**ЛЕКЦІЯ № 3**

**Письменник-товар, Письменник-бренд, Письменник-архетип**

Як будь-який бренд ім'я має свій життєвий цикл: стадія виведення на ринок, стадія зрілості, стадія сходу. Тут все залежить від автора і від видавця. Адже розпоряджатися ім'ям можна по різному.
Припустимо, ім'я розкручене. Далі автор пише яке - то кількість речей, схожих на ту, з якою він став знаменитим. Читач чекає від нього саме цього. Він хоче прочитати що - то схоже на те, що йому сподобалося. Проходить яке - той час. Читач втомився, автор втомився, видавець теж вже не дуже зацікавлений. Інтерес схлинув. Тоді цей автор починає придумувати нового героя, як наприклад, це зробив Борис Акунін. Починається нова кампанія старого бренду. Природно, на книжках пишеться, що її автор - "батько такого - то безсмертного героя, і тепер його новий герой - такий - то". Читач довіряє цьому автору як перевіреного бренду і, відповідно, починає довіряти цьому герою. Решта залежить вже від політики просування цього твору.

Зараз у книжковому бізнесі все структурувалося і авторська політика і володіння авторами в тому числі. Наприклад, всім відомо, що Марія Семенова це автор видавництва «Азбука», А. Корецький - «Ексо», А. Бушков автор «Олма - Прес».

Письменницький бізнес - зовсім особлива форма підприємницької діяльності, в якій тісно сплітаються творче, інноваційне, освітнє та комерційне початок.

Будь-який письменницький бренд - це певне відоме комерційна назва (прізвище або псевдонім ) , за фасадом якого знаходяться певні ідеї , цінності , стиль , індивідуальність - все те, що формує певну цілісність , якість і повноту сприйняття читацькою аудиторією .
Письменницькі бренди можуть бути індивідуальними коли автор створює свої твори самостійно (або з помічниками , імена яких не афішуються ) і колективними . В останньому випадку за письменницьким брендом стоїть група авторів - наприклад , Козьма Прутков , Ільф і Петров , брати Грімм .
Класифікація письменницьких брендів може здійснюватися за різними ознаками: за ступенем популярності (світові і національні) ; за жанровою приналежності (детектив , поезія , фантастика і т.д.) , за способом просування ( традиційні , маргінальні , скандальні ) .

Отож, промоція (читай: просування книги на ринку) – це сукупність правил та механізмів боротьби за читача, що регламентує стратегію поведінки видавця на ринку на якісно новому рівні.

Передусім йдеться про промоцію як принцип творення популярності видання та його автора (авторів) нерекламними (тобто за які не треба платити) засобами через пресу, телебачення і радіо.

Базою для розвитку книжкової промоції в Україні може слугувати видавничий досвід у сфері книжкового маркетингу в розвинутих ринкових суспільствах. Наприклад, американська модель означує комплекс промоційних акцій поняттям "пабліситі" (від англ. publicity – розголос), яке знайшло детальне обґрунтування в багатьох, у тому числі наукових, працях. Це широковживаний термін, що передбачає донесення відомостей про новини діяльності певної компанії до своїх партнерів та клієнтів (реальних та потенційних) посередництвом ЗМІ. У книжковій справі пабліситі – напрямок книжкового маркетингу, завдання якого – донести відомості про книгу та її автора до ЗМІ з метою поширення їх у суспільстві.

Віталій Віталійович Капранов (громадський діяч, засновник видавництва «Зелений пес» та письменник) був учасником прес-конференції «Промоція української книги», що відбулася 27 листопада 2012 р. в Київському університеті імені Бориса Грінченка з ініціативи кафедри реклами та зв’язків з громадськістю.
Олександр Афонін (президент Української асоціації видавців і книгорозповсюджувачів) надав невтішні факти щодо промоції книги в України. Виявилось, що, по суті, її немає. З 47 опитаних видавництв лише 9 закладають у собівартість книги гроші для промоції, при чому ця сума рідко досягає 3 %. Для порівняння: в США цей показник становить 25 %.
 «Книга є пролонгованою рекламою держави і її досягнень в усіх сферах життя», - ці слова Олександра Васильовича є неписаною істиною. Справді, промоція української книги – це промоція України в цілому. Її культури і колориту, традицій, сучасності. Це варто того, щоб прагнути та робити все для змін. «Сьогодні, для того, щоб твоя книга стала об’єктом уваги читача, ти повинен його примусити її купити», – ось що каже з цього приводу Віталій Капранов.

Найчастіше ініціатором заходів пабліситі, як і усіх інших маркетингових акцій, виступає видавець, оскільки саме він є найбільш фінансово зацікавленою стороною.

Найважливішим засобом популяризації видань згідно з наведеними критеріями вважається публікація рецензій.

Крім цього, важливим інструментом пабліситі є каталоги. Ступінь розвитку цього засобу книжкового маркетингу у розвинутих ринкових державах дозволяє видавництвам укладати сезонні каталоги, що розсилаються рецензентам та зацікавленим ЗМІ. Мета цього заходу – забезпечити вчасний вихід рецензії чи іншого матеріалу. У свою чергу, вчасний збір опублікованих відгуків – це можливість використати їх у рекламі як цієї книги, так і наступних книг даного автора.

Чи не єдиним способом орієнтації у одразу всьому масиві нових книг є участь у **книжкових ярмарках**, хоча вони не можуть дати повної, а тим більше систематизованої інформації про стан книжкового ринку. Насамперед це обумовлено тим, що у ярмарках беруть участь далеко не всі видавці (у кращому разі 250-300, як це є на Форумі видавців України, найбільш представницькому з такого типу заходів, тоді як згідно з статистикою Міністерства інформації організацій, профіль яких передбачає і видавничу діяльність, налічується близько восьмисот). Причини – найчастіше економічно-організаційні. Адже на ярмарках представляються далеко не усі книги, не завжди і не тільки найновіші, оскільки видавці зацікавлені у реалізації залежалого товару.

**Ярмарки** – перш за все місце спілкування видавців і книготорговців, а також укладання ділових угод. В Україні вони відбуваються відносно нечасто – приблизно один ярмарок на сезон, що, відповідно, не дає можливості відстежувати динаміку книговидавничого процесу. Але вже те, що книжкові ярмарки в Україні існують і з кожним роком ростуть, є позитивною ознакою.

...Свого часу шукав «Залишенця» Василя Шкляра, потім «Записки українського самашедшого» Ліни Костенко. Обидва твори потім купив у книгарні «Є». Незабаром вони почали з’являтися на ринку «Петрівка». Кволенько так, лише на «точках» з україномовною літературою...

А нині «Залишенець» і «Самашедший» – серед топів продажу. Популярними стали після скандалів. Шкляр відмовився від Шевченківської премії (привіт Табачнику). Костенко призупинила презентаційний тур – образилася на колег і журналістів за критику (а постраждали читачі)...

Тепер книги Шкляра і Костенко – на перших рядах розкладок поруч з Коельо, Роулінг та шкільними підручниками. Таки правду кажуть: **скандал – найкраща реклама**. На жаль...

Унікальний курс “Історія літератури в авторах і текстах” запровадять в перший день лютого в рамках Культурного Проекту Вільний лекторій у столиці сучасні українські письменники.

Лекцій в курсі буде 11. На них найвпливовіші сучасні українські письменники розкажуть про найталановитіших письменників-класиків та сучасників на прикладі їхніх текстів. Культурний Проект об’єднав одразу кілька лекторів, кожен з яких може вважатися знаковою постаттю для сучасної української культури. Юрій Андрухович, Тарас Прохасько, Юрій Іздрик та Оксана Забужко — люди з професійним літературним смаком, які вміють визначати найголовніше в літературному процесі й аргументовано про це розповідати.

Знайомитимуть слухачів зі своїми улюбленими авторами та творами, а також розкажуть, чому їх варто читати сьогодні.

Оксана Забужко прочитає три лекції про Тараса Шевченка, Лесю Українку та Юрія Шевельова. Юрій Андрухович розкаже про поетів Богдана-Ігор Антонича та Грицько Чубая. Тарас Прохасько розповість про творчість Ірини Вільде, Осипа Турянського та Олега Лишеги. Завершиться письменницький курс лекціями Юрія Іздрика про літературний шлях Сергія Жадана, Юрія Андруховича і Тараса Прохаська.

[*http://pravda.if.ua/news-49856.html*](http://pravda.if.ua/news-49856.html)

Літературної премії Валерія Шевчука за кращу книгу прози, видану українською мовою (Відібрані до розгляду книжки повинні відповідати високим художнім критеріям і бути зразком оригінального стилю, культури мови та нести гуманістичні ідеали).

Перша церемонія вручення літературної відзнаки "Золотий письменник України" пройшла у Києві. Вшановували українських письменників, сукупний наклад творів яких від початку 2000-го року перевищив 100 тисяч примірників.

Цьогоріч лауреатами відзнаки стали (в алфавітному порядку): **Іван Білик**, **Юрій Винничук**, **Сімона Вілар** (Наталія Гавриленко), **Люко Дашвар** (Ірина Чернова), **Анатолій Дімаров**, **Миролав Дочинець**, **Сергій Жадан**, **Оксана Забужко**, **Міла Іванцова**, **Андрій Кокотюха**, **Ліна Костенко**, **Андрій Курков**, **Юрій Логвин**, **Лада Лузіна**, **Юрій Мушкетик**, **Всеволод Нестайко**, **Ірен Роздобудько** та **Олег Чорногуз**.

Засновниками відзнаки  "[Золотий письменник України](http://goldenwriters.com.ua/ua/%22%20%5Ct%20%22_blank)" є Тетяна та Юрій Логуші та Міжнародний благодійний фонд «Мистецька Скарбниця». Подружжя Логушів також свого часу були засновниками найвідомішого українського конкурсу для письменників "Коронація слова".

Як зазначено в офіційному положенні до відзнаки "Золотий письменник", наступною нагородою для лауреатів може стати "Діамантовий автор", який отримає письменник, наклади видань якого сумарно перевищують 1 000 000 примірників.

*Лауреати найрезонансніших українських видань 2012-го року.ото:*

**Сучасна українська проза:**

Юрій ВИННИЧУК "Танго смерті"

Мирослав ДОЧИНЕЦЬ "Криничар"

Василь КОЖЕЛЯНКО "Діти застою"

Андрій КУРКОВ "Львівська гастроль Джимі Хендрікса"

Таня МАЛЯРЧУК "Біографія випадкового чуда"

Олесь УЛЬЯНЕНКО "Квіти Содому"

Валерій ШЕВЧУК "Три листки за вікном"

**Жанрова література:**

Михайло БРИНИХ "Хліб із хрящами" та "Хрустальна свиноферма"

Григорій ГУСЕЙНОВ "Повернення в Портленд"

Володимир ДАНИЛЕНКО "Тіні в маєтку Тарновських"

Лариса ДЕНИСЕНКО "Відлуння: від загиблого діда до померлого"

Андрій КОКОТЮХА "Червоний"

Юрій ЩЕРБАК "Час великої гри. Фантоми 2079 року"

**Поезія:**

Сергій ЖАДАН "Вогнепальні й ножові та "Ефіопія"

Ліна КОСТЕНКО "Триста поезій"

Олег ЛИШЕГА "Великий міст"

Тарас МЕЛЬНИЧУК "Князь роси"

Ігор РИМАРУК "Божественний вітер"