взаимоотношения в сфере политики, экономики и культуры / И. В. Олейников, Н. Н. Пузыня, А. А. Сучкова; науч. ред. В. П. Олтаржевский. Иркутск: Изд-во ИГУ, 2014. 167 с.] // CYBERLENINKA. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/novye-partnery-novoy-zelandii-retsenziya-na-monografiyu-novaya-zelandiya-i-strany-vostochnoy-azii-vzaimootnosheniya-v-sfere-politiki>.
21. Italia. URL: <http://www.italia.it/ru/idee-di-viaggio/cultura-e-spettacolo/litalia-dei-festival-letterari.html> (дата звернення: 2.06.2018).
22. International publishers association. URL: <http://www.internationalpublishers.org> (дата звернення: 20.05.2018).
23. Mirrorref. Издательское дело Италии. URL: http://mirrorref.ru/ref_rnaujgujgbewujg.html (дата звернення: 28.05.2018).
24. Історія видавничої справи Італії. URL: <http://leksi.com/1-51668.html> (дата звернення: 28.05.2018).
25. Переваги електронних книг, порівняно із звичайними. URL: www.elektronnaknyga.weebly.com.
26. The history of print from 1400 to 1499. 2018. URL: www.prepressure.com.
27. История Дании / Хельге Палудан, Эрик Ульсиг, Карстен Порскрог Расмуссен, Герца Боннеруп, Эрик Странге Петерсен, Хеннинг Поулсен, Серен Хейн Расмуссен. Москва : Весь мир, 2007. (Aarhus Universitetsforlag, 2002).
28. Bentzen R. Det kongelige Bibliotek og bogens historie / Ruth Bentzen, Harald Ilsme, Ingrid Ilsme. 18 с.

29. About Bookboon. URL: bookboon.com.
30. Hodnefield Jacob. The libraries of Scandinavia. 1914. (Publications of the Society for the Advancement of Scandinavian study). (Proceedings series I, 1914).
31. Denmark's Bogforum: Bringing Readers, Authors and Publishers Together. 2016. URL: www.publishingperspectives.com.
32. Статистичний сайт. 2016. URL: <http://www.ssb.no/en/utdanning?de=Methods+and+documentation&inholdstype=publikasjon-artikkel>.
33. Крымова Н. И. Норвежская литература // Краткая литературная энциклопедия. Москва : Советская энциклопедия, 1968. Т. 5. С. 330–338. 975 с.
34. Корсволд Кая, Лунд Енн Сесілі. Для акції проти трьох основних // Aftenposten, № 576. Середа, 10 груд. 2008. С. 7 (Культура).
35. Норвегія: видавництва, агентства з авторських прав. URL: <http://www.inbooker.com/ru/pubs/area-norvegiya>.
36. Bibliotekutvikling.no. URL: <https://www.bibliotekutvikling.no/>.
37. Дробот Ольга. Я не знаю ни одной норвежской семьи, в которой дети не ходили бы в библиотеку (23 июня 2017) // Папмамбук. URL: <http://www.papmambook.ru/articles/2806/>.
38. Iceland: Where one in 10 people will publish a book / Rosie Goldsmith // BBC News. 2013. URL: <https://www.bbc.com/news/magazine-24399599>.
39. Iceland: A Nation of Readers. And Writers / Dennis Abrams // Publishing perspectives. 2013. URL: <https://publishingperspectives.com/2013/10/iceland-a-nation-of-readers-and-writers/>.
40. Любіцева О. О. Республіка Ісландія // Енциклопедія сучасної України : у 30 т. / ред. кол. І. М. Дзюба [та ін.]; Координаційне бюро енциклопедії сучасної України НАН України. Київ, 2003–2016.
41. Хяульмарсон Й. Історія Ісландії. З початку і до наших днів // Весь світ. 2003. 228 с.
42. The bookseller : In depth: Iceland's book market / Baldur Bjarnason. 2011. URL: <https://www.thebookseller.com/feature/depth-icelands-book-market>.
43. 2 sea agency // Publishing in Iceland Where Reading Is a National Sport. Giulia Trentacosti. 2015. URL: <http://2seasagency.com/publishing-iceland-reading-national-sport/>.
44. Навколо Ісландії. Всеохопний і точний путівник відвідувачів по Ісландії. 2007.
45. Абрамс Деніс. Купуй книжку, користуйся метро безкоштовно // Publishing Perspectives. December 9, 2015. URL: <http://publishingperspectives.com/2015/12/brazils-lpm-publisher-makes-an-offer-buy-a-book-ride-the-subway-for-free/#.VoKD0fmLTIX>.
46. Presos em unidades federais poderro diminuir pena com horas de leitura [Ув'язнені у федеральних підрозділах можуть скоротити термін покарання]. URL: <http://www.brasil.gov.br/governo/2012/06/presos-em-unidades-federais-poderao-diminuir-pena-com-horas-de-leitura>.
47. Білецька Наталія. Веселкова книгарня // Видавництво Старого Лева. 18.01.2016. URL: <https://starylev.com.ua/club/blog/veselkova-knygarnya>.

References

1. Osmolovska, O. A. (2018), "The project "Kyiv – World Book Capital": the prospects for implementation", *Intehrovani Komunikatsii [Integrated Communications]*, Kyiv, no. 1 (5), pp. 23–27.
2. Afonin, O. A. & Senchenko, M. I. (2009), *Ukrainian Book in the Context of World Book Publishing*, Knyzhkova Palata Ukrainy, Kyiv, 100 p.
3. International Publishers Association (2019), "United Arab Emirates", available at: <https://www.internationalpublishers.org/market-insights/country-reports/359-new-frontiers>.
4. UNESCO (2019), "The City of Sharjah has become the World Book Capital of 2019", available at: <https://en.unesco.org/world-book-capital-city>.
5. LitAccent (2015), "International Book Fair in Sharjah: opportunities for publishers", available at: <http://litaccent.com/2015/09/23/mizhnarodnyj-knyzhkovyj-jarmarok-u-shardzhi-mozhlyvosti-dlja-vydavciv/>.
6. Volovych, O. O. (Ed.) (2011), *Strategy of Activation of Cooperation of Ukraine With the Countries of the Persian Gulf: Analytical Report*, National Institute for Strategic Researches, Feniks, Odesa, 88 p.
7. Abumufrekh, M. (2014), "Comparative commodity and geographic structure of export and import of Ukraine and 164 Ukraine-Europe-World States of the Persian Gulf", *Zbirnyk Naukovykh Prats Cherkaskoho Derzhavnogo Tekhnolohichnogo Universytetu. Ser.: Ekonomichni Nauky [Collection of Scientific Works of Cherkasy State Technological University. Series: Economic Sciences]*, vol. 37 (1), pp. 27–33.
8. Newzealandlife.ru (2019), "History of New Zealand", available at: <https://newzealandlife.ru/ot-gospodstva-dov-svobody-istoriya-novoj-zelandii/>.
9. Publishers Association of New Zealand (2019), "What we do", available at: <http://www.publishers.org.nz/about/>.
10. The New Zealand Society of Authors (2019), "Publishers", available at: <https://authors.org.nz/publishers/>.
11. New Zealand Book Council (2019), "How to get published", available at: <http://www.bookcouncil.org.nz/new-zealand-book-scene/how-to-get-published/>.
12. The Encyclopedia of New Zealand Te Ara (2019), "Story: publishing", available at: <https://teara.govt.nz/en/publishing>.
13. PwC New Zealand (2016), *Economic Contribution of the New Zealand Book Publishing Industry 2015*, 24 p., available at: <http://www.publishers.org.nz/wp-content/uploads/PwC-Report-Economic-contribution-of-New-Zealand-publishing-industry-final-report.pdf>.
14. Beatnik (2019), "Our books: full catalogue", Режим доступа: <http://www.beatnikpublishing.com/full-catalogue>.

15. Mary Egan Publishing (2019), "About us", available at: <http://www.maryegan.co.nz/about/>.
16. Harper Collins Publishers New Zealand (2019), "About us", available at: <http://www.harpercollins.co.nz/about-us/>.
17. Pottton & Burton (2019), "About us", available at: <https://www.pottonandburton.co.nz/about/>.
18. MacDonald, N. (2013), "Is this the end for NZ publishing?", *Stuff.co.nz*, available at: <http://www.stuff.co.nz/dominion-post/culture/9162076/Is-this-the-end-for-NZ-publishing>.
19. Mir Prekrasen (2010), "New Zealand", available at: <http://mir-prekrasen.net/referat/797-novaya-zelandiya.html>.
20. Fedorov, N.V (2014), "New partners of New Zealand": A review of the monograph "New Zealand and East Asian countries: relations in the sphere of politics, economy, and culture", in Olejnikov, I. V., Puzynja, N. N. & Suchkova, A. A. (Eds.), *Izd-vo IGU, Irkutsk*, 167 p., available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-partnery-no-voy-zelandii-retsenziya-na-monografiyu-novaya-zelandiya-i-strany-vostochnoy-azii-vzaimootnosheniya-v-sfere-politiki>.
21. Italia Agenzia Nazionale Turizmo (2018), "Literary Festivals in Italy", available at: <http://www.italia.it/ru/idee-di-viaggio/cultura-e-spettacolo/litalia-dei-festival-letterari.html> (accessed: 2.06.2018).
22. International Publishers Association IPA (2018), available at: <https://www.internationalpublishers.org> (accessed: 05/20/2018).
23. Mirrorref.ru (2018), *Publishing Business in Italy*, available at: http://mirrorref.ru/ref_rnaujgugjebewujg.html (accessed: 28.05.2018).
24. Leksii.com (2015), *History of Publishing Business of Italy*, available at: <http://leksii.com/1-51668.html> (accessed: 28.05.2018).
25. Digital Book (2018), "Advantages of e-books in comparison with the ordinary ones", available at: www.elektronaknyga.weebly.com.
26. Prepressure.com (2018), "The history of print from 1400 to 1499", available at: <https://www.prepressure.com/printing/history/1400-1499>.
27. Encyclopedic Dictionary of Brockhaus and Efron Helge Paludan (2007), "History of Denmark", in Ulsig, E., Rasmussen, C., Boncerup, H., Petersen, E. & Poulsen, H. (Eds.), *Smren Rasmussen, Moscow*, 2007.
28. Bentzen, R., Ilsoe, I., & Ilsoe, H. (1993), "Det kongelige Bibliotek og bogens historie", *Magasin Fra Det Kongelige Bibliotek*, no. 8 (2), Hentet fra, 18 s., available at: <https://tidsskrift.dk/magasin/article/view/66326>.
29. Bookboon.com (2018), "About bookboon", available at: <http://www.bookboon.com>.
30. Hodnefield, J. (1914), "The libraries of Scandinavia. Denmark", *Proceedings "Publications of the Society for the Advancement of Scandinavian Study": Series I*, pp. 283-286.
31. Publishing Perspective (2016), "Denmark's Bookforum: bringing readers, authors and publishers together", available at: www.publishingperspectives.com.
32. Statistics Norway (2016), available at: <https://www.ssb.no/en/utdanning?de=Methods+and+documentati+on&innholdstype=publikasjon-artikkel>.
33. Krymova, N. I. (1968), "Norwegian literature", *Brief Literary Encyclopedia*, in Surkov, A. A. (Ed.), *Soviet Encyclopedia, Moscow*, vol. 5, pp. 330-338, 975 p.
34. Corswold, K. & Lund, E. C. (2008), "For the action against the three major", *Aftenposten*, no. 576, p. 7.
35. Booker.com (2019), "Norway: publishing houses, copyright agencies", available at: <http://www.inbooker.com/ru/pubs/area-norvegiya>.
36. Bibliotekutvikling.no (2019), available at: <https://www.bibliotekutvikling.no/>.
37. Drobot, O. I (2017), "I know none Norwegian family in which children would not go to the library", *Papmambuk*, available at: <http://www.papmambuk.ru/articles/2806/>.
38. Goldsmith, R. (2013), "Iceland: where one in 10 people will publish a book", *BBC News*, available at: <https://www.bbc.com/news/magazine-24399599>.
39. Abrams, D. (2013), "Iceland: a nation of readers. And writers", *Publishing Perspectives*, available at: <https://publishingperspectives.com/2013/10/iceland-a-nation-of-readers-and-writers/>.
40. Lubitseva, O. (2005), "Republic of Iceland", *Encyclopedia of Modern Ukraine: in 30 Vols.*, in Dzyub, I. M. (Ed.), *Coordination Bureau of the Encyclopedia of Modern Ukraine of the National Academy of Sciences of Ukraine, Kyiv*.
41. Hayulmarsson, J. (2003), "History of Iceland. From the beginning to the present day", *The Whole World*, 228 p.
42. Baldur Bjarnason (2011), "In depth: Icelandic book market", *The Bookseller*, available at: <https://www.thebookseller.com/feature/depth-icelands-book-market>.
43. Trentacosti, G. (2015), "Publishing in Iceland where reading is a national sport", *2 Seas Agency*, available at: <http://2seasagency.com/publishing-iceland-reading-national-sport/>.
44. Around Iceland. A Comprehensive and Accurate Travel Guide for Iceland (2007).
45. Abrams, D. (2015), "Buy a book, use the subway for free", *Publishing Perspectives*, available at: <http://publishingperspectives.com/2015/12/brazils-lpm-publisher-makes-an-offer-buy-a-book-ride-the-subway-for-free/#.VoKD0fmLTIX>.
46. Government of Brazil (2012), "Prisoners in federal units may reduce the sentence", available at: <http://www.brasil.gov.br/governo/2012/06/presos-em-unidades-federais-poderao-diminuir-pena-com-horas-de-leitura>.
47. Biletska, N. (2016), "Rainbow bookstore", *The Old Lion Publishing House*, available at: <https://starylev.com.ua/club/blog/veselkova-knygarnya>.

Подано до редакції 27. 09. 2018 р.

Осмоловская Е. А., канд. ист. наук,
доц. кафедры издательского дела,
Институт журналистики
Киевского университета имени Бориса Гринченко;
Пивовар А. А., Гончаренко А. А.,
Ачкасова Д. И., Пылыпив К. И.,
Доман А. А., Бут Б. Б., Лопушинская В. А.,
студенты II курса,
Институт журналистики
Киевского университета имени Бориса Гринченко

*ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ЧТЕНИЯ
В РАЗНЫХ РЕГИОНАХ МИРА В НАЧАЛЕ XXI ВЕКА*

Аннотация. Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в течение года студенты-издатели во главе с преподавателем Осмоловский А. А. работают над проектом «Киев – Всемирная книжная столица». Одним из направлений проектной работы является изучение зарубежного опыта популяризации чтения. Статья посвящена особенностям развития книгоиздательской отрасли и популяризации чтения в различных регионах мира в начале XXI в. В частности, исследованы аспекты формирования современного издательского дела в Объединенных Арабских Эмиратах (город Шарджа по решению ЮНЕСКО получил статус Всемирной книжной столицы 2019), а также изучены современные механизмы популяризации чтения в Бразилии, Новой Зеландии, Италии, Дании, Норвегии, Исландии. В ходе исследования определены особенности государственной политики в отношении издательской деятельности каждой из стран, проблемные вопросы общественного и культурного развития, достижения издательского сектора, государственных и творческих комитетов, общественных объединений, занимающихся вопросами популяризации чтения. Также в исследовании сделан экскурс в историю, названы ведущие издательские организации каждой из стран, описано их международное сотрудничество и влияние на формирование читательских предпочтений как в собственной стране, так и далеко за ее пределами. В конце исследования сделан вывод о потенциале этих стран как современных центров издательского дела.

Ключевые слова: издательская деятельность, книги, издательские инновации, популяризация чтения в Объединенных Арабских Эмиратах, популяризация чтения в Бразилии, популяризация чтения в Новой Зеландии, популяризация чтения в Италии, популяризация чтения в Дании, популяризация чтения в Норвегии, популяризация чтения в Исландии.