

DOI: 10.20535/2522-1078.2023.2(14).295393

УДК 655.4

Надходження до редакції: 25.11.2023

Прийняття до друку: 04.12.2023

### **Кір'як В. С.**

*аспірантка кафедри видавничої справи та редагування Навчально-наукового видавничо-поліграфічного інституту, КПІ ім. Ігоря Сікорського, м. Київ, Україна, valeriagerbeer@gmail.com*

ORCID: 0000-0002-2717-4321

### **Костилева С. О.**

*доктор історичних наук, професор кафедри історії факультету соціології та права, КПІ ім. Ігоря Сікорського, м. Київ, Україна*

ORCID: 0000-0002-0909-7887

### **Kiriak V.**

*postgraduate student at the Department of Publishing and Editing, Publishing and Printing Institute, Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, Kyiv, Ukraine, valeriagerbeer@gmail.com*

ORCID: 0000-0002-2717-4321

### **Kostyleva S.**

*doctor of historical sciences, Professor at the Department of History of Faculty of Sociology and Law, Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, Kyiv, Ukraine, s.kostyleva@ukr.net*

ORCID: 0000-0002-0909-7887

## **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ ВИДАВНИЧОГО ПОРТФЕЛЯ** CURRENT TENDENCIES IN THE FORMATION OF THE PUBLISHING PORTFOLIO

Повномасштабна війна в Україні вплинула на стрімку трансформацію підприємницької діяльності, і видавнича галузь не є винятком. Визначено, що планування — це першочергова функція управління видавництвом, яка є основою для створення видавничого портфеля. Наведено дефініцію поняття видавничого портфеля. Сформовано основні принципи його створення, які полягають у з'ясуванні тематичної концепції видавництва і потреб потенційної читачької аудиторії. Виокремлено різновиди видавничих портфелів залежно від місцезнаходження творів у процесі виробництва, серед яких: договірний, редакційний і виробничий.

Вказано ключові фактори, які впливають на створення видавничого портфеля, а саме: тематичне спрямування видавництва, читачький попит, категорія читача, пошук і кількість уже наявних проєктів, категорія та вид видання, первинне рецензування, економічні показники й потужності видавництва. Проаналізовано ці фактори на прикладі сучасних українських видавництв «Комора», «Човен» і «ArtHuss», які успішно провадять свою діяльність в умовах воєнного стану.

Визначено роль редактора у створенні видавничого портфеля, котрий аналізує тенденції конкурентного середовища, досліджує попит на потенційне

видання, його тематику та ілюстративне наповнення, а також можливі складнощі й ризики під час опрацювання й просування видання.

Окреслено основні проблеми, які можуть виникати під час створення або впровадження готового видавничого портфеля, зокрема, це скорочення ресурсів видавництв, нестабільні умови роботи, зберігання готової продукції, а також ускладнена комунікація в межах редакційно-видавничої команди і з читацькою аудиторією через ракетні обстріли.

Розглянуто основні кроки до реалізації вдалого видавничого портфеля на прикладі видавництва ArtHuss, яке здійснює підготовку книг з дотриманням усіх етапів коректури, редагування, перекладу, оформлення, верстки і промоції.

**Ключові слова:** видавничий портфель, тенденції, українські видавництва, воєнний стан, видавнича галузь.

It is noted that the full-scale war in Ukraine affected the rapid transformation of business activity, and the publishing industry is no exception. It was determined that planning is the primary function of publishing house management, which is the basis for creating a publishing portfolio.

The term "publishing portfolio" is defined. The main principles of its formation, which consist of defining the thematic concept of the publishing house and the needs of the potential readership have been formed. Varieties of publishing portfolios are distinguished depending on the location of the works in the production process, including contractual, editorial, and production.

The key factors influencing the creation of a publishing portfolio are indicated, namely: the thematic direction of the publishing house, reader demand, category of reader, search, and number of already existing projects, category and type of publication, primary review, economic indicators and capacities of the publishing house. These factors are analyzed on the example of modern Ukrainian publishing houses "Komora", "Choven" and "ArtHuss", which successfully carry out their activities under martial law.

The editor's role in creating a publishing portfolio, who analyzes the trends of the competitive environment, examines the demand for a potential publication, its subject matter and illustrative content, as well as possible difficulties and risks during the development and promotion of the publication, are described.

The main problems that may arise during the creation or implementation of a ready-made publishing portfolio, in particular, a reduction in the resources of publishing houses, unstable working conditions, storage of finished products, as well as complicated communication within the editorial and publishing team and with the readership due to rocket fire are described.

The main steps of implementing a successful publishing portfolio using the example of the "ArtHuss" publishing house, which prepares books in compliance with all stages of proofreading, editing, translation, design, typesetting, and promotion are considered.

**Keywords:** publishing portfolio, trends, Ukrainian publishing houses, martial law, publishing industry.

**Постановка проблеми.** На сьогодні значна кількість підприємств перебуває у скрутному економічному становищі, спричиненому повномасштабним вторгненням РФ на територію України. Видавнича галузь, яка є основою освітнього й культурного рівня суспільства, не стала винятком. Такі фактори, як зруйновані підприємства, зачинені книгарні, ускладнені умови роботи під час ракетних обстрілів об'єктів критичної й цивільної інфраструктури, зниження купівельної спроможності, кардинальна зміна пріоритетів серед населення тощо, щодня впливають на ефективність діяльності видавництва. Саме тому книготорговельна галузь потребує докорінної трансформації, яка полягає в оновленні інструментів пошуку, редагування, виготовлення, оформлення й розповсюдження видавничої продукції. Так, важливими є дослідження принципів формування видавничого портфеля задля їх впровадження в роботу сучасних українських видавництв в умовах воєнного стану.

**Аналіз попередніх досліджень.** Вивченням основ створення й впровадження видавничих портфелів займалися науковці книговидавничої та поліграфічної галузі. Так, В. Сеньківський і А. Кудряшова досліджували процес створення видавничого портфеля з огляду на семантичну мережу факторів, які логічно взаємопов'язані між собою і впливають на якість та рівень реалізації готової книжкової продукції. Різновиди видавничих портфелів залежно від розташування творів у редакційно-виробничому процесі, а також їх основні характеристики вивчав В. Шпак.

Значний внесок у дослідження цього питання зробили також Ю. Паливода і Г. Грет, котрі аналізували роль редактора у формуванні видавничого портфеля і соціально-комунікаційні зв'язки, які забезпечують задоволення потреб потенційної читацької аудиторії видавцями. Результати цих наукових доробок стали основою для подальшого вивчення й застосування принципів розробки видавничих портфелів, зокрема, під час російсько-української війни. Актуальність створення і сучасні тенденції видавничих портфелів описано на прикладі досвіду українських видавництв «Комора», «Човен» і «ArtHuss».

**Мета дослідження** — з'ясувати роль видавничих портфелів у діяльності сучасних видавництв і виявити способи їх трансформації в умовах воєнного стану.

**Методологія наукового дослідження.** Для досягнення поставленої мети було використано: спостереження й узагальнення для вивчення теоретичних напрацювань про видавничі портфелі та фактори, що впливають на їх створення; аналіз інформаційних джерел і публікацій засновників видавництв і випускових редакторів для вивчення різновидів і принципів формування видавничих портфелів, зокрема, під час російсько-української війни.

**Результати дослідження.** Планування у видавничій галузі є першочерговою функцією управління діяльністю. Під час цього процесу формується перелік книг, які видавництво планує підготувати й випустити у визначені терміни. Планують випуск книг відповідно до провідної тематики роботи видавництва, укладених або запланованих договорів, читацького попиту й наявності відповідних ресурсів — матеріальних, професійних, технічних та інформаційних. Перелік цих видань і є основою видавничого портфеля.

Видавничий портфель — це перелік наявних у видавництві творів, які перебувають на різних стадіях редакційно-видавничого процесу [10]. У період дії воєнного стану наявність видавничого портфеля є основою для стабільної роботи видавництва, адже перед його наповненням прораховують усі можливі ризики. Над створенням портфелів працюють різні учасники редакційно-видавничого процесу, кожне видавництво самостійно визначає осіб, які шукають, добирають і опрацьовують твори. Це можуть бути і засновники, і редактори, і маркетологи та ін.

Наприклад, у видавництві «Комора» [3] існує спеціальна наглядова рада, яка займається формуванням видавничого портфеля, до роботи у якій залучають як українських, так і зарубіжних літературознавців, літературних агентів і перекладачів.

Виокремлюють такі різновиди видавничих портфелів: договірний (створювані за авторським договором, замовлення, подані у видавництво за договором, самопливні видання, які ще не прийняті, але можуть бути взяті до друку); редакційний (прийняті до друку, проте ще не взяті в роботу, бо перебувають у редакційній обробці); виробничий (твори, що перебувають на різних етапах виробництва) [12, с. 64]. Наявні твори постійно переміщуються між видавничими портфелями. Це залежить від актуальності твору, його обсягу, попиту на ринку, необхідного накладу

й виробничих потужностей, а також складності опрацювання його текстових та ілюстративних елементів.

На формування видавничого портфеля впливає багато факторів, серед яких: тематичне спрямування видавництва, читацький попит, категорія читача, пошук і кількість уже наявних проєктів, категорія та вид видання, первинне рецензування, економічні показники й потужності видавництва [7, с. 40].

Тематичне спрямування визначається ще до створення видавництва, проте може трансформуватись впродовж роботи. Видавнича спеціалізація може бути як широкою, так і вузькою. Так, наприклад, видавничо-освітній проєкт «Портал» працює у напрямі дитячої історичної літератури, тому у їхньому видавничому портфелі книги лише для чотирьох вікових категорій різних історичних періодів. Головна редакторка проєкту зазначає, що видавничий портфель створюється залежно від мети, цінностей і освітнього запиту, і саме це в подальшому впливає на форми реалізації. «Наша особливість у тому, що всі книжки оригінальні, майже всі тексти створено на замовлення з редакційним супроводом і допомогою консультантів. Тобто в портфель входять не рукописи, які нам принесли вже готовими (хоча є й такі окремі випадки), а наші замовлення, що проходять повний шлях від ідеї до продукту» [11].

Дослідження читацького попиту необхідне для формування якісного видавничого портфеля. На цьому етапі редактор має визначити, чи є в потенційних читачів інтерес до тематики майбутнього видання, адже саме це в подальшому впливатиме на обсяг накладів і рівень продажів.

Категорія читача визначається специфікою аудиторії; виокремлюють такі, як видання для дорослих і дітей [7, с. 41]. Більш доцільним є здійснення детальнішого категоріювання під час створення видавничого портфеля. Розподіл аудиторії варто робити в межах невеликих вікових груп, щоб точно визначити й утілити читацькі потреби. «Знайти канали комунікації — це наша відповідальність, складати аудиторію, яка приходить за різними книжками, як пазли. Якщо так працювати — аудиторія росте» — зазначає співзасновник видавництва «Човен» [8]. Тобто налагодження комунікації із читачами є основою для формування видавничого портфеля, адже потреби аудиторії можуть постійно змінюватися залежно від багатьох факторів. Так, у перші місяці війни в Україні був попит на історичні та біографічні видання через зростання національних і патріотичних настроїв у суспільстві.

За категорією видання поділяють: на кон'юктивні, безпрограшні, ексклюзивні, самопливи, замовні, перекладні та видавничі серії [6, с. 13–16]. В умовах повномасштабної війни ці категорії є досить умовними, адже на підготовку видань на сьогодні впливає чимало факторів ризику, тому як категорія читача, так і категорія видання може постійно змінюватись. Вид книги може формуватися за допомогою різних ознак, наприклад, за форматом, обсягом, текстовими або мовними особливостями, специфікою.

На етапі первинного оцінювання й рецензування редактор або група редакторів визначають актуальність видання, відповідність його тематики спрямуванню видавництва, а також прогностують попит за допомогою аналізу книжкового ринку. До рецензування також можуть залучати позаштатних спеціалістів тієї галузі, яка відповідає тематиці майбутнього видання.

В умовах війни вивчення економічних показників є важливим для існування видавничого бізнесу, адже від попиту на книгу залежатиме прибуток, який у результаті має перевищувати витрати на редакторське опрацювання, виготовлення, оформлення й просування.

Потужності видавництва визначаються його основними ресурсами, серед яких: людські, фінансові, технічні та інформаційні [15]. Окремі види ресурсів також були трансформовані через воєнний стан в Україні. Так, за кордон виїхала велика кількість спеціалістів у галузі видавничої справи, редагування, реклами та дизайну. Фінансування книжкової галузі також відбувається в менших масштабах через більш нагальні проблеми держави, такі як військова сфера та об'єкти критичної інфраструктури.

Після того як книга пройшла відбір і потрапила у видавничий портфель, розпочинається її опрацювання.

Розглянемо етапи впровадження видавничого портфеля (на прикладі видавництва ArtHuss): 1) підписання контракту та отримання матеріалів для майбутньої книги, з якими починає працювати редактор і перекладач; 2) наукове редагування випусковим редактором, який має відповідну компетенцію; 3) літературне редагування — для адаптації тексту й зручного читання; 4) коректура — виправлення механічних помилок; 5) верстання та дизайн видання; адаптація або створення нової обкладинки; 6) передавання зверстаного макету на поліграфічне виробництво; 7) паралельна підготовка до проведення промоції книги [13].

Цей принцип впровадження видавничого портфеля є вдалим прикладом роботи в умовах війни, адже попри економічну кризу в країні та масові скорочення працівників книги видавництва проходять повний редакційно-видавничий цикл, який виконують різні спеціалісти галузі.

**Висновки.** З початком повномасштабної війни українські видавництва постійно трансформують свою діяльність. Ці зміни відбуваються на всіх етапах виробництва, опрацювання, управління й просування. Формування видавничого портфеля визначає всю подальшу роботу видавництва, а також впливає на якість готової продукції та її популярність серед читачів, тому цей процес потребує адаптації до нових викликів і умов стабільного існування. Робота над створенням видавничого портфеля має здійснюватися досвідченими випусковими редакторами й фахівцями галузі відповідно до інтересів і потреб суспільства, яке теж перебуває у процесі докорінної зміни свідомості та усталених переконань.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Водозаська С. Інноваційна репертуарна стратегія у світовому книговиданні: цільові настанови і способи реалізації. Український науковий журнал «ОСВІТА РЕГІОНУ». 2012. № 1. С. 225.
2. Грет Г. Книгорозповсюдження в структурі книжкової справи України. Вісник Львівського університету. 2012. Вип. 7. С. 105–116.
3. Комора. Видавництву «Комора» — 10 років! 2023. URL: <https://komora.com/blog/publishing-house-komora-10-years-anniversary/> (дата звернення: 15.11.2023).
4. Маврін О. «Перспективний видавничий план» як джерело вивчення розвитку теоретико-методологічної думки української археографії 1980-х років. Статті та повідомлення. 2018. № 2–3 (313–314). С. 20–29.
5. Новачук А., Іванова Н. Видавничі стратегії дніпровського видавництва «Герда». Масова комунікація у глобальному та національному вимірах. 2019. Вип. 12. С. 129–135.
6. Паливода Ю. Сутність і способи діяльності редактора щодо формування видавничого портфеля. Вісник Книжкової Палати. Київ. 2009. № 1. С. 13–16.

7. Сеньківський В., Кудряшова А., Козак Р. Семантична мережа факторів формування видавничого портфелю. *Технічні науки*. Львів. 2018. № 2 (76). С. 39–45.
8. Скокова Н., Процик О. Видавництво «Човен»: 5 років нової літератури. 2021. URL: <https://kyivdaily.com.ua/igor-balinskij/> (дата звернення: 15.11.2023).
9. Теремко В. Стратегічні пріоритети видавництва у кризових умовах. *Український науковий журнал «ОСВІТА РЕГІОНУ»*. 2011. № 4. С. 378.
10. Читомо. Видавничий портфель. 2013. URL: [https://archive.chytomo.com/dicti\\_onary/v/vidavnichij-portfel](https://archive.chytomo.com/dicti_onary/v/vidavnichij-portfel) (дата звернення: 15.11.2023).
11. Читомо. Захоплюємо українською історією дітей — видавництво «Портал» як нове явище. 2020. URL: <https://chytomo.com/zakhopliuiemo-ukrainskoiu-istoriieiu-ditej-vydavnytstvo-portal-iak-nove-iavyshche/> (дата звернення: 15.11.2023).\
12. Шпак В. Видавничий бізнес : навч. посіб. Київ : ДП «Екс-прес-об'ява». 2022. 2-ге вид. доп. і перероб. 292 с.
13. ArtHuss. У нас є план! Як видавництво ArtHuss формує видавничий портфель. URL: <https://www.arthuss.com.ua/books-blog/yak-arthuss-formuye-vydavnych-yu-portfel> (дата звернення: 15.11.2023).
14. Korinko M., Zhelikhovskiy G. The Problems and Challenges of Modern Publishing and Printing Industry of Ukraine. *Information & Media*. 2020. Vol. 89. 7 p.
15. Lloyd R., Aho W. The Four Functions of Management — An essential guide to Management Principles. 2020. URL: [https://scholars.fhsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1000&context=management\\_oer](https://scholars.fhsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1000&context=management_oer) (дата звернення: 15.11.2023).

## REFERENCES

1. Vodolazka, S. (2012). Innovatsiina repertuarna stratehiia u svitovomu knyhovydanni: tsilovi nastanovy i sposoby realizatsii [Innovative repertoire strategy in world book publishing: target guidelines and methods of implementation]. *Ukrainskyi naukovyi zhurnal "OSVITA REHIONU"*, 1, 225.
2. Hret, H. (2012). Knyhorozpovsiudzhennia v strukturі knyzhkovoї spravy Ukrainy [Book distribution in the structure of the book business of Ukraine]. *Visnyk Lvivskoho universytetu*, 7, 105–116.



3. Komora. (2023). Vydavnytstvu “Komora” — 10 rokiv! URL: <https://komora.com/blog/publishing-house-komora-10-years-anniversary/> (15.11.2023).
4. Mavrin, O. (2018). “Perspektyvnyi vydavnychi plan” yak dzherelo vyvchennia rozvytku teoretyko-metodolohichnoi dumky ukrainskoi arkheo hrafii 1980-kh rokiv [“Perspective publishing plan” as a source for studying the development of theoretical and methodological thought of Ukrainian archeography in the 1980s]. *Statti ta povidomlennia*, 2–3 (313–314), 20–29.
5. Novachuk, A., Ivanova, N. (2019). Vydavnychi stratehii dniprovsokoho vydavnytstva «Herda» [Publishing strategies of the Dnipro publishing house “Herda”]. *Masova komunikatsiia u hlobalnomu ta natsionalnomu vymirakh*, 12, 129–135.
6. Palyvoda, Yu. (2009). Sutnist i sposoby diialnosti redaktora shchodo formuvannia vydavnychoho portfelia [The essence and methods of the editor’s activities regarding the formation of the publishing portfolio]. *Visnyk Knyzhkovoї Palaty*, 1, 13–16.
7. Senkivskiyi, V., Kudriashova, A., Kozak, R. (2018). Semantychna merezha faktoriv formuvannia vydavnychoho portfeliu [Semantic network of factors for the formation of the publishing portfolio]. *Tekhnichni nauky*, 2 (76), 39–45.
8. Skokova, N., Protsyk, O. (2021). Vydavnytstvo «Choven»: 5 rokiv novoi literatury [“Boat” publishing house: 5 years of new literature]. URL: <https://kyivdaily.com.ua/igor-balinskij/> (15.11.2023).
9. Teremko, V. (2011). Stratehichni priorytety vydavnytstva u kryzovykh umovakh [Strategic priorities of publishing in crisis conditions]. *Ukrainskyi naukovyi zhurnal “OSVITA REHIONU”*, 4, 378.
10. Chytomo. (2013). Vydavnychi portfel [Publishing portfolio]. URL: <https://archi.ve.chytomo.com/dictionary/v/vidavnichij-portfel> (15.11.2023).
11. Chytomo. (2020). Zakhopliuiemo ukrainskoiu istoriiei ditei — vydavnytstvo «Portal» yak nove yavlyshche [We are passionate about Ukrainian children’s history — the “Portal” publishing house is a new phenomenon]. URL: <https://chytomo.com/zakhopliuiemo-ukrainskoiu-istoriiei-ditej-vidavnytstvo-portal-iak-nove-iavlyshche/> (15.11.2023).
12. Shpak, V. (2022). Publishing business : education. manual. Kyiv : SE “Express-ad”. 2nd ed. add. and processing. 292 p.
13. ArtHuss. U nas ye plan! Yak vydavnytstvo ArtHuss formuie vydavnychi portfel [We have a plan! How the publishing house ArtHuss forms the

publishing portfolio] URL: <https://www.arthuss.com.ua/books-blog/yak-arthuss-formuye-vydavnychy-portfel> (15.11.2023).

14. Korinko, M., Zhelikhovskiy, G. (2020). The Problems and Challenges of Modern Publishing and Printing Industry of Ukraine. *Information & Media*, 89, 8–16.
15. Lloyd, R., Aho, W. (2020). The Four Functions of Management — An essential guide to Management Principles. URL: [https://scholars.fhsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1000&context=management\\_oer](https://scholars.fhsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1000&context=management_oer) (15.11.2023).