

УДК 655.4/5

В. І. Теремко

*Інститут журналістики Київського національного університету
імені Тараса Шевченка*

АВТОР У СТРАТЕГІЧНІЙ СИСТЕМІ ВИДАВНИЦТВА

Йдеться про сучасні інтерпретації статусно-рольових співвідношень автора і твору (тексту), а також про стратегічні закономірності взаємодії автора і видавництва.

Автор, книга, видавництво, читач, стратегія

Самодостатність видавництва не абсолютна, бо не всі чинники життєдіяльності однаково йому підконтрольні. Воно конкурує у сферах, де все вирішує клієнт, і в питаннях, де головна фігура — автор. Два виміри має пов'язана з авторами конкуренція — за відносини і за владу. На співпрацю з ними орієнтовані ідеї, плани і стратегії видавництва. Несформованість принципів у роботі з авторами, неспроможність бути привабливим і вигідним для них партнером позбавляють аргументів його претензії на успіх. Часто це є перешкодою в саморозвитку і проблемою виживання.

Автор — візитівка, джерело розвитку і репутації видавництва. Сильний автор — це популярні і високоліквідні книги. Сильні автори мультиплікують силу видавництва, бо фокусують на ньому увагу читачів, засобів масової інформації, суб'єктів системи книгорозповсюдження і центрів, що контролюють фінансові, матеріальні та нематеріальні ресурси. Уміння знаходити або формувати таких авторів і утримувати їх у полі співпраці — важлива передумова його динамічного функціонування.

Сканування реального і потенційного авторського середовища — одне із завдань стратегічної розвідки: інформація про все, що там відбувається (перехід в орбіту видавництва одних авторів, вихід — інших, успішність їхніх проєктів, творчі плани), має стратегічну цінність. Причинно-наслідкові аспекти цих явищ розкриває стратегічний аналіз. У конкурентному світі міграція авторів — звичне явище. Найчастіше їй передують незадоволення змістом та результатами відносин, усвідомлення відсутності сенсу в подальшій співпраці або банальне прагнення змін. Її ініціативні сили визрівають в обох середовищах — авторському і видавничому. Ставлення авторів до видавництва як до транзитної інстанції є неблагополучним фактором, ускладнює акумулювання його стратегічної енергії і затуманює перспективи. Не простіше й авторам-«вічним мігрантам», яким у жодному видавництві не вдається видати більше однієї книжки. За їх показною затребуваністю ховається багато проблемного.

У швидкоплинних умовах реалізація найоптимістичніших проєктів огорнута невизначеністю: видавничі ідеї на час їх реалізації можуть потребу-

вати суттєвих корективів; не кожен текст навіть після схвального редвісновку максимально придатний для трансформації в книгу; не всі автори однаково контролюють амбіції через необхідність доопрацювання, як їм здавалося, викінченого твору; не кожного цікавить доля книги після її виходу у світ; нелегко декому зрозуміти залежність видавництва від перепадів загальноекономічного і галузевого розвитку, як і свою роль у провалах конкретних проектів, тощо. Завжди в таких ситуаціях центром відповідальності є видавництво. І це — неспростовний аргумент щодо погляду на відносини з авторами як на стратегічну проблему. Адже саме в їх площині акумулюється енергія для виходу на цільовий рівень життєдіяльності, а також зароджуються деструктивні явища.

У сучасному науковому дискурсі остаточно сформований у модерну епоху канон, що об'єднав у багаторівневу систему автора, текст, книгу, читача і видавництво (редактора), зазнав суттєвих трансформацій. Крайні (пристрасні, наївні) концепти цього дискурсу виражають намагання або поставити автора понад усім, або знівелювати його роль у процесі книги і цим децентралізувати книжний світ, переглянути співвідношення сил у видавничому процесі. Доходить до спроб піддати сумніву незбагненну унікальність творчості як духовної, інтелектуальної діяльності, в основі якої — обдаровання, талант, геніальність. Глибинно особистісне при цьому менш береться до уваги, ніж предметне і процесуальне. За теоретичне підґрунтя виразники цих ідей беруть положення про взаємозалежність комунікаційних факторів, структур свідомості, інформаційних і мистецьких продуктів. Комунікаційний фактор при цьому визнано провідним. На останньому рубежі історії ним є Інтернет із його гіпертекстовими і мультимедійними можливостями, що породило «специфічні «нелінійні» жанри мережевої словесності: від гіперлітератури і кібератури (мультимедійних літературних форм) до он-лайнних щоденників» [8, с. 8].

Новітні філософські доктрини і мережева комунікація справді принесли інше розуміння соціокультурного статусу автора, його ролі в текстотворенні, здійсненні влади над текстом і взаємодії із читачем. Ця проблематика специфічно виявляється і там, де, крім автора і читача, фігурують редактор і видавництво.

Дотепер дослідники кожен по-своєму вчитуються в метафоричні тези представників семіотичної школи в постмодерній думці Р. Барта про «смерть автора» та М. Фуко — про «зникнення автора». В їх витлумаченні проглядається те, що М. Фуко назвав трансдискурсивними проблемами — втратою текстом автентичного змісту в нових контекстах. Сам він, відповідаючи на питання одного з учасників засідання Французького філософського товариства 22 лютого 1969 року, де виступав із доповіддю «Що таке автор?», заявляв: «Я не казав що автора немає» [17, с. 42]. Пафос його доповіді також не переслідував цієї мети. Ідея «зникнення автора» фігурує в міркуваннях про феномен «функція-автор». Автора як інституцію («суб'єкта») під сумнів М. Фуко не ставив, оскільки без нього вважав неможливими процеси індивідуалізації «в історії ідей, знань, літератур, як і в історії філософії та наук» [17, с. 12]. Фундаментальну єдність

автора і твору він визнавав: «Твір — хіба це не те, що написав той, хто і є автор» [17, с. 15]. І, очевидно, не розраховував на буквально прочитання таких слів: «Творіння, завданням якого було приносити безсмертя, тепер отримало право вбивати» [17, с. 14]; «Маркер письменника тепер — це не більш ніж своєрідна його відсутність; йому належить виконувати роль мертвого у грі письма» [17, с. 14–15]. У цій доповіді М. Фуко проголосив і таке: «Літературна анонімність для нас незносна» [17, с. 24–25]; «Ім'я автора функціонує, щоб характеризувати певний спосіб буття дискурсу» [17, с. 21]; ««Філософського автора» конструюють не так, як поета; і автора романного твору у XVIII ст. — не так, як у наші дні. Однак понад часом можна виявити деякий інваріант у правилах конструювання автора» [17, с. 26].

Прямолінійне перенесення постмодерної естетики на інтернет-культуру, інтерпретування метафоричних формулювань у категоріях раціонального дискурсу породжують спрощене витлумачення явищ, які потребують різномірного погляду. Є підстави думати, що Р. Барт і М. Фуко розмірковували не так про автора, як про читача, у чиему світі текст — відкрита система, що реалізується в одному з варіантів множинності своїх змістів. Читач постмодерної культури виявляє програмовані автором смисли, відкриває власні і достворює їх. Вони можуть бути співмірними і неспівмірними авторським. Такому читачеві не потрібен автор як поводитир — власну індивідуальну свободу він здійснює не за рахунок деструкції автора. Жоден комунікаційний засіб (аудіо, друк, мультимедіа) не замінює йому автентики тексту. Авторський контроль над текстом і рецептивним простором також його не бентежить, бо він однаково вільно діє відповідно до замислу автора і всупереч йому. Поняття «гіпертекстовість» значно більше стосується рецептивної діяльності такого читача, ніж мандрівка просторами Інтернету багатьох представників покоління «net». Те, що записують у заслуги мережевим технологіям (вибір власного шляху прочитання і коментування тексту, інтертекстуальні пошуки), розвинений читач умів і раніше.

Десакралізацію автора пов'язують з інтернет-культурою, стверджуючи, що вона відкрила можливості кожному стати ним. Насправді Інтернет неспроможний зробити не-автора автором, відібрати в автора те, що онтологічно належить тільки йому і залежить тільки від нього. Не приніс він і радикальних змін у сутнісно-процесуальні аспекти творчості. Навіть новітні індустріальні видавничі тенденції (серійність; мінімізація авторської участі — «літературні фабрики», випуск творів різних авторів під єдиним псевдонімом, правом на використання якого володіє видавництво; «колабораціоністська» творчість; пекеджинг, фан-фікшн) не деактуалізують постаті автора. Незалежно від того, ким його вважати — «дитям копірайту» чи «дитям копілефту», — він все одно залишається Автором. І ніхто в цій ролі повноцінно замінити його не зможе. Комп'ютер, як перед тим інші засоби, справді оптимізував авторську працю, однак управління глибинними процесами творчості йому недоступне. Принаймні поки що.

Різноманітні аспекти буття автора у просторі культури і власного твору дискутуються і в Україні. Солідно спозиціоновані в цьому дискурсі

М. Зубрицька та Г. Почепцов. Актуальними його аспектами зацікавилися К. Афанасьєва і В. Маркова. Однак намагання витлумачити простими формулами складну взаємозалежність важкопізнаваних світів автора, творчості і тексту тільки підсилює проблему недопрочитаності базових ідей. В інтерпретаційних міркуваннях К. Афанасьєвої ідеться, наприклад, що «децентралізація тексту виявляється у поданні його у вигляді окремих фрагментів та можливості входу до цієї структури у будь-якому місці» [2, с. 11]. Насправді це не децентралізовує текст як систему — він все одно зберігає свою цілісність, єдність елементів і продовжує власне життя. У цьому, як і в інших випадках, справа не в тексті, а в реципієнті і відношеннях, що виникають між ним і текстом. З іншого боку, будь-яке входження у простір тексту децентралізує його, оскільки створює ще один — рецептивно-рефлексивний центр. Децентралізація при цьому є не руйнуванням центру, а розвитком поліцентричності тексту. Від технологій вона не залежить.

Подібну природу мають і твердження В. Маркової, що за книжкової (на відміну від електронної) комунікації «автор — це той, хто пише, а читач — той, хто читає» [9, с. 9]. Так було і не було раніше, як є і не є тепер — за гіпертекстової комунікації. Бо не в комп'ютері та інтернет-можливостях суть; вона — в людині. Сучасного читача дало інтелектуалізоване ХХ ст., розв'язавши проблему грамотності, по-новому філософськи і художньо осмисливши світ. Цей читач, не десакралізуючи автора, виріс до рівня діалогу з ним, у результаті чого відбулося зближення їхніх рольових позицій у просторі тексту. Тому читач-співавтор — і метафора, і соціокультурна реальність. Йому доступні і лінійне (послідовне), і фрагментарне читання як друкованого, так і електронного текстів. У постмодерному художньому та рецептивному світі автор позбавлений можливості монопольного витлумачення смислів — «присвоєння тексту» (Р. Барт). Неспроможний він і законсервувати текст у межах єдиноможливого змісту, позбавивши свободи читача [3, с. 389] як рецептивного співавтора. У зв'язку із цим різновисотність точок автора і читача не така вже й помітна, хоч автор своєї позиції не втрачає. Категоричне узалежнення тексту від автора є посяганням на рецептивну волю та інтерпретаційну ініціативу читача [3, с. 388]. Однак право читача є рефлексивно-інтерпретаційно-оцінним, а не атрибутивним.

Комп'ютерні технології справді змінили працю автора («процес народження творів»), скоротили дистанцію між ним і читачем, урізноманітнили їх взаємодію. Однак якісне «стирання меж між авторською і читацькою діяльністю» [9, с. 10] якщо і відбулося, то не завдяки йому — характер і результат творчості залежать не так від засобів її об'єктивування (гусяче перо, олівець, друкарська машинка, комп'ютер), як від нуртування сил у глибинах психічного, що визначають унікальність таланту. Засіб, яким послуговується автор («інструмент письма»), впливаючи на письмо і на його відчуття, допомагає видобувати, естетизувати, інтелектуально употужнювати, вигранювати і виструнчувати текст. Та ніхто завдяки лише йому автором не став і нікому

дару він не додав. Жоден технічно сильніший засіб не гарантує вищого рівня прояву таланту. Це засвідчує письменницький досвід, інтерпретації якого містять і книги «Алхімія слова» Я. Парандовського [11], «Від задуму до книги. Нариси про техніку літературної праці» О. Рісса [14], «Письменництво: важкий хрест чи лавровий вінець?», яку упорядкував В. Бондар [12]. Творами такого змісту можна укомплектувати солідну бібліотеку, а їх дослідження з позицій видавничої науки дало б багато цінного і для теорії, і для практики. Щоправда, до глибокої розмови про екзистенцію автора вітчизняна видавнича наука, схоже, ще не готова.

Спроби урівняти з авторами всіх, хто залишив словесний слід в Інтернеті чи втрутився у структуру чийогось твору, з ідеєю Р. Барта спільного не мають. У цьому сенсі комп'ютеру приписують не його роль: те, що оприлюднюють тепер в Інтернеті, раніше теж було — на полях чи форзацах книг, у щоденниках, листах тощо. Як стверджував М. Фуко, такі тексти мають не автора, а «складача» [17, с. 22].

Не потрактовуються буквально і слова Р. Барта щодо відчуження твору: «Нині текст створюється і читається так, що автор на всіх рівнях усувається» [3, с. 387]; література відмовляється «визнавати за текстом остаточний зміст» [3, с. 389]. Будь-який твір, отримавши життя, справді відсторонюється від автора, не втрачаючи зв'язку з ним. Пов'язувати це тільки з використанням комп'ютера («Текст, що виникає на екрані монітора, належить уже не автору, а є станом письма» [9, с. 9]) означає підганяти дійсність під формулу. Станом письма є і текст, який виникає на пергаменті і на аркуші паперу. В усіх випадках він долає процес технологічного відчуження. У глибинній буттєвості текст невідчужуваний від автора, навіть якщо виходить у світ під прізвиськом іншої людини. Відчуження твору від автора неможливе. Фіксування твору як тексту на носії є його переходом. Він і надалі живе, розгортається в авторові як твір, а автор — у ньому як творі. Істинного відчуження не відбувається ні в психологічному, ні в правовому аспекті.

Комп'ютер перебрав багато інтелектуально складної праці, однак до «смерті автора» не причетний. Теза Р. Барта метафорично характеризує роль у просторі тексту читача. Значно раніше про це вели мову К.-Г. Юнг, О. Потебня, М. Рубакін, Ю. Лотман, Р. Ингарден та ін. Ідеться про те, що твір по-своєму «оживає» в кожному рецептивному полі. Один і той самий твір у різних рецептивних точках здобуває індивідуальні інтерпретації. Якою б не була роль читача у процесі осягнення твору, важливі параметри рецептивної програми все одно задає автор. «Ієрархічно і технологічно роль авторського полюса завжди була і є вищою за полюс споживача» [13, с. 154]. Як стверджує Г. Почепцов, авторів значно «менше, ніж читачів, хоча творці нових медіа на цьому не наголошують, а навпаки, намагаються переконати нас, що в них кожен стає автором» [13, с. 11]. Сучасний світ дав нові можливості оприлюднення текстів, але формули авторства не змінив. Тому «тільки один відсоток є

авторами. Всі інші — читачі». Все інше — ілюзія, «психологічні відчуття», які для декого важливіші, ніж правда [13, с. 26].

З погляду філософії, теорії літератури, творчість і процес породження первозданних сутностей — не одне й те саме. У цьому сенсі автора неможливо урівняти із Творцем. І навіть відомі на весь світ письменники виявляють розуміння відносності новизни зробленого ними. Свого часу майже однаково про це висловилися Х.-Л. Борхес (чотири типи історій, які в різних версіях переповідають письменники: падіння міста, повернення героя, пошук священної мети, саможертвоність Бога) та Е. Хемінгуей (роман завжди розповідає про війну, смерть і любов).

Кожен текст по-своєму інтертекстуальний і контекстуальний, є втіленням індивідуальності автора і колективного досвіду. У сфері думки важко максимально точно зафіксувати, кому що належить. Важливо, як розпорядився її надбаннями черговий автор, чим збагатив їх і наскільки вдало це зробив. Навіть в оригінальних висловлюваннях чи у дерзновенних відкриттях можна побачити сліди того, що було сказано, думано, зроблено раніше: «Із книг народжуються наступні книги» [14, с. 143]. А «скриптор», хоч і не-Творець, але все-таки — автор.

Новітні реалії, попри свою неоднозначність і дискусійні інтерпретації, багатопланово вторгаються у видавничу сферу. Вони стосуються не тільки організаційно-технологічних, правових і поведінкових аспектів — змінюється структура видавничого світу; нового спрямування набувають вектори сил, що визначають його архітектоніку; інститууються нові конкурентні сфери і центри, на арену виходять потужні глобальні гравці; загострюється боротьба не лише між видавництвами, а й між авторами. Принципово інших якостей набуває книга, багатьма донедавна необов'язковими вміннями оволодівають видавництво і редактор, іншими стають і ставатимуть у відносинах з ними автор та читач. На передній план виходить необхідність розширення спектра їх базових кваліфікаційних компетенцій з огляду на особливості створення, просування, розповсюдження і використання видавничого продукту. Видавнича сфера тепер потребує редактора із конвергентними фаховими вміннями — універсального фахівця, однаково вправного в усіх аспектах підготовки до оприлюднення і забезпечення соціокультурного функціонування контенту.

Новими якостями має приростати й особистісний його ресурс. У недавніх і теперішніх реаліях центрами старань редактора є автор, текст і книга. Починаються вони від цілей і планів видавництва, видавничих ідей, дискусій і консультацій з авторами. Уже на цьому етапі проектно визріває більшість результативних параметрів, стають зрозумілими труднощі на шляху до них. Від авторського задуму і видавничих цілей починається праця редактора над текстом. Багато значать жанровий канон твору, характер авторського наративу, типологія майбутнього книги, що витворюється як цілісний організм і продукт спільних старань. Редактор (видавець), постаючи співтворцем «інтелектуальної сфери» [8, с. 26], враховує естетичні домінанти часу,

специфіку твору, над яким працює, індивідуальну манеру авторського письма, концептуальні засади діяльності видавництва, а також потреби та інтереси читачів. Звідси походять його плани, оцінні критерії, рішення і дії.

Усвідомлення редактором свого фахового призначення і здатність забезпечити високу якість книги як системного продукту ще не гарантують ні відповідного процесу, ні результату. Для цього необхідна довіра автора як гарантія права редактора на фахову самореалізацію. Позиції і моделі поведінки авторів у таких ситуаціях можуть кардинально різнитися. Один із її варіантів — категоричне обстоювання автором недоторканності тексту. Стверджують, що завжди безкомпромісно на цьому наполягав Т. Осьмачка.

Поміркуваніше, хоч також однозначно, повівся за подібних обставин Р. Олдінгтон: «Цей роман у надрукованому вигляді дещо відрізняється від рукопису. На власний подив, видавці повідомили мені, що деякі слова, вислови, звороти і навіть окремі уривки опинилися тепер в Америці під заборонаю. /.../ Але я змушений послухатися поради тих, хто знає закони про друковане слово. Тому я просив видавців вилучити із книги все, що, на їх думку, може видатися недозволеним, і замінити крапками кожне пропущене слово. Нехай краще книга вийде спотвореною, але я не казатиму те, що не думаю» [10, с. 6].

Ще один важливий погляд представив письменник і дослідник літературної творчості В. Даниленко: «Рівень літератури визначається не лише кількістю талановитих письменників, а й рівнем редакторської культури». Редактор повинен і вміти належно оцінити авторський оригінал, і зробити все необхідне, щоб у книзі він постав досконалим. Таким редактором він назвав М. Паркінса, який, побачивши недоліки твору Т. Вулфа, зумів переконати його «вирізати» в різних місцях 250 і 120 сторінок тексту [6, с. 275].

За будь-яких обставин роботі над текстом передують схвалення концепції книги і отримання редактором права на відповідну роботу щодо його підготовки. Далі все залежатиме від специфіки твору, типу книги, її цільової аудиторії та функціонального призначення. Побачити способи трансформування тексту в книгу як «сильний виріб» і витримати зумовлені цим випробування — обов'язок і право редактора. Мережевий світ у різноманітних його проявах не применшує значущості ролі видавництва. Навіть автори, які здобували популярність завдяки самопублікаціям, шукали перед тим або знаходили потім шлях до нього.

Ключову роль видавництва у процесі книги означив М. Хайдеггер: «Воно краще від авторів володіє діловими аспектами» [18, с. 53]. На ще одному аспекті наголосив П. Бурдье: видавництво функціонує як «подвійний агент», оперуючи в літературно-художніх, інтелектуальних та економічних координатах [5, с. 22–87]. Прочитується це і в словах К. Антипова: «Інтерес до книги в усіх її проявах не слабшає. Всі розуміють, що прихід у наше життя цифрових технологій зовсім не означає смерті книговидавництва, книготоргового бізнесу. Так, змінюються технічні форми цієї роботи, змінюється сама книга, але книга не зникає» [11, с. 32].

Орієнтація на високі стандарти книги актуалізує роль видавництва, у переважній більшості ситуацій робить неминучими зустріч і співпрацю автора та редактора. «Як автори, так і видавці проходять через процес вибору один одного» [7, с. 31], кожен по-своєму переживаючи цю необхідність. Для декого із авторів особистість редактора є «визначальним фактором при виборі видавництва. Вони тягнуться до людини, з якою можна співпрацювати на основі симпатії, від якої можна чекати підтримки і допомоги в написанні книги» [7, с. 33]. Досвідчені редактори також знають, що саме із такої взаємодії виростають найвдаліші книги. Їх роль не зводиться до підготовки тексту, а починається із генерування видавничих ідей і не припиняється, доки книга буде затребувана на ринку. Передусім це стосується видань із категорії «нон-фікшн» — нехудожньої літератури (навчальних, науково-популярних, довідково-енциклопедичних, прикладних).

Найпродуктивніші відносини видавництва і автора вибудовуються на засадах стратегічного партнерства, що багаторівнево і надовго пов'язує їх усвідомлені інтереси. За такої умови автор розглядає свою працю, написане і задумане крізь призму досягнення суб'єктивно важливих вершин, переймаючись і тим, як твір позиціонуватиметься серед книг видавництва і в загальному книжковому потоці. Збалансована єдність інтересів, гармонійний розподіл сфер компетенції, солідарна і персоніфікована відповідальність за результат — основа тривалих і продуктивних відносин. Така системна і високомобільна співпраця є стратегічним фактором. Щодо цього збігаються думки і дослідників, і навіть авторів бестселерів: «Найкраще обрати видавництво до того, як буде написане перше слово. /.../ Видавництва шукають авторів, які могли б написати такі книги, які б вони захотіли надрукувати. Усе, що вам потрібно, — це точно виконати їх вимоги» [16, с. 60]; «Дайте вашому видавцю те, що він хоче» [16, с. 64].

Різномірно і самовимогливо побачити текст дано не кожному авторові — найменше це стосується літературно-художніх творів. Далеко не всі ще до виходу книги у світ уявляють її як складну цілісність об'єктивованих і віртуальних компонентів. Ще складніше мислити про неї в конкурентних ситуаціях і на орбітах цільових аудиторій. Такі клопоти багатьом авторам нецікаві або недоступні. Вони можуть бути і необов'язковими, якщо відповідальність за книгу перебирає кваліфіковане видавництво. Стратегічний його мінімум — реалізація своїх обов'язків і прав щодо підготовки та випуску ефективного видання, забезпечення його динамічного життя на ринку і в читацькому світі. Стратегічний максимум — повноцінне партнерство з автором на всіх етапах процесу книги, на якомога ширшому плацдармі і якомога триваліший час.

Стратегічно зорієнтована робота з авторами — не тільки пошук і спільне використання можливостей, а й прогнозування, відстеження та уникнення деструктивних ситуацій. Моніторинг сформованого та потенційного авторського середовища сприяє також пізнанню специфічних схильностей

авторів, із якими найчастіше пов'язані видавничі труднощі. У цьому багато значить інформація, яка характеризує їх інтереси і мотивації: критерії, за якими вони оцінюють власні тексти, і мотиви, якими керуються, шукаючи додатне для реалізації своїх інтересів видавництво; моделі, прояви ділової поведінки видавництв, які задовольняли або не влаштовували їх у попередньому досвіді; базові альтернативи при ухваленні рішення про співпрацю; усвідомлення соціокультурної цінності видавництва і його ролі в забезпеченні конкурентоспроможності книги; чинники, що провокують контрпродуктивну поведінку.

Аналіз потенціалу авторського середовища і конкретного автора супроводжується роздумами про те, наскільки ідеї, які він виношує, спроможні прислужитися його саморозкриттю і додати конкурентних сил видавництву. Не менш важливі відповіді на питання: що безпосередньо дасть видавництву поява конкретного автора в контексті його діяльності; у якому співвідношенні перебуватимуть імовірні вигоди і проблеми, які можливі при цьому альтернативи тощо. Побачити перспективного автора, збалансувати умови відносин — компетенція редактора. В одних ситуаціях він може настирливо добиватися конструктивної уваги автора-початківця, в інших — не побачити резонансу взаємодії з донедавна респектабельним автором.

Автори завжди позитивно відзначають для себе індивідуальний підхід редактора, його зацікавленість в успіху книги і здатність усе зробити для цього. Із часом більшість із них визнає виправданими і належно оцінює стійкість, послідовність і несхитність редактора у принципових питаннях. У стратегічному вимірі ситуативні незручності, які автор переживає, спілкуючись із сильним і відповідальним редактором, — благо порівняно з комфортом, який він може відчувати у взаємодії з фахово несформованим і не позбавленим людських слабкостей.

Зацікавлений у якісній книзі автор знаходитиме все необхідне для поліпшення тексту, якщо редактор (видавництво) аргументовано ініціюватиме це. Не рідкість і протилежні моделі поведінки. Імовірність їх важливо бачити ще до початку редакційно-видавничого процесу і не починати роботи без узгодження всіх принципових питань. Це сприяє уникненню подій, спроможних зруйнувати вибудовану впродовж тривалого часу конструкцію відносин і перекреслити затрачену працю. Деструктивні ситуації мають різне походження (виснаження сил, об'єктивна нездатність працювати на рівні вимог видавництва, невмотивовані самооцінки) і сценарії (захисні — раціоналізація, уникнення, втеча; наступальні — конфлікт, поширення неправдивої критичної інформації про видавництво).

Видавництво завжди шукає авторів з високою репутацією в читацькому світі, зацікавлено іде їм назустріч. Авторитет і привабливість автора, як і репутація видавництва, формують емоційне, ціннісне поле, систему взаємних очікувань, мотиваційну основу взаємодій. Але навіть у відносинах з авторитетними і відповідальними авторами видавництво не може дозволити собі втратити контроль над процесами підготовки і позавидавничого буття

книги. При цьому йому доводиться враховувати загальні тенденції у відносинах автора і видавництва в межах національної видавничої системи, особливості оперативних ситуацій, що виникатимуть між ними, і специфічні умови, в яких опиняється книга. «Кожен автор індивідуальний, має власне світоглядне мислення, і часто індивідуальність автора може применшити як соціальну, так і наукову значущість праці» [15, с. 15]. Після того як автор поставив останню крапку, твір ще довго пульсує в його свідомості (наслідок тривалої активізації нервових центрів), провокуючи ірраціональні очікування і поведінкові реакції, які нерідко ускладнюють взаємодію з ним. Досвідчений редактор завжди обирає індивідуалізовані тактики взаємодії. Байдужість до таких закономірностей, непослідовність у справах роблять видавництво керованим авторами, що загрожує розмиванням його концептуальності, знеціненням репутації, втратою стратегічних позицій. Інша крайність — намагання узурпувати владу у сфері спільної з автором компетенції, самочинно вирішувати питання, що стосуються взаємних інтересів. Як правило, це травмує авторів, спонукає їх до пошуку сприятливішої атмосфери, переорієнтації на інші видавництва. Стійкі та перспективні моделі передбачають визнання індивідуальності автора і його напрацювань з одночасним усвідомленням відповідальності перед читачем, який розраховує на якісний продукт. Завдяки цьому реалізується і відповідальність перед автором.

Воля автора в усіх ситуаціях, що стосуються твору, — імператив. Однак це не звільняє редактора (видавництва) від необхідності також виявити інтелектуальну, творчу волю і знаходити аргументи, щоб переконати його в доцільності рішень, які роблять твір і книгу сильнішими, і небажаності тих, що шкодять. Активна роль видавництва передбачає однакову ретельність на рівні власних інтересів та інтересів автора. За такого підходу редактор думає і працює на метарівні — від свого імені, від імені автора і читачів, іноді — і суспільства, знаючи їх наміри, прогножуючи реакції і виявляючи послідовність у тому, що робить сам.

Автори часто мислять категоріями і в масштабі твору, редактор — категоріями і в просторі книги, розглядає її очима автора і читача, крізь призму концептуальних засад і стратегій видавництва, а також її конкурентного середовища. Доводиться йому екзамінувати твір і книгу в контексті сприятливих і обмежувальних суспільних факторів. Відповідальне ставлення до автора і книги зобов'язує бути фахово ретельним у всіх питаннях видавничого процесу. «Навіть найкваліфікованіший редактор зазнає невдачі, якщо він невимогливо поставиться до автора, допустить лібералізм, виявить поблажливість до твору, який потребує значного доопрацювання» [15, с. 14]. Неаргументовані і невиважені дії, недобррозичливі судження — небезпечний інструмент. І не лише тому, що надовго фіксують у свідомості автора негативні думки та емоції, провокують реваншистські домагання. Рідко недовислуханий і недооцінений автор позитивно висловлюватиметься на адресу видавництва, у якому його не зрозуміли. Не виключені і найнелогічніші недружелюбні прояви.

Редактор, працюючи над оригіналом, мислено проектує майбутню книгу, відповідно організовуючи старання свої та автора. На перетині їх інтересів можливі зацікавлений, конструктивний діалог, компроміси, у результаті яких кожна сторона здобуває своє. Основною платформою вирішення спірних питань є цінність автора для видавництва, книги — для читача. Авторів здебільшого приваблюють висока репутація видавництва, впевненість, що співпраця з ним завершиться добротним результатом. Часто вони орієнтуються на кваліфікацію, особистісну і ділову культуру редактора, навіть психологічну сумісність із ним. Висококомпетентний редактор знає, що очікування авторів не обмежуються надійністю відносин, якістю роботи з текстом, культурою книги, розмірами винагороди. Тому комунікаційний фактор він використовує як запоруку власного успіху. Об'єднуючись заради спільного, і автор, і редактор не раз поступаються суб'єктивним: для автора твір — «улюблене дітище», для видавця він «всього лиш — товар» [4, с. 90]. Працюючи на спільну справу, вони знаходять взаємовигідні рішення на тонкій грані між інтересами і можливостями, правами і обов'язками.

Управління авторським середовищем і відносинами з авторами — стратегічна функція. У цій справі знання мотивацій, психокультурних характеристик авторів, їх поведінки в різноманітних ситуаціях доповнюється вмінням гнучко впливати на інтереси, цілетвірну сферу, концентрацію зусиль кожного з них. Мета — стимулювати конструктивні реакції і дії, унеможливити кризові ситуації. У практиці зарубіжних видавництв за це відповідає редактор-організатор (редактор-замовник, редактор-куратор). Його статусно-рольові характеристики добротно представлені у книзі Дж. Девіс «Відбір і оцінка рукописів». Він — помічник, товариш, зацікавлений співрозмовник автора, генератор «більшості видавничих ідей» [14, с. 15], перший читач його творів і доброзичливо вимогливий опонент, а також посередник «між автором і тим, що виходить з-під його пера» [14, с. 16], «придумує книгу», розпізнаючи її контури навіть у «малозрозумілому проекті» [14, с. 17].

Стрижнем мотиваційної системи редактора-організатора є створення книги з «неослабною енергією». Тому і переймається її змістом, обсягом, ціною, накладом, інформаційною підтримкою. Він першим висловлює авторові правду про твір; першим вислуховує його претензії, докори і приємні слова.

У великих видавничих компаніях акумулюванням та експертизою ідей, формуванням тематичних планів і авторського корпусу, аналізом та відбором текстів займаються спеціалізовані програмні групи. Сконцентровані там фахівці володіють умінням сканувати соціокультурний простір, розглядаючи його як ресурсне джерело. Активно використовують при цьому і послуги скаутів. Українські видавництва таких підходів не використовують.

Діалектика відносин редактора і автора по-різному поєднує солідарне та антагоністичне, усвідомлення взаємозалежності і взаємну боротьбу, очікування ініціативи і приборкування її, визнання і претензійність. Сильний редактор бореться не за своє право, а за успіх книги. Сильний автор завжди

здатний поступитися амбіціям на її користь. Майже для всіх авторів фігура редактора — один із визначальних критеріїв при виборі видавництва. Майже для всіх редакторів з фігурою автора пов'язані очікування і тривоги, тріумфи і проблеми.

Робота з авторами так само делікатна і складна, як і над текстами. Навіть прізвища авторів інформують про репутацію, маркетингову культуру видавництва, стратегічні амбіції і можливості їх реалізації. Одні з них зміцнюють його авторитет, інші — загрожують девальвацією іміджу. Грамотне використання таких знань допомагає краще прогнозувати і прочитувати індивідуальні прояви поведінки авторів, обирати адекватніші ініціативи, превентивні та захисні тактики у відносинах із ними. Останнім часом були зроблені спроби виокремити і охарактеризувати типи авторів на основі надбань психології особистості, соціальної психології і соціоніки. Щоправда, у них метафоричне переважає над соціальним. Якусь орієнтацію щодо психотипів і поведінки авторів вони дають, хоч жодна з них не вичерпує багатоманітності цього середовища. Менш категоричні та претензійні описові моделі, які беруть до уваги творчий потенціал, партнерську обов'язковість, оперативність, моральну культуру, мотивації, об'єктивність оцінок і самооцінок тощо.

Стратегічно найціннішими є лояльні до видавництва, маркетингово ефективні автори, які поділяють його принципи, дорожать відносинами, орієнтуються на його культуру. Їхнє ставлення до видавництва приваблює інших авторів.

Багато перспектив обіцяє співпраця з обізнаними у своїй справі, вправними, самоусвідомленими авторами. Вони знають собі ціну і цінність створеного ними. Альтруїстичні пориви притаманні не кожному з них — їх цікавить вигідна співпраця з ефективним видавцем: із сильним рахуються, слабкого — ігнорують або підпорядковують своїй волі. Побудувати відносини з ними потрібно на ретельно обґрунтованій і чітко сформульованій основі з максимальним дотриманням усіх умов. Орієнтація на компроміси — малоперспективна.

Специфічна категорія — автори, які багато знають і вміють, однак їх тексти слабші за потенціал. Поширені причини цього — дефіцит зосередженості і терпіння, схильність до сибаритства. У взаємодіях вони передусім уважні до етичних питань і надмірно вразливі до проявів редакторського радикалізму. Увага і визнання більше значать для них, ніж меркантильні питання.

Неабиякої ретельності вимагає робота з авторами, чиї репутація, мотивації, культура ділової поведінки сигналізують про можливі репутаційні і правові ризики для видавництва. Їх розпізнають, консультуючись і психоаналітичними методиками. Найбільша непевність пов'язана з тим, що хтось із них може запропонувати під своїм прізвищем чужий твір. Такі тексти потребують вимогливої перевірки на плагіат.

Настороженість викликають автори, схильні пропонувати свої тексти одночасно кільком видавництвам. Дехто з них створює непрості етичні випробування, оскільки його прізвище фігурує серед авторів на обкладинках багатьох видань і надто різної тематики. Якщо цінність видання позбавлена стратегічної сили, аргументів для конструктивних відносин знайти майже неможливо.

Складними бувають і взаємодії з авторами, які передчасно повірили у власну непогрішність. Мало хто з них на початках бачить у редакторів партнера і чує його аргументи. Нерідко скептично висловлюються щодо його спроможності до фахового прочитання їх творів. Із часом сильного редактора вони побачать, почують, визнають і навіть дорожитимуть співпрацею з ним. Редактору, який не зумів досягти цього, випадає зайнятися самоаналізом і саморозвитком.

До авторів, які замуруються у фортеці самозакоханості і понад усе ставлять свої амбіції, краще і не шукати дороги чи забути її. Їх розпізнати можна за схильністю при першій зустрічі критикувати книги попередників, підносити неіснуючі переваги власного тексту, зневажливо висловлюватися про можливості редактора претендувати на повноцінне партнерство при підготовці твору. Така поведінка може бути одним із захисних проявів Я-концепції, низької кваліфікації або етичної недосформованості. Усі варіанти сигналізують про імовірність проблем на будь-якому етапі відносин.

У двері можуть постукати охоплені пошуком кращих можливостей автори. Уже при знайомстві вони некомпліментарно висловлюються про видавництва, з якими раніше мали справу, і не шкодують похвал на адресу нового, ще не знаючи його. Відносини з ними приховують різні несподіванки, здебільшого — неприємні. Позитивно мотивує хіба що справді перспективний текст. Однак при цьому потрібно надійно захистити позиції видавництва документально і підтверджувати практикою.

Диктат автора паралізує волю редактора і знеохочує його до надзусиль заради успіху книги. Диктат редактора вселяє автору відчуття приниженості. Відсутність взаєморозуміння між ними руйнує майбутнє навіть потенційно дуже перспективних видавничих проєктів. Співтворчість забезпечує високі результати і там, де непросто їх було спершу побачити: «Видавець, захоплений великою книгою, виконує свою роботу щодо її видання і розповсюдження на найвищому рівні» [16, с. 18]. Найсильніше дошкуляють деструктивні ситуації з автором, у твір якого було вкладено дуже багато формально невластивої редактору (видавництву) праці. Такими діями видавництво, розв'язуючи одні стратегічні проблеми, створює інші. Неякісний текст, трансформований його стараннями у пристойну книгу, часто приносить малоочікувані клопоти в майбутньому.

Головне у взаємодії з авторами — чіткість, зрозумілість, послідовність і обґрунтованість дій, уникнення суб'єктивних смаків, емоцій, відсутність сумнівних компромісів. Побудовані на нездоровій основі відносини майже завжди стають проблемою. Тому перед прийняттям рішення про співпрацю з

автором досвідчені видавці всебічно вивчають його шлях, репутацію, мотиваційну основу. Особливо важливі питання — наскільки він поділяє концептуальні підходи видавництва; яке видання має намір побачити, яку роль відводить собі і видавництву у процесі його підготовки. Послугуючись однаковими словами, автор і редактор можуть нетотожно витлумачувати їх зміст. Знаючи це, редактор ще до початку роботи над книгою письмово фіксує всі необхідні для конструктивних відносин об'єктивні параметри.

Сильні автори прагнуть працювати з видавництвом, «портфелем книг і маркетинговою політикою якого вони захоплюються» [14, с. 36]. Право на їх увагу здобувають сильні видавництва, в яких — закономірно — працюють сильні редактори.

1. Антипов К. В. Меняющейся отрасли нужны высококлассные специалисты / К. В. Антипов // Книжная индустрия. — 2012. — № 1. — Январь–февраль. — С. 30–33.
2. Афанасьева К. Деперсоналізація автора в умовах розвитку мережових комунікацій / К. Афанасьева // Вісник Книжкової палати України. — 2011. — № 8. — С. 11–13.
3. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика / Р. Барт. — М. : Прогресс ; Универс, 1994. — 616 с.
4. Барякина Э. Справочник писателя: Как написать и издать успешную книгу / Э. Барякина. — М. : Университетская книга, 2009. — 196 с.
5. Бурдые П. Поле литературы / П. Бурдые // НЛЮ. — 2000. — № 45. — С. 22–87.
6. Даниленко В. Лісоруб у пустелі: Письменник і літературний процес / В. Даниленко. — К. : Академвидав, 2008. — 352 с.
7. Дэвис Дж. Отбор и оценка рукописей / Джилл Дэвис ; науч. ред. пер. Н. Г. Николаюк, О. В. Коланькова ; [пер. с англ. М. В. Ланшинова]. — М. : Университетская книга, 2008. — 227 с.
8. Зими́на Л. В. Современные издательские стратегии: от традиционного книгоиздания до сетевых технологий и культурной памяти / Л. В. Зими́на. — М. : Наука, 2004. — 274 с.
9. Маркова В. Від автора і читача до користувача / В. Маркова // Вісник Книжкової палати України. — 2012. — № 3. — С. 9–11.
10. Олдингтон Р. Смерть героя / Р. Олдингтон ; пер. з англ. Н. Галь. — К. : Будівельник, 1982. — 368 с.
11. Парандовський Я. Алхімія слова / Я. Парандовський ; пер. з польс. Ю. Попсуєнка. — К. : Дніпро, 1991. — 374 с.
12. Письменництво: важкий хрест чи терновий вінець / упоряд. В. Бондар. — К. : Ярославів Вал, 2010. — 368 с.
13. Почепцов Г. Від Facebookу і гламуру до WikiLeaks: медіакомунікації / Г. Почепцов. — К. : Спадщина, 2012. — 464 с.
14. Рисс О. В. От замысла к книге: Очерки о технике литературного труда / О. В. Рисс. — М. : Издательство ЛКИ, 2010. — 144 с.
15. Рябина Н. З. Психология редакционно-издательского процесса : уч. пособие / Н. З. Рябина. — М. : Логос, 2008. — 256 с.
16. Уэбстер Р. Как написать бестселлер / Ричард Уэбстер ; пер. с англ. Е. В. Степановой. — М. : Астрель: АСТ, 2005. — 191 с.
17. Фуко М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности / М. Фуко. — М. : Магистериум-Касталь, 1996. — 448 с.
18. Хайдеггер М. Время картины мира / М. Хайдеггер; сост., пер., вст. ст., коммент. и указан. В. В. Библихина. — М. : Республика, 1993. — С. 41–62.

АВТОР В СТРАТЕГИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ ИЗДАТЕЛЬСТВА

В статье идет речь о современных интерпретациях статусно-ролевых соотношений автора и произведения (текста), а также о стратегических закономерностях взаимодействия автора и издательства.

AUTHOR IN STRATEGIC SYSTEM OF PUBLISHING

The article is about modern interpretation of the status-thematic correlation between author and his work (text) and the strategic patterns of interaction between author and publisher.

Стаття надійшла 10.04.2012

УДК 82-93+002.2

Е. І. Озар*Українська академія друкарства***ДИТЯЧА ЛІТЕРАТУРА
ЯК ОБ'ЄКТ ВИВЧЕННЯ В УКРАЇНСЬКІЙ НАУЦІ
кінець ХІХ—початку ХХ століття**

Оцінюється інтелектуальна спадщина тих видатних діячів української науки й освіти, письменників (І. Франка, Б. Грінченка, Х. Алчевської, С. Русової, С. Сірополка та ін.), які у своїх працях зверталися до проблем дитячої книги та дитячого читання, заклали підвалини як самої української дитячої літератури, так і науки про неї.

Дитяче книго- та пресовидання, педагогічно-психологічні дослідження, дитина-читач, диференціація читацької аудиторії, жанрово-тематична характеристика творів

Перші спроби теоретичного осмислення феномена дитячої літератури в історії української науки припадають на кінець ХІХ—початок ХХ ст. і пов'язуються, насамперед, з Галичиною. Саме тут в означений період було локалізоване видавання україномовної дитячої літератури. Пожвавленню дослідницьких пошуків в окресленій царині сприяло, з одного боку, зростання активності українців у політичній та культурній сферах суспільного життя, зосередження уваги на проблемах національної освіти та національного книго- і пресовидання, для дітей, а з другого — бурхливий розвиток європейської науки, зокрема педагогіки та вікової психології, які «обернулися обличчям» до теми дитинства і дитини.

Почавшись із поодиноких публікацій наприкінці ХІХ ст., згодом, уже в 20–30-х рр. ХХ ст., обговорення проблем дитячої літератури і дитячого читання набуло доволі регулярного характеру. На початку ХХ ст. особливо активними були діячі Руського товариства педагогічного (О. Барвінський, В. Білінський, Д. Лук'янович, К. Малицька, К. Паньківський та ін.), які видавали дитячий журнал «Дзвінок» (1890–1914), уклали та оприлюднювали «програми подальшого впливу на дитячу літературу». З часом коло тих, хто доєднувався до загальної дискусії, постійно зростало, а спектр проблем — розширювався.

Ця дискусія розгорнулася головню на сторінках педагогічної та просвітянської преси, зокрема «Учитель», «Українська школа», «Рідна школа», «Рідна мова», «Методика і шкільна практика», «Шлях освіти», «Шлях виховання і навчання» тощо. Спорадично публікації, дотичні питань дитячої книги, з'являлися й на сторінках книгознавчої періодики (часописах «Книгарь», «Книжник», «Українська книга», «Книжка», «Бібліотечний порадник» тощо). Своїми думками і спостереженнями обмінювалися педагоги і психологи, книгознавці та бібліографи, які часто мали власний практичний досвід у царині дитячої літератури та публіцистики (Я. Біленький, В. Великанович, М. Галушчинський, М. Гнатишак, Є. Грицак, Б. Заклинський, А. Крушельницький,