

УДК 304.444

**О. Ю. Хмельовська** – студентка 6-го курсу Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка;

**Я. В. Прихода** – кандидат філологічних наук, доцент Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка

## Роль контенту видавництва у збереженні і творенні національної культури (на прикладі видавництва «Смолоскип»)

*Роботу виконано на кафедрі видавничої справи та редагування Інституту журналістики КНУ ім. Т. Шевченка*

У статті проаналізовано книжковий контент видавництва «Смолоскип» під час своєї діяльності за кордоном і в Україні, охарактеризовано видавничі серії та їхню специфіку. Здійснено спробу показати способи популяризації української культури за допомогою видавничого контенту.

**Ключові слова:** видавництво, контент, видавнича стратегія, книжкові серії, українська культура.

**Хмельовская О. Ю. Роль контента издательства в сохранении и создании национальной культуры (на примере издательства «Смолоскип»).** В статье рассмотрены книжный контент издательства «Смолоскип» во время своей деятельности за рубежом и в Украине, очерчены издательские серии, их специфика. Сделано попытку показать пути популяризации украинской культуры при помощи издательского контента.

**Ключевые слова:** издательство, контент, издательская стратегия, книжные серии, украинская культура.

**Khmelovska O. U. The Role of Publishers Content in the Preservation and Creation of a National Culture (for Example Publishing «Smoloskyv»).** The article reviews the book's content of the publishing «Smoloskyv» during their activities abroad and in Ukraine, analyze series of publishing, their specificity. There are attempts to show ways to promote the Ukrainian culture through publishing content.

**Key words:** publishing, content, publishing strategy, book series, Ukrainian culture.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Літературна та історична спадщина ХХ століття, її висвітлення й оформлення у друковані видання має величезний вплив на українську культуру. Проте підготовка до друку творів українських письменників, гуманітарних досліджень, історичних розвідок – досить затратний процес. А контент такого типу не завжди прибутковий. Зрозуміло, не всі видавництва беруть на себе місію видавати й розповсюджувати такий тип тексту. Видавництво «Смолоскип» свідомо обрало роль популяризатора української культури і протягом десятиліть займається націєтворчим книговидавництвом.

**Мета дослідження** – вивчити досвід видавництва «Смолоскип» у популяризації української культури.

У статті зроблено спробу розв'язати такі завдання:

- окреслити основний контент видавництва «Смолоскип», генерований під час функціонування за кордоном;
- показати розширення основного виду діяльності видавництва під час функціонування в Україні;
- виявити диференціацію книжкової продукції;
- розглянути статус видавництва як популяризатора української культури.

**Об'єкт** нашого дослідження – досвід видавництва у збереженні української культури. **Предметом** дослідження є роль основного контенту видавництва «Смолоскип» у популяризації і збереженні української культури.

У дослідженні використано такі методи: інтерв'ю (з директором, відповідальним редактором, верстальником видавництва «Смолоскип»); спостереження за діяльністю видавництва «Смолоскип». За допомогою історичного методу ми намагалися вивчити розвиток видавничої стратегії, зміну мети й завдань видавництва в хронологічній послідовності. Історичний метод допоміг виявити загальне й особливе в історичних явищах, а також причини цих подібностей і розходжень, визначити тенденції

розвитку [4, 11]. За допомогою групування ми поділили усю видавничу продукцію (цілісну сукупність) на видавничі серії.

**Новизна** дослідження полягає в тому, що вперше проаналізовано основний контент видавництва з особливою історією і зосереджено увагу на його ролі в популяризації української культури.

**Аналіз останніх досліджень проблеми.** Над вивченням основного контенту видавництва працювали: М. Тимошик, М. Теремко, Н. Зелінська, В. Партико, Е. Огар, В. Даниленко, В. Різун, І. Глебов, М. Феллер, М. Сікорський, А. Мільчин та ін.

**Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.** Видавництво «Смолоскип» з'явилося на ринку 1967 року. За цей час воно виробило систему цінностей, традиції, утвердило місію і стратегії. Під час діяльності видавництва за кордоном першочерговим завданням було інформування про реальний стан справ в Україні. Із поверненням в Україну 1991 року діяльність видавництва відповідно до зовнішніх і внутрішніх чинників зазнала трансформацій, збільшилася кількість видавничих завдань.

З'являючись на ринку, видавництво обирає для себе стратегію – систему дій, спрямовану на забезпечення стійких позицій на ринку, постійно оновлювальних конкурентних переваг, прогнозованих перспектив розвитку [6, 261]. Одним із завдань видавництва є одержання прибутку за допомогою успішного контенту, збільшення кількості читачів тощо. Але фінансова сторона для видавництва «Смолоскип» не була найважливішою. Зважаючи на історичні обставини, головною його метою було збереження української культури способом тиражування книжкового контенту, популяризації його в Україні й за кордоном, інформування про реальний стан справ у часи тотального замовчування.

У 60–80-ті роках видавництво «Смолоскип» свідомо бере на себе роль інформатора, організатора й захисника української ментальності, національної ідеї, видаючи заборонені в СРСР твори. У 1968–1990 роках видано збірки поезій: Ліни Костенко, Василя Голобородька, Олени Теліги, Ігоря Калинця, Миколи Руденка, Святослава Караванського, Тараса Мельничука, Атени Пашко, Олеса Бердника; оповідання і романи Олеса Гончара, Михайла Осадчого, Миколи Руденка, Бориса Антоненка-Давидовича, Олеса Бердника; самвидавні твори, дослідження і документи Валентина Мороза, Олеса Бердника, Миколи Руденка, Василя Стуса, Євгена Сверстюка, Євгена Крамара; п'яти-томник творів Миколи Хвильового, однотомник Леся Курбаса, дві книги-мартирологи Української православної і греко-католицької церков. До списку додаються самвидавні журнали «Український вісник» і «Кафедра», документи і бюлетень української Гельсінської групи; спогади Данила Шумука, Євгена Грицяка і Докії Гуменної; публіцистичні і літературознавчі праці діаспорних письменників Григорія Костюка і Юрія Шевельова (Шереха); брошури українською і англійською мовами про українських політв'язнів.

Важливим було створення 1974 року відділу «Smoloskyp Publishers», який передавався український самвидав іноземними мовами, зокрема англійською. За цей час видано твори англійською мовою Валентина Мороза, вірші Олени Теліги, листи українських жінок-політв'язнів, 6-й і 7–8 випуски самвидавного «Українського вісника», бюлетені української Гельсінської групи, енциклопедичний довідник про тисячоліття християнства в Україні, довідник про українських олімпійських чемпіонів. Ця діяльність була спрямована на те, аби на Україну звернув увагу світ, побачив масштаби її проблем, а також на популяризацію несфальсифікованої української культури.

Для передавання текстів самвидаву з України в той час було налагоджено систему зв'язкових. Так само видання «Смолоскипа» нелегально ввозили в СРСР, і до початку перебудови їхнє зберігання та розповсюдження контролювала влада.

Після проголошення незалежності в 1991 році, коли зник фактор забороненого книговидання, редакція видавництва переїхала в Україну. За нових умов діяльності «Смолоскип» поставив перед собою низку додаткових завдань: пошук молодих авторів (за допомогою літературного конкурсу від видавництва «Смолоскип»); збереження і систематизація українського самвидаву (організація музею-архіву та документальному центру українського самвидаву); допомога творчій молоді України (семінари творчої молоді в Ірпені, стипендіальний фонду – видавництва «Смолоскип» для творчих заходів активної молоді, надання приміщень для творчої активності молоді); видання націєцентричних книг; збільшення читацької аудиторії; популяризація української книжки (книгарня «Смолоскип»); отримання прибутку від книговидання.

Таким чином, видавництво «Смолоскип» стало інформаційно-просвітницьким центром, розширивши свою діяльність. З іншого боку, з ринковими умовами й посиленням конкуренції основна діяльність стала більш диференційованою. Якщо спочатку у видавництві «Смолоскип» могли вийти друком будь-які книжки, що формували національну позицію, то із часів незалежності до видання підходять з аналізом ситуації на ринку.

Наразі контент видавництва «Смолоскип» – це переважно художня українська література, гуманітаристика та документалістика. Задля більшої диференціації видавництво із часом почало вдаватися до формування серій. Серія – це сукупність видань, об'єднаних спільним задумом, тематикою, цільовим або читацьким призначенням, що виходять під спільною назвою серії, як правило, в однотипному оформленні [4, 619]. Серії допомагають видавцеві не тільки продавати книжки, а й отримувати кращі рукописи з проблем та предметів, що їх охоплюють серійні видання [5, 46]. Серії у видавництва «Смолоскип» здебільшого відкриті, адже продовжуються протягом років.

До найбільш успішної серії з фінансового погляду варто віднести «Політичні ідеології». У цій серії вийшли видання «Лібералізм» (2-ге перевидання), «Консерватизм», «Націоналізм» (3-тє перевидання). До друку готується чергова книга «Соціалізм».

Найвідоміша серія «Розстріляне Відродження» (відповідно до опитування читачів) знайомить із творчістю письменників доби «Розстріляного відродження» (метафора належить Юрію Логвиненкові). До контенту книги з такої серії належать найкращі твори того чи іншого письменника, серед них може бути поезія, проза, критика, уривки зі щоденників, спогади й критичні статті про його творчість, бібліографія і фотоматеріали. У багатьох назвах використано маловідомі факти, раніше не опубліковані твори. У кожній книжці важливо виявити зміну рецепцій сприйняття творчості письменника протягом років, показати жанрове й тематичне розмаїття. До співпраці запрошується упорядник, який найкраще знається на творчості письменника, здебільшого літературознавець, що спеціалізується на тому чи іншому письменнику. Зазвичай він сам обирає наповнення книжки, керуючись власними естетичними принципами. Наразі вийшло понад 10 книг цієї серії, а саме вибрані та ін. Володимира Свідзинського, Богдана-Ігоря Антонича, Миколи Куліша, Миколи Хвильового тощо. Під час вибору автора, який має поповнити ту чи ту серію, важливим чинником для редакційного колективу є національна позиція письменника, популяризація української культури.

Зважаючи на специфіку серії, авторський контент – це переважно кваліфіковані науковці Інституту літератури імені Тараса Шевченка НАН України, Національного університету «Києво-Могилянська академія», Львівського університету імені Івана Франка, Харківського національного університету імені В. Каразіна тощо. Зі старшими дослідниками переговори провадить почесний голова видавництва «Смолоскип» Осип Зінкевич, який добре знає специфіку академічного кола. Проте видавництво більшою мірою орієнтується на молодих науковців.

Із появою книги Богдана Лепкого ця серія трансформується і виходить з умовною назвою «Вибрані твори». До 2015 року планується видати 30–40 назв. Видання авторів, які належать до іншого часового проміжку, відносять до серії «Шістдесятники». Характерною рисою всіх серій є часткова «академічність» упорядкованого, що, з одного боку, приваблює науковців, а, з іншого – дає змогу значно розширити читацьку аудиторію.

До порівняно молоді серії «Архіви Розстріляного Відродження» входять книги з документами, карними справами письменників і громадських діячів. Мета серії – ознайомлювати зі справами, забороненими документами, які через історичні обставини не були доступні широкому загалу.

Популяризація української науки, зокрема гуманітаристики, здійснюється за допомогою серії «Українські студії». Це видання монографій молодих науковців, які досліджують національну єдність, самвидав, окремі аспекти творчості письменників.

У серії «Пролегомени» небагато книг, а саме: «Історія українського перекладознавства ХХ сторіччя» Тараса Шмігера, «Теорія літератури» Івана Безпечного. Є також одна перекладна – «Вступ до теорії – літературознавство і культурологія» Пітера Баррі.

Є книги, що підвищують культурний статус видавництва, символічну репутацію. Вони зазвичай не приносять прибутку, проте якнайкраще популяризують українську культуру. До таких належить серія «Академічні діалоги», яку готує Центр гуманітарних досліджень Львівського національного університету імені Івана Франка, а також «Лауреати літературного конкурсу», в якій друкують твори молодих авторів. Для серії книжок лауреатів видавці використовують подібне оформлення. Почасти

це єдина реклама, яку може отримати автор-початківець. Але навіть це не гарантує їм хорошого продажу [2, 92].

У видавництві виходять книги, які не належать до серій, але вони характеризуються особливою актуальністю і виконують культуро- та націєтворчі завдання «Смолоскипа». Над цим дуже ретельно працюють редактори, дизайнери, менеджери, які дбають про змістову, художньо-технічну частину книги, її промоцію та популяризацію у ЗМІ. Якщо цільова аудиторія – люди мислячі, то акцент потрібно робити на естетичному задоволенні від книги [4, 135]. Багато видавничого контенту приурочено до історичних подій або пам'ятних дат. Зазвичай такі видання особливо цікавлять громадськість, підвищують імідж видавця [7, 80].

**Висновки.** Якщо колись популяризація української культури в Україні і за кордоном була основним завданням видавництва, то сьогодні зі зростанням конкуренції кількість завдань значно розширилася. Збільшилися і методи її популяризації. Спершу у видавництві «Смолоскип» могли вийти друком будь-які книжки, що формували національну позицію. Тепер редакційна рада аналізує ситуацію на ринку. Нині контент видавництва «Смолоскип» – це переважно художня українська література, гуманітаристика та документалістика. Задля більшої диференціації видавництво почало вдаватися до формування серій (наразі їх шість), гнучкої цінової політики й співпраці з читацькою аудиторією. Отже, контент видавництва – найкращий і дієвий популяризатор громадської позиції «Смолоскипа», потужний націєтворчий чинник.

#### *Список використаної літератури*

1. Барякина Е. Справочник писателя. Как написать и издать успешную книгу / Е. Барякина. – М. : Изд. дом «Унив. кн.», 2009. – 196 с. – (Школа издательского бизнеса).
2. Джилл Д. Отбор и оценка рукописей / Джилл Дэвис ; науч. ред. и пер. Н. Г. Николаюк, О. В. Коланькова. – М. : Изд. дом «Унив. кн.», 2008. – 227 с.
3. Літературознавчий словник-довідник / [Р. Т. Гром'як, Ю. І. Ковалів та ін.]. – К. : ВЦ «Академія», 1997. – 752 с.
4. Різун В. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві / В. Різун, Т. Скотникова. – К. : КНУ, 2005. – 104 с.
5. Сміт Д. К. Посібник книговидавця : пер. з англ. / Д. К. Сміт. – К. : Любіть Україну, 1999. – 192 с.
6. Теремко В. Видавничий маркетинг : навч. посіб. / В. І. Теремко. – К. : Академвидав, 2009. – 272 с.
7. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця : практ. посіб. – 2-ге вид., стер. / М. С. Тимошик. – К. : Наша культура і наука, 2006. – 560 с.

УДК 655. 41: (398)

**Г. Я. Янів** – аспірант, старший лаборант кафедри видавничої справи і редагування Української академії друкарства

### **Особливості редакторської підготовки видань творів українського фольклору для масового читача (на прикладі видання «“Я сіяв те, що Бог послав...”»: Сторінки публіцистичної, наукової та літературної творчості Павла Чубинського»)**

*Роботу виконано на кафедрі видавничої справи і редагування УАД*

Висвітлено особливості текстологічного опрацювання редактором фольклорних текстів, упорядкування матеріалу, підготовки науково-довідкового апарату, художньо-технічного оформлення при виданні творів українського фольклору для масового читача на прикладі науково-популярного видання «Я сіяв те, що Бог послав...».

**Ключові слова:** цільове призначення, читацька аудиторія, фольклорний матеріал.

**Янів Г. Я. Особенности редакторской подготовки изданий произведений украинского фольклора для массового читателя (на примере издания «“Я сеял то, что Бог послал...”»: Страницы публицистического, научного и литературного творчества Павла Чубинского»).** Отражены особенности текстологической обработки