

© О. М. Левчук, канд. філол. наук, доцент,
КПІ ім. Ігоря Сікорського, Київ, Україна

ЛІТЕРАТУРНИЙ АГЕНТ ДЛЯ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО ВИДАВНИЦТВА

Представлено профіль редакторської спеціалізації «літературний агент» з метою ширшого впровадження її у видавничу практику України. В контексті активізованих у нас перекладів на видавничий запит діяльність літературних агентів забезпечуватиме нині процеси реорганізації, структурування і є запорукою якісної збалансованості асортиментів на українському ринку видань.

**Ключові слова: агентський супровід;
редакторська спеціалізація; літературний агент;
літературний скаут; літературний юрист.**

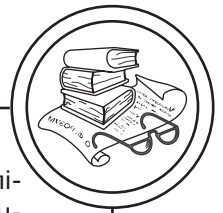
Постановка проблеми

Літературний агент — спеціалізація для лібералізованого і зрілого ринку видань. Вона, поєднуючи редакторські та організаційно-юридичні компетенції, є запитаною, коли пропозиція ідей для текстів (сюжетів) істотно перевищує можливості видавців на певній національній/культурній території. Послуги літагентів особливо активно затребувані, якщо твори письменства вільно мігрують із культури в культуру за посередністю перекладу/адаптації. Попри бум видавничої, перекладацької зокрема, активності протягом трьох поточних років [1], в Україні агентське представлення інтересів авторів і перекладачів перед видавцями досі виконують здебільшого видавництва, пропонуючи агентський супровід як «супутню послугу» [2]. Натомість сучасний

літературний агент — це передусім фахівець, який кваліфіковано продає рукопис видавцям, особливо для просування і розповсюдження за кордоном (див. Агент літературний [3, С. 8]). Проте на українському видавничому ринку робота літагентів нині малопомітна, хоча без їх допомоги і авторам, і видавцям обходитися за глобалізованих комунікацій дедалі важче.

Аналіз попередніх досліджень

Внутрішній ринок видань в Україні, попри загороджувальні заходи, лишається недорозв'язаним з огляду на десятиліття російського видавничого експансіонізму (з 1996 р.) та російсько-українську війну (з 2014 р.), отже вихід за його межі є нині найбільш перспективною формою видавничої та авторської



бізнес-активності. У гуманітарно стабільних середовищах посередником у цьому, як правило, й виступає літературний агент, від кваліфікації, інтуїції та ділового чуття якого залежить, наскільки успішним видасться вихід за межі вітчизняного ринку. Українські практики-видавці, однак, майже не рекламують і не аналізують публічно цієї форми літературного посередництва — вочевидь, за браком по-справжньому компетентних літературних агентів та через високу вартість їхніх ексклюзивних послуг (власне, їх високою прибутковістю й пояснюється цей герметизм). Однією з небагатьох академічних праць, де проблематика літературного представництва в Україні станом на середину минулого десятиліття висвітлюється в усіх суперечностях, є публікація Вікторії Хоню, більш відомої нині як поетка і організаторка літературної студії «Перехрестя» Вікторія Осташ [4]. Окремих аспектів діяльності літературних агентів за умов сучасного ринку видань в Україні й поза нею торкалися О. Бершов, Д. Денисов, Н. Євдокимова, О. Забужко, О. Штефан. Утім, інтегральної праці, де б спеціалізація «літературний агент» розглядалася в контексті українського видавництва як самодостатній фах (а не в текстознавчому, організаційному, юридичному чи інших її окремих аспектах), досі не спостережено — натомість поширеними є численні кейси з наміром докласти закордонний приватний досвід до українських видавничих реалій. Більш того, депрофесіоналізація видавничої справи через вільний доступ до поширення контенту через

Мережу спричинила у наших літературних неофітів переконання, нібито в Україні «найкращий агент — літературна тусівка» (Ніколаєва К., 2015).

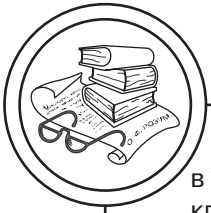
Мета роботи

Інтегрувати базові взірці та форми успішного літагентського досвіду як перспективні у видавничій практиці сучасної України, особливо якщо ця активність спрямовується на зовнішні ринки.

Результати проведених досліджень

Представницький фах літературного агента сформувався в умовах вільної конкурентності інформаційних ресурсів, авторських ідей та видавничих інститутів понад дві сотні років тому. Літературні агенти в країнах з ustalеним ринком видань працюють як окремо, так і в складі літературних агенцій (3–5 осіб персоналу). Вони представляють інтереси авторів, реалізуючи видавцям їх рукописи якомога вигідніше, та це не обов'язково передбачає вищі ставки гонорарів: набагато більш важливими є конкретні бізнес-перспективи авторського твору (екранізація, створення ігор за сюжетом, віднесення до числа туристичних атракцій тощо). Від суми реалізованого авторського доробку літературним агентам надходить зазвичай від 10 до 25 %, найчастіше ставка агентського гонорару не перевищує 15 % за місцеве представництво і 20 % — закордонне [5].

Утім, для літагентського бізнесу скрізь, де додержують авторських прав, традиційно є високими вхідний фінансовий та організаційний бар'єри. Так, приміром,

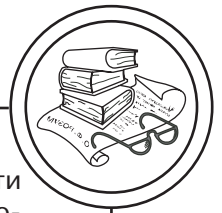


в Україні бізнес на виданні перекладів започаткувати нерентабельно, якщо у справу агентського просування текстів не буде вкладено як мінімум 100 тисяч грн (Заєць М., 2010). Причому вкладати доводиться тривалий час без прямої фінансової віддачі (не менше 3–5 років активної присутності на ринку). І витрати ці не обмежуються самими лиш бухгалтерсько-фінансовими чи юридичними потребами: в межах України мінімальна інвестиція в просування автора починається від гонорару агентів еквівалентом 500 дол. США (за даними StartUp UA, 2017). Оскільки українські літературні імена досі недостатньо відомі закордонним видавцям, то нашим авторам доводиться мати справу з літ-агентами-промоутерами тієї з країн, куди вони хочуть продати права на видання своїх творів. Здебільшого ж після перших вдалих контрактів на переклад і закордонне видання наші митці відмовляються від послуг літературних агентів узагалі — їм зручніше перекласти всі організаційно-фінансові витрати на своїх тамтешніх видавців (як-от, зокрема, роблять Ю. Андрухович і Л. Дереш — дані А. Антоненко).

Нині в більшості європейських країн літературні агенти, крім ділових перемовин з приводу укладання контрактів на продаж прав (на видання, переклад, екранізацію, аудіозапис), займаються також: безпосередньо редагуванням авторських матеріалів; пишуть, замовляють у друзі й поширюють супровідні матеріали до рукописів; укладають їх синопсиси; організують для авторів літературні

та ділові зустрічі; представляють авторів на виставках. Окремими опціями у діловому спілкуванні через літ-агентів і літ-агенції можуть значитися консалтинг, експертиза рукописів та піар-послуги. Власне, за кордоном у видавничій сфері заведено спілкуватися з авторами винятково через літературних агентів, які володіють зв'язками, необхідними і достатніми, щоб організувати потрібних людей у коректних процесах з метою задовольнити всі зацікавлені у виданні сторони проекту.

Звісно, про істотний прибуток літературних агентів може йтися лише тоді, коли видавці вдовольняють авторів гонорами за перспективні твори, а не як в Україні — коли гонорар практикують видавати примірниками, які автор мусить реалізувати самотужки. Перспективність майбутніх бест- чи лонгселерів, зрозуміло, не вичерпується нині їх мистецькою, науковою чи соціально-політичною актуальністю. Часто це є ризиковані спроби запропонувати на видавничий ринок дещо істотно нове, яке, втім, суто умоглядно скидається на популярні вже різновиди видавничої продукції. Але здебільшого видавці, шукаючи «свого» прибуткового автора, намагаються потрапити у мейнстрім на початку його висхідного тренду — поки більшість конкурентів іще не усвідомила змін у споживчих перевагах та за інерцією опрацює чергову модну тематику, затоварюючи ринок однотипними зразками видань. Отже, вказати видавцям на швидку зміну в перевагах споживачів покликані саме літе-



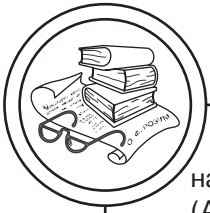
ратурні агенти, а також їх фаховий різновид нижчого рівня — літературні скаути [6].

Скаут на видавничому ринку тепер — це найманий працівник з невеликою, але усталеною платнею: зазвичай він працює паралельно на кілька видавництв, між якими немає прямої конкуренції. Завдання скаута як відстежувача літературного процесу — вчасно виявити автора-неофіта («відкрити ім'я») чи звернути увагу спеціалізованого видавця на прецедентно цікавий для його бізнесу текст. Тобто літскаути мусять паралельно читати багато видань, текстів у Мережі й консультувати з цього приводу своїх працедавців, які за їх продуктивне коментування прочитаного сплачують на регулярній основі. Тим часом літагент, читаючи потенційних творів для публікації не менше ніж скаут, водночас не пов'язаний з видавцем жодними попередніми умовами чи трудовими угодами — він працює суто за гонорар як експерт, представляє й обстоює передовсім інтереси автора, а не видавців. Отже, його компетенція мусить тепер поширюватися в основному на мережеві комунікації, де контент циркулює безоплатно, натомість автори зацікавлені в його монетизації (див. публікації Антона Санченка в «Українському тижні», «Літ-Акценті», «Читомо»).

Монетизувати через мережеву промоцію нашу відому у вітчизняних колах автуру літературним агентам нині складно ще й тому, що різні території за рубежами України мають істотні відмінності у публікаційних традиціях та обсягах перекладних

видань, які можливо вивести на їхні ринки. Якщо Франція допускає на свій видавничий ринок не менш як 40 % перекладної художньої літератури, то Велика Британія — 8 %, а США, експортуючи масову культуру по всьому світі, не допускають у себе і 2 % перекладів, чим жорстко обстоюють інтереси «свого» автора (Заєць М.). Утім, за те, що поодинокі ще вітчизняні літагенти захищають права українського автора, коли той не хоче чи/і не може особисто спілкуватися на вузькоспеціалізованих юридично-бухгалтерських темах, наші видавці явно не толерують цих обстоювачів майнового права авторів. Адже юридично обізнаними літагентами складно зманіпулювати, їх не засліпити «перевагами» юридично нікчемного виняткового договору на всі твори автора за 25 прийдешніх років його творчості й не спокусити обіцянками нелімітованих тиражів перекладного авторського видання. Тому сучасний літературний агент по-українськи — це зазвичай кваліфікований літературний юрист, як-от Юка Гаврилова (обслуговує найбільш тиражних українських авторів) [7].

Наскільки літературний агент є рідкісним явищем в Україні — настільки у світі англосаксонської культури він виступає незамінним посередником у видавничому бізнесі. Вичерпну інформацію про літературних агентів США, Канади, Австралії, Великої Британії, Сингапура можна дістати у відкритих базах даних, її поширюють офіційні літературні асоціації і друкують у паперових довідниках професійних літературських спілок. Зокрема, Асоціація літературних агентів США



нараховує понад три сотні членів (Association of Authors' Representatives, Inc. — aaronline.org), вона випускає піврічний інформаційний бюлетень 'The Pitch'. Гідний довіри літагент, скажімо, там не втручається до авторського тексту (це справа редактора чи літературного консультанта), йому притаманні функції радше промоутера, ніж цензора чи правщика стилю. Також сумлінні літагенти США не «пропонують представництво авторам» через Мережу чи в сумнівних довідниках-класифайдах і ніколи не рекламують себе нібито відгуками від задоволеної автури — це все є ознаки шахраїв. Адреси літературних агентів не публікують у платних базах, ніхто з поважних американських авторів не надішле таким свій доробок «на попередній розгляд» і тим більше не сплачуватиме агентів-самозванцю роялті наперед, у рахунок майбутніх прибутків. Цікаво, що дзвінок/електронний допис потенційного автора літагенту в США вважається верхом поганого тону, тоді як австралійські літературні агенти, навпаки, активно спілкуються з автурою в телефонному режимі та через месенджери.

Головні ознаки того, що автор вийшов на сумлінного літагента в англосаксонських країнах:

1. Чітко вказують, що розглядають рукописи від нових незнайомих авторів, надіслані тільки простим поштовим відправленням.

2. Зазначають, що працюють з творами певних жанрів, і авторський рукопис має цим жанрам відповідати, інакше розглядатися не буде.

3. Зазначають обсяг, що його не повинен перевищувати надісланий авторський рукопис, або ж вказується, скільки сторінок з початку твору може бути розглянуто — якщо написано 50, не слід надсилати три цілих глави на 52 сторінки: їх понад вказану норму ніхто не розглядатиме.

Найбільш дієві способи вийти на контакт з літературним агентом англосаксонської культури є такі:

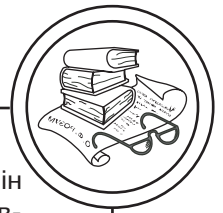
1) по знайомству, через колег або інших авторів — останні можуть порекомендувати переглянути рукопис своєму власному агенту;

2) на книжковому ярмарку: з синопсисом, уривком і повним текстом у комплекті автору вже вважається пристойним підійти до столу агентів і грізно привернути їхню увагу до свого доробку;

3) власноруч написати особистого листа улюбленому авторові і попрохати в нього дані його літературного представника — відповідь залежатиме від стилістичної майстерності й переконливості звертання.

Традиційно літературні агенти у світі працюють лише з творами великих форм і нехудожньою літературою. На поезію, статті, оповідання чи новели літературних агентів наймати немає сенсу, бо організаційно-видавничі витрати на дрібні літературні форми ніколи себе не окупають. Виняток становлять лише визнані автори-класики, чие слово за визначенням є вагоме (в гонорарному розумінні також), тож їх видавничими правами керують пильно й перебірливо.

Літературні агенти нині мають докладно й безперервно вивча-



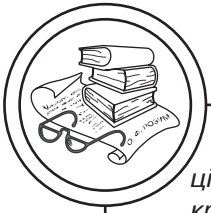
ти кон'юнктуру видавничих ринків, де працюють, професійно знатися на літературному маркетингу і орієнтуватися щодо перспектив та поточних справ у видавців і видавничих структур на певній території. Професія літературного агента традиційно вимагає безперервної участі в комунікаціях: 4/5 цієї роботи полягає у відвідинах публічних заходів, невимушеному спілкуванні з видавничими менеджерами в редакціях та відомою й перспективною автурою в реалі та соцмережах. «Книжковим хробакам», проте, у функції літагента здебільшого буває некомфортно: їм, незвиклим до публічності, зручніше виконувати роботу «відбирачів» — літературних скаутів. Утім, ґрунтовна гуманітарна освіта, обізнаність з якомога ширшого кола проблем і виняткова ерудиція є обов'язковими умовами для успішної роботи літературним представником (літагент він чи скаут, не надто істотно), який водночас виступає як літературознавець, експерт ідей та аналітик оригінальності їх втілень, менеджер смислів, редактор, юрист і реп (агент з продажів — північноамериканське визначення) [8].

Літературні агенти зазвичай є національно орієнтованими, більшість з них покладають своєю місією просування національних літератур у глобально комунікаційних сенсах. Так, француз П'єр Астьє (Pierre Astier) просуває на світовий ринок текстів передовсім французьких авторів, а грекиня Евангелія Авлоніті (Evangelia Avloniti) — новогрецьких. Якщо ж літагент ще й належить до англомовної широко

представленої культури, то він зазвичай спеціалізується на певному жанровому різновиді її літератури — як-от Форест Дж. Екерман (Forrest J. Ackerman, 1916–2008), письменник-фантаст, провідний знавець і промоутер текстів наукової фантастики, який представляв як літагент перед видавцями інтереси А. Азімова, Р. Бредбері, К. Сюдмака, А. Е. ван Вогта. З-поміж українських видавців національну культуртрегерську позицію в доволі широких жанрово-тематичних рамках демонструє колишня співзасновниця видавництва «Кальварія» Анетта Антоненко, чий персональний проект є вже не стільки видавничим, як пропонує вітчизняним і закордонним літераторам агентське обслуговування.

З числа іноземних літагентів українськими авторами цікавляться здебільшого німецькі та австрійські: втім, це зацікавлення не є масовим явищем, оскільки регламентується воно не так ринковим попитом та культурницькою зацікавленістю, як грантовим забезпеченням програм перекладів сучасної літератури. Розширювати контакти вітчизняних та зарубіжних літагентів на обопільну користь усім учасникам видавничого процесу нині заважають, як не дивно, ринкові кон'юнктури та низька купівельна здатність наших споживачів. Головна редакторка видавництва «Човен» Олеся Яремчук підкреслює нерозуміння іноземними літературними агентами українських реалій:

«Коли українське видавництво хоче купити ліцензію на видання книжки, агенти ставлять ринкову

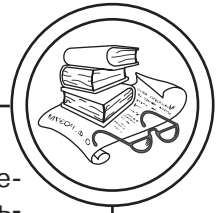


ціну — таку ж, як для заможніших країн. Тож починається довгий процес пояснення, чому ця ціна є неспівмірною для наших реалій. Інколи переговори щодо однієї книжки можуть тривати 3–4 місяці, а в розробці в нас — кілька десятків» [9].

Літературний агент, представник інтересів автора на видавничому ринку всіма способами і засобами комунікацій, проте, здебільшого не є особою ні публічною, ані медійною. Нині це фахівець з великим досвідом літературної й видавничої праці, часто — сам нереалізований автор з письменницькими амбіціями, натомість успішний як комунікатор і менеджер. Тож на ринку авторських прав і представницьких послуг для автури неабияк багато важить резюме літературного агента, власне — його «кредитна історія». Для авторів і видавців на всіх організованих ринках без різниці в їх геокультурних відмінностях є нормальним цікавитися, чим літагент займався до того, як відкрив агентську практику — де, з ким і скільки часу він провів у профільній діяльності (стандартна кар'єрна траєкторія: секретар, кур'єр, скаут-рідер, лінійний агент, редактор-організатор, заступник засновника агенції/видавництва, партнер по бізнесу). Чуття на нове і перспективне в літературній царині для цього фаху не менш важливе, ніж осяжні зв'язки у видавницькому середовищі та постійне представництво в спільнотах. Тільки літературний агент з повноцінним послужним списком вважається вартим довіри і автора, і видавця, бо він для всіх них є свій, адже напевно знає,

«чого вони всі хочуть», а прагнуть вони промоції і ще раз промоції на всіх етапах видавничого циклу та всіма доступними засобами [10].

Як консультант зі складних юридичних нюансів для всіх зацікавлених сторін, літературний агент, представляючи інтереси авторів у судах, проте, не є й суто літературним юристом (це окрема спеціалізація юриспруденції, а не у видавничій справі, докладніше тут [11]). Але сумлінний літагент завжди побачить і покаже можливі юридичні пастки в договорах з авторами, він мусить знатися на нюансах міжнародного авторського права і часто є першим, хто переконає автора вдатись до послуг літературного юриста [12]. Літагент особисто зацікавлений у коректному укладенні авторських угод, адже його власні гонорари безпосередньо залежать від авторських доходів. Саме тому літературні агенти не схильні просувати сумнівної якості тексти, хіба що цілком щиро помилятимуться на рахунок їх позитивних характеристик (т.зв. помилка судження). Зате якщо упевняться, що доробок автора викликав непідробний інтерес у багатьох видавців на рівні ажіотажу, літагенти часом влаштовують «аукціон рукопису». У такому аукціоні перемагає той видавець, який запропонує автору найліпші умови, й не тільки з погляду фінансово-промоційного. Агент зацікавлений отримати свої 15 % винагороди ще неодноразово, тому й схилитиме автора до згоди на умови того з видавців, хто прорахував не тільки поточні прибутки від видання щойно, а заклав реальні підва-



лини для тривалого і успішного співробітництва з автором на перспективу — бо стратегічні переваги далеко не завжди можна виміряти в грошовому еквіваленті.

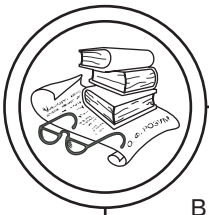
Висновки

Нечисленні українські літературні агенти нині уникають широкої знаності як з причин юридичної неврегульованості своєї роботи в Україні, так і через етичну недоброчесність та необов'язковість з усіх сторін видавничого процесу. Оскільки на видавничому ринку в нас жити з гонорарів здатні менше десятка авторів, а на закордонних промоутерів пощастило ще меншому їх числу, то й запит на послуги літературного агента є наразі факультативним. Попри обнадійливі тенденції минулого року, вітчизняна видавнича галузь розвивається нерівномірно, тож корупційні та навіть силові складники хибно трактованої економічної й особистісної безпеки в українському видавничому полі чинять тиск на інституційне оформлення у нас редакторської спеціалізації «літературний агент». Переломити ці негативні тенденції можна, тільки настійливо зорганізовуючи

діяльність з видавничого посередництва в рамках редакторського фаху за обов'язкової умови, що ринок українських видань постійно розширюватиметься за територіальні межі. Перспективи спеціалізації «літературний агент» є позитивними, тільки коли автурі та видавцям українського ринку медіа буде гарантовано організаційну підтримку на рівні Інституту книги і спеціалізованих асоціацій та структур прямого публікаційного доступу. В який саме спосіб це слід робити у кожному конкретному випадку, можна визначити, спираючись на інтегрований тут масив даних стосовно форм, засад і прийомів організації роботи літературних агентів у найбільш розвинутих видавничих культурах. Дальші дослідження форм і методів організації агентської діяльності у видавничій справі є актуальними й запитаними, оскільки знання про зарубіжні та вітчизняні її форми сприяє підвищенню популярності, продуктивності і конкурентоздатності українських видавничих проектів та забезпечує успішне просування в світі наших культурних і політичних інституцій.

Список використаної літератури

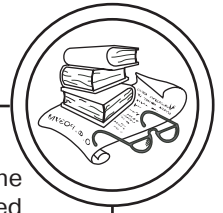
1. Хмельовська О. Книговидання–2018: стоп-криза і перерозподіл лідерства / О. Хмельовська // Читомо. 2019. 04 березня. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.chytomo.com/knyhovydannia-2018-stop-kryza-j-pererозpodil-liderstva/> (17.03.2019).
2. Шендерівська Л. П. Агентська діяльність у видавничо-поліграфічному комплексі / Л. П. Шендерівська. XXII Міжнар. наук.-практ. конф. з пробл. вид.-поліграф. галузі: тези доп., Київ, 27 квіт. 2016 р. Київ: УкрНДІ СВД, 2016. С. 119.
3. Книгознавство. Термінологічний словник (редакційно-видавнича справа, журналістика, поліграфія, видавничий бізнес, інформаційно-бібліотечна діяльність) / за загал. Ред. В. О. Жадька. Київ: ВПК «Експрес-Поліграф», 2012. 304 с.



4. Хоню В. Літературна агенція: чи знадобився нам світовий досвід / В. Хоню // Поліграфія і видавнича справа. 2007. № 2(46). С. 129–135. Режим доступу: <http://pvs.uad.lviv.ua/static/media/2-46/21.pdf> (17.03.2019).
5. Как издать книгу в Америке: что такое литагент в англоязычных странах // TransLiterary Books. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://transliterary-books.com/chto_takoe_litagent.
6. Славінська І. Анастасія Лестер: інтерв'ю / І. Славінська // Українська Правда. Життя. 2012. 16 лютого [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://life.pravda.com.ua/society/2012/02/16/95580/> (17.03.2019).
7. Хмельовська О. Юка Гаврилова: «Наявність літературного агента не додає митцеві таланту, проте значно полегшує життя» / О. Хмельовська // Читомо. 2011. 04 листопада. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://archive.chytomo.com/interview/yuka-havrylova-nayavnist-literaturnoho-ahenta-ne-dodaye-myttsevi-talantu-prote-znachno-polehshuye-zhyttya> (17.03.2019).
8. Как издать книгу в Америке: Как найти англоязычного литагента // TransLiterary Books. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://transliterary-books.com/litagent> (17.03.2019).
9. Толокольников К. Літературний репортаж і правило трьох «с» / К. Толокольников // Детектор Медіа. 2018. 12 січня. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ms.detector.media/print/1411980811/literaturniy-reportazh-i-pravilo-trokh-s-intervyu-z-oleseyu-yaremchuk-redaktorkoyu-vida-vnitstva-choven/> (17.03.2019).
10. Козак Д. Splendid! Або особливості роботи британського видавництва / Д. Козак // ЛітАкцент. 2018. 09 лютого. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://litakcent.com/2018/02/09/splendid-abo-osoblivosti-roboti-britanskogo-vidavnistva/> (17.03.2019).
11. Штефан О. Літературний агент — міф чи реальність? / О. Штефан // Теорія і практика інтелектуальної власності. 2010. № 6. С. 3–10. Режим доступу: [file:///C:/Users/ole/Downloads/shtefan_o%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ole/Downloads/shtefan_o%20(1).pdf) (17.03.2019).
12. Трепітьон А. Укладання угоди між автором і видавництвом: поради юриста / А. Трепітьон // Читомо. 2015. 10 червня. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://archive.chytomo.com/news/ukladannya-ugodi-mizh-avtorom-i-vidavnictvom-poradi-yurista> (17.03.2019).

References

1. Khmelovska, O. (2019). Knyhovydannia–2018: stop-kryza i pererozpodil liderstva. *Chytomo*. Retrieved from <http://www.chytomo.com/knyhovydannia-2018-stop-kryza-j-pererozpodil-liderstva/> [in Ukrainian].
2. Shenderivska, L. P. (2016). Ahentska diialnist u vydavnycho-polihrafichnomu kompleksi. *Journal of XXII Mizhnar. nauk.-prakt. konf. z probl. vyd.-polihraf. haluzi*, 119 [in Ukrainian].
3. (2012). *Knyhoznavstvo. Terminolohichniy slovnyk (redaktsiino-vydavnycha sprava, zhurnalistyka, polihrafiia, vydavnychiy biznes, informatsiino-bibliotekna diialnist)*. Kyiv: VPK 'Ekspres-Polihraf', 304 p. [in Ukrainian].
4. Khoni, V. (2007). Literaturna ahentsiia: chy znadozbyvsia nam svitoviy dosvid. *Journal of Polihrafiia i vydavnycha sprava*, 2(46), 129–135. Retrieved from <http://pvs.uad.lviv.ua/static/media/2-46/21.pdf> [in Ukrainian].
5. Kak izdat' knigu v Amerike: chto takoe litagent v angloyazychnykh stranakh. *TransLiterary Books*. Retrieved from http://transliterary-books.com/chto_takoe_litagent [in Russian].
6. Slavinska, I. (2012). Anastasiia Lester: interv'iu. *Ukrainska Pravda. Zhyttia*. Retrieved from <http://life.pravda.com.ua/society/2012/02/16/95580/> [in Ukrainian].



7. Khmelovska, O. (2011). Yuka Havrylova: 'Naiavnist literaturnoho ahenta ne dodaie myttsevi talantu, prote znachno polehshuie zhyttia'. *Chytomo*. Retrieved from <http://archive.chytomo.com/interview/yuka-havrylova-nayavnist-literaturnoho-ahenta-ne-dodaye-myttsevi-talantu-prote-znachno-polehshuye-zhyttya> [in Ukrainian].
8. Kak izdat' knigu v Amerike: Kak nayti angloyazychnogo litagenta. *TransLiterary Books*. Retrieved from <http://transliterary-books.com/litagent> [in Russian].
9. Tolokolnykova, K. (2018). Literaturnyi reportazh i pravlyo trokh 's'. *Detektor Media*. Retrieved from <http://ms.detektor.media/print/1411980811/literaturniy-reportazh-i-pravilo-trokh-s-intervyu-z-oleseyu-yaremchuk-redaktorkoy-vidavnytstva-choven/> [in Ukrainian].
10. Kozak, D. (2018). Splendid! Abo osoblyvosti roboty brytanskoho vydavnytstva. *LitAktsent*. Retrieved from <http://litakcent.com/2018/02/09/splendid-abo-osoblivosti-roboti-britanskogo-vidavnytstva/> [in Ukrainian].
11. Shtefan, O. (2010). Literaturnyi ahent — mif chy realnist? *Journal of Teoriia i praktyka intelektualnoi vlasnosti*, 6, 3–10. Retrieved from [file:///C:/Users/ole/Downloads/shtefan_o%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ole/Downloads/shtefan_o%20(1).pdf) [in Ukrainian].
12. Trepiton, A. (2015). Ukladannia uhody mizh avtorom i vydavnytstvom: porady yurysta. *Chytomo*. Retrieved from <http://archive.chytomo.com/news/ukladannya-ugodi-mizh-avtorom-i-vidavnytstvom-poradi-yurista> [in Ukrainian].

Представлен профиль редакторской специализации «литературный агент» с целью широкого внедрения ее в издательскую практику Украины. В контексте активизированных у нас переводов на издательский запрос деятельность литературных агентов — обеспечивать ныне процессы реорганизации, структурирования и является залогом качественной сбалансированности ассортимента на украинском рынке изданий.

Ключевые слова: агентское сопровождение; редакторская специализация; литературный агент; литературный скаут; литературный юрист.

A profile of editorial specialization 'literary agent' is presented in order to broaden its implementation into the publishing practice of Ukraine. In the context of our translation's activation for publishing, the activities of the literary agents will now ensure the processes of reorganization, structuring and are the key to the qualitative balance of the assortment on the Ukrainian publications market.

Keywords: agent support; editorial specialization; literary agent; literary scout; literary lawyer.

Рецензент — Л. П. Шендерівська, канд. екон. наук,
доцент, КПІ ім. Ігоря Сікорського

Надійшла до редакції 19.03.19