

Видавнича стратегія в українському вимірі

Теремко В. *Видавництво-XXI. Виклики і стратегії* : монографія / Василь Теремко. — К. : Академвидав, 2012. — 328 с. — (Серія "Монограф").

Термін "стратегія" має прадавню історію і в більшості людей асоціюється з армією, військовими діями, бойовими операціями. І в цьому немає нічого дивного, адже вибудовування стратегій упродовж багатьох століть було прерогативою саме воєначальників, полководців, державних адміністраторів, людей, причетних до військової справи, планування і реалізації бойових операцій. З розвитком людської цивілізації, її індустріальною розбудовою, вдосконаленням техніки і технологій слово "стратегія", що з давньогрецької мови перекладається як "мистецтво полководця", було перенесене в царину суспільних, виробничих, бізнесових відносин як загальний, не деталізований план певного виду діяльності протягом тривалого часу, спосіб досягнення складної мети, яка в традиційній щоденній діяльності людини, підприємства, суспільства іноді навіть не є очевидною для більшості населення чи персоналу, зайнятого її втіленням.

В останні десятиріччя застосування стратегії у різних середовищах, від політичного до бізнесового, стало дуже актуальною проблемою, до вивчення якої і в теоретичному, і прикладному аспектах долучилися тисячі науковців, дослідників, аналітиків. Представники кожної зі сфер діяльності людини знаходили і знаходять у ній те, що відповідає їхнім предметним інтересам. Ще більшою стала увага до напрацювання стратегій розвитку в умовах стрімкого, стрибкоподібного розвитку інформаційних технологій, не менш стрімкого їхнього удосконалення і поширення в буквальному розумінні на всі види діяльності соціуму, в умовах нових викликів, які ці технології несуть із собою.

Зрозуміло, що і книговидавництво не могло залишитись за межами цих технологічних проривів, а відповідно, і поза увагою науковців, котрі досліджують ці проблеми, та видавців, які в останні роки зрозуміли, що таке натиск важких обставин і конкуренція. Десятки зарубіжних і вітчизняних вчених розглядали практику стратегій у видавничій сфері під різним кутом зору. Однак найбільш комплексним варіантом такого розгляду, на мій погляд, є монографія "Видавництво-XXI. Виклики і стратегії" Василя Теремка.

Автор, який у своєму житті поєднує досвід наукової, видавничої та викладацької діяльності, після опрацювання великого масиву джерел, із залученням власного дослідницького, аналітичного доробку, зміг створити якісний документ, що викликає зацікавленість не тільки у науковців, політиків і студентства, а й безпосередньо у видавців.



Ретельно виписавши, можливо, з надмірним вживанням наукової термінології, стратегію як діяльність і засіб розширення можливостей, переходу в майбутнє через ефективне подолання несприятливих обставин і спротиву середовища в застосуванні саме до видавничої справи, він не залишив поза увагою ті поняття і явища, без яких, власне, стратегія як категорія і феномен відбутися не може. Маються на увазі стратегічні аналіз, мислення, планування, контент і культура.

Даючи їм власні визначення, наповнюючи змістовно і логікою дій, автор вибудовує лінію послідовностей, яка дає змогу вдумливого читачеві, і видавцеві зокрема, розробити струнку схему, черговість власних кроків із формування ефективної стратегії для свого підприємства, особливо в складних умовах сучасних трансформацій українського суспільства та інформаційного середовища і викликів, які вони породжують.

Щодо змін української видавничої сфери як стратегічного переходу, В. Теремко чітко аналізує соціальний і політичний складники, в яких вони відбуваються, акцентуючи на тих чинниках, які стають на заваді напрацюванню суб'єктами видавничої справи в Україні якісних, осмислених стратегій. Не можна не погодитись з оцінками автора щодо українських владних інституцій, що "двадцятилітня відсутність консолідаційних смислотвірних процесів породжує міркування про несформованість стратегічних цілей або про надто примітивний їх вимір" (с. 74). "Недалекглядність політичних центрів країни, концептуальна недовершеність реформ, соціокультурні стримувальні фактори, непросте геополітичне становище стали ключовими причинами того, що Україна передчасно виснажила реформаторську енергію, втратила бачення мети..." (с. 75).

Безумовно, відсутність осмисленої стратегії розвитку країни в її політичному, соціальному, економічному і технологічному аспектах нівелює людину як суб'єкт процесу реалізації цих вірогідних далекосяжних завдань, досягнення визначених ними цілей, знищуючи потребу в нарощуванні нею культурного, освітнього, інтелектуального потенціалу, тобто всього того, що закладено в ресурсній базі книги як головного чинника системного стратегічного розвитку і вдосконалення особистісних якостей людини.

І це, власне, є головною причиною такого тривалого стагнаційного стану українського книговидавництва. Ретельно виписані у монографії одинадцять блоків, що дають предметне уявлення про обставини, чи реперні точки, які знецінюють бажання і намагання українських видавців розвивати національну видавничу справу як повноцінну культурну індустрію європейського зразка, є фактично похідними від основної, названої причини, а саме: "несформованість сучасної ідеології, системної і послідовної культурної політики знижує життєвий тонус видавничої галузі до коматозного рівня, позбавляє її перспектив на самодостатню конкуренцію з видавничими системами країн, що розглядають книгу як культурний чинник і геополітичний інструмент" (с. 77).

Значну частину монографії присвячено ролі книги, тексту й автора у стратегічній системі видавництва. Науковець розглядає феномен книги в різних її аспектах: як елемент творчості, як фактор культури, як предмет матеріального виробництва, як специфічний товар і як засіб задоволення пізнавальних, естетичних, духовних та інших близьких до них потреб.

Детально описуючи книгу в кожній із визначених її іпостасей, В. Теремко особливо увагу звертає на роль автора, редактора у формуванні стратегічної сутності книги як продукту культури і як специфічного товару, а також на взаємодієвідносини між ними в процесі визначення стратегічного напрямку руху видавництва в умовах сучасних інформаційних і технологічних викликів, цивілізаційних тенденцій.

Окремий розділ відведено вивченню та описуванню питання, що стосується стратегічних викликів друкованої книжки в умовах утвердження інформаційної цивілізації. Досвідчений дослідник В. Теремко робить свого роду "анато-

мічний розтин" проблеми, співставляючи книгу традиційну і електронний контент у їхній сутнісній спорідненості та технологічній відмінності, намагаючись на основі чіткого аналізу існуючих тенденцій спрогнозувати долю, співіснування і взаємодоповнення цих двох, начебто конкуруючих, феноменів, а також характер перетворень, які неодмінно мають відбутись у сфері традиційного книговидання, в їхньому стратегічному плануванні.

Реалізація видавничих стратегій і функціональної вартості книги знаходить своє уособлення в читачеві. Успішність цього процесу залежить від дуже багатьох чинників, однак, на думку автора монографії, лише ті "видавництва, які вмiють бачити своїх читачів, працювати на рівні їхніх очікувань і потреб, володіють ключем до стратегічного успіху. Видавництва, які замикаються тільки на книзі, не враховуючи стихій, що вирують у сфері читання, самовільно заганяють себе у стратегічну безвихідь" (с. 157).

Саме тому читанню як сфері самоздійснення видавничих стратегій у монографії приділено значну увагу. При цьому наголос робиться на тому, що "читання як факт не може бути головною метою. Справжня мета — гармонійно розвинена, самодостатня, соціально ефективна людина, яка без належної читацької культури сформуватись не зможе" (с. 227).

Опрацювавши величезний фактографічний матеріал, який стосується сучасних тенденцій у сфері читання, впливу інформаційних технологій на цей процес у різних країнах, а також дані про дії владних інституцій у них, спрямовані на підтримання культури читання серед населення на рівні, який би відповідав вимогам часу і забезпечував поступальний цивілізаційний розвиток, автор зробив порівняльний аналіз ситуації в Україні. На жаль, навіть за наявності високого патріотизму В. Теремко змушений висловити думку, що це порівняння не на нашу користь.

У своєму висновку до цього розділу він зазначає, що більш ніж за двадцять один рік існування незалежної України в царині підтримання і популяризації читання державою фактично нічого зроблено не було. У такій ситуації "вітчизняна книга втрачає базові опорні пункти", "...маловтішними є і бачаться в перспективі події на стратегічно важливому для видавничої галузі плацдармі — у сфері читання".

Багато чого вдумливого читачеві, а особливо тому, хто своєю діяльністю причетний до творення книги, дасть розділ монографії "Ієрархічність і функціональні вияви видавничих стратегій". Підпункти цього розділу, зокрема такі, як "Видавничі стратегії як конкурентний фактор" та "Операційна

інструментальність стратегії видавництва", допоможуть видавцеві у напрацюванні власної інструментальної бази, у формуванні того переліку тактичних дій, який може, у разі його реалізації, забезпечити досягнення стратегічних цілей.

Не менш важливі й підрозділи "Нішевість як стратегічний маневр: регіональний аспект" та "Стратегічне випробування видавництва у кризових умовах". Вони дають видавцеві змогу не тільки визначити параметри свого виробництва й обґрунтованість претензій щодо позиціонування і присутності на ринку книги, а й відчути, "на якому світі" він знаходиться в перманентному кризовому процесі та оцінити свої шанси не тільки на виживання, а й на переможний вихід із кризового стану.

"Хто мислитиме себе стратегічним гравцем і намагатиметься відповідно діяти, шукатиме технології, методи, прийоми і прогностично моделюватиме їх на основі розуміння очікуваного, бажаного чи невідворотного майбутнього, той контролюватиме власні перспективи і значною мірою перспективи конкурентів. Така світоглядна, інтелектуальна, ділова позиція є важливою умовою виживання. Крім гарантування позитивних соціальних, економічних ефектів, це позбавлятиме упереджень і комплексів, формуватиме змагальний, лідерський синдроми і стандарти ділової поведінки. Підхід, який виріс у своїй функціональності до статусу стратегії, зможе підняти навіть слабого гравця, яким є вітчизняна видавнича сфера, на рівень, де змагаються сильні" (ст. 287).

І, підсумовуючи написане, я зазначу: не ставив за мету детально, крок за кроком аналізувати структуру, змістовне наповнення монографії, влаштовувати бурхливу полеміку з автором щодо його визначень, оцінок, висновків хоча б тому, що в більшості випадків поділяю його позицію, бачення проблем сучасного видавничого бізнесу і стратегічних шляхів його виходу зі стану довготривалої стагнації. Моя мета була іншою — спонукати якомога більше людей, особливо тих, хто причетний до книготворення чи тримає в руках владні важелі, натисканням на які може змінити ситуацію у книговиданні на краще, до прочитання цієї праці.

Сподіваюся, що багатьом видавцям вона допоможе визначитися в тому, що вони роблять, як роблять, які стратегічні наслідки матимуть результати їхньої праці для них самих і для суспільства.

*Олександр Афонін,
президент Української асоціації видавців
та книгорозповсюджувачів*

Надійшла в редакцію 9 січня 2013 року