

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ ТА РЕДАГУВАННЯ

УДК 007:655.1

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.4.2/39>

Кошелюк О. В.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Благовірна Н. Б.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

ВИДАВНИЧІ ІННОВАЦІЇ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО КНИГОВИДАННЯ

Статтю присвячено видавничим інноваціям та стартапному мисленню у книговидавничому бізнесі, зокрема у цифровому книговиданні. Презентоване дослідження показує, що цифрові видавництва-стартапи стають медіаторами у світі видавничої культури, активізують спілкування, рецензування, обговорення розділів книг. Пропонується підтримка творчості, залученість як до спільноти авторів, редакторів, дизайнерів тощо (професійний рівень), так і спільнот книголюбів (аматорський рівень). Інновації спрямовані на пошук нових видавничих диджитал-майданчиків, популяризацію цифрового контенту в різних середовищах для охоплення якомога більшої аудиторії (*Amazon, Bookshout, Bookvibe, Glose, Jamalon, Magma, Scribd, Read Social, ReadUps*).

Особливу увагу у статті зосереджено на американському стартапі – цифровому видавництві *Inkitt*, що з'явилося як спосіб онлайн-взаємодії авторів та читачів. З'ясовано, що видавці підтримують читання, сприяють формуванню читачьких навичок через взаємодію з цифровою платформою. Це полегшує роботу літературних агентів, завданням яких є пошук нових авторів, ведення з ними перемовин, відстежування публікаційної активності чи популярності. Визначено особливості ефективних рекламних кампаній у видавничих стартап-мережах, де є підтримка читачів («теплі контакти»), тож аудиторія очікує випуск книжкової новинки – потенційного бестселера. Налогошується, на схожих засадах цифрового книговидання побудовано бразильський видавничий стартап *Scriptor* та індонезійський *Qureta*. Вони залучають читачів до написання, публікації власних творів, обговорення літератури різних жанрів із науковцями, авторами, редакторами, професіоналами своєї справи, залученими до книговидання, сприяють спілкуванню читачів між собою у вигляді форуму чи стрічки повідомлень. Натомість визначено, що цифрове видавництво *Inkitt* має розгалужену мережу підтримки авторів – від соцмереж до блогів у сфері письменництва (зокрема, «Письменницький блог» із 9 рубриками), а також навчальними онлайн-курсами від відомих редакторів / письменників із основ творення різножанрових книг (курс редактора Б. Т. Шмідта).

Доведено, що наповнення та структурування курсів із написання творів від провідних редакторів / авторів бестселерів, створення постійно оновлюваного новинного контенту, рубрикація і наповнення спеціалізованими видавничими темами сайтів цифрових видавництв – усі ці інноваційні цифрові рішення позитивно змінюють формат взаємодії між автором-видавцем-читачем в інтернет-просторі та сучасній видавничій культурі.

Ключові слова: видавничий бізнес, інновації, цифрове книговидання, видавничий продукт, стартапне мислення, видавнича культура, читачька аудиторія, соціальні мережі, бестселер.

Постановка проблеми. Останнім часом у видавничій сфері фіксуємо появу численних інноваційних рішень для розвитку та масштабування книговидавничого бізнесу. Відбувається

переформатування звичних видавничих стратегій із ухилом у бік цифровізації процесів та дій, застосування штучного інтелекту для обробки, творення контенту, редагування та видання різ-

ного типу медіапродукції. Технологічність процесів книговидавання, як і технічне оформлення, теж цілком стало узгоджуватися з функціоналом відповідних програм та розробок, яких щораз більше, відтак збільшуючи потенціал для креативності у художньо-технічному оформленні видань. Читання та взаємодія з читачем, рівноцінно ж як і вивчення медіааудиторії, відбувається через залучення механізмів цифрової аналітики, нових конвергентних платформ та комунікаційних каналів на кшталт соцмереж чи інших цифрових ресурсів. Ці інновації спрямовані на пошук нових видавничих диджитал-майданчиків, популяризацію цифрового контенту в різних середовищах для охоплення якомога більшої аудиторії. Видавничі інновації провокують розробку та вирішення актуальних проблем у галузі видання та поширення медіапродуктів, часто не стільки надскладних технологічно, скільки інноваційних за своєю суттю та ідейно. Ідеться про особливе стартапне мислення сучасного світу, вільне і прогресивне, яке має здатність до навіювання, заохочення продукувати і створювати нові смисли. Дослідники інновацій, зокрема Т. Ворона наголошують: основою будь-якого стартапу є т. зв. «покоління next» [2, с. 5], саме воно здатне до креативного, нестандартного мислення і вирішення проблем із новими підходами та ідеями. Тож з одного боку, існує потреба в переосмисленні та винайденні ефективних взаємодій із аудиторією, яка прагне долучитися до процесу не тільки читання, а й обговорення чи навіть залученості до випуску цифрових книг. З іншого боку, такі інтеракції, наближення книги до читача вимагають від видавців застосування інноваційних технологічних рішень, зручних, простих у користуванні для широкого кола читачів. Усе те, що дало би новий поштовх цифровому книговидаванню, сприяло зацікавленості видавничими продуктами та поширювало читання серед аудиторій різних типів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням інновацій у видавничому секторі присвячено розвідки таких вітчизняних науковців, як С. Водозька [1], Н. Благовірна, О. Кошелюк, М. Рожило [4] та ін. Стартапне мислення є предметом розлогого дослідження у розвідках Т. Ворони [2]. Загалом видавничим новаторством, рекламним стратегіям та новітнім ідеям просування видавничої продукції присвячено публікації таких дослідників, як Дж. Варрен, Н. Зелінська, Т. Єжижанська, Г. Листвак та ін.

Постановка завдання. Мета нашої розвідки – дослідження видавничих інновацій, які сприяють

цифровому книговидаванню та розповсюдженню видавничої продукції, а також взаємодії видавців із читацькою аудиторією.

Виклад основного матеріалу. Видавничі стартапи як справді інноваційне явище розвитку світової культури, видавничої та економічної зокрема, набувають дедалі більшої популярності. С. Водозька зазначає: «Інновація для сучасного світу стає однією з найбільш затребуваних категорій, а теорія інновацій вважається надважливою економічною доктриною, беззаперечна цінність якої для розвитку країн і галузей не викликає сумнівів у теоретиків і практиків. Інноваційність визнається суттєвим явищем ділової культури з неоцінним потенціалом, що вимагає орієнтування на креативність і нові системи координат та практик» [1]. Книговидавання чи не найбільше потребує інноваційних практик на різнорівневих платформах: у професійному спілкуванні, спілкуванні з авторами, читачами. У звіті Міністерства культури та стратегічних комунікацій України за 2024 рік зазначено: «залучення інновацій у книговидавання відкриває нові можливості і перспективи. Це дозволяє видавцям не лише зацікавлювати ширшу аудиторію, але й створювати більшу кількість можливостей для взаємодії між читачами та авторами» [6].

Загалом у всіх сучасних видавничих стартапів прослідковуються доволі подібні ознаки, які ми спробуємо зараз виокремити. По-перше, інноваційність у видавничому секторі насамперед враховує корисність та привабливість книжкової продукції для потенційної цільової аудиторії, можливість швидко та безперешкодно отримати/купити таку продукцію та будь-які супутні товари. Видавничі стартапи актуалізують, з одного боку, потреби читача в книжкових онлайн-платформах із величезним асортиментом друкованої продукції, аудіо- та електронних книжок, а з другого – потреби самих видавців, яким подібні рішення дають можливість удосконалити канали книгорозповсюдження та прямих продажів. До останніх зараховуємо найбільший американський видавничий стартап Amazon та його відповідник в арабськомовному світі – йорданський стартап Jamalon. Другою ознакою сучасних видавничих інновацій є те, що вони завжди зорієнтовані на запити розвитку видавничого сектору конкретної країни і загальносвітові тенденції (до прикладу, данський Magma). Третя, теж не менш важлива, особливість – сучасні видавництва використовують інноваційні можливості інтернет-комунікацій, зокрема цифрового друку, соціальних мереж,

додатків до смартфонів та інших мобільних сервісів. Це, наприклад, характерно для видавничих інноваційних проєктів Bookvibe, Glose, Scribd, Bookshout, Read Social, ReadUps тощо.

Сучасна інноваційна діяльність у видавничому секторі розвивається дуже динамічно, але за цим стрімким розвитком видавничих платформ ми повинні – наскільки це можливо – прослідкувати тенденції, які рухають видавничу сферу вперед. На одному з Форумів видавців у Львові директор «Агенції культурних стратегій», арт-критик М. Скиба, у своєму виступі про літературу, бізнес та видавничі стартапи зауважив: «Якщо ви бачите проблему і знаєте, як її вирішити, маєте готовий стартап» [5]. Тобто у видавничому світі інновації повинні допомогти виявити, а головне вирішити одну з наявних проблем, пов'язаних з діяльністю видавців, авторів, читачів, книготорговців або усіх разом у тісній взаємодії.

Видавничий американський стартап – цифрове видавництво Inkitt з'явилося як спосіб онлайн-взаємодії авторів та читачів, відкриваючи можливості для читання, спілкування в тісному колі однодумців та поціновувачів книг, а також можливості видання цифрової книги швидше, ніж це може зробити традиційне видавництво. Творці платформи наголошують на тому, що читачі можуть залишати відгуки на опубліковані історії, у такий спосіб формуючи своєрідний рейтинг тематичний та жанровий із рукописів. Винагородою за читання та взаємодію видавці пропонують друк тих книг, які отримають найбільшу кількість схвальних відгуків читачів мережі. Тож у видавничому портфелі завжди опиняються ті книги, які ще до виходу стали популярними і яких очікує аудиторія. Часто це перша спроба нових авторів, які в такий спосіб можуть отримати фінансування на випуск написаних книг.

На сайті цифрового видавництва зазначено: «Inkitt – перше у світі видавництво, яке підтримує читання, надає платформу для виявлення прихованих талантів і перетворення їх на всесвітньо успішних авторів» [7]. Як бачимо, засновники-видавці наголошують на кількох важливих речах. По перше, підтримці читання, сприянню формування читачьких навичок через взаємодію з цифровою платформою Inkitt. Тут важливо нагадати, що для нових читачів доступна авторська підписка, список конкурсів, які організовує видавець, з головним призом – підписанням видавничого договору з медіакомпанією Galatea та Galatea TV, грошовими заохоченнями до 300 доларів). По друге, видавці створюють поле для «виявлення

прихованих талантів» [7]. Це полегшує роботу літературних агентів, завданням яких є пошук нових авторів, ведення з ними перемовин, відстежування публікаційної активності чи популярності – тепер із платформою це робити значно простіше: автори самі реєструються, беруть участь у конкурсі та потрапляють до відбору рукописів. І от тоді, коли проходить процес редакторського читання та формування портфеля видавця, і відбуваються усі юридичні взаємодії, підготовка до випуску книги, просування авторів та відібраних книг. Тобто стартує рекламна кампанія в тій мережі, де вже є підтримка читачів («теплі контакти») і аудиторія очікує випуск книжкової новинки – потенційного бестселера. Видавці заявляють, що «Inkitt може виявляти та публікувати бестселери швидше, ніж будь-який інший видавець, у середньому лише вісім тижнів від підписання до запуску» [7].

На схожих засадах цифрового книговидання побудовано бразильський видавничий стартап Scriptor [9] чи індонезійський Qureta [8], найбільш близькі за функціональністю та конкурентні до Inkitt. Вони мають можливість залучати читачів до авторства, публікації власних творів, обговорення літератури різних жанрів із науковцями, авторами, редакторами, професіоналами своєї справи, залученими до книговидання (наприклад, дизайнерами, художниками та ін), а також сприяють спілкуванню читачів між собою у вигляді форуму чи стрічки повідомлень. Щоправда, на відміну від Inkitt, ні Scriptor, ні Qureta не мають розгалуженої мережі підтримки авторів – від соцмереж до блогів із рубрикацією та новинами у сфері письменництва, а також навчальними онлайн-курсами від відомих письменників з основ творення різножанрових книг.

Письменницький блог («The writer's blog» [10]) від видавництва Inkitt є повноцінним медіаресурсом для письменницької творчості, часто оновлюється за рахунок новин та статей на дотичну тематику. Ресурс пропонує 9 рубрик: найперше до уваги авторів потрапляють матеріали у рубриці «Фокус новин» / «News focus» (наприклад, статті «Національний день розповіді історії: що це таке і як ви можете долучитися до челенджу Inkitt», «Як писати романи про вампірів (і змусити читачів прагнути більше)» або ж інтерв'ю «Від поезії до опублікованого автора: інтерв'ю з Мірою Матіч»).

Рубрика «Найважливіші моменти» / «Highlights» є значно більшою за обсягом контенту і містить три найважливіші типи матеріалів: 1) статті про те, як написати книгу в потрібному

жанрі чи покращити опис для відповідності типу літератури (наприклад, статті «Як написати роман про паранормальні явища: 5 важливих правил» або «Як зробити науку у вашій науковій фантастиці справжньою»); 2) інтерв'ю про книги, мотивацію та письменницькі прийоми з авторами порталу (наприклад, «Мрії, рішучість і відтінки вогню: інтерв'ю з Дафною Андерс», «Від журналів до Галатеї: Софія Джейд про письмо, стійкість і романтику»); 3) короткі довідники щодо просування та рекламування книги («Довідник для авторів Inkitt – Як використовувати Canva для просування вашої книги», «Довідник для авторів Inkitt – Як використовувати Romance.io для про-

сування своєї книги» або ж «Довідник для авторів Inkitt – Як створити спільноту Goodreads для просування вашої книги»). Найчастіше це покрокова інструкція з використання додаткових платформ (Canva, Romance.io) чи спеціалізованих соціальних мереж для читачів (Goodreads). Прикметно, що команда Inkitt пропонує також зворотній зв'язок для того, щоб запропонувати теми, які цікавлять авторів ресурсу і які недостатньо висвітлені у рубриці.

Рубрика «Сітка фокусування» / «Focus Grid» увібрала в себе блоги від команди цифрового видавництва Inkitt про те, як презентувати себе у найбільших і найпотужніших соціальних мере-

Таблиця 1

Структура контенту сторінки курсу «Як написати роман» редактора Б. Т. Шмідта

Відеоуроки	Електронна книга	Спільнота
1. Вступ <i>Браян Томас Шмідт, редактор журналу «The Martian», запрошує вас у подорож із уроками ремесла, інтерв'ю з успішними романістами та інструментами, які допоможуть вам досягти успіху. Чи маєте ви історію, яку хочете розповісти? Цей курс допоможе вам у цьому!</i>	«Як писати»	Культурна спільнота видавництва Inkitt
2. Структура та триактна структура <i>Вивчіть основи того, як розпочати планування свого роману, починаючи з розуміння базової драматичної структури в трьох актах</i>	Безкоштовна електронна книга	Соціальна мережа
3. Розвиток персонажа – протагоніст та антагоніст <i>Ознайомтеся з основами створення двох сильних головних персонажів, які протистоять один одному, протагоніста та антагоніста, та як втілити їх у життя</i>	Додаток до навчального курсу	Знайомство, підтримка, спілкування
4. Як структурувати місце дії <i>Основи структури місць дії, зокрема in medias res, та багато іншого</i>	Містить інструменти, які допоможуть досягти успіху	Професійні поради і критика
5. Налаштування та опис <i>Дізнайтеся про важливість обстановки та описового тексту для розповіді гарної історії, зокрема про те, як придумати найкращу обстановку для кожної сцени та як використовувати п'ять органів чуття, щоб викликати у читачів образи</i>		Автори обмінюються відгуками один з одним
6. Розвиток персонажа – другорядні персонажі <i>Як створити сильний склад друзів, соратників та суперників для вашого головного героя та антагоніста, включаючи розгляд деяких поширених архетипів</i>		
7. Середня точка <i>Важливість середньої точки. Що це таке, як вона працює та чому вона така важлива</i>		
8. Діалог <i>Напишіть гарний діалог, розберіть його відмінності від звичайної мови та розмови, яку роль він відіграє в передачі інформації та побудові драматизму тощо</i>		
9. Кульмінація / напруження <i>Кінцівка. Зокрема, ключова кульмінаційна конфронтація. Відкрийте для себе елементи того, як створювати інтригу протягом усієї вашої історії</i>		
10. Редагування <i>Основи редагування та перегляду: від того, як знайти редактора та працювати з ним, до ключових прийомів самостійного редагування</i>		
11. Маркетинг <i>Дізнайтеся про важливість того, щоб автори були маркетологами: коли починати, деякі ключові методи, чому це важливо тощо</i>		

жах (статті «Довідник для авторів Inkitt – Як просувати свою книгу на X (Twitter)», «Довідник для авторів Inkitt – Як просувати свою книгу в Instagram», «Довідник для авторів Inkitt – як просувати свою книгу на TikTok» та «Довідник для авторів Inkitt – Як просувати свою книгу на Facebook»). Вони зроблені у вигляді коротких довідників про особливості просування у 4 соцмережах Instagram, X (Twitter), Facebook і TikTok.

Рубрики під спільною назвою «Перелік» / «Listing» представлені у 6 варіантах з уточненнями «Сучасність» / «Modern», «Накладання сітки» / «Grid Overlay», «Високе накладання» / «Tall Overlay», «Блог» / «Blog», «Хронологія» / «Timeline», «Класика» / «Classic». У них автори письменницького блогу пропонують

Цифрове видавництво Inkitt пропонує авторам також навчальні матеріали для удосконалення письменницької майстерності. Так, у блозі міститься запрошення на онлайн-курс «Як написати роман» Брайана Томаса Шмідта, редактора The Martian, який в 11 відеоуроках детально розповідає про те, як розпочати роботу над створенням книги, як розвивати сюжет, описувати головних та другорядних героїв. Курс містить інформацію про фіналізацію твору, вплив на читачів та як цього досягти, основи редагування текстів і маркетингові стратегії просування книги (див. Таблицю 1).

Як бачимо, сторінка курсу містить не тільки відеоконтент, а й окремо електронну книгу та запрошення до спілкування у професійній спільноті цифрового видавництва. Перелік та анотації тем курсу вказують, що побудова розповіді, як і віднайдження можливостей залучати професіоналів-редакторів для роботи над текстом, вивчення

прийомів саморедагування та просування автором рукопису – важлива складова роботи редакторів, видавців і рекламистів у співпраці з автором та зацікавленою спільнотою.

Висновки. Підсумовуючи, вкажемо, що з розвитком цифрових технологій інновації у книговидаванні зазнали значних трансформацій та особливого залучення, позаяк створюються не тільки окремі технологічні рішення для видання тих чи інших видів літератури, а також цифрові видавництва як видавничі стартапи, діяльність яких зумовлена на виявлення нових авторів, побудову мережі однодумців та потенційних читачів. Читацька аудиторія щодалі більше залучена до «роботи» над книгою задовго до офіційного випуску в друкованому форматі.

Цифрові видавництва стають медіаторами у світі видавничої культури, активізують спілкування, рецензування, обговорення розділів книги, презентують автора та його рукопис, створюючи ефект очікування книжкової новинки. Розлогі письменницькі блоги пропонують підтримку творчості, залученість як до спільноти авторів, редакторів, дизайнерів та ін (професійний рівень), так і спільнот книголюбів (аматорський рівень). Наповнення та структурування курсів із написання творів від провідних редакторів / авторів бестселерів, створення постійно оновлюваного новинного контенту, рубрикація і наповнення спеціалізованими видавничими темами сайту цифрових видавництв – усі ці інноваційні цифрові рішення позитивно змінюють формат взаємодії між автором-видавцем-читачем в інтернет-просторі та сучасній видавничій культурі і спонукають до нових досліджень у професійному видавничому середовищі.

Список літератури:

1. Водолазька С. Інновації у видавничій галузі: функціональні особливості. URL: <http://social-science.com.ua/article/1244> (дата звернення: 24.04.2025)
2. Ворона Т. Стартап на мільйон. Як українці заробляють статки на технологіях. Харків : Віват, 2017. 224 с.
3. Кошелюк О. Інновації у видавничому секторі: досвід стартап-індустрії. *Видавнича діяльність в умовах розвитку новітніх технологій: вивчення запитів фахівців* : монографія / за заг. ред. Г. Горбенко; упоряд., наук. ред. Н. Вернигора ; Інститут журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка. Київ, 2019. С. 84–94.
4. Кошелюк О., Благовірна Н., Рожило М. Соціальні мережі для читачів: виклики, реконструкції, світовий видавничий досвід. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. Вернадського*. Серія філологія. Журналістика. 2021 Том 32(71). № 4. Ч. 3. С. 262–267. DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-3/43> (дата звернення: 24.05.2025).
5. Трепитель А. Микола Скиба: Стартап – це не так заробляння грошей, як вирішення проблем. URL: <https://surl.cc/zysixo> (дата звернення: 24.05.2025).
6. Шлях до читача: інновації та трансформації у світі книговидавання. 2024. URL: <https://surl.li/uwnqnh> (дата звернення: 24.05.2025).
7. Inkitt. Discover Millions of Free Books. URL: <https://www.inkitt.com> (дата звернення: 24.05.2025).
8. Qureta. URL: <https://qureta.com> (дата звернення: 24.05.2025).

9. Scriptor. URL: <https://scriptor.net.br> (дата звернення: 24.05.2025).

10. The Writer's Blog by Inkitt. URL: <https://www.inkitt.com/writersblog/> (дата звернення: 24.05.2025).

Kosheliuk O. V., Blahovirna N. B. PUBLISHING INNOVATIONS IN THE CONTEXT OF DIGITAL BOOK PUBLISHING

The article is devoted to publishing innovations and start-up thinking in the book publishing business, in particular in digital publishing. The presented research shows that digital startup publishers are becoming mediators in the world of publishing culture, intensifying communication, reviewing, and discussing book chapters. They offer support for creativity, involvement in both the community of authors, editors, designers, etc. (professional level) and the community of book readers (amateur level). Innovations are aimed at finding new publishing digital platforms, promoting digital content in various environments to reach the largest possible audience (Amazon, Bookshout, Bookvibe, Gloze, Jamalon, Magma, Scribd, Read Social, ReadUps).

The article focuses on the American start-up digital publishing house Inkitt, which emerged as a way of online interaction between authors and readers. It has been found that publishers support reading and contribute to the formation of reading skills through interaction with a digital platform. This facilitates the work of literary agents, whose task is to find new authors, negotiate with them, and track their publication activity or popularity.

The article identifies the features of effective advertising campaigns in publishing start-up networks where there is support from readers ('warm contacts'), so the audience expects the release of a book novelty – a potential bestseller. The Brazilian publishing startup Scriptor and the Indonesian Qureta appear to be based on similar principles of digital publishing. They engage readers in writing and publishing their own works, discussing literature of various genres with scholars, authors, editors, and professionals involved in book publishing, and facilitate communication between readers in the form of a forum or a message feed. Instead, it has been determined that the digital publishing house Inkitt has an extensive network of support for authors – from social media to writing blogs (in particular, the Writer's Blog with 9 sections), as well as online training courses from well-known editors/writers on the basics of creating multi-genre books (course by editor B. T. Schmidt).

It is proved that the content and structuring of writing courses from leading editors/bestselling authors, the creation of constantly updated news content, the rubrication and filling of digital publishing websites with specialised publishing topics – all these innovative digital solutions positively change the format of interaction between author-publisher-reader in the Internet space and modern publishing culture.

Key words: publishing business, innovation, digital publishing, publishing product, start-up thinking, publishing culture, readership, social media, bestseller.