

УДК 655.41:061/069

Шевченко І. О.,

*студентка IV курсу Видавничо-поліграфічного інституту
Національного технічного університету України «КПІ»*

ВИДАВНИЧА ПОЛІТИКА ЯКОВА ОРЕНШТАЙНА ЯК СТРАТЕГІЯ ПОВЕДІНКИ СУЧАСНОГО ВИДАВНИЦТВА

У статті розглянуто історію видавництва «Галицька накладня» («Українська накладня»), засновником і власником якого був Яків Оренштайн, проаналізовано його видавничу політику, а також оцінено можливості перенесення стратегії поведінки видавництва Якова Оренштайна на умови роботи сучасних видавництв.

Ключові слова: видавництво «Галицька накладня» («Українська накладня»), видавничу політику, стратегія поведінки видавництва, умови роботи видавництва, Яків Оренштайн.

Постановка проблеми. Видавничу справу, як один з основоположних елементів сучасної масової комунікації, становить важливий об'єкт дослідження для науковців сучасності. Однак, враховуючи період стагнації сучасного розвитку зазначеної галузі, на нашу думку, необхідним є вивчення історії української видавничої справи як підґрунтя для її майбутнього розвитку. Історичний аналіз основних кроків у становленні видавництва та особливості їх роботи дають змогу видавцям здійснити аналіз сучасної їм видавничої реальності в Україні згідно з новітніми критеріями. Тому ми присвячуємо свою роботу розгляду одного з найбільш активних періодів її розвитку, а саме початку ХХ століття. З середини 1920-х років українська видавничу справа Наддніпрянської України занепадала у зв'язку з політичним тиском на цю галузь економіки з боку Радянського союзу, а також з причин загального економічного занепаду цих територій. Західноукраїнські землі мали в цей час відносно економічну стабільність, але внаслідок Першої світової війни їх економіка теж була сильно підірвана та не мала колишніх можливостей. У нашій роботі розглянуто видавничу діяльність та видавничу політику Якова Оренштайна — одного з найвідоміших видавців і книготоргівців Західної України, фахівця друкарської справи, засновника і власника видавництв «Галицька накладня» (м. Коломия, Україна, 1903–1915 роки) та «Українська накладня» (м. Берлін, Німеччина, 1919–1932 роки).

Актуальність обраної нами теми зумовлена тим, що видання Якова Оренштайна здобулися на феноменальну популярність серед широких кіл населення, а отже, звернули на себе увагу та привернули цікавість багатьох

читачів. Враховуючи, що в сучасній українській видавничій справі проблемою є відсутність такого стійкого попиту на книгу, якій міг би забезпечити надійне фінансування для видавництва, то досвід успішних видавничих проєктів з історії українського книгодрукування мусить стати корисним для сучасних фахівців з книговидавничої та книготоргівельної галузі, а розуміння та аналіз окремих рішень та принципів ринкової поведінки успішних видавців минулого може стати основою для розробки певних стратегій удосконалення роботи сучасних українських видавництв та поліпшення їх становища на ринку книжкової продукції. Тому нами розглянуто видавничу та книготоргівельну діяльність Якова Оренштайна в Галичині та Німеччині, історичний досвід його незалежної видавничої практики, особливості ринкової поведінки Якова Оренштайна як власника універсального видавництва, його позиції стосовно виготовлення видавничої продукції, а також її розповсюдження .

Аналіз попередніх досліджень. Видавнича діяльність Якова Оренштайна частково досліджена деякими українськими науковцями, зокрема Євген Пшеничний дав коротку загальну характеристику Якову Оренштайну як книговидавцеві; Іван Монолатій залишив багато згадок про життєвий шлях Якова Оренштайна, а також про його громадсько-політичну позицію у єврейсько-українських стосунках; Марія Вальо описала книговидавничу діяльність Оренштайна як громадського діяча. Побіжно про діяльність Якова Оренштайна згадував також дослідник історії розвитку та загальної проблематики української видавничої справи Ярослав Ісаєвич [7, 5, 1, 3].

Наукову новизну дослідження становить безпосередній розгляд видань Якова Оренштайна як успішних ринкових продуктів, також вперше здійснено аналіз видавничої політики Якова Оренштайна, оцінено значення його соціальної та популяризаторської діяльності у розвитку стратегії поведінки незалежного видавництва на ринку, відзначено його внесок у фактичний початок досліджень життя і творчості Тараса Шевченка як національного українського письменника в різних куточках світу, а також наголошено на можливості запозиціонування і адаптування найбільш успішних видавничих стратегій з історії видавничої діяльності для сучасних видавців.

З огляду на недослідженість загального життєвого та творчого шляху Якова Сауловича Оренштайна, з його біографічних даних відомо не багато. Народився майбутній видавець на початку 1875 року в м. Коломия в заможній єврейській родині Оренштайнів-Готлібів, які традиційно були книготорговцями. У п'ятнадцятирічному віці Якуб здобув довершену освіту в єврейсько-німецькій гімназії, після чого продовжив навчання у Львівському та Віденському університетах [5, с. 8].

У тогочасному промисловому середовищі Коломиїщини друкована книга набувала масового поширення, що зумовило водночас і якісно нові засади і темпи її виготовлення.

У кінці XIX та на початку XX століття книговидавнича справа почала бурхливо, а головне — масово розвиватися на території нинішньої Західної України. Великого поширення набували на цих землях єврейські приватні друкарні, які, однак, не були здатні задовольнити потребу населення в україномовних книгах. Так, на західних територіях існували провінційні друкарні А. Міллера-сина (м. Стрий, 1887–1893 роки), Ф. Веста (м. Броди, 1894 рік), В. Бравнера (м. Коломия, 1905–1923 роки), І. Айхельбергера (м. Львів, 1910–1923 роки), В. Цеперканделя (м. Золочів, 1913 рік) [5, с. 14]. Втім, становище єврейських друкарень на той час було ускладнене політичним регулюванням книговидавничої галузі, яким переймалася тогочасна Російська імперія на землях Східної Галичини.

Згідно з політичними реаліями, євреям було дозволено лише передруковувати єврейські книги, сплачуючи при цьому податок за кожен друкарський верстат, а друкувати іншу видавничу продукцію можна було лише за умови сплати особливого податку, який міг становити до половини суми всього прибутку від збуту виданої продукції [2, с. 67]. Враховуючи такий слабкий стан розвитку україномовного книговидання, робимо висновок про новаторську, а також культурно і політично ризиковану поведінку Якова Оренштайна як книговидавця, продукція якого була спрямована на всю територіально доступну українську аудиторію, друкувалася українською мовою та розповсюджувалася серед широкого загалу без спрямування на конкретного читача.

Оренштайн, завдяки своєму походженню і родинним зв'язкам, мав багато знайомств у колах інтелектуальних авторитетів тогочасної Західної України. Як стверджує книгознавець і бібліограф Марія Вальо [1, с. 134], дружні стосунки пов'язували Оренштайна з такими людьми як Олександр Барвінський — історик, педагог, громадсько-політичний діяч, міністр освіти і віровизнання ЗУНР (у 1918–1919 роках), Антон (Антін) Крушельницький — письменник, редактор, видавець, літературний критик, Богдан Лепкий — письменник, історик, критик, перекладач, видавець, громадсько-культурний діяч, Василь Сімович — мовознавець, філолог, культурний діяч, дійсний член Наукового товариства ім. Т. Шевченка.

Таке комунікаційне коло дало молодому Оренштайнові змогу розвинути власні видавничі проекти шляхом залучення до участі в них відомих культурних діячів, які мали неабиякі популярність та авторитет у тогочасному суспільстві. Перші видані ним книги доходили до читачів як твори найвищого

гатунку з причин причетності до їх видання відомих особистостей з кола високої інтелігенції.

Отже, 1903 року у м. Коломия постає нове видавництво під назвою «Галицька накладня», започатковане 28-річним амбітним і активним діячем Яковом Сауловичем Оренштайном.

Першим виданням «Галицької накладні» була книга Богдана Лепкого «Начерк з історії української літератури. Книжка перша (до нападу татар)». Надалі почали активно з'являтися нові видання — «Запорожці» Івана Нечуя-Левицького, «Скошений цвіт» Володимира Барвінського, «Тарас Бульба» Миколи Гоголя, «Кармелюк» Марка Вовчка, «Орися» Пантелеймона Куліша, «Меланхолійний вальс» Ольги Кобилянської, «Гайдамаки» Тараса Шевченка, «Коротка історія Козаччини» Володимира Антоновича, «Літературна характеристика М. Коцюбинського» Сергія Єфремова, «Полонений на Кавказі» Лева Толстого, «Гуморески» Аркадія Аверченка, а також твори Осипа-Юрія Федьковича, Олександра Конинського, переклади Анрі Бергсона, Анатолія Франса, Бернарда Шоу, Платона, Мольєра, Артура Шніцлера, Генріка Ібсена та інших.

Отже, як бачимо, видавничий репертуар Оренштайна складала література різних жанрів, причому його цікавила не лише власне українська письменницька аудиторія, а й західно-європейська та зрідка російська, а публіковані ним автори охоплювали широкий хронометричний проміжок від часів античності до його безпосередніх сучасників. Ярослав Ісасевич відзначає високу якість і надзвичайну цінність перекладів закордонної літератури українською мовою, які здійснювалися на замовлення Оренштайна [3, с. 411]. Перекладачами Оренштайна були найвідоміші культурні діячі, представники кіл інтелігенції, випускники університетів — Олекса Гринюк, Богдан Лепкий, Василь Сімович.

Проте Яків Оренштайн видавав не лише книжкову продукцію. До його репертуару входив і такий різновид видавничого асортименту, як листівки. За свідченнями І. Монолатія, власне з них Оренштайн і розпочав свою видавничу роботу ще 1902 року, до фактичного заснування видавництва [5, с. 14]. Особливої популярності ці поштівки набули у 1910-ті роки, і на той час їх видавали Леон Розенштейн у Дрогобичі, Юда Бретшнейдер у Чорткові, Юзеф Горовіц у Чернівцях [7, с. 162]. Видавець-початківець теж намагався створити широкий фонд якісної та доступної поштової листівки. Буквально за півроку Оренштайнові вдалося надрукувати великим тиражем широкий ряд різноманітних поштівок, зокрема картки з видами Коломиї вийшли накладом у 100 тис. екз., з видами Карпат — 60 тис. екз., Городенки — 30 тис. екз., Заліщик — 20 тис. екз., Яремчого — 15 тис. екз., Снятина — 12 тис. екз. та ще більше десятка міст тиражем трохи менше 10 тис. екз.

Окрім листівок з видами міст і селищ, видавалися також поштові картки з зображенням звичайних людей, військових, з приводу різних свят, річниць і пам'ятних подій. Таким чином, було видано ще 150 тис. екз. листівок, присвячених українській історії, 20 тис. екз. різдвяних листівок, 16 тис. екз. великодніх карток, 18 тис. екз. поштівків, присвячених діяльності об'єднання Червоного хреста.

Видання додаткового виду продукції, яке продовжувалося Оренштайном потім і в Німеччині, здобуло видавництву Оренштайна неабияку популярність та поширювало його видавничу продукцію у різних країнах, оскільки поштові картки якраз і призначалися для надсилання їх у різні куточки світу. Таким чином, Оренштайн зміг розширити ореал досяжності свого видавництва та збільшити коло потенційних, а разом з тим і реальних споживачів своєї видавничої продукції.

Видавнича політика Якова Оренштайна та його видавництва «Галицька накладня» мали за основу соціальний аспект і демонстрували прагнення до максимального охоплення читацької аудиторії.

Важливо, що у першому виданні Оренштайна (як зазначалося вище, це була книга Богдана Лепкого «Начерк з історії української літератури. Книжка перша (до нападу татар)») містилося звернення видавця до своїх читачів, у якому він оповідав про свої видавничі плани та агітував залучатися до збирання серійних видань, що він планував видавати їх у «Галицькій накладні», запрошував до співпраці і відкрито просив про всіляку підтримку видавництва з огляду на матеріальні складнощі його функціонування. У ньому ж Оренштайн анонсував випуск своєї найбільшої серії «Загальна бібліотека», до якої згодом входила переважна частина усіх його видань. Ідея видавати інтелектуальну літературу визріла, як пише сам Оренштайн, «в кружку тутешніх українців, щирих прихильників рідної культури» [6, с. 4].

У цьому зверненні до потенційних членів постійної цільової аудиторії «Галицької накладні» Яків Оренштайн зазначив і свою основну мету — видання якісних, проте зумисне дешевих книжок з різних наукових галузей. Оренштайн, схоже, поставив собі за життєву мету поширювати знання з гуманітарних наукових галузей серед простого населення, яке раніше не мало доступу до літератури такого штибу.

На початку роботи ми зазначали, що видавнича продукція Якова Оренштайна користувалася попитом серед надзвичайно широкого загалу і не мала спрямування на конкретний вузький прошарок. Однак така видавнича політика була властива «Галицькій накладні» не одразу. Першою видавчею спрямованістю для Оренштайна стало коло читачів з-поміж кола високої інтелігенції, до якого належав і сам видавець. Поступово поширюючи власну

продукцію, Оренштайн зрозумів, що вона користується попитом у набагато більшої кількості людей, аніж він міг очікувати.

Феноменальність видавничої політики Оренштайна в тому, що він зміг зацікавити своїми виданнями тих людей, котрі початково не належали до його цільової аудиторії. Поступово люди різних верств долучалися до кіл покупців, зацікавлених такою літературою завдяки її масовому поширенню та доступності. Таким чином, Оренштайн перетворив аудиторію, яка не належала до кола його потенційних споживачів, на стійку групу реальних клієнтів. Тож, як видавець він був змушений поступово збільшувати тиражі своїх видань, при цьому отримуючи прибуток, який мав ознаки стабільного зростання.

Оскільки Оренштайн робив ставку на доступність видаваної ним літератури, то й цінова політика його видавництва залишалася незмінною впродовж багатьох років. Окрім стабільності, процес ціноутворення «Галицької накладні» характеризувався ще й низькою прибутковістю за рахунок свідомого зниження цін. Чистого прибутку Оренштайн отримував дуже мало, але і цей прибуток витрачався на боротьбу з тогочасними політичними та економічними перепонами на його видавничому шляху, зокрема це були різноманітні податки, завищені з огляду на єврейське походження Оренштайна, та штрафи. Тобто зиску зі свого видавництва Яків Оренштайн майже не мав.

Окрім цього, Оренштайн зробив ще один важливий внесок у розвиток тогочасної видавничої справи. Як нами зазначалося вище, тогочасне книговидання на західноукраїнських землях було розвинено дуже слабко, а отже і технічне забезпечення поліграфії мало примітивний рівень. Оскільки тиражі в «Галицькій накладні» здебільшого були багатотисячними, Оренштайнове видавництво потребувало і якісного поліграфічного забезпечення, яке він регулярно купував на зароблені гроші і завозив з-за кордону.

«Галицька накладня» широко співпрацювала з тогочасною українсько-німецько-польською елітою, котра складалася переважно з наукових, культурних, політичних діячів і, в практичному розумінні, давала нові поштовхи до розвитку різних галузей науки та культури та своєю активною роботою зумовлювала нові тенденції у поступі української культури. У листі до свого друга Олександра Барвінського видавець писав: «... мені не так ходить о зиск матеріальний, як о моральний», що підтверджує його національно-культурну самосвідомість і надзвичайне прагнення до культурного розвитку, яке для Оренштайна було одвічним пріоритетом і найвищою метою.

Також важливо зазначити, що Оренштайн дуже опікувався виконанням даних ним обіцянок і чіткому слідуванню видавничим планам. У поточних виданнях він нерідко зазначав дату виходу наступних томів і прагнув понад усе встигнути до вказаного терміну. Володимир Барвінський зазначав, що часом

Яків квапив своїх авторів через те, що вони ризикували запізнитися з виданням чергового тому серії, що Оренштайн вважав неприпустимим.

У роки Першої світової війни видавництво довелося закрити, і Оренштайн здебільшого займався громадсько-політичною роботою, був головою комітету виборців ЗУНР, писав листи до різного роду політичних установ з метою покращення культурної ситуації, просив допомоги у різних державних органів. Тим самим Оренштайн не тільки реалізував себе як активного діяча, а й здобув багато додаткових знайомств у колах нової інтелігенції, яких активно почав залучати до співпраці, коли 1916 року врешті повернувся до свого видавництва.

У 1918 році Оренштайн відвідав післявоєнний Київ, де дослідив тамтешній книговидавничий та книготоргівельний сегмент ринку. Найбільше Оренштайн звернув увагу на видавниче товариство «Друкар», яке очолювали представники київської інтелігенції — Павло Зайцев, Костянтин Широцький, Вадим Модзалевський, Микола Біляшівський Григорій Голоскевич, Георгій Нарбут та Володимир Міяковський. Їх основною метою було виведення українства з упослідженого рівня культурного розвитку і показ вищого світу української культури.

Оренштайн, усвідомивши моральну близькість і єдність у розуміннях основних цілей, тимчасово долучився до роботи видавничого товариства «Друкар», а у майбутньому надавав їм усіляку підтримку, дістаючи у відповідь не менш важливу для нього взаємність. Втім, у листі до свого друга Василя Сімовича, Оренштайн зазначав, що «Друкар», як і вся галузь книгодрукування в Києві, наразі перебуває на низькому рівні розвитку, між різними об'єктами книговидавничої і книготоргівельної діяльності не налагоджені зв'язки співпраці, тож «цілком неможливо передбачити, чи і коли встановиться там у них стан порядку» [7, с. 163].

Отже, Оренштайн вважав необхідним підтримувати зв'язки не лише з власною потенційною аудиторією, а й намагався налагоджувати співпрацю або, принаймні, дружні партнерські стосунки з тими, хто діяв у схожому культурному полі та мав подібні пріоритетні завдання.

Ще одним аспектом видавничої політики Якова Оренштайна і водночас популяризаторським кроком, до якого сміливо вдався видавець, була так звана «випожичальня» літератури. Як відмічає історик Євген Пшеничний, на деяких виданнях у місці вихідних відомостей надрукована назва «Книгарня і випожичальня книг Якова Оренштайна» [7, с. 161]. Слово «випожичальня» має польське походження (від пол. *pożyczyć* [п о ж и ч и ч'] — позичити, дати в борг). Враховуючи, що польська мова у кінці XIX — на початку XX століття мала пріоритетне становище на західноукраїнських землях, то слово «випожичальня» безсумнівно походило від польського відповідника і означало

щось на кшталт тогочасної бібліотеки. Такий крок Оренштайна і видавництва «Галицька накладня» характеризувався соціальним підтекстом та мав на меті поширення власної продукції шляхом не лише її прямого продажу, а й зацікавлення через попереднє ознайомлення. Втім, точних відомостей, які б повідомляли про бібліотеку Оренштайна, а також про його діяльність з «позичання» книг, на разі не зібрано.

У 1919 році, у зв'язку з ускладненням польсько-українських стосунків, Яків Оренштайн переїздить до Берліну, де відкриває видавництво «Українська накладня», яке повністю зберегло усі орієнтири та стратегічні позиції свого галицького попередника. Оренштайн опікується поширенням української культури та мови за кордоном, намагається за можливості постачати свої україномовні видання на українські підрадянські землі, у чому йому дуже допомогли його друзі і колишні співробітники.

У середині 1920-х років фінансовий стан видавництва «Українська накладня» стабілізується, і Оренштайн вдається до нових проектів. Найбільший успіх йому принесло п'ятитомне видання творів Тараса Шевченка, яке супроводжувалося багатотиражним виданням листівок з зображеннями самого Кобзаря, його хати у с. Кирилівці та ілюстраціями до його творів.

Більшість листівок були створені художниками Юліаном Панкевичем, Опанасом Сластіоном та Семеном Бурком. Як стверджує педагог, заслужений працівник освіти і науки України Валерій Ковтун, саме Оренштайн поклав початок розвитку популярного та накового шевченкознавства. [4, с. 4] Листівки з зображенням Шевченка зумовили популярність українського поета далеко за межами України, де зацікавлена аудиторія звернула увагу на Тараса Шевченка, вперше вдавшись до прочитання та перекладів його творів іноземними мовами. Українська діаспора залучилася до популяризації Шевченка у різних країнах Європи, а дещо пізніше і Америки.

Подальша видавнича діяльність Якова Оренштайна відзначалася високоякісними продуктами, була корисною для тогочасного суспільства, усіляко підтримуючи його культурний розвиток.

У 1924 році Оренштайн відвідав Україну, був у Коломиї, Львові та Станіславі, однак, колишні зв'язки не змогли допомогти йому принаймні якимось чином закріпитися у рідній країні, і він був змушений повернутися до Німеччини.

З виданих у Берліні та Лейпцигу книг найбільший успіх мали «Хмари» Івана Нечуя-Левицького, «Писання» (у 2 т.) Богдана Лепкого, «Історія українського письменства» Сергія Єфремова, «Бояриня» Лесі Українки, «Граматика української мови» Василя Сімовича, а також твори Тараса Шевченка, Валеріана Підмогильного, Михайла Коцюбинського, Марка Кропивницького, Марка Вовчка, Анатолія Свидницького, Леся Гринюка та інших. Цікавий і той факт,

що нині саме видавничий спадок Оренштайнової «Української накладні» у повному обсязі є оцифрований та розміщений у мережі Інтернет зусиллями української діаспори різних країн [8].

З початку 1930-х років Оренштайн через його єврейське походження зазнав переслідувань з боку прихильників нацизму, а тому був змушений припинити видавничу діяльність у Берліні, і 1933 року таємно переїхав до Варшави. Там він все ще намагався підтримувати зв'язки з Україною, нерідко передавав своїм друзям листи і навіть невеликі частини тиражів, які забрав і вивіз після закриття видавництва. Втім, у Варшаві він уже не міг займатися активною діяльністю ані у видавничому, ані в громадсько-політичному напрямках.

На жаль, походження Якова Оренштайна зумовило трагічність його долі, і нині достеменно не відомі дата і місце його смерті. Втім, як би не склалася доля видавця і великого прихильника та популяризатора української культури Якова Оренштайна, він увійшов у дискурс історії української видавничої справи як феномен у створенні та популяризації української книги.

Основою успішної та тривалої діяльності видавництва Оренштайна стало, втім, не одне конкретне рішення, а взаємодія усіх його поглядів і позицій, сформованих у колі високої інтелігенції, але націлених на широкий загал.

Висновки. Ми наголошуємо на основних аспектах видавничої політики і соціальної поведінки Якова Оренштайна, засновника і власника видавництва «Галицька накладня» (пізніше — «Українська накладня») та підкреслюємо, що багато з цих принципових позицій можуть стати корисними при формуванні стратегії роботи сучасних видавництв.

На прикладі видавничої політики Якова Оренштайна, який забезпечив своїм видавництвам гідний економічний стан в кризових умовах, ми наводимо основні напрями успішної видавничої політики, які можуть бути запозичені сучасними українськими видавництвами:

- залучення до роботи над видавничими продуктами фахівців з конкретних галузей, за можливості — авторитетних представників наукових, культурних, можливо, політичних кіл;
- серійність видань, що зумовлює зацікавлення читача та стимулює його до купівлі наступних томів однієї серії;
- чітка визначеність видавничого репертуару з орієнтацією на потреби цільової аудиторії, проте не послужливе вдоволення читацьких запитів (що, як правило, поступово знижує культурницько-науковий рівень продукції, переорієнтовуючись поволі на більш прості жанри), а формування високого рівня читацької культури;
- широкий видавничий репертуар, який становлять не лише вітчизняні здобутки літератури, а й закордонні (причому переклади мають бути якісними,

оригінальними та максимально докладно передавати авторську позицію та специфіку викладу); до видавничого репертуару можуть додаватися і супровідні видавничі продукти меншої форми (на зразок листівок, поштових карток) — не виключено, що вони можуть виконувати суто рекламну функцію;

- стабільна мовна орієнтація (певно, нині економічно не вигідно дотримуватися політики мономовності своїх видань, але видавець може вільно обрати будь-які мови, з якими він буде працювати);
- чітка цінова політика, що передбачає доступні ціни на книгу і орієнтується на реальні фінансові можливості цільової аудиторії;
- комунікація з читачами шляхом різноманітних звернень (у сучасних умовах такі звернення можна реалізувати багатьма способами — преса, інтернет, соціальні, благодійні заходи тощо), здійснення реклами не через нав'язування власної торгової марки, а шляхом популяризації власних продуктів;
- лояльна політика комунікації з читачем (у сучасних умовах це можна реалізувати, наприклад, знижками на свою продукцію, акціями, зручними форматами продажу тощо);
- високий рівень видавничої культури у питаннях якості матеріального виконання продуктів та їх змістової, культурної складової;
- слідування власній видавничій стратегії продовж тривалого періоду, незмінність основних видавничих орієнтирів за можливості коригувати їх з урахуванням читацької думки, чітке дотримання власних видавничих стандартів, позицій обраної видавничої політики;
- послідовність у запровадженні нових видавничих продуктів, регулярне проведення глибокого аналізу ринку — конкурентної складової та споживацького запиту на книжкову продукцію.

Література:

1. Вальо М. Видавнича діяльність Якова Оренштайна в контексті українського національного відродження / М. Вальо // Українська періодика: історія та сучасність : доп. та повідом. Третьої Всеукр. наук.-теорет. конф., Львів, 22–23 груд 1995 р. — Львів : Львів. держ. ун-т ім. І. Франка, 1996. — С. 32-36
2. Дашкевич Я. Взаємовідносини між українським та єврейським населенням у Східній Галичині (кін. XIX — поч. XX ст.) / Я. Дашкевич // Укр. іст. журн. — 1990. — № 10. — С. 66–67.
3. Ісаєвич Я. Українське книговидання: витоки, розвиток, проблеми / Я. Ісаєвич. — Львів : НАН України, Ін-т літературознав. ім. І. Крип'якевича, 2002. — 520 с.
4. Ковтун В. Другий після Всевишнього (ще за Австро-Угорщини на Прикарпатті наймасовішими тиражами видавали листівки, присвячені життю і творчості Кобзаря) : інтерв'ю з істориком, педагогом Валерієм Ковтуном / записав Іван Крайній // Україна Молода. — 2010. — № 17. — С. 4.

5. Монолатій І. Видавець Яків Оренштайн і проблема міжнаціональних відносин у Галичині / Іван Монолатій. — Коломия : Вік, 2003. — 64 с.
6. Оренштайн Я. Від видавництва / Я. Оренштайн // Начерк історії української літератури / Б. Лепкий. — Коломия : Галицька накладня Я. Оренштайна, 1909. — С. 2–9.
7. Пшеничний Є. Яків Оренштайн і його книговидавнича діяльність / Є. Пшеничний // Єврейська історія та культура в Україні : матеріали конф. Київ, 8–9 груд. 1994 р. — Київ : КНУ ім. Тараса Шевченка, 1995. — С. 160–164.
8. «Українська накладня»: усі оцифровані книги видавництва : [електронний ресурс] : [список електрон. публ. вид-ва] // Проект зі збереження інтелектуальної спадщини української еміграції : електрон. б-ка / засн. : Олег Богуславський. — 2008 (реєстр.). — Ukrainianica : заголовок голов. меню. — URL: <http://diasporiana.org.ua> (18.05.2014).

Shevchenko I. Jacob Orenstein's publishing policy as a modern publisher's behavioral strategy.

In the article was considered the history of «Galitska Nakladnia» («Ukrainska Nakladnia») publishing house, the founder and owner of which was Jacob Orenstein, was analyzed its publishing (editorial) policy, also were drew some conclusions about the possibility of transfer the Jacob Orenstein's publisher's behavioral strategy on operating conditions of modern publishing houses.

Keywords: «Galitska Nakladnia» («Ukrainska Nakladnia») publishing house, publishing (editorial) policy, publisher's behavioral strategy, operating conditions of publishing houses, Jacob Orenstein.