

І. В. Кузьмук,
аспірантка

УДК 007: 304: 655

Самвидав як перспективний напрям для традиційного книговидання

Статтю присвячено висвітленню явища самвидаву на сторінках американської та російської преси, визначенню ризиків та можливостей традиційного книговидання, пов'язаних із започаткуванням самостійної видавничої діяльності та появою ресурсів, що її технічно забезпечують.

Ключові слова: самвидав, традиційне книговидання, гібридний автор, видавничі ризики, самвидавна платформа.

Вступ. Видавничий ринок за останнє десятиріччя переживає більше трансформацій, аніж за всю історію свого існування. Пов'язано це передусім із новими можливостями, які постійно з'являються не лише перед професійними видавцями, але й перед читачами. Для перших нові можливості одночасно стають перешкодами для ведення традиційного видавничого бізнесу, для других технологічні рішення дають змогу самим ставати авторами та видавцями й створювати конкуренцію професіоналам.

Таким чином, однією з найпомітніших можливостей останнього часу стає самвидав, що виникає вже не як відповідь на цензурні заборони, а як перший крок до самостійної видавничої діяльності. *Мета* цієї статті – проаналізувати явище самвидаву як тенденційну ознаку світового книговидання. *Завдання*, що ми перед собою ставимо, – визначити можливі ризики та переваги цього явища для книжкового ринку, зокрема для традиційного книговидавничого бізнесу. *Об'єктом* вивчення є висвітлення розвитку самвидаву в публікаціях ЗМІ за 2010–2014 рр., *предметом* – особливості самвидавної практики цього ж періоду. До уваги бралися фахові та суспільно-політичні всесвітньо відомі видання США та Росії, які містять матеріали на тему, що нас цікавить. Вибір преси цих двох країн зумовлений роллю США як лідера у самвидаві та Росії як найближчого для українського споживача ринку, де вже виникають самвидавні проекти. Критеріями вибору публікацій стали фахова компетентність автора, авторитетність видання, аналітичність подання матеріалу, глибоке розкриття теми та нерекламний характер публікацій. Серед американських медій виокремилися New York Times, USA Today, Wall Street Journal, Huffington Post, Forbes; спеціалізовані Publishers Weekly, Mediashift та агентство Bowker. Серед росій-

ських – Slon.ru, Colta.ru, «Итоги», Газета.ru, фаховий «Хабрахабр», а також журнал «Книжный бизнес». Усього відповідно до цих критеріїв ми обрали 25 публікацій, перелік яких наведено наприкінці цього аналізу.

Безумовно, самвидав як об'єкт дослідження і раніше фігурував у низці наукових робіт, проте в Україні він досі розглядався переважно в історичному контексті (зокрема в дослідженнях О. Обертаса, С. Когута, О. Спанатія). Сьогодні ж тенденції на ринку знову *актуалізують* проблему самвидаву, що в ХХІ ст. перетворюється з окремих політичних чи мистецьких «підпільних» ініціатив на масове явище.

Результати й обговорення. Сьогодні в усьому світі склалися сприятливі передумови для розвитку самвидаву: передусім це реструктуризація книжкового бізнесу; залучення книговидавничої галузі до інших секторів мас-медіа (а отже, диверсифікація продукції та падіння інтересу до книговидання як самобутнього бізнесу); кризові явища традиційного книговидання (велика різниця між ціною на друковані та електронні книжки, піратство, поява «товарів-замінників» тощо); неготовність іти на економічні ризики та вкладати гроші у нових авторів (видавцеві простіше обрати вже відомого автора, ніж розкручувати нового); розвиток соціальних мереж як інструментів комунікації з аудиторією (автори спілкуються з читачами без посередництва видавництва, самі формують свій імідж та рекламують книжки); поява сервісів, що імітують або замінюють редакційно-видавничий процес типового видавництва (автори створюють не лише тексти, але й книги від початку до кінця). Усе це віддаляє пересічного автора від традиційної комунікації з широкою аудиторією за посередництва видавництва і змушує шукати нові шляхи реалізації на видавничому ринку.



Прикметним є те, що самвидав як явище став однією з центральних тем, яка активно обговорювалася на Франкфуртському книжковому ярмарку–2013 [1; 2], а також активував низку дискусій на міжнародних книжкових форумах, зокрема Лондонському книжковому ярмарку [3]. П'яту річницю відсвяткував і окремий ярмарок самвидаву Self-Publishing Book Expo [4], щороку проводиться конференція Digital Book World, частина якої завжди присвячена темі «самостійного книговидання» [5]. Така увага світової фахової спільноти до цього феномена змушує враховувати нові процеси видавців навіть тих країн, де на видавничих ринках цей тип інформаційних продуктів ще належним чином не утвердився.

Знаковою тенденцією стала поява сервісів для самостійної видавничої діяльності, переважно англо- та німецькомовних: Smashwords, Epubli, Lulu, CreateSpace, Kindle Direct Publishing, iUniverse, Libiro. Через ці платформи можна не лише створювати, але й розповсюджувати книжки. Проте в останні роки і в Росії було запущено такі сервіси: Readymag (<https://readymag.com>) – своєрідний друкарський верстат цифрової епохи, за допомогою якого можна створювати сайти, електронні журнали, книги та інтерактивні підручники (розроблений за участі українських розробників), Ridero (<http://ridero.ru>) та Samolit (<http://samolit.com>) – безкоштовні видавничі книжкові платформи для продажу в інтернет-магазинах. До появи цих сервісів, використання яких заміняє редакційно-видавничий процес, на російському ринку вже існували самвидавні книжки в електронних форматах, видані силами авторів і розповсюджені через звичайні інтернет-магазини. Як приклад можна навести книгу «Ремесло» Л. Бершидського, що з'явилася на сайті «ЛитРес» без залучення згаданих ресурсів. Поява таких сервісів на пострадянському просторі та інтерес української аудиторії до російськомовних видавничих продуктів (це підтверджують відгуки, рецензії та коментарі українських читачів) свідчать про те, що самвидав може знайти своє місце і на нашому видавничому ринку.

Що ж до американського досвіду, то стрімкий розвиток цього сегмента, який ще кілька років тому недооцінювався і прирівнювався до майданчика для графоманів, яким відмовили видавництва, та провальних видавничих продуктів [3; 6], тепер викликав тривогу видавців. За даними агентства Bowker, лише за один рік обсяг самвидавних книг, що отримали ISBN, зріс на 60 % (за 2012 р.) [7]. Хоча даних за іншими роками у відкритому доступі поки що немає, динаміка залишається позитивною: загалом з 2006 до 2013 р. зафіксовано зростання на 287 % [8]. Разом із кількістю назв зростає і кіль-

кість проданих примірників, а також кількість бестселерів. Стрімкий розвиток нового сегмента видавничого ринку (тепер його влучно називають англійською «mushrooming market»), поза яким опинилося традиційне книговидання, змусило переоцінити ризики та зважити нові можливості, що постали перед видавцями.

Ризик перший: програтна ціна на видання. У традиційному книговиданні враховуються витрати на редакційно-видавничий процес, друк (за схемою: що більший тираж, то менша ціна за примірник), логістику, зберігання, рекламу та маркетинг. Сюди ж можна включити й адміністративні витрати – від оренди приміщення до комунальних послуг. Зважаючи на прогноз Forbes щодо основних трендів книговидання найближчого часу [9], яке характеризуватиметься тяжінням до нішевості, можна передбачити, що й накладі будуть падати. А отже, ціна на книгу, що і так програвала звичайним електронним книгам, зростатиме. «Створюючи і дотримуючись жорсткої і неоптимальної моделі ціноутворення, видавці створили ринкові можливості для інді-книг» (інді-книги – самвидав. – *І. К.*) [10]. Тому віднині видавцям доведеться переглянути політику ціноутворення, що практично неможливо за умови необхідності отримання прибутку, або знайти власне місце на ринку цих «інді-книг».

Ризик другий: втрата авторів. Передусім загроза втрати авторів реальна з комерційної точки зору. Наприклад, мінімальне роялті автора від публікації за законодавством України становить від 0,1 до 2,5 % [11], в російській пресі роялті визначають у 8–15 % [12], натомість самвидавний проект обіцяє авторові в середньому 80 % від продажів. З одного боку, це може обмежити потік графоманських рукописів до видавництва, з іншого – є випадки, коли вже відомі автори вирішують стати самвидавними [3; 12], тобто спробувати себе в ролі так званого «гібридного автора», який самостійно визначає редакційно-видавничий процес, схему розповсюдження і маркетингу. При цьому прибуток він отримує одноосібно.

Слід зазначити, що як американські, так і російські експерти наводять численні вигоди самвидаву для авторів. Усі ці переваги систематизовано та узагальнено на платформі iUniverse, де мотиви автора видаватися самостійно наведено найповніше: під час реєстрації нові автори мають заповнити анкету, вказавши причину, через яку обрали саме такий спосіб комунікації з аудиторією. Очевидно, що серед запропонованих варіантів вказані найпоширеніші відповіді, тож наведемо саме їх: публікація з метою супроводу лекційних заходів; не став успішним у традиційному книговиданні; через



відмову видавництва; пошук альтернативи традиційному книговидаванню; бажання повністю контролювати редакційно-видавничий процес; пошук бюджетного способу опублікуватися; бажання опублікуватися чимшвидше; бажання отримати більше роялті; вибір теми завузький для традиційного книговидавання; бажання розповсюджувати видання, наклад якого вже розкуплений; перша спроба – вагання щодо можливості бути письменником [13].

З результатів анкетування можна зробити висновки, що більшість авторів не задоволені політикою видавництва, які заробляють на результатах їхньої інтелектуальної власності. Із зростанням такого невдоволення видавничим організаціям доведеться не лише продавати книги, але й працювати над тим, щоби «продати» свої послуги авторам за контент, який вони генерують. Інакше видавництво ризикує залишитися лише з гарно проданими, проте «мертвими» авторами [3]. Адже досі твори молодих письменників були менш цікавими для комерційного книговидавання, ніж, скажімо, зібрання творів Шекспіра. Критикуючи таку бізнес-стратегію видавців, що гальмує оновлення літературного і видавничого середовища, американський журналіст П. Вінклер у публікації в *Huffington Post* згадує 52 відомих авторів, яким через неухважність видавців довелося починати з самвидаву. Серед цих імен фігурують Марк Твен, Едгар По та Стівен Кінг [10].

Із цього випливає **ризик третій: втрата «авторитетності оцінки»**. «Разом із владою над каналами збуту видавці втрачають і владу редакторського судження, що раніше давала їм монополію право вказувати авторів, які будуть популярними завтра», – зазначає у своїй публікації А. Шириков [14]. Тепер таку можливість отримали самі автори, які стали незалежними від вибору редакції.

Ризик четвертий: більші інвестиції для завоювання аудиторії. Конкурувати на ринку з менш фаховими підходами до створення книги, проте набагато більш соціально активними авторами, що працюють «на себе», безумовно, цілком можливо. Проте також можливо, що це призведе до збільшення витрат на просування та маркетинг, вимагатиме тіснішої співпраці з авторами та читачами. *The Publisher's Weekly* у своїх прогнозах також зазначає, що найближчими роками видавничі політика має зосереджуватися навколо автора як брэнда [15], що відповідає стратегії самвидаву, «автора-видавництва».

Це основні побоювання видавців, проаналізовані у досліджуваних публікаціях, які у переважній більшості випадків автори намагаються розвіяти, демонструючи позитивні наслідки розвитку самвидаву. Першою позитивною можливістю у більшості статтях згадується *спрощення пошуку* готових авторів-«зірок». На-

приклад, на Франкфуртському книжковому ярмарку минулого року найгучнішим контрактом стало придбання видавничою компанією HarperCollins прав на книгу самвидавної авторки Тіни Сескіс [16]. Самвидавні платформи, де щодня реєструються сотні нових авторів, можуть також стати полем для пошуку талантів. Мірлами при цьому може бути як комерційний успіх автора, так і залученість цільової аудиторії, з якою він уміє комунікувати. Для того, щоб спростити ці пошуки та *вийти на новий ринок*, такі видавничі компанії, як Penguin Random House, Perseus, HarperCollins, Simon & Shuster та навіть агентство Bowker, запустили власні самвидавні платформи. Журнал «Книжковий бізнес» про це пише так: «Якщо заколот не можна придушити, його треба очолити. Таким чином вчинили й Amazon, створивши Creative Space і Penguin, коли він ще не був Penguin Random House, запустивши Author Solutions як «інкубатор» для відбору перспективних авторів» [14]. У Росії ж сервіс Ridero сам залучив до апробації видавництво «Росмэн». Можливо, тут зворотна тенденція пояснюється тим, що традиційних російських видавництв ще не настільки торкнулися світові зміни видавничого ринку, про які вже йшлося.

Іншим позитивним моментом є *зниження ризиків видавництва* під час співпраці з новим автором: успіх його творчості можна перевірити, не вкладаючи у нього значних коштів. Якщо ж видавництво вирішить співпрацювати з автором, прорахувати наклад буде простіше: по-перше, зважаючи на реакцію аудиторії, по-друге, за допомогою друку на вимогу (*print on demand*), тобто оперативного цифрового друку, що порівняно з офсетним не настільки позначається на ціноутверненні. Саме останній метод вважає найбільш перспективним на російському ринку Г. Юзефович [17].

За таких умов автори можуть дозволити собі будь-яке експериментаторство, на яке видавництва раніше були не готові через різні причини [3] (окрім небажання фінансувати ризикований проект, цілком закономірно, що видавничі організації не бажають ризикувати репутацією і видавати «неформат»). Такий шанс може позитивно вплинути на розвиток книжкового ринку, дає змогу продукувати нову жанрову, візуальну, маркетингову палітру книжкової продукції, якою після цього «тест-драйву» можуть скористатися і комерційні видавництва.

Безперечною перевагою слід вважати *відсутність кордонів* для самостійної видавничої діяльності. Відсутні вони як для видавця, який може шукати таланти чи власну аудиторію по всьому світу, так і для автора, який за умови знання мов може спробувати завоювати прихильність закордонних читачів.



Наступним позитивним моментом можна назвати те, що самвидавні платформи є не лише варіантом пошуку авторів, але й інструментом *втілення бюджетних проєктів*, що може стати непоганим стартом для малого видавництва: це дає змогу зекономити на штаті та дорогому програмному забезпеченні. Таку тенденцію апробації видавничої діяльності через самвидав ми можемо спостерігати вже й на українському видавничому ринку. Приміром, письменник А. Санченко, уже відомий своєю концепцією «піксельної книги», з групою перекладачів спершу видав український переклад книги Джошуа Слокама «Навколосвітня подорож вітрильником наодинці», а згодом створив мале видавництво «Електронка». Незвичайною для нашого ринку є і концепція нового «самвидавного» видавництва «Niice», що спеціалізується на виданні та дистрибуції мистецьких видань, максимально включаючи авторів у редакційно-видавничий процес. Окремим вектором його діяльності є освітня робота з авторами (курси з додрукарської підготовки, роботи зі шрифтами тощо). «Niice» поєднує в собі видавничі, маркетингові та освітні функції, окрім того, ставлячи собі за мету стати творчим майданчиком для спілкування потенційних авторів.

Враховуючи цей аналіз, можна зробити висновки і порівняти їх із прогнозами, які пропонують американські та російські автори. Серед них найприкметнішими є три: їх висловлюють редактор Digital Book World Дж. Грінфілд, експерт книжкового ринку Д. Віджамурі та заступник головного редактора Slon.ru, перекладач та видавець А. Шіріков.

Дж. Грінфілд у своїх публікаціях у Forbes та USA Today переконує, що традиційні видавництва не приречені на зникнення, проте відбудеться перерозподіл ролей. На його думку, основними функціями видавництва стануть: 1) забезпечення розповсюдження друкованої книги (дистрибуція); 2) відбір та фільтрація – не кожен автор заслуговує на увагу масової аудиторії; 3) забезпечення перекладу та видання за кордоном; 4) спілкування з професіоналами книжкової справи; 5) промоція книги [18]. Також Дж. Грінфілд зазначає, що на ринку з'явиться менше комерційно орієнтованих видань, оскільки фінансовий успіх не є рушійною силою для самвидавних авторів [2].

Д. Віджамурі в аналітичній статті у Forbes пише, що період хаосу, спричинений засиллям самвидавних книжок, кінець кінцем може принести значні вигоди всім – і авторам, і видавцям. Проте для того, щоб отримати максимальну користь, видавці мають проаналізувати основні тенденції книжкового ринку, яких автор нараховує три [7]: електронне книговидання, розви-

ток соціальних мереж та бюджетний самвидав. Проте найкращі видання та автори завжди залишатимуться за професійним видавництвом, яке за вдалої редакційної політики «збиратиме вершки». У цьому сенсі автор публікації погоджується з Дж. Грінфілдом, що переконаний в необхідності діяльності видавництв для відбору і фільтрації нових творів.

Російський погляд на майбутнє книговидання (хоча й спираючись на думки американських колег) висловлює А. Шіріков на сторінках Slon. Він апелює до думки маркетолога С. Годіна, який оголосив про початок нової ери, де немає місця посередникам – і видавцям, відповідно, теж. А. Шіріков робить висновок: видавці не зникнуть, але будуть змушені реформувати свою діяльність. «Автори візьмуть на себе всі ризики і відповідальність, які раніше брало на себе видавництво, а видавництва перетворяться на маркетингові агентства» [14]. У журналі «Книжний бізнес» натомість розглядають зворотню тенденцію: «Автори самвидаву мріють про одне: щоб до них прийшло серйозне видавництво і уклало контракт на випуск паперових книг. Селф-паблішинг в цьому випадку виконує роль первинного маркетингу» [19]. Проаналізувавши публікації останніх років на тему самвидаву, можна зробити висновок, що роль видавництва навряд зміниться настільки радикально, наскільки це передбачає А. Шіріков, проте констатувати зміни, які вже сталися із західними видавництвами, та навіть відстежити окремі факти вияву самвидаву вже можна й на нашому ринку. Менш радикальних поглядів дотримується А. Покора: «Поки є книжковий ринок – будуть і видавці. Просто потрібно розуміти, що видавець як партнер автора зацікавлений в першу чергу в монетизації написаної книги. І навіть на ринку електронних книг наші послуги затребувані – рано чи пізно письменник, який хоче не просто публікуватися, а робити це багато і багато заробляти, все одно прийде до ідеї співпраці з професіоналами» [20].

Висновки. У цьому дослідженні ми можемо визначити, що переважна більшість експертів книговидання (авторів публікацій) схиляються до думки, що традиційне видавництво не зможе не зреагувати на зміни книжкового ринку, спричинені появою самвидавних авторів. Найвлучніше та найаргументованіше, на нашу думку, це питання проаналізував Дж. Грінфілд, вбачаючи у самвидаві не загрозу, а перевагу. З цим можуть не погодитися лише ті видавці, які не бажають змінювати свою політику та не є настільки мобільними, щоб швидко пристосуватися до ринкових змін.

Характерним є те, що активний розвиток самвидаву розпочався в 2008–2009 рр., саме тоді,



коли книжковий ринок переживав глибоку кризу. Зважаючи на сьогоднішній нестабільний стан світової, а особливо української економіки, слід очікувати пошуків альтернативних шляхів розвитку книжкової справи. Тож видавцям варто було б слідкувати за цією тенденцією світового ринку, щоб не опинитися на його маргіналях.

1. *Finder A.* The Joys and Hazards of Self-Publishing on the Web [Електронний ресурс] / A. Finder // The New York Times. – URL: www.nytimes.com/2012/08/16/technology/personaltech/ins-and-outs-of-publishing-your-book-via-the-web.html?pagewanted=all&r=0.

2. *Greenfield J.* Companies book profits from self-publishing [Електронний ресурс] / J. Greenfield // USA TODAY. – URL: <http://www.usatoday.com/story/money/business/2013/11/29/the-upsurge-in-self-published-books/3191731/>.

3. *The Rise of Self-Publishing and the Hybrid Author* [Електронний ресурс] // YouTube: Digital Minds Conference 2013. – URL: www.youtube.com/watch?v=JTTv9Qtcces.

4. *Morrarty E.* Webcast: What Authors Want: Understanding Author Priorities in the Self-Publishing Era [Електронний ресурс] / E. Morrarty // Digital Book World. – URL: www.digitalbookworld.com/2013/webcast-what-authors-want-understanding-author-priorities-in-the-self-publishing-era.

5. *Self-Publishing Book Expo Marks Fifth Year* [Електронний ресурс] // Publishers Weekly. – URL: <http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/authors/pw-select/article/59944-self-publishing-book-expo-marks-fifth-year.html>.

6. *Alter A.* How I Became a Best-Selling Author [Електронний ресурс] / A. Alter // Wall Street Journal. – URL: <http://online.wsj.com/news/articles/SB10001424052970204770404577082303350815824>.

7. *Self-Publishing Movement Continues Strong Growth in U.S., Says Bowker* [Електронний ресурс] // Bowker. – URL: http://www.bowker.com/en-US/aboutus/press_room/2013/pr_10092013.shtml.

8. *Meyers R. S.* BOOK FACTS AND STATS [Електронний ресурс] / R. S. Meyers // Beyond the margins. – URL: <http://beyondthemargins.com/2013/06/book-facts-and-stats/>.

9. *Greenfield J.* Predictions For Book Publishing In 2014: Cutting-Room Floor Edition [Електронний

ресурс] / J. Greenfield // Forbes. – URL: www.forbes.com/sites/jeremygreenfield/2013/12/26/predictions-for-book-publishing-in-2014-cutting-room-floor-edition/.

10. *Российский самиздат нашел поддержку* [Електронний ресурс] // Colta. – URL: <http://www.colta.ru/news/871>.

11. *Постанова Кабінету Міністрів України від 18 січня 2003 р. № 72 «Про затвердження мінімальних ставок винагороди (роялті) за використання об'єктів авторського права і суміжних прав»* [Електронний ресурс]. – URL: zakon4.rada.gov.ua/laws/show/72-2003-п.

12. *Шнайдер А.* Писателей сменят продавцы. В Amazon можно заработать миллионы на самиздате. Но всем ли это доступно? [Електронний ресурс] / А. Шнайдер // Slon.ru. – URL: http://slon.ru/economics/pisateley_smenyat_prodavcy-578141.xhtml.

13. *iUniverse* [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.iuniverse.com>.

14. *Цифра* – это новые медиа [Електронний ресурс] // Книжный бизнес. – URL: http://www.bookind.ru/categories/e_book/1831/.

15. *King C.* 5 Key Trends in Self-Publishing for 2014 [Електронний ресурс] / C. King // Mediashift. – URL: <http://www.pbs.org/mediashift/2014/01/5-key-trends-in-self-publishing-for-2014/>.

16. *Frankfurt Book Fair 2013: HC Wins Self-Published Novel In Major Buy* [Електронний ресурс] // Publishers Weekly. – URL: <http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/international/frankfurt-book-fair/article/59495-frankfurt-book-fair-2013-hc-wins-self-published-novel-in-major-buy.html>.

17. *Юзефович Г.* Самиздат: перезагрузка [Електронний ресурс] / Г. Юзефович // Итоги. – URL: http://www.itogi.ru/authors/galina_yuzefovich.html.

18. *Greenfield J.* What Publishers Need To Do In The Era Of Self-Publishing [Електронний ресурс] / J. Greenfield // Forbes. – URL: <http://www.forbes.com/sites/jeremygreenfield/2013/05/28/what-publishers-need-to-do-in-era-of-self-publishing/>.

19. *Эра неопитов* [Електронний ресурс] // Книжный бизнес. – URL: http://www.bookind.ru/events/1838/?sphrase_id=269656.

20. *Покора А.* Как мы живаемся на авторах — исповедь издателя [Електронний ресурс] / А. Покора // Хабрахабр. – URL: <http://habrahabr.ru/post/198092/>.

Подано до редакції 15. 05. 2014 р.

Kuzmuk Iryna. Samizdat as a promising direction for traditional publishing.

The article is devoted to coverage of the phenomenon of samizdat in the pages of the American and Russian press, the definition of risks and opportunities of traditional publishing associated with establishment of self-publishing and advent of the resources which provide it technically.

Keywords: samizdat, traditional publishing, hybrid author, publishing risks, underground platform.

Кузьмук И. В. Самиздат как перспективное направление для традиционного книгоиздания.

Статья посвящена освещению явления самиздата на страницах американской и российской прессы, определению рисков и возможностей традиционного книгоиздательства, связанных с началом самостоятельной издательской деятельности и появлением ресурсов, которые ее технически обеспечивают.

Ключевые слова: самиздат, традиционное книгоиздание, гибридный автор, издательские риски, платформа самиздата.