

В. І. Шпак,
канд. іст. наук

УДК 655.41(477) "19"

Видавнича сфера України: чинники становлення

Статтю присвячено аналізу сучасних проблем видання книг у контексті формування національного інформаційного простору. Зроблено спробу узагальнити розвиток книговидавництва України, з'ясувати його роль та місце в сучасному інформаційному суспільстві. Проілюстровано характерні проблеми галузі. Зроблено висновок, що в Україні не створено належних економічних умов для розвитку видавничої сфери. Запропоновано заходи щодо розбудови та зміцнення її ролі в національному інформаційному просторі.

Ключові слова: книга, інформаційний простір, держава, національні інтереси.

Вступ. Інформаційний простір України почав інтенсивно розвиватися після проголошення незалежності 1991 р. Серед його основних складників – телебачення, радіо, інформаційних агенцій, інтернету – гідне місце посідають друковані засоби масової інформації та книговидавництва. Особливе місце в його структурі належить саме книговидавництву – сфері людської діяльності, продукт якої значною мірою визначає один із найвпливовіших на людську свідомість елементів інформаційного простору [1, с. 3].

Розуміння проблем інформаційного суспільства та його формування спонукає науковців до постійного аналізу стану галузі, пошуку оптимальних шляхів його розвитку. Значний внесок у розробку теоретичних аспектів використання інформації в книговидавництві зробили Й. Баренбаум, О. Барсук, Е. Беспалова, М. Вохришева, Р. Гіляревський, Д. Теплов, Ю. Зубов, О. Коршунов, Т. Ліховід та ін. Питанням розвитку інформаційно-комунікативних систем національного інформаційного простору присвячено дослідження вітчизняних науковців Ю. Алексєєва, В. Андрущенко, О. Бабкіної, І. Бідзюри, В. Бебика, Ю. Бондаря, М. Головатого, В. Горбатенка, Л. Губерського, В. Кременя, С. Кульчицького, А. Кудряченка, А. Москаленка, М. Нагорняка, Ф. Рудича, С. Телешуна, В. Шевчука тощо. Досліджуючи тему в контексті місця видавничої справи в національному інформаційному просторі, ми чимало уваги приділили літературі, що стосується його стану та розвитку як передумов національної безпеки країни. Пізнання цього феномена присвятили свої праці представники різних галузей науки: історики, політологи, філософи, психологи. Найпомітнішими є дослідження російських науковців Н. Косолапова, С. Проскуріна, А. Розанова, В. Серебрянникова, Ш. Султанова. Серед українських авторів заслуговують на увагу доробки О. Антонюка, В. Бебика, О. Зарнецької, В. Ліпкана, В. На-

бруска, Ф. Рудича, Д. Яковлева та ін. Ми ж зробили спробу узагальнити розвиток книговидавництва України в контексті формування національного інформаційного простору.

Методи дослідження. Для досягнення завдань, зумовлених метою роботи, було використано методи емпіричного та теоретичного дослідження. Системний метод дав змогу розглянути й проаналізувати становлення та еволюцію національної видавничої справи як цілісний складний процес. Елементи системно-структурного та типологічного методів було використано для розкриття функцій книжкової продукції, друкованих періодичних видань. Метод аналізу та синтезу, зокрема, застосовано для систематичного цілеспрямованого вивчення об'єкта, що дало можливість отримати первинну інформацію у вигляді сукупності емпіричних тверджень, а також виявити тенденції та закономірності розвитку видавничої справи. За допомогою критико-конструктивного методу було здійснено аналіз сучасних інтерпретацій взаємовпливу видавничої продукції та політичної реальності. Для визначення характерних ознак видавничих процесів використано описовий метод. Застосовуючи статистичний метод, ми дослідили виробництво і збут видавничої продукції.

Результати й обговорення. Книжки були й залишаються основними засобами нагромадження відомостей про найновіші досягнення науки і техніки. На відміну від інших джерел, таких як друковані та електронні ЗМІ, які заповнюють людський розум «короткоживучою» інформацією, саме книга, що містить логічний та послідовний культурно-інформаційний матеріал, дає людині змогу формувати стійкі, фіксовані свідомістю на все життя уявлення про форми й умови існування природи і суспільства, своє місце в них, визначати власне ставлення до людей у соціальних і суспільних відносинах та їхнє ставлення до себе [1, с. 3].



Книговидання в Україні до 1991 р. було чітко регламентоване. Монопольними правами на видання книжок та іншої видавничої продукції фактично володіла держава. Загалом у цей час в Україні 102 видавничі структури видавали в середньому 8 тис. назв книг і брошур загальним накладом приблизно 170 млн прим. [2, с. 74]. Станом на 01.07.2013 до Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції внесено 5446 суб'єктів видавничої справи. 1693 суб'єкти здійснюють лише видавничу діяльність, 674 – виготовлення видавничої продукції; 357 – її розповсюдження. Решта суб'єктів видавничої справи поєднують 2–3 види видавничої діяльності [3].

Попри помітне збільшення кількості суб'єктів видавничої справи, статистика друку свідчить про стагнацію видавничої справи в Україні. З великої кількості видавництв лише 400 більш-менш активно функціонують на національному книжковому ринку. Решта є малопродуктивними: якщо і працюють, то випускають від однієї до кількох назв книжок на рік. Сталося це не в останню чергу, на наш погляд, через непродуману і безсистемну державну політику у видавничій сфері. Також до причин занепаду галузі слід додати застарілу матеріально-технічну базу, брак редакційно-видавничого й поліграфічного обладнання вітчизняного виробництва, повільне впровадження у виробництво сучасних технологій, низьку купівельну спроможність населення, руйнацію мережі реалізації поліграфічної продукції, нестачу в підприємств галузі обігових коштів, зростання цін на основні поліграфічні матеріали та видавничі й поліграфічні послуги. За цих умов для багатьох видавців їхній бізнес стає дедалі не вигіднішим, а отже, непотрібним.

Економічна і культурна політика української влади нічого не змогла протиставити експансії російського видавничого бізнесу на книжковий ринок. Із жалем можна констатувати, що, попри позитивні зрушення останніх років, українська книговидавнича справа перебуває лише на початковій стадії розвитку. За висновками президента УАВК О. Афоніна, останнім часом видавничий бізнес в Україні активізувався, хоча позитивні зміни відбуваються повільніше бажаного. Зростає кількість назв книг, що свідчить про пошук видавничими організаціями нових жанрових ніш або нових тем. Але, на жаль, ступінь доступності новинок для українського читача невисокий, оскільки 2/3 накладів видань становлять тисячу або менше примірників. Не сприяє підвищенню купівельного інтересу до книжки складна політична ситуація в Україні. І хоча за останні роки одержані від продажу книжок

суми зросли, це пов'язано аж ніяк не зі збільшенням кількості проданих примірників, а зі зростанням ціни. Крім того, нинішнього року різко посилилася тенденція до подальшого зменшення середньостатистичних накладів. Поступовий прогрес щодо випуску найменувань книжок у 2001–2008 рр., протягом яких кількість назв виданих книг зросла з 7 749 (2000) до 24 040 (2008), зупинився 2009–2011 рр. [4] і набрав у 2012 р. зворотні оберти [5]. Саме кількість нових назв видань є основним критерієм активності видавництва, що характеризує його потужність і творчий потенціал. Цей показник зростає протягом тих років, коли видавці України отримували пільги і могли залучити витребуваних часом авторів, кваліфікованих редакційних працівників, покращити поліграфічне виконання тощо. Без них видавництва просто не мали б коштів для розвитку. Сумарні річні накладні українських видавництв не змінюються. Нині вітчизняна видавничо-поліграфічна галузь пропонує на ринку менш ніж одну книжку на одного жителя країни. І це з урахуванням держзамовлення на соціально значущі видання та підручники, призначені для поповнення фондів публічних і шкільних бібліотек, літературу спеціалізованого призначення, які видаються за бюджетні кошти і не є предметом ринкових відносин [4]. Отже, загальнодоступною для жителя України є ледь не півкнижки. Для порівняння: у царській Росії 1913 р. на душу населення щороку виходили друком дві книжки. У нинішній Російській Федерації – 3–4 книжки, у Білорусі – 6–7, у західних країнах – 10–12. Росіяни вивели книжку на третє місце за обсягу експортом своєї продукції, і ми це добре бачимо на наших книжкових прилавках [6]. Природно, що така невелика кількість вітчизняних видань не може не лише забезпечити ефективний вплив на моральний, духовний стан громадян, на формування культурного середовища держави, але й задовольнити елементарні потреби українського суспільства у знаннях.

Ситуація, що склалася у видавничо-поліграфічній галузі нашої країни, або робить видання книжок збитковим, або зумовлює зростання на них цін, через що ця продукція стає недоступною для великої частини населення. Низькі показники книговидавничої діяльності тримають на голодному пайку вітчизняну поліграфію. А коли бракує вітчизняної книжки, то вакуум активно заповнюється імпортованою книжковою продукцією. Хоча вигіднішими для українського видавничого бізнесу були б купівля й імпорт прав на видання та їх виготовлення на власних потужностях, як це широко практикується у світі. Нині ж українські книж-



кові мережі на 80–90 % заповнені готовою продукцією російських видавництв. За даними лише митних органів, майже 55 млн книжок щороку завозять в Україну передусім з Росії та Білорусі [5]. Але справжня цифра набагато більша, оскільки офіційна статистика не враховує велику кількість контрабандних і приватних поставок. Нагадаємо, що загальний наклад української книжки становить менш ніж 40 млн прим., з яких майже половина – підручники й посібники. За оцінкою низки російських експертів, місткість нинішнього українського ринку оцінюється в 400–420 млн доларів, а російських книжок в Україні продається приблизно на 300–320 млн доларів. Для порівняння: споживчі витрати на книжкову продукцію у Великій Британії, за підрахунками Управління національної статистики, дорівнюють майже 4,5 млрд євро на рік [7]. Отож, ідеться про пряме інвестування закордонного виробника – і це за умов, коли вітчизняна поліграфія задихається через нестачу інвестицій. Крім того, ми майже не звертаємо уваги на ідеологічний аспект книговидання. Загроза полягає в тому, що масово розповсюджені російські книжки, інша видавнича продукція нав'язують українцям спосіб життя, мислення та світосприйняття, які притаманні населенню сусідньої країни. За оцінками багатьох аналітиків, ця обставина має стратегічний характер.

Серед актуальних і дуже важливих чинників, які спричинюють зменшення накладів, є помітна втрата інтересу населення до читання друкованої продукції, зумовлена як загальносвітовими тенденціями, так і відсутністю в Україні цілеспрямованої пропаганди освіти і книжки як елементів життєвої потреби кожної людини. Непокоять повільні темпи освоєння інтернет-технологій і випуску книжок на електронних носіях, брак реклами та непоінформованість потенційних читачів про вітчизняну видавничу продукцію. Рух у цьому напрямі, щоправда, розпочато. У травні 2008 р. уряд затвердив «Концепцію державної цільової програми популяризації вітчизняної книжкової продукції на 2009–2012 рр.». Але в умовах чергової політичної та економічної кризи її реалізація здається примарною.

Основною причиною різкого спаду книговидання є те, що в Україні не створено належних економічних умов, які б сприяли формуванню помірних цін на книжку, зробили б її доступною широким верствам населення. А це, своєю чергою, стимулювало б нарощування обсягів книговидання і книгорозповсюдження, а також відповідне підвищення рівня завантаження виробничих потужностей поліграфії. Щоб радикально змінити ситуацію, мусимо домогтися

ослаблення руйнівного податкового пресу на книгу, введення нульової ставки податку на додану вартість щодо всіх операцій, робіт та послуг під час підготовки, друкування та розповсюдження книги. Саме нульова ставка ПДВ суттєво посприяла Росії, Білорусі та іншим країнам у розвитку видавничої галузі. Кардинально мали б поліпшити ситуацію у книговидавничій сфері через запровадження особливого режиму оподаткування Закони України «Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні» та «Про внесення змін до деяких законів України щодо державної підтримки книговидавничої справи в Україні», якими для суб'єктів видавничого бізнесу встановлено пільги з оподаткування до 1 січня 2015 р. Тобто українських видавців, поліграфістів, які виготовляють книжкову продукцію, звільнено від сплати податку на додану вартість (ПДВ) і податку на прибуток, а книжкову торгівлю – від ПДВ. Проте і цей закон має неоднозначний характер: бажання законодавців зменшити вартість продукції для споживача за рахунок звільнення від цього податку не дає очікуваних наслідків, оскільки поліграфічні підприємства змушені купувати основні матеріали (папір, фарбу тощо) лише з урахуванням ПДВ, а тому «накручують» вартість своїх послуг щонайменше на величину податку. А саме витрати на поліграфічне відтворення продукції становлять левову частку видавничої собівартості. Обстоює нульову ставку ПДВ на книжки і Федерація європейських видавців, оскільки «це є надзвичайно важливим для широкої доступності книжок читачкій публіці за якомога нижчими цінами» (із Декларації ФЄВ «A Policy for European Book Publishing», 1995). Певною мірою поміркованішою є позиція Європарламенту, але і його так звана «Шоста Директива» дозволяє державам-членам зберігати нульові або встановлювати зменшені ставки ПДВ (в рамках коридору 5–10 %) на деякі товари та послуги, зокрема книжки, газети та журнали (окрім рекламних) [8].

Характерною є ситуація, коли виручка, яку отримують видавці від реалізації своїх видань, здебільшого спрямовується не на розвиток або реалізацію нових проектів, а на покриття витрат, пов'язаних з утриманням видавничої бази, з комунальними платежами, із закупівлею технологічних матеріалів тощо. Саме зростання останніми роками орендних платежів за використання приміщень видавництвами та друкарнями призвело до закриття багатьох із них.

Істотно вплинула на стан видавничої справи криза 2008–2009 рр. Аналітичні дослідження УАВК свідчать, що галузь поступово згортає свою ресурсну базу, хоча більшість її суб'єктів й далі тримаються на плаву. Триває процес



«вимивання» готової книжкової продукції і скорочення фінансових можливостей видавництва до адекватного відновлення її обсягів за рахунок коштів, одержаних від реалізації власного продукту. Це пов'язано зі значним зростанням загальновидавничих витрат і вартості технологічних матеріалів для виготовлення книжок. З кожним кризовим місяцем галузь дедалі більше потребує зовнішніх запозичень у вигляді кредитних чи інвестиційних фінансових ресурсів, без яких видавництвом надзвичайно складно буде не те що наростити обсяг випуску видань, а й навіть стабілізувати ситуацію з кількісними показниками за назвами й накладом. Без розблокування Нацбанком України і Кабміном механізмів кредитування реальної економіки будь-якої галузі, включно з видавничою, неможливо подолати кризовий поріг і досягти темпів зростання в докризовий період; при збереженні нинішніх тенденцій у цій сфері без відповідних заходів виконавчої влади, зорієнтованих на фінансову підтримку видавничої справи, можна очікувати подальше скорочення обсягів виробництва української книжки.

Одним із важелів державного сприяння книговидавництву є випуск друкованої продукції за програмою «Українська книга». Щороку видавництва й видавничі організації за держзамовленням видають історичну літературу з питань державотворення, твори класиків і сучасних українських письменників, дитячу, історичну, мистецтвознавчу літературу, словникові й енциклопедичні видання, фотоальбоми тощо. Та це лише 2 % щорічної кількості видань.

Маючи основними конкурентами російські видавництва, українські видавці повинні пропонувати на ринку якіснішу продукцію, шукати нестандартні методи й технології завоювання читацької аудиторії, зокрема наполегливо інтегруватися у видавничий простір інших країн світу. Крім того, потрібно законодавчо чітко врегулювати і питання іноземної участі у видавничій сфері. Іноземні інвестиції у книговидавничу індустрію повинні залучати лише підприємства, що перебувають під українським контролем, їхня діяльність не повинна суперечити державній культурній політиці, а навпаки, має сприяти розвитку національного книговидавництва.

Водночас існують і об'єктивні причини зниження інтересу до книжки та загалом до друкованої продукції – це вплив інтернету та інтернет-технологій, які дедалі активніше проникають в усі сфери нашого життя. Інтернет-видання набагато оперативніші, не потребують ні реєстрації, ні паперу і поліграфії, ні доставки читачеві. Інакше кажучи, засоби передаван-

ня електронної інформації завдали потужного удару по традиційних видавничих технологіях. Переважна більшість загальнодержавних, чимало регіональних та місцевих друкованих засобів масової інформації відреагували на таку тенденцію створенням власних інтернет-версій. Деякі видання зовсім перейшли в мережу, відмовившись від друкованих технологій.

На цей виклик часу потрібна вчасна реакція всієї видавничої галузі, якщо вона не хоче втратити аудиторію й опинитися на узбіччі суспільного життя. Шукаючи шляхи подальшого розвитку економічно перспективного бізнесу, чимало компаній розпочали свою діяльність у новій для них сфері діяльності, вкладаючи величезні кошти у виробництво електронної комерційної видавничої продукції. Видавничий процес у цьому разі складається з трьох основних компонентів: тексту – необроблена інформація; комплексу робіт, здійснених за допомогою технічних засобів і технологій обробки тексту, управління ним і організації доступу до нього через інтернет; кваліфікованого персоналу, здатного виконати ці процеси максимально ефективно. Чимало видавництв готують і передають електронну інформацію кінцевим користувачам, але доступ до неї обмежений. Тепер ідеться про «мережеву видавничу справу» як інтегрований процес створення електронної інформації у різних формах її представлення для кінцевих користувачів. Нині мережеву видавничу діяльність здійснюють комерційні підприємства, наукові й навчальні установи, відомчі підприємства та приватні підприємці. У майбутньому кожен зможе стати мережевим видавцем і видавнича діяльність буде більше спрямована на розширення інформації, ніж на її «проштовхування» на споживчому ринку, оскільки інтернет усунув перешкоди на шляху поширення електронної інформації, пов'язавши сотні мільйонів видавців і користувачів мережі одні з одними. Ефективність і гнучкість роботи в мережі дадуть змогу знизити собівартість видавничої продукції, задовольнити потреби замовників і стануть запорукою нових грошових вливань у розвиток видавничого бізнесу. Споживачі матимуть доступ до потрібних інформаційних ресурсів у будь-який час й у будь-якому місці, на зручному для користування пристрої в інтерактивному режимі з високоякісною візуалізацією та озвученням інформації. Мережеві видавництва зможуть одержувати доходи від нових видів діяльності, таких як видання електронних книг, створення сервісних служб для продажу інформації за запитом, розширення можливостей її персоналізації. Швидка доставка видавничої продукції на ринок прискорить повернення ринкових інвес-



тицій. Видавництва зможуть знизити витрати за рахунок можливості повторного використання інформаційних даних без потреби знову створювати їх. Електронна інформація стає дедалі затребуванішою у суспільстві.

Висновки. Швидкоплинність процесів, що відбуваються в епоху інформаційного суспільства, радикальні соціально-економічні перетворення, галузева технічна революція вимагають від науковців постійного дослідження, аналізу та виявлення тенденцій розвитку видавничої справи – одного з найважливіших чинників демократичного поступу країни.

В Україні, як у більшості інших постсоціалістичних держав, формується принципово нова інформаційно-комунікативна система, основу якої становлять власна інформаційна традиція, ментальність та особливості духовної культури українства. Суттєвим складником національного інформаційного простору є видавнича продукція. Кризові явища, що особливо помітні впродовж останніх років, зумовили звуження її сегмента у загальній структурі українського інформаційного ринку. Спостерігається скорочення накладів друкованих видань, витіснення з національного простору продукції власне українських виробників, стагнація базових поліграфічних ресурсів, подальше узалежнення української видавничої сфери від закордонних постачальників обладнання та матеріалів, відставання в опануванні сучасними інформаційними технологіями, що створює загрози для забезпечення права громадян і суспільства на отримання об'єктивної, повної, достовірної інформації та задоволення культурно-духовних потреб.

Книга відрізняється від інших засобів інформації тим, що, крім інформаційного навантаження, вона залишається чинником культури і виконує виховну функцію. Книга задовольняє прагнення людини до розвитку та саморозвитку. Аналіз книговидання за досліджуваній період свідчить, що незважаючи на певні успіхи в певні роки, спостерігається загальна стагнація галузі. Проте передумови для оптимального розвитку видавничої сфери все ж існують.

Після проголошення незалежності на конституційно-правовому рівні було задекларовано свободу друку, скасовано цензуру, впроваджено прозору систему реєстрації видавничої діяльності. Епоха монополії держави в питанні розвитку галузі завершилася. Становлення книжкового ринку охопило всі регіони країни. За тематикою асортимент книг став різноманітнішим, незаполітизованим, а зорієнтованим, як цього й потребує ринок, на читацький попит. Книга стала товаром.

Проте нині доволі поширеною є думка про втрату книгою духовної і культурної цінності, а читання, мовляв, має лише функціональне та прагматичне значення. Найприбутковішим сегментом національного видавничого ринку стала освітня література. Затяжна видавнича криза негативно позначилася на розвитку і випуску передусім української художньої та наукової літератури. Ця ніша сьогодні заповнена російським масовим читивом. Подібна ситуація і з дитячою книжкою. Нерозвиненість, а відтак слабкість і незахищеність суб'єктів українського видавничого ринку призводять до агресивного входження в нього сторонніх учасників зі значно потужнішою матеріально-технічною базою, технологічними і фінансовими можливостями, зі своєю ідеологією і завданнями, зокрема й силової глобалізації.

Видавнича справа відіграє важливу роль у загальній трансформації нашого життя, розбудові національного інформаційного простору. Системні та послідовні кроки української влади щодо підтримки галузі можуть стати запорукою позитивних зрушень.

1. *Афонін О.* Українська книга в контексті світового книговидання / О. Афонін, М. Сенченко. – К. : Кн. палата України, 2009. – 277 с.

2. *Бондар Ю. В.* Становлення та еволюція національного інформаційного простору України в процесі формування демократичної політичної культури українського суспільства : дис. ... канд. політ. наук / Ю. В. Бондар ; Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна». – К., 2010. – 212 с.

3. *Узагальнені дані* Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції станом на 1 січня 2013 року [Електронний ресурс] // Держкомтелерадіо. – URL: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=79538.

4. *Афонін О.* Українська книга у контексті фінансово-економічної кризи [Електронний ресурс] / О. Афонін // Портал української книжкової індустрії : [сайт]. – URL: http://uabooks.info/ua/book_market/analytics/?pid=3601.

5. *Статистична інформація* [Електронний ресурс] // Друковані ЗМІ : [сайт] / Держкомтелерадіо України. – URL: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=99439&cat_id=85717.

6. *Тимошик М.* Видавнича справа в Україні на сучасному етапі: тенденції, проблеми : текст лекції / М. Тимошик. – К. : Ін-т журналістики, 2002. – 24 с.

7. *Чуприй Л.* Українське книговидання. Стан і проблеми [Електронний ресурс] / Л. Чуприй // Аналітика : [сайт] / Агентство стратегічних досліджень. – URL: <http://sd.net.ua/2010/07/16/ukrayinske-knigovidannya-stan-i-roblemi.html>.

8. *Гриценко О.* Між глобальним та національним – 2 [Електронний ресурс] / О. Гриценко // Критик : [сайт]. – URL: <http://www.kritiki.net/2000/06/23/mizh-globalnim-ta-nacionalnim-2>.

Подано до редакції 15. 05. 2014 р.



Shpak Viktor. Publishing industry of Ukraine: factors of formation.

This article is devoted to analysis of the modern problems of book publishing in the context of the national information space. The author summarizes the development of book publishing in Ukraine, showing its role and place in the modern information society. It is identified the specific problem of the book industry. It is concluded that in the modern Ukraine there are not the appropriate economic conditions for development of the publishing industry. There is a lack of editorial, publishing and printing equipment of domestic manufacture; the slow introduction of advanced technology, low purchasing ability of the population, the destroyed sales network of printed products and so on. The publishing businesses are becoming increasingly uneconomical. It is proposed some measures to improve it, strengthening the role of industry in the national information space. The key factor to improve the given situation may be systematic and persistent efforts of the Ukrainian government to support the industry.

Keywords: book, information space, state, national interests.

Шпак В. И. Издательская сфера Украины: факторы становления.

Статья посвящена анализу современных проблем издания книг в контексте формирования национального информационного пространства. Предпринята попытка обобщить развитие книгоиздания Украины, выяснить его роль и место в современном информационном обществе. Проиллюстрированы характерные проблемы отрасли. Сделан вывод, что в Украине не созданы надлежащие экономические условия для развития издательской сферы. Предложены меры по развитию и укреплению ее роли в национальном информационном пространстве.

Ключевые слова: книга, информационное пространство, государство, национальные интересы.