УДК 655.3.062

Тетяна Булах,
доцент кафедри документознавства та книгознавства ХДАК

Система критеріїв оцінювання якості книжкової продукції

Визначається поняття "якість книжкової продукції", характеризуються її складові та їхній вплив на вибір покупця.
Ключові слова: *книги, якість книжкової продукції, критерії якості, реалізація.*

Основними характеристиками сучасного видавничого процесу є спрощення підготовки видання до друку завдяки використанню настільно-видавничих систем, можливість публікувати книги малими тиражами, зокрема одиничними примірниками, що, з одного боку, збільшує кількість назв виданих книг, з іншого — актуалізує вислів "кількість не означає якість", оскільки книжковий ринок виявився захаращеним неякісною продукцією. Закономірно виникає запитання: що розуміється під поняттям "якість видання" і чи не є вона категорією відносною, адже маємо справу з продуктами інтелектуального виробництва суспільства, котрі не підлягають однозначному оцінюванню. Необхідність відповіді на нього *актуалізує* дослідження порушеної проблеми.

Аналіз наукової літератури довів, що на сьогодні існують лише поодинокі спроби комплексного наукового осмислення поняття "якість видання" та її складових, хоча окремі аспекти означеної проблеми всебічно розглянуті фахівцями, зокрема в працях Г. Глотової, Н. Зубко, А. Судин, С. Гавенко, Р. Влох, В. Теремка та ін. Так, С. Гавенко зосереджується на якості виготовлення видань [2—6], доречно зазначити, що предметом її вивчення є визначення критеріїв добротності видавничої продукції загалом. Р. Влох аналізує критерії оцінювання наукових фахових видань [1], а В. Теремко акцентує на філософсько-економічних вимірах буттєвості книги [22]. С. Кашуба, Т. Олада, А. Стрижак [12] переконані, що вирішувати завдання оцінки якості видання необхідно за допомогою методу аналізу ієрархій. Автори пропонують звертати увагу на такі фактори, як літературний, поліграфічний, інформаційний, соціальний, композиційний, лінгвістичний, психолінгвістичний, приділяючи увагу процесу математичного розрахунку якості видання, але не надають характеристики кожного фактора.

Загалом можна стверджувати, що науковці по-різному формулюють поняття "якість видання", відрізняються й підходи до визначення критеріїв оцінювання видань, що ускладнює їхнє застосування на практиці та потребує деякої конкретизації. Тож *метою* статті є аналіз та уточнення сутності критеріїв якості видання, визначення її впливу на рівень збуту книжкової продукції.

У контексті порушеної проблеми важливим є дослідження Г. Глотової [8], котра при формулюванні поняття "якість" керується визначеннями, зафіксованими в стандартах ISO і зазначає так: "Якість видавничої продукції як матеріалізована й розмножена (тиражована) форма втілення розумової, духовної і виробничої діяльності її творців визначається сукупністю змістовно-інформативних, техніко-технологічних, ергономічних, естетичних, економічних параметрів" [8]. Автор стверджує, що в маркетингу якість видавничої продукції визначають на п'яти рівнях: внутрішня якість — інформаційна насиченість видання (зміст), якість редакторсько-художньої підготовки авторського оригіналу до друку, яка акцентує зміст та визначає подальшу категорію якості; матеріальна — якість втілення задуму автора, редактора і художника в матеріальну форму засобами поліграфії, її виразність, естетичність, зручність у користуванні; ринкова якість як відповідність попиту та потребам споживачів; якість обслуговування споживачів як доступність і достовірність рекламно-інформаційних акцій, місце, час, добір послуг та психологічний клімат при обслуговуванні покупців; суспільна якість — відповідність потребам інформаційного забезпечення соціально-економічного розвитку суспільства [8].

І якщо формулювання поняття "якість видавничої продукції" не викликає заперечень, то наведений поділ на рівні, на наш погляд, не цілком виправданий, насамперед тому, що характеризується логічними розбіжностями. Так, якщо є внутрішня якість, то має бути й зовнішня, про яку не йдеться в статті. Зате говориться про матеріальну якість, котра мала б припускати існування нематеріальної, під якою автор розуміє внутрішню якість. Таким чином в означеній градації порушена головна вимога класифікації: відповідність ознаки поділу та виокремлених у межах цієї ознаки різновидів. Відповідно поняття "внутрішня" та "матеріальна" якість вважаємо некоректними. Крім того, якість обслуговування, на наш погляд, не можна вважати складовою якості видання, оскільки вона більшою мірою стосується організації діяльності книготорговельного закладу. Ринкова ж і суспільна якість в ідеалі мають становити одне ціле, тому, на нашу думку, їх також недоречно розрізняти.

Дещо іншої позиції дотримують автори Н. Зубко, А. Судин, котрі пропонують оцінювати якість видання за такими параметрами:

У сфері інформаційній: Якість розкриття теми: актуальність, новизна (самої обраної теми і фактичного матеріалу, який її розкриває), глибина і повнота, доцільність розкриття і наведення фактів, інформаційна ілюстративність, що допомагає розкрити тему.

Якість подання інформації з огляду на коло споживачів і функції тексту: жанр, мова, стиль, логіка і спосіб викладу, композиція, апарат видання, шрифтові, текстові та графічні виділення, таблиці, формули.

У сфері матеріально-технічній: Якість відображення тексту й ілюстрацій (залежні від вибору друкарських технологій і паперу), інколи називають "читабельність", яка, зокрема, є і вираженням ергономічності: розмір і накреслен-

© Булах Т., 2013

ня (гарнітура) шрифту; формат книги і особливості верстання, розміри берегів, чіткість відтворення елементів шрифту, чистота і незабрудненість друку, просвічуваність паперу, відблискування світла від поверхні лискучого паперу, який може, з одного боку сприяти якості відтворення ілюстрацій, але заважати сприйняттю тексту, з іншого — це точність і відповідність до аналогу відтворення ілюстрацій.

Якість скріплення блоку книги (способом шиття, скріплення скобами чи склеювання) *і його обрізання*: міцність, витривалість на розрив і частоту розкриття, кут розкриття, рівність, акуратність обрізання.

Якість палітурки, яка є пакуванням книги зі всіма його захисними і рекламно-інформаційними функціями: міцність (особливості та якість додаткового зміцнення обгортковими матеріалами), твердість, гнучкість або негнучкість, акуратність виготовлення, скріплення із блоком, естетичне оформлення, привабливість, особливості форзацу [11].

Означена класифікація є достатньо повною, але для зручності оперування поняттями вважаємо за потрібне внести деякі корективи, беручи за основу визначення поняття якості, запропоноване цими авторами: "Якість книги — це маркетингова сукупність властивостей, ознак, які, як і щодо інших типів товарів, визначають відповідність книги запитам споживача (покупця, читача)" [11]. Наведене визначення потребує уточнення: якими є запити (по суті вимоги) споживачів до книг? Як стверджує С. Гавенко, "...читачі при оцінюванні книжкових видань у першу чергу акцентують увагу на естетичних показниках: на дизайні, оригінальності конструкції. На другий план читачі виносять експлуатаційні показники: читабельність, зрозумілість, правдивість змісту інформації, вдало вибране шрифтове оформлення, кут розкриття книжкового блоку, довговічність видання. І в останню чергу читач звертає увагу на такі кваліметричні показники, як кондиційність — відповідність видання технічним нормам, або стандартам, релевантність — відповідність її цільовому призначенню, певному типу видань" [5].

Вважаємо, що всі перелічені показники можна звести до трьох найголовніших характеристик, за якими здійснюється оцінювання видавничої продукції: зміст, оформлення та рівень виготовлення видань. Тому, на наш погляд, якість розкриття теми та якість подання інформації слід позначати як "змістовна якість видання". А такі показники, як якість скріплення блоку, якість палітурки, які запропонували Н. Зубко, А. Судин, варто об'єднати поняттям "якість виготовлення видання". Під якістю відображення тексту й ілюстрацій, необхідно розуміти якість отриманих відбитків — характеристика, що також має оцінюватися за параметром "якість виготовлення", а розмір і накреслення (гарнітура) шрифту — ті параметри, котрі автори [11] розуміють як "якість відображення тексту й ілюстрацій", необхідно позначити як "якість оформлення видання". Тобто, на наше переконання, відповідно до характеристик, за якими оцінюють видання покупці, якість видання має три складові: змістовна якість, якість оформлення та якість виготовлення. Розглянемо їх детальніше.

Кожна з наведених характеристик відіграє важливу роль під час прийняття рішення про придбання книги, але вирішальне значення, звичайно ж, відводиться змісту (тексту) видання, заради якого, власне, воно й купується. Щодо цієї складової якості книги, як стверджують Н. Зубко, А. Судину у начерку: "…отих жорстких критеріїв, які часами виводяться для виробників інших товарів, просто нема. …Кожен редактор скаже, що їх і не може бути, якщо мова іде про зміст видання, тобто про якість його викладу" [11]. Це дійсно так, я*кість змісту* видань справді не піддається точному вимірюванню, є значною мірою відносною та суб'єктивною, при оцінюванні змісту читачі здебільшого керуються емоційними критеріями: подобається/не подобається, зрозуміло/не зрозуміло, хочу/не хочу читати далі. Але все ж таки існують певні критерії якісної книги, що суттєво відрізняються для видань різних типів і видів. Так, у випадку з художньою літературою серед критеріїв якості тексту є здатність автора легко, невимушено зображувати події, створювати непередбачуваний сюжет та зображувати героїв, котрі викликають сильні почуття у читачів, змушують їх співпереживати з персонажами, перейматися їхніми долями та ін. Все це безпосередньо залежить від майстерності автора та не підлягає формалізації. Якісними, на наш погляд, можна вважати книги, що змінюють читача як у переносному, так і в буквальному сенсі: вони збагачують тих, хто їх читає, спонукають до особистісного зростання, сприяють переосмисленню ціннісних настанов читача та ін., але при цьому не перешкоджають фізичному та духовному розвитку індивіда, не спонукають завдавати шкоди іншим людям, довкіллю тощо. Звичайно ж, оцінювання за критеріями якості змісту здебільшого є суб'єктивним, умовним, оскільки залежить від смакових уподобань читачів, рівня засвоєння матеріалу, від цінностей, набутих індивідом упродовж життя, зокрема в дитячому віці. Саме цінності, що формуються в дитинстві, зумовлюють потреби, тому настільки важливим є залучення дитини до читання, навчання її читати вдумливо, осмислено. Проблема дитячого читання не нова. Ще І. Франко наголошував, що "…книга повинна формувати в дитини об'єктивний погляд на життєві явища, сприяти її всебічному розвитку, а для цього вона має бути зрозумілою та доступною дитині" [15]. Тому видатний письменник, поет, публіцист надавав рекомендації батькам стосовно того, яким чином необхідно прищеплювати любов до книги, зокрема радив: "…якщо випадково трапляться складні або навіть небезпечні в моральному сенсі місця, нехай батьки не виявляють ні замішання, ні страху, ні нічого такого, через що дитина звернула б на це місце особливу увагу. Таким чином маленький читач (слухач) не зациклиться на тому чи іншому епізоді, а батьківське мовчання свідчитиме про їхню маловартісність" [15]. Іван Якович також відзначав: "Не належить давати їм сентиментальних і романтичних нісенітниць, але вибирати твори, які образують розум і дух, і становлять таким чином здоровий корм для душі. Найотвітніші до того — малі оповідання з подорожей та історії народного та родинного життя, де уявлення живе і ясне, спосіб вираження простий і зрозумілий. Наука, поправа і моральність повинні бути головними елементами і підставами тих творів" [15]. Означені рекомендації Великого Каменяра не втратили актуальності й нині, тобто, як і раніше, дитяча література має розвивати уяву, вчити співпереживати, мислити, формулювати власну думку.

Зовсім інші критерії висувають до наукової літератури. Для оцінювання її змісту первинними є новизна дослідження, його об'єктивність, точність, логічність викладення, практична значущість матеріалу. Важлива роль у наукових виданнях відводиться структурі тексту, яка хоча й є складовою оформлення, значно впливає на його зміст. Правильно структурувати результати наукової діяльності допоможуть відповідні нормативні документи, зокрема ДСТУ 3008—95. "Документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура і правила оформлення" [10]. Для науково-популярних видань, крім перелічених, важливою є доступність викладення матеріалу для широкого загалу. Оцінювання якості наукових видань спрощується тим, що засоби цього оцінювання формалізовані. Так, показником якості праць учених є індекс цитування — кількість посилань на роботи дослідника у відповідній галузі наукового знання за конкретний період та кумулятивний індекс цитування — загальна кількість посилань на всі роботи автора за весь час його діяльності. Для оцінювання якості наукових журналів застосовують імпакт-фактор (ІФ, або IF) — чисельний показник важливості наукового журналу, який розраховує Інститут наукової інформації. Для цього фіксується кількість посилань на конкретний журнал у виданнях, що відстежує інститут, розміщених

упродовж останніх трьох років. Як зазначає Р. Влох: "Імпакт-фактор забезпечує чисельну основу для редакторів і видавців, з урахуванням якої вони формують спрямованість журналів відповідно до конкуренції, започатковують нові видання, які відрізняються від інших за тематикою в даній галузі або міждисциплінарні тощо. Саме на імпакт-факторові та вартості видання ґрунтується рішення про придбання журналу" [1]. Довідкові видання мають відповідати вимогам повноти представлення пропонованого матеріалу, точності, достовірності фактів. Тобто до змісту кожного типу висуваються окремі вимоги, дотримання яких дає підстави стверджувати, що видання є якісним. Загалом при оцінюванні змісту варто звертати увагу на аспекти буття книги, виокремлювані та детально описувані В. Теремком: онтологічний (буттєвий); гносеологічний (пізнавальний); аксіологічний (ціннісний); праксеологічний (практичний); акмеологічний (грец. *Akm* — вищий ступінь чогось, вершина); соціальний, ідеологічний [22].

Отже, критеріями якості змісту видання є як його емоційний, психологічний та інші вплив на споживача, так і дотримання формалізованих вимог структурування твору, що відрізняються для видань різних типів та видів. За якість змісту книги несе відповідальність автор. Контроль якості змісту видання (достовірності фактів, логічності викладення матеріалу та ін.) здійснюють рецензенти, наукові редактори, головні редактори видавництв.

Якість оформлення передбачає оцінювання видання за критеріями "акуратність" і "ретельність" верстання книги та її "дизайн" (художнє оформлення).

Верстання — це процес формування та монтажу сторінки видання [23]. Головним його завданням є гармонійне структурування матеріалу, що досягається дотриманням певних правил, зокрема використання шрифтів певних гарнітур і кеглів, а також дотримання заданих величин інтерліньяжу[1]. Верстка здійснюється з урахуванням дизайну макета та вимог правопису. Оскільки програми верстання не дають змоги суттєво редагувати текст, здебільшого верстальник працює з уже відредагованим текстом, керуючись вимогами художнього редактора, котрий стежить за єдністю вербальної та візуальної, семантичної та естетичної інформації у виданні. Тобто діяльність верстальника нерозривно пов'язана з діяльністю технічного та художнього редакторів. Невдале верстання здатне звести нанівець всі зусилля автора, художнього редактора та інших фахівців, які працюють над книгою. Гармонійне поєднання текстових, графічних елементів є невід'ємною частиною її дизайну, що забезпечує неповторність видання. Дизайн, тобто художнє конструювання книги — це тип діяльності у книжковому мистецтві, у ході якого створюється проект оформлення книжкового видання, йде пошук відповідно до проектних завдань його цілісної форми як матеріального об'єкта із просторово-конструктивними та композиційно-образними властивостями, форми, що покликана об'єднать в єдиний організм усі структурні елементи книги [13]. До її художнього оформлення видавництва залучають художника для ілюстрування, виготовлення оригіналів для окремих елементів видання (палітурки, обкладинки, форзаца, титульної сторінки, заставок, кінцівок, ініціалів та ін.) та для розроблення наборно-шрифтових композицій для частини чи всього тексту. Як стверджують спеціалісти: "Основними об'єктами художнього оформлення видання, є, з одного боку, ілюстрації та книжкова орнаментика (заставки, кінцівки, віньєтки), з іншого, — елементи зовнішнього оформлення, тобто титул, обкладинка, палітурка й форзац. Іноді художник оформляє розвороти, компонує розташування малюнків, підбирає шрифти. У цьому випадку художнє оформлення охоплює значно більшу кількість елементів оформлення. Щоб розробити вдалий макет книги, художникові мають бути притаманні такі якості, як розвинена уява, гармонійне сприйняття зорових образів, сприйняття друкованого слова як засобу комунікації, а не лише як способу передачі інформації" [13].

Найважливішим елементом дизайну книги є обкладинка чи палітурка. Саме вони формують перше враження про неї, тому їх потрібно розробляти особливо ретельно. Більше того, в ситуаціях, коли у покупця є вибір — різноманіття пропозицій у межах однієї назви, бажання придбати/не придбати видання багато в чому залежить й від того, чи подобається/не подобається потенційному покупцеві палітурка. Жорстких правил її оформлення не існує, найголовніша вимога — воно має узгоджуватися зі змістом книги, підкреслювати неординарність останнього, доповнювати його. Яскравим прикладом відмінного оформлення палітурки може слугувати дизайн роману Рея Бредбері "451 градус за Фаренгейтом" (рис. 1). У цій книзі йдеться про заборонені книги, що спалюють за наказом влади. У разі, якщо сама книга не сподобається, її також можна спалити, до цього рішення спонукає сірник, що додається, та сірникова смужка на корінці.

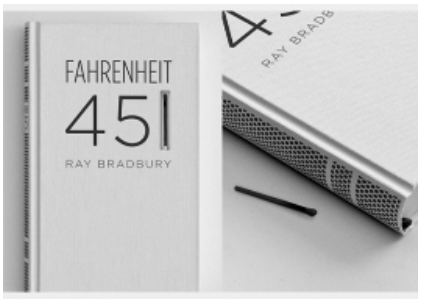

Рис. 1. Дизайн роману Рея Бредбері "451 градус за Фаренгейтом"

Привертають увагу обкладинки графічного дизайнера Ігора "Rogix" Удушливого (рис. 2—6), котрий вигадав оформлення, що об'єднує обкладинку й закладку в єдине ціле:

[1] *Інтерліньяж* (з фр. interligne — "написане між рядків") — міжрядковий проміжок, відстань по вертикалі між двома базовими лініями рядків. Вимірюється у пунктах і складається з кеглю шрифту і відстані між рядками. Деякі комп'ютерні програми використовують термін "line spacing" (міжрядковий проміжок), розміщення відступів в усьому виданні.

Рис. 2—6. Креативні обкладинки графічного дизайнера Ігора "Rogix" Удушливого

Саме подібні експерименти з обкладинками здатні вплинути на прийняття покупцем позитивного рішення щодо придбання товару.

Наступний елемент оформлення книги — її форма. Будь-яке видання, що відрізняється від звичного формату, привертає увагу потенційного покупця, оскільки особливістю людської перцепції є те, що вона ліпше сприймає об'єкти, котрі вирізняються на загальному фоні, насамперед вражають уяву. Це може бути мініатюрна книга, книжка-іграшка чи книжка-сюрприз, котрі й слугуватимуть мотивом покупки.

Традиція створення книг незвичної форми має давню історію. Одна з найдавніших спроб — манускрипт "Часослов" XV ст. Ніколя Блера (рис. 7). Книга в згорнутому вигляді має форму мигдального горіха, а в розгорнутому — сердця. Це означає, що коли людина молиться, її серце відкрите.

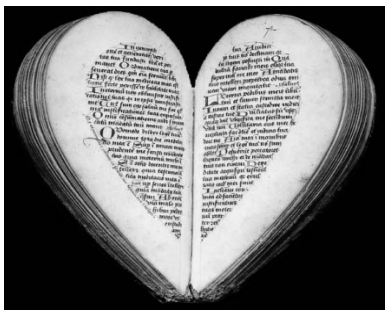

Рис. 7. Манускрипт "Часослов" XV ст. Ніколя Блера

Щодо сучасних книг, варто відзначити, що останнім часом набувають популярності видання незвичної форми. Зокрема, англійські та американські видавництва все частіше видають круглі, трикутні книги. Деякі зарубіжні видавці практикують публікацію книг на так званому рисовому папері, які після прочитання дозволяється вживати в їжу.

Серед шедеврів сучасного поліграфічного мистецтва фахівці називають чотири об'ємні книги-біографії, створені на замовлення державної організації Collective Promotion Dutch Literature (Колективне Просування Нідерландської Літератури), видані у формі голови головного героя (рис. 8, 9). Герої цих книг — художник Вінсент Ван Гог, нідерландський футбольний тренер Луї Ван Галь, єврейська дівчинка Анна Франк та голландсько-іранський письменник Кадер Абдул.

Рис. 8, 9. Об'ємні книги-біографії

Українські видавці також намагаються всіляко наблизити книгу до покупця, зробивши її зручною для читача. Так, харківське видавництво "Торсінг" надрукувало книгу "Українська кухня", що складається з трьох окремих частин, з'єднаних спіраллю (рис. 10). Ці частини гортаються в довільному порядку, даючи можливість швидко знайти потрібний рецепт.

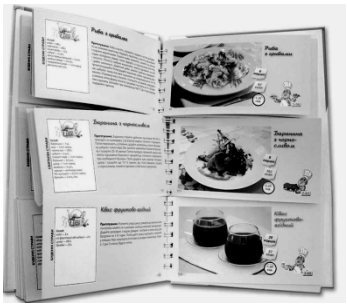

Рис. 10. Книга "Українська кухня"

Видавництво "Основа" практикує випуск двосторонніх журналів для дітей. Таким чином, у одному виданні маємо два самостійні. Відповідно, перша й остання сторінки обкладинки двох різних видань, що, звичайно ж, привертає увагу і малюків, і батьків. Багато дитячих видань також є своєрідними шедеврами видавничого мистецтва: вражають вигадливістю та непередбачуваністю книжки-іграшки, навчальна література, довідкові видання для дітей. Проте, як не дивно звучить, саме оформлення дитячих книг викликає чи не найбільше занепокоєння фахівців. Насамперед тому, що у випадку з дитячими книгами ілюстрація — елемент не лише оформлення, а й змісту, оскільки смислове навантаження мають саме вони (особливо у виданнях для молодшого та молодшого шкільного віку). Зокрема, кандидат психологічних наук, доцент кафедри загальної психології Санкт-Петербурзького державного університету й експерт у галузі ілюстрування дитячих книг М. Осоріна так окреслює означену проблему: "Колись радянські книжки для дітей, передусім ілюстрації, вважалися одними з кращих у світі. Роботи таких чудових художників, як В. Лебедєв, Ю. Васнецов, В. Сутєєв і багатьох інших класиків цього жанру, відомі всім з дитинства. Їхні ілюстрації вчили розуміти міміку і жестикуляцію персонажів, розвивали уяву і творче мислення дітей. Радянські художники-класики, які працювали для дітей, починаючи з 1920-х рр., протягом декількох десятиліть виробляли принципи ілюстрування книжок для дітей різного віку. І ці принципи були добре психологічно обґрунтовані. Культуру книжкової дитячої ілюстрації занапастили у нас у 1990-ті рр. Не останню роль у цьому відіграли економічні інтереси видавців. Великої шкоди завдало впровадження комп'ютерної графіки, через яку міміка, жести і пози персонажів втратили психологічну достовірність. Для дітей це погано, оскільки розглядання емоційно виразних зображень намальованих героїв допомагає дітям навчитися розуміти внутрішній світ персонажів завдяки їх зовнішній поведінці" [16]. Проблема, порушена М. Осоріною, актуальна, видавцям, як показує практика, потрібно відповідальніше ставитися до вибору художників-ілюстраторів дитячих видань.

Сучасних читачів не занадто здивуєш мініатюрними виданнями, вони є досить звичними нині. Проте й тут не уникнути несподіванок. Найменшою книгою у світі вважається "Альманах усіх квітів та рослин" (рис. 9), розмір якого менший за один міліметр. У цьому довідникові відображено всі квіти та рослини Японії. Над його створенням видавці працювали вісім місяців.

Крім незвичного оформлення, сучасні видавці в обкладинки книг усовують насіння рослин, які потім можна ви-

рощувати; застосовують обкладинки з тривимірним зображенням, а японські дизайнери Ері Акуну та Коджи Шинмізу вигадали обкладинки для книг у формі чашок. Їх доповнюють закладки, виготовлені у формі пакетиків для чаю (рис. 10, 11). Обкладинки виконані зі шкіри різних кольорів, розраховані на книги розміром 167х163 мм.

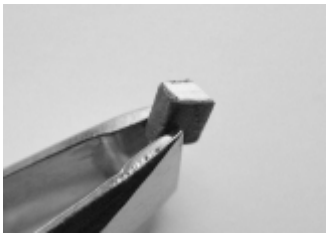

Рис. 11. Найменша книга у світі

Рис. 13, 14. Обкладинки для книг

Останнім часом набувають популярності й антибуки — оманливі суперобкладинки для книг з провокаційними надписами (рис. 12, 13). Вони не лише дають змогу приховати від оточуючих справжні читацькі уподобання, а й здатні суттєво поліпшити настрій пасажирам у транспорті, котрі мимовільно споглядають їх у той час, коли власник книги занурений у читання.

Рис. 15, 16. Антибуки

Всі названі фактори забезпечують позитивне сприйняття книжкових видань покупцями і є додатковим стимулом для їхнього придбання. Тобто якісне й креативне оформлення видання часто відіграє вирішальну роль у процесі прийняття рішення про придбання книги, оскільки здатне викликати бажання мати її у власній бібліотеці чи порадувати близьку людину гарним подарунком.

Психологічний вплив оформлення книжкових видань на прийняття рішення про їх придбання, а зрештою й на рівень збуту книжкової продукції, пояснюється одвічним тяжінням людини до прекрасного, до вищих людських цінностей. Сприймаючи прекрасне, ми часто забуваємо про корисне. Книга не виняток. Саме креативне оформлення, незвична форма видання здатні викликати миттєве, спонтанне бажання його придбати, оскільки зазвичай забезпечують непересічні відчуття під час взаємодії читача з книгою. Власне гладкість чи шорсткість паперу, примхливе мереживо палітурки, яскраві фарби оформлення перетворюють книгу на "живу" істоту, спілкування з якою забезпечує стан своєрідного трансу, якого неможливо досягти, взаємодіючи з електронними носіями. Відбувається це тому, що, взаємодіючи з книгою, людина задіює більшість органів чуття (зір, дотик, слух, нюх). Відчуття, що виникають під час спілкування з книгою, й відіграють роль визначального чинника, який спонукає здійснити вибір на користь друкованого слова. При цьому людина може й не усвідомлювати повною мірою, чому в неї виникло нестримне бажання купити саме цю книгу. Насправді ж це можливо тому, що дотик до палітурки чи запах сторінок нагадав відчуття, що виникли в неї під час ознайомлення з першою в житті книгою.

Останній елемент оцінки якості видання — це *якість його виготовлення*: якість друку (чітке накреслення літер без розводів, затемнень, освітлених місць), якість матеріалів, з яких виготовлена книга (папір, нитки, клей та ін.), якість з'єднання зошитів у книжковий блок та книжкового блоку з обкладинкою чи палітуркою. При оцінюванні виготовлення видання необхідно керуватися правилами, що висуваються до продукції певних типів та видів. Ще один аспект проблеми: існують окремі правила для виготовлення видавничої продукції, у тому числі навчальних видань, видань для дітей та ін., зафіксовані в галузевих та державних стандартах [7, 9, 17—20], де зазначаються, зокрема, вимоги до способу друку, скріплення матеріалів, а також до розмірів шрифтів, інтервалів, співвідношення текстового та ілюстративного матеріалу та ін. Тобто означеними стандартами однаковою мірою необхідно керуватися як при оформленні, так і при виготовленні видання. Відповідність вимогам стандартів є одним із чинників, якими визначаються остаточні критерії якості книги, який, що доречно зазначити, впливає на його експлуатаційні характеристики: видання високої якості довше використовуються, якість друку полегшує зорове сприйняття тексту, що для книжкової продукції має велике значення. Звичайно, якість матеріалів безпосередньо впливає й на ціну видання. Проте вартість не завжди має вирішальний вплив, особливо якщо йдеться про книги тривалого використання (дитячі, довідкові видання, твори класиків), при виборі яких покупці часто надають перевагу естетичній складовій, надто якщо книга обирається як подарунок.

Отже, поняття "якість видання", на наш погляд, має три складові: "якість змісту", "якість оформлення" та "якість виготовлення", що характеризуються сукупністю критеріїв, за якими потрібно оцінювати кожну книгу. Відповідність цим критеріям дозволяє визначити рівень якості видання. Саме дотримання вимог стандартів щодо оформлення та виготовлення видань, цих складових поняття "якість видання" може змінити психологічне ставлення до книги та викликати бажання взаємодіяти з нею. Тому-то видавництва мають більше опікуватися якістю власної продукції. При цьому можна обирати первинні та другорядні складники впливу на сприйняття продукції споживачем. Так, книга може бути надрукована на жовтуватому папері, в обкладинці, а не палітурці, проте стиль оформлення, способи з'єднання мають компенсувати ці "недоліки". У такому разі покупець не відчуватиме їх, буде задоволеним, оскільки зекономить кошти. Друга вимога — різноманітність асортименту видань. Сучасний читач — примхливий та вибагливий: його приваблює не лише різноманітність назв, авторів у межах однієї теми, він хоче вибрати навіть серед видань однієї назви. І зупинить свій вибір на тому, чий формат або форма оформлення його найбільше приваблять. Але найголовнішим стимулом придбання видавничої продукції залишається любов до книги, читання як стиль життя, які потрібно прищеплювати. А це і є головним завданням не лише видавничої сфери, а суспільства в цілому. Дослідження опосередкованих засобів впливу на формування потреби в читанні становить перспективу подальших досліджень.

Список використаної літератури

1. *Влох Р.* Система оцінки українських фахових видань / Р. Влох // Освіта і управління. — 2008. — Т. 11, чис. 4. — С. 115—122.
2. *Гавенко С. Ф.* Деякі аспекти оцінки якості друкарського зображення / С. Ф. Гавенко, О. В. Мельников // Наукові записки Української академії друкарства. — 1999. — Вип. 1. — С. 36—37.
3. *Гавенко С.* Латентний показник якості книжкових видань / С. Гавенко // Кваліологія книги. — 2000. — № 3. — С. 16—19.
4. *Гавенко С.* Три кити кваліології книги: теорія, методологія та практика / С. Гавенко // Друкарство. — 1999. — № 2. — С. 54—55.
5. *Гавенко С.* Системні дослідження якості книжкових видань / С. Гавенко // Вісник Книжкової палати. — 1998. — № 5. — С. 14—15.
6. *Гавенко С. Ф.* Оценка качества переплетных крышек / С. Ф. Гавенко, Т. И. Онищенко // Полиграфическая промышленность. — 1994. — Вып. 5. — С. 15—19.
7. *Гігієнічні* вимоги до друкованої продукції для дітей : ДСанПіН 5.5.6—138—2007. — Режим доступу: http://www.balance.ua/ua/news/detail/6163/. — Назва з екрана.
8. *Глотова Г.* Товарна політика у сфері видавничо-книготорговельного бізнесу / Галина Глотова // Вісник Книжкової палати. — 2004. — № 9. — С. 15—19.
9. ДСТУ 3003:2006. *Технологія* поліграфічних процесів. Терміни та визначення понять. — [На заміну ДСТУ 3003—95 ; чинний від 2007—07—01]. — К. : Держспоживстандарт України, 2008. — III, 28 с., включ. обкл.
10. ДСТУ 3008—95. Документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура і правила оформлення. — [Чинний від 1996-01-01]. — К., 1995. — [85] с. окр. паг.
11. *Зубко Н.* До визначення поняття "якість книги" : начерк / Н. Зубко, А. Судин. — Режим доступу: http://knyhobachennia.com/?category=2&article=288. — Назва з екрана.
12. *Кашуба С. В.* Оцінка якості видання з точки зору редактора-видавця / С. В. Кашуба, Т. В. Олада, А. А. Стрижак // Нові технології. — 2010. — № 4. — С. 65—69.
13. *Конструювання* книги художника // Норми української науково-технічної мови : тлумач. словник термінів з видавничої, поліграфічної та пакувальної справи / М. П. Таранчук [та ін.]. — К. ; Львів. — С. 3, 14.
14. *Красивые* обложки для книг. — Режим доступа: http://cetki.com/2008/10/28/krasivye_oblozhki_dlja_knig.html. — Загл. с экрана.
15. *Лазурський С.* Іван Франко як теоретик дитячої літератури / Сергій Лазурський // Студентський науковий вісник Кіровоградського державного педагогічного університету ім. В. Винниченка. — Вип. 8, т. 2. — С. 197—201.
16. *Оскорина М. В.* Новые требования к оформлению детских книг: мнение ученых СПбГУ / М. В. Оскорина. — Режим доступа: http://spbu.ru/news-spsu/18508-novye-trebovaniya-k-oformleniyu-detskikh-knig-mnenie-uchenykh-spbgu. — Загл. с экрана.
17. *СОУ 22.2—0247719-07:2012*. Поліграфія. Підручники і навчальні посібники для загальноосвітніх шкіл та інших типів середніх навчальних закладів. Загальні технічні вимоги. — На заміну ГСТУ 29.2—97. — Режим доступу: http://aritis.com.ua/zagalne/standarty-v-poligrafiji/7/. — Назва з екрана.
18. *СОУ 22.2—0247719-15:2010*. Поліграфія. Обкладинки та палітурки. Типи. — На заміну ГСТУ 29.4—2001 ; чинний від 01.11.2010. — Режим доступу: http://www.chytomo.com/rozdil/standarty/vydannya-dlya-ditey-polihrafichne-vykonannya-hstu29-62002.html. — Назва з екрана.
19. *СОУ 22.2—0247719-14:2012 ГСТУ* 29.5—2001. Видання книжкові. Технічні вимоги. — На заміну ОСТ 29.62—86 ; чинний від 01.11.2009. — Режим доступу: http://www.chytomo.com/rozdil/standarty/vydannya-dlya- ditey-polihrafichne-vykonannya-hstu29-62002.html. — Назва з екрана.
20. *СОУ 22.2—0247719-11:2008* Поліграфія. Видання для дітей. Загальні технічні вимоги. — [На заміну ГСТУ 29.6—2002 ; чинний від 2008-11-01]. — Режим доступу: http://www.chytomo.com/rozdil/standarty/vydannya-dlya-ditey-polihrafichne-vykonannya-hstu29-62002.html. — Назва з екрана.
21. *Объемные* книги во славу нидерландской литературы. — Режим доступа: http://www.novate.ru/blogs/180311/17115/. — Загл. с экрана.
22. *Теремко В.* Філософсько-економічні виміри буттєвості книги / Василь Теремко // Вісник Книжкової палати. — 2010. — № 10. — С. 9—10.
23. *Теленков Д. В.* Поняття верстки в галузі журналістики та видавничої справи. — Режим доступу: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1995/. — Назва з екрана.
24. *Художественное* оформление книги. — Режим доступа: http://www.31.ru/book/publishing/217-khudozhestvennoe-oformlenie-knigi.html. — Characterized as parts of books and their impact on the choice of the buyer. — Загл. с экрана.

Характеризуются составные качества книжной продукции и их влияния на выбор покупателя.

Composite qualities of book publishing products and their influence on consumer choice are analyzed.

Надійшла в редакцію 17 липня 2013 року