

Історія і сучасність

НАУКОВО-МЕТОДИЧНИЙ ЖУРНАЛ

Виходить 6 разів на рік

№ 2 (10), 2017

Заснований у вересні 2015 р.

**ЗАСНОВНИК
ТОВ «ВИДАВНИЦТВО «БІЛИЙ ТИГР»**



ГОЛОВНИЙ РЕДАКТОР

ОЛЕКСАНДР ГІСЕМ,
КАНДИДАТ ІСТОРИЧНИХ НАУК

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

ВАСИЛЬ ДАНИЛЕНКО	ДОКТОР ІСТОРИЧНИХ НАУК, ПРОФЕСОР, м. Київ
НАТАЛІЯ ЖИДКОВА	КАНДИДАТ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК, м. МЕНА, ЧЕРНІГІВСЬКА ОБЛАСТЬ
ОЛЕКСАНДР КИРІЄНКО	КАНДИДАТ ІСТОРИЧНИХ НАУК, м. Київ
ІГОР КОЛЯДА	ДОКТОР ІСТОРИЧНИХ НАУК, ПРОФЕСОР, м. Київ
ЮЛІЯ ЛЕБЕДЕВА	ЗАСЛУЖЕНИЙ ВЧИТЕЛЬ УКРАЇНИ, м. Київ
РОМАН ПАСТУШЕНКО	м. Львів
ОКСАНА СВЯТОКУМ	КАНДИДАТ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК, м. ХАРКІВ
НАДІЯ ТЕМІРОВА	ДОКТОР ІСТОРИЧНИХ НАУК, ПРОФЕСОР, м. Вінниця / Донецьк
ІГОР ХИЖНЯК	ДОКТОР ІСТОРИЧНИХ НАУК, ДОКТОР ПОЛІТИЧНИХ НАУК, ПРОФЕСОР ПОЛІТОЛОГІЇ, м. Київ
РОМАН ЯРОШЕНКО	КАНДИДАТ ФІЛОЛОГІЧНИХ НАУК, м. Київ

ЗМІСТ

МОВОЮ НАУКИ

Роман ЯРОШЕНКО

Формування видавничого бізнесу: типологічні нариси

3

Ніна ЗАГРЕБЕЛЬНА,

Микола ЯРЕТИК

Шевченкові роковини напередодні та у роки Першої світової війни

11

МЕТОДИЧНИЙ АРСЕНАЛ УЧИТЕЛЯ

Катерина ЗГУРА

Внесок стародавніх греків у математичну науку

Інтегрований урок історії стародавнього світу та математики, 6 клас

22

Тамара ТАРАСЮК

Воєнно-політичні події національно-визвольної війни 1656–1657 рр.

Урок історії України, 8 клас

30

Вікторія ПОЛІЩУК

Україна в роки Північної війни. Повстання гетьмана Івана Мазепи

Урок історії України, 8 клас

36

Наталія ЖИДКОВА

Європейський суд з прав людини

Урок правознавства, 10 клас

39

Ігор КОЛЯДА,

Дмитро КОКОТІХІН

Методика формування уявлень про політичне життя при вивченні теми:

Російська революція 1905–1907 рр. та її вплив на Україну

Урок історії України, 10 клас

50

ЦЕ ЦІКАВО!

Таємниця Єгипетських пірамід

29

Формування видавничого бізнесу: типологічні нариси

Роман ЯРОШЕНКО,

докторант кафедри української літератури та компаративістики Інституту філології, доцент кафедри видавничої справи Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка, кандидат філологічних наук, м. Київ



Анотація. У галузі історії України та видавничої справи вивчення історії власне видавничого бізнесу на сьогодні є недостатнім. Провідними науковцями здійснено ряд титанічних праць з історії видавничої справи в Україні та поза її межами, проте визначення видавничого бізнесу на початкових етапах формування видавничої справи та проведення структуризації видових чи типологічних особливостей досі не здійснено. Саме тому в даній науковій статті проведено нарис ряду типологічних особливостей, визначених на етапі формування видавничого бізнесу на українських землях. Автор зробив огляд становлення видавничого бізнесу, виділивши початкову типологію його зародження та існування.

Ключові слова: видавничий бізнес, видавнича справа, історія, типологія, формування, система.

Summary. In the history of Ukraine and publishing their own study of the history of publishing today is insufficient. Leading scientists conducted a series of titanic works on the history of publishing in Ukraine and abroad, but the definition of publishing business in the early stages of publishing and structuring of generic or typological characteristics has failed. Therefore, in this article the scientific essay series typological characteristics identified at the stage of the publishing business in the Ukrainian lands. The author made a survey of becoming the publishing business, selecting an initial typology of its origin and existence.

Keywords: publishing business, publishing, history, types, formation, system.

Давня українська видавнича справа в певних моментах була зовсім не схожою на сьогоднішню, сучасну, а деякі критерії стали основою для побудови нових видавничих маркетингових організацій, відділів та й загалом видавничих комерційних чи некомерційних структур. Критерії цих відмінностей, внутрішня структура, маркетингові цілі, побудова економіки являють собою предмет даного дослідження.

Оскільки охопити увесь пласт зародження українського видавничого бізнесу неможливо через недостатню кількість архівних даних, що збереглися до сьогодні, то об'єктом наукового дослідження стануть лише великі українські видавничі осередки, проведення аналізу яких буде об'єктивним та не опиратиметься на здогадки чи аналітичні припущення.

Актуальність дослідження. Беручи під увагу дослідження провідних спеціалістів у галузі історії видавничої справи: Я. Ісаєвича [4], М. Тимошика [18], І. Огієнка [8; 9], О. Осадчої [10], В. Шпака [20] та ін., необхідно зазначити, що на сучасному етапі вивчення власне історії видавничого бізнесу, визначення типології, стратегій розвитку є недостатнім та потребує подальшого розширеного наукового опрацювання.

Мета дослідження – проведення ретроспективного типологічного нарис-аналізу, через який можливо продемонструвати структурний поділ і динаміку розвитку видавничого бізнесу на початкових етапах свого формування.

Для ефективного досягнення поставленої мети було визначено наступні завдання наукового дослідження:

- визначити ранні видавничі осередки за формою власності, надати тлумачення та навести приклади;
- окреслити ранні видавничі осередки за територіальною приналежністю, надати тлумачення та навести приклади;
- охарактеризувати ранні видавничі осередки за надходженням фінансів, надати тлумачення та навести приклади;
- розкрити ранні видавничі осередки за системою ринкових відносин, надати тлумачення та навести приклади;
- означити ранні видавничі осередки за опрацюванням видань, надати тлумачення та навести приклади.

Звичайно, що у різних століттях були різні політичні, економічні, церковні, культурні впливи, які змушували рухатися у відповідному руслі увесь український книговидавничий ринок як з внутрішньої, так і з зовнішньої сторін. До внутрішньої можна віднести: структуру, фінансування, виготовлення літер, станків, оправ, обкладинок тощо. До зовнішніх – політичну та релігійну приналежність, а як наслідок – цензуру.

Найперше, необхідно виділити певні форми власності українських друкарень:

- церковні;
- державні (урядові);
- приватні.

Церковні друкарні створювали для потреб церковної громади, єпархії чи конкретної парафії. Прикладом служить Львівська братська друкарня, Києво-Печерська друкарня та ін. Церковні часто були суміщеними з приватними, оскільки засновниками були церковні діячі, які наче й виконували церковне замовлення для потреб своєї дієцезії (будучи церковними ієрархами), водночас приватно використовували друкарні, які приносили фінансову користь своєму власнику. Але також існує протилежна схема, основу якої складає використання приватної друкарні для потреб церкви, парафії чи освіти. Для прикладу, Стрятинська друкарня потужного церковного діяча єпископа Гедеона Балабана, яка була створена наче з приватних інтересів самого ж Гедеона, за кошти заможного племінника Федора Балабана, проте слугувала для потреб церкви та освіти. Саме тому варто відносити власне до

За формою власності



церковних (а не приватних) друкарні, засновані церковними ієрархами, які в ідеї свого створення не переслідували фінансової користі, а передусім ставили за мету потребу в друкованому слові для своєї парафії чи громади [9; 18].

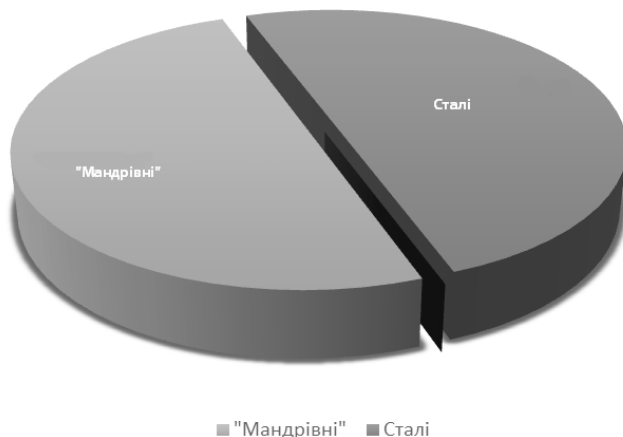
Державні (урядові) друкарні створювали на замовлення правителя, який хотів розвинути видавничу справу на своїх землях. Хорошим прикладом послугує друкарня Івана Федорова у Москві, де Петро I, переконавшись у вміннях І. Федорова, виділив чималі кошти для створення друкарні. На замовлення правителя І. Федоров заснував друкарню і випустив перше московське видання «Апостол». Потім переїхав на українські землі, маючи інше замовлення від князя Костянтина Острозького. Таким чином, І. Федоров був лише засновником, а не власником друкарні, оскільки засновував її за кошт замовника-правителя. Тому з впевненістю можна виділити існування друкарні державної форми власності у давнину.

Зрозуміло, що приватні друкарні займали найширшу позицію на книговидавничому ринку, оскільки бажання заробітку, прослави свого імені, здобуття титулу чи нагороди через розкішні видання та розвитку власної справи були поширеним явищем у XV–XIX століттях. Приватні книгодрукарі не дуже часто мали свободу друку, оскільки церковні та державні структури постійно контролювали випуск видавничої продукції, спрямованої на масового читача [9; 18].

Важливим для динаміки розвитку видавничої справи є факт існування різнотипних за розміщенням українських видавничих осередків. Тому в цьому контексті за територіальною приналежністю можна виділи два типи:

- сталі;
- «мандрівні».

За територіальною приналежністю



Звісно ж, що сам факт існування типологічного поділу за територіальною приналежністю видавничих осередків на українських землях розширює обрії розуміння видавничих послуг територіально, починаючи з XV століття.

Сталі друкарні територіально існували на одному місці, не виключаючи можливостей масштабного разового переїзду у зв'язку зі зміною власника чи з політичних міркувань. Проте характер діяльності залишався сталим. До таких можна віднести друкарні Михайла Сльозки, Івана Федорова та ін.

«Мандрівні» [9, 136] видавничі осередки вели свою діяльність на різних територіях, підлаштовуючись під вимоги замовника, політичну чи економічну вигоду. До них можна віднести: Угорцівську друкарню, друкарню в Несвіжі, Тяпинську, друкарні Кирила Транквіліона, Соболя, Івана Федорова та ін.

На даному етапі дослідження визначити відсоток переваги сталих чи «мандрівних» видавничих організацій можна виключно досить суб'єктивно, що провокує детальне дослідження даного питання в подальших наукових розвідках.

Здебільшого в давнину фінансування замовлень відбувалось за рахунок меценатів. Але не про всі друкарні можна так ствердно сказати. Саме тому, щоб визначити характер економічного розвитку давнього українського видавничого бізнесу, необхідно здійснити певний поділ. Отже, видавничі осередки на початкових етапах свого заснування економічно розвивались за рахунок:

- меценатів;
- замовників;
- власного книжкового продажу.

За надходженням фінансових доходів



У свою чергу меценатів також можна типологічно визначити як:

- меценати, які самі шукали та замовляли видавця для виготовлення однієї-двох книг, потім видавець був вільний і знову чекав, коли надійде чергове замовлення від якогось вельможі. У цьому контексті дуже зручно було мандрівним друкарням, оскільки вони могли підлаштовуватися під замовника, переїжджаючи у необхідне місце;
- меценати, яких шукали чи «заманювали» самі ж видавці-друкарі, обіцяючи їм видати фамільний герб на виданні чи скласти поетичну подяку, яка увіковічить їх вклад у дане видання.

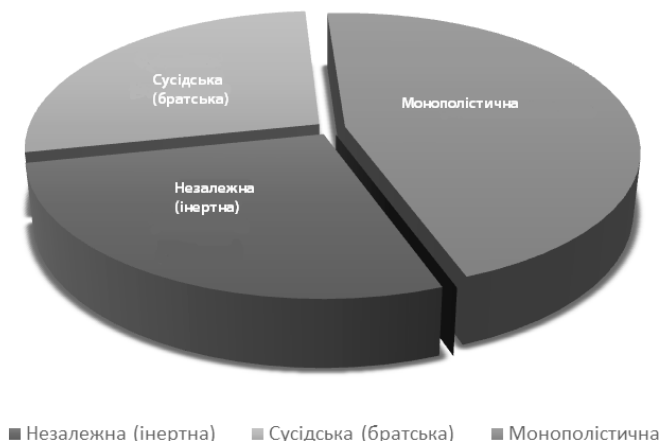
Замовники, як і сьогодні, виступали в ролі зацікавленої особи, яка лише використовує видавця та його друкарські станки, бажаючи отримати замовлені книги для власної реалізації чи певних потреб. Ця складова була поширена найчастіше, коли автори видатних шедеврів (або й не тільки) хотіли виготовити чергове своє видання або перевидати те, яке набуло розголосу.

Власний книжковий продаж передбачав виготовлення самим видавцем відомих або просто популярних видань, задля подальшої успішної реалізації та отримання прибутку. Найчастіше це були книги церковного вжитку: Біблії, Апостоли, Требники, Октоїхи та ін.

Також необхідно виділити систему ринкових відносин, до якої неформально приписували себе давні видавництва. Ця система впливала з їхнього основного завдання та характеризувала їх на книговидавничому ринку. Можна виділити такі:

- монополістична;
- сусідська (братська);
- незалежна (інертна).

За системою ринкових відносин



Монополістична система передбачала прагнення видавця бути лідером на ринку, заповнивши якомога більше друкарського простору. Головним завданням таких видавничих осередків було: знищення конкурентів, відсутність «сусідських» відносин, захоплення якнайбільшого простору споживачів та замовників. Чітким прикладом такої системи була Львівська братська друкарня, яка свідомо намагалася заповнити видавничий ринок на українських землях, оскільки забезпечила собі певні переваги-активи:

- 1) підтримку Церкви;
- 2) підтримку Уряду;
- 3) талановитих керівників (маркетологів);
- 4) друкувала відомі та потрібні видання;
- 5) згодом стала ставропігійною.

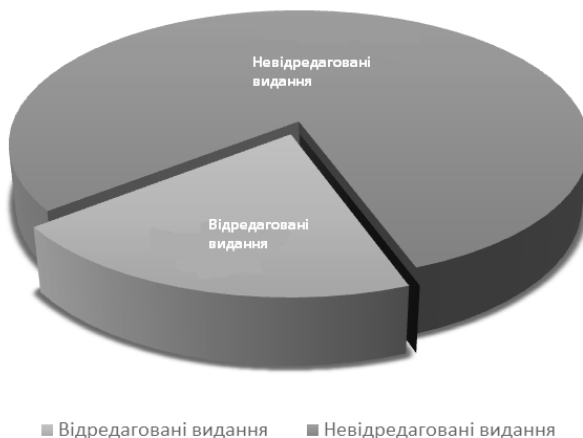
Із недоліків, які підривали імідж друкарні необхідно виділити:

- 1) просте книгодрукування (ринку потрібні були оригінальні та вишукані видання);
- 2) часті зміни талановитих керівників;
- 3) постійні політичні «стрибки», міжусобиці з багатьма видатними українськими діячами;
- 4) постійні фінансові витрати на суди (зادля знищення конкурентів) та дарунки (зadля підтримки Церкви та Уряду) [9; 10; 18].

Разом із попередніми типологічними поділами в контексті формування раннього видавничого бізнесу необхідно виділити і надання послуг, оскільки саме на цьому етапі розпочалось ціноутворення процесу редагування. В цьому аспекті необхідно вирізнити:

- відредаговані видання;
- невідредаговані видання.

За опрацюванням видань



У даному контексті, найперше, необхідно відзначити чи не один із перших прецедентів звернення щодо потреби редагування текстів та й загалом книг в історії української книговидавничої справи, що відбувся у XVI столітті. У дослідженні І. Огієнка знаходимо опис звернення церковних ієрархів до Гедеона Балабана, які у 1594 році засідали на одному з Берестейських соборів. Звернення ґрунтувалось на тому, що в церковно-богослужбових книгах присутні суттєві помилки, а поважаючи Гедеона як грамотну людину, доручили зайнятися їх виправленням. Він не лише сам редагував тексти, але й заснував школу у Стратині, вчителі якої ґрунтовно працювали над знаходженням помилок та правленням церковно-богослужбових книг. Найперші книги, які випустив Гедеон з-під своєї правки – Требник і Служебник [9, 139].

Отже, в дослідженні було проведено ретроспективний типологічний нарис-аналіз, через який продемонстровано структурний поділ і динаміку розвитку видавничого бізнесу на початкових етапах свого формування; визначено ранні видавничі осередки за формою власності, за територіальною приналежністю, за надходженням фінансових доходів, за системою ринкових відносин, за опрацюванням видань; разом із цим було надано тлумачення, схеми та наведено чіткі приклади.

Типологічний розподіл видавничих осередків є необхідний для кращого розуміння та трактування зародження системи видавничого бізнесу. Власне тому наведені поділи та приклади є лише початковим етапом для окреслення та систематизації раннього видавничого бізнесу, які потребують подальших наукових досліджень.

Список використаної літератури

1. Бахтіаров А. Історія книги на Русі / А. Бахтіаров. – СПб, 1890.
2. Грушевський М. Книга / М. Грушевський. – Відень, 1921. – Ч. I. – С. 2.
3. Євгеній (Митрополит Київський). О славянорусскихъ типографіях // Вісти Европы. – 1813. – Ч. 70. – № 14. – С. 104–129.
4. Ісаєвич Я. Українське книговидання: витоки, розвиток, проблеми / Я. Ісаєвич. – Львів : Інститут українознавства імені І. Крип'якевича НАН України, 2002. – 520 с.
5. Михальчук К. Нарічія, поднарічія і говори Южно́й Руси / К. Михальчук. – Спб., 1877. – С. 500–501.
6. Національна свідомість. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/Національна_свідомість.
7. Овчинніков В. Історія книги / В. Овчинніков. – Львів, 2005.
8. Огієнко І. Історія українського друкарства / Іван Огієнко. – К. : Либідь, 1994. – 448 с.
9. Огієнко І. Історія українського друкарства: історично-бібліографічний огляд українського друкарства XV–XVIII в.в. / Іван Огієнко. – Вінніпег : Волинь, 1983. – 420 с.
10. Осадча О. Доля української книги від її народження до сьогодення / О. В. Осадча // Поліграфія і видавнича справа. – К. : Наукова думка, 2008. – № 1 (47). – С. 22–26.
11. Памятники Временной Коммисіи. – Київ, 1852. – Т. III. – С. 87.
12. Потебня А. Два изслідованія о звукахъ русскаго языка / А. Потебня. – Вороніж, 1866. – С. 141–143.
13. Потебня А. Замітки о малорусскомъ нарічіи / А. Потебня. – Вороніж, 1871. – С. 91–100, 114.
14. Рудницький С. Огляд національної території України / С. Рудницький. – Берлін, 1923. – С. 84.
15. Сахаров І. Первые русскіе типографічки / І. П. Сахаров. – Спб., 1838.
16. Свенціцький І. Збірник Львівської Ставропігії / І. Свенціцький. – 1921. – Т. I. – С. 328–329.
17. Соболевський А. Очеркъ русской діалектології / А. Соболевський. – 1892.
18. Тимошик М. Історія видавничої справи : Підручник. – 2-ге вид., виправлене / М. С. Тимошик. – К. : Наша культура і наука, 2007. – 496 с.
19. Титов Ф. Матеріали для історії книжкової справи на Україні в XVI–XVIII вв. / Ф. Титов. – К., 1924.
20. Шпак В. Видавничий бізнес в умовах української державності : монографія / В. І. Шпак. – К. : ДП «Експрес-об'ява», 2015. – 392 с.
21. Bandtkie J. Historia drukarni w Królestwie Polskiem i W. Księstwie Litewskiem / Jerzy Samuel Bandtkie. – 1826. – Т. I. – Р. 381–382.
22. Diplomata statuaria. – 1895. – Т. II. – Р. 45.
23. Hofman I. De typographiis earumque initiis et incrementis in Regno Poloniae et Magno Ducatu Lithuaniae; Dantisci, 1740. – Р. 1–71.
24. Ptaszycki S. Rozprawy / S. Ptaszycki. – Т. XI. – Р. 30–33.
25. Zubrzycki D. Historyczne badania o drukarniach Rusko-słowiańskich w Galicyi / D. Zubrzycki. – Львів, 1836. – Р. 12–13.