



**Олена ЛЕВЧУК**

*кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри видавничої справи  
та редагування  
Київського політехнічного інституту  
імені Ігоря Сікорського*

УДК 070.4

### **ПЕРСПЕКТИВИ СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ «ЛІТЕРАТУРНИЙ АГЕНТ» НА УКРАЇНСЬКОМУ ВИДАВНИЧОМУ РИНКУ**

*Представлено профіль редакторської спеціалізації «літературний агент» з метою ширшого впровадження її у видавничу практику України. В контексті активізованого видавничого запиту на переклади діяльність літературних агентів забезпечуватиме процеси реорганізації, структурування і буде запорукою якісної збалансованості асортименту видань на українському галузевому ринку.*

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

**Постановка проблеми.** Літературний агент – спеціалізація для лібералізованого і зрілого ринку видань. Поєднуючи редакторські та організаційно-юридичні компетенції, вона затребувана, коли пропозиція ідей для текстів (сюжетів) істотно перевищує можливості видавців на певній національній / культурній території. Послуги літагентів особливо важливі, якщо твори письменства вільно й активно мігрують із культури в культуру за шляхом перекладу / адаптації. Попри видавничий, зокрема перекладацький, бум протягом трьох поточних років [11] в Україні інтереси авторів і перекладачів досі здебільшого представляють видавництва, пропонуючи агентський супровід як «супутню послугу» [14]. Натомість сучасний літературний агент – це передусім фахівець, який кваліфіковано продає рукопис видавцям, особливо для просування і розповсюдження за кордоном. Проте на українському видавничому ринку робота літагентів нині майже непомітна, хоча за глобалізованих комунікацій без їх допомоги і авторам, і видавцям дедалі важче обходитися.

**Аналіз попередніх досліджень.** Внутрішній ринок видань в Україні лишається недорозвиненим з огляду на десятиліття російського видавничого експансіонізму (з 1996 р.) та російсько-українську війну (з 2014 р.). Тому вихід за його межі є нині найбільш надійною формою видавницької та авторської бізнес-активності. У гуманітарно стабільних середовищах посередником у цьому, як правило, виступає літературний агент, від кваліфікації, інтуїції та ділового чуття якого залежить, наскільки його клієнтам вдасться успішно видати(ся) за межами власного ринку. Однак українські практики-видавці майже не рекламують і не аналізують публічно цієї форми літературного посередництва. Вочевидь, через брак компетентних літературних агентів та високу вартість їхніх ексклюзивних послуг (власне, їх 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 й організаторка літературної студії «Перехрестя» Вікторія Осташ [13]. Окремих аспектів роботи

літературних агентів за умов сучасного ринку видань в Україні торкалися О. Бершов, Д. Денисов, Н. Євдокимова, О. Забужко, О. Штефан. Утім інтегральної праці, де спеціалізація «літературний агент» широко розглядалася б як самодостатній фах у контексті українського видавництва (а не в текстознавчому, організаційному, юридичному чи інших її окремих аспектах), досі не спостережено. Натомість маємо 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» [5].

З огляду на вказане **метою** цієї публікації покладено інтегрувати базові взірці та форми успішного літагентського досвіду як можливі й бажані 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 усталеним ринком видань працюють як осіб, так і в складі літературних агенцій (3-5 осіб персоналу). Вони представляють інтереси авторів, намагаючись реалізувати видавцям їх рукописи якомога вигідніше, що не обов'язково означає за вищими ставками гонорарів – тут більш важливі 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 10-25 %, найчастіше ставка агентського гонорару не перевищує 15 % за місцеве представництво і 20 % – за закордонне [3].

Утім для літагентського бізнесу скрізь, де додержують авторських прав, традиційно є високими вхідний фінансовий та організаційний бар'єри. Наприклад, в Україні нерезально започаткувати бізнес на виданні перекладів, поки у справу агентського просування текстів не буде вкладено як мінімум 100 тис. грн [1]. Причому вкладати доводиться тривалий час без надій на пряму фінансову віддачу (не менше 3-5 років активної присутності на ринку). І витрати ці не обмежуються лише бухгалтерсько-фінансовими чи юридичними потребами: в Україні мінімальна інвестиція в просування автора починається від гонорару агентів, еквівалентного 500 дол. США [10]. Оскільки за кордоном українські автори недостатньо відомі, то їм доводиться мати справу з літагентами-промоутерами тих країн, куди вони хочуть продати права на видання своїх творів. Здебільшого ж після перших вдалих контрактів на переклад наші митці пера подекуди відмовляються від послуг літературних агентів узагалі – їм зручніше перекласти всі організаційно-фінансові витрати на своїх тамтешніх видавців (як-от роблять Ю. Андрухович і Л. Дереш – дані А. Антоненко).

Нині в більшості європейських країн літературні агенти, крім ділових перемовин щодо укладання контрактів на продаж прав (на видання, переклад, екранізацію, аудіо-запис), 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 переліку вигод спілкування через літагентів і літагенції можуть значитися також консалтинг, експертиза рукописів та піар-послуги. Власне, за кордоном у видавничій сфері прийнято спілкуватися з авторами винятково через літературних агентів, які володіють зв'язками, необхідними і достатніми, щоб зорганізувати 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 не шкодують авторам гонорарів за перспективні твори, а не як в Україні: гонорар досі можуть видати примірниками, які автор мусить реалізувати самотужки. Перспективність майбутніх бест- чи лонгселерів, зрозуміло, не вичерпується їх мистецькою, науковою чи соціально-політичною актуальністю. Часто це є ризиковані спроби

запропонувати на видавничому ринку дещо нове, яке суто умоглядно скидається на популярні вже різновиди видавничої продукції. Але здебільшого видавці, шукаючи «свого» прибуткового автора, намагаються потрапити у мейнстрим на його висхідній точці: поки більшість конкурентів іще не усвідомила зміни у споживчих перевагах та за інерцією опрацьовує чергову модну тематику, затоварюючи ринок однотипними зразками видань. Отже, вказати видавцям на швидку зміну в перевагах споживачів покликані саме літературні агенти, а також їх фаховий різновид нижчого рівня – літературні скаути [7].

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 про це своїх працедавців, які оплачують продуктивне читацьке захоплення і коментування прочитаного. Тим часом літагент, читаючи потенційних текстів для публікації значно більше, ніж скаут, 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 поширюватися зараз в основному на мережеві комунікації, де контент циркулює безоплатно, натомість автори зацікавлені в його монетизації (див. публікації Антона Санченка, зокрема [6]).

Монетизувати через мережеву промоцію нашу досі відому у вузьких 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 [1]. Утім, за те, що рідкісні вітчизняні літагенти захищають права українського автора, коли той не хоче чи/і не може особисто спілкуватися на вузькоспеціалізовані юридично-бухгалтерські теми, наші видавці цих обстоювачів майнового права авторів явно не толерують. Адже юридично обізнаними літагентами складно маніпулювати, їх не засліпити облудними 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 обов'язково юридично кваліфікований літературний консультант, як-от Юка Гаврилова (обслуговує найбільш тиражних українських авторів) [12].

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, Сінгапура можна отримати у відкритих базах даних, її поширюють офіційні літературні асоціації і друкують у паперових довідниках професійних літераторських 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 по-американськи, скажімо, не торкається авторського тексту (це справа редактора чи літературного консультанта), йому притаманні функції радше промоутера, ніж цензора чи редактора 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 – все це ознаки шахраїв. Адреси літературних агентів не публікуються у платних базах, ніхто з поважних американських авторів не надішле таким свій доробок «на попередній розгляд» і тим більше не сплачуватиме агентіві-самозванцю роялті наперед, у рахунок майбутніх прибутків.

Цікаво, що дзвінок / електронний допис потенційного автора літагенту в США вважається поганим тоном, тоді як австралійські літературні агенти, навпаки, активно спілкуються з автурою в телефонному режимі та через месенджери.

Головні ознаки сумлінного літагента в англосаксонських країнах:

- чітко вказують, що розглядають рукописи від нових незнайомих авторів, надіслані тільки простим поштовим відправленням;
- зазначають, що працюють із творами певних жанрів, і авторський рукопис має цим жанрам відповідати, інакше розглядатися не буде;
- зазначають обсяг, якого не повинен перевищувати надісланий авторський рукопис, або ж вказують, 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 із літературним агентом англосаксонської культури:

- по знайомству, через колег або інших авторів, останні можуть порекомендувати переглянути рукопис своєму власному агенту;
- на книжковому ярмарку: з синопсисом, уривком і повним текстом у комплекті автору вже вважається пристойним підійти до столу агентів і гречно привернути їхню увагу до свого доробку;
- написати особистого листа улюбленому авторові і попросити 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 окуповують. Виняток становлять лише визнані автори-класики, чие слово за визначенням є вагомим (в гонорарному розумінні також), тож їх видавничими правами керують у край перебірливо.

Літературні агенти нині мають професійно знатися на літературному маркетингу, докладно й безперервно вивчати кон'юнктуру видавничих ринків, на яких працюють, орієнтуватися щодо перспектив і поточних справ у видавців і видавничих структур. 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: незвиклим до публічності, їм зручніше виконувати роботу «відбирачів» – літературних скаутів. Утім ґрунтовна гуманітарна освіта, обізнаність з якомога ширшим колом проблем і виняткова ерудиція є обов'язковими умовами для успішної роботи літературним представником (літагентом чи скаутом), який водночас виступає як літературознавець, експерт ідей та аналітик оригінальності їх втілень, менеджер смислів, редактор, юрист і реп (агент з продажів – північноамериканське визначення) [2].

Літературні агенти зазвичай є національно орієнтованими: більшість мають місію просувати національну літературу у глобально комунікаційних сенсах. Так, француз П'єр Астьє (Pierre Astier) просуває на світовий ринок тексти передовсім французьких авторів, а грекиня Евангелія Авлоніті (Evangelia Avloniti) – новогрецьких. Якщо ж літагент ще й належить до англомовної широко представлені культури, то зазвичай спеціалізується на певному жанровому різновиді літератури, як-от Форест Дж. Екерман (Forrest J. Askerman, 1916-2008), письменник-фантаст, провідний знавець і промоутер текстів наукової фантастики, який представляв як літагент перед видавцями інтереси А. Азімова, Р. Бредбері, К. Сіодмака, 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 тільки видавничим, вона пропонує вітчизняним і

закордонним літераторам агентське обслуговування.

З числа іноземних літагентів українськими авторами цікавляться здебільшого німецькі та австрійські. Втім цей інтерес не є масовим, оскільки регламентується не так ринковим попитом та культурницькою зацікавленістю, як грантовим забезпеченням програм перекладів сучасної літератури. Розширювати контакти вітчизняних і зарубіжних літагентів на обопільну користь 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» [8].*

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 та представницьких послуг для авторів неабияк багато важить резюме літературного агента, власне – його «кредитна історія». Не зважаючи на різницю в геокультурних відмінностях організованих ринків, для авторів і видавців 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 спеціалізованих спільнотах. Тільки літературний агент з повноцінним послужним списком вважається вартим довіри і автора, і видавця, бо він для всіх – 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 [4].

Як консультант зі складних юридичних нюансів для всіх зацікавлених сторін, літературний агент, представляючи інтереси авторів у судах, проте, не є суто літературним юристом (це окрема спеціалізація юриспруденції, а не у видавничій справі, докладніше див. [15]). 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 [9]. Літагент особисто зацікавлений у коректному укладенні авторських угод, адже його гонорари прямо залежать від авторських доходів. Саме тому літературні агенти не схильні набивати ціну бездарним текстам, хіба що цілком щиро помилятимуться щодо їх позитивних характеристик (т.зв. помилка судження). Зате літагенти часом влаштовують «аукціон рукопису», якщо упевняться, що він викликав непідробний інтерес у багатьох видавців на рівні ажіотажу. У такому аукціоні перемагає той видавець, який запропонує авторові найліпші умови, й не тільки з погляду фінансово-промоційного. Агент зацікавлений отримати свої 15 % винагороди ще неодноразово, тому й схилитиме автора прийняти умови того видавця, який прорахував не тільки поточні прибутки від видання, а й заклав реальні підвалини для тривалого й успішного співробітництва з автором на перспективу, бо стратегічні переваги далеко не завжди можна оцінити в грошовому вимірі.

**Висновки.** Нечисленні вітчизняні літературні агенти нині уникають широкої знаності як з причин юридичної нерегульованості своєї роботи в Україні, так і через етичну недоброчесність і необов'язковість у видавничому процесі. Оскільки жити на гонорари з видавничої діяльності в нас 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 редакторської спеціалізації «літературний агент». Переломити ці негативні тенденції можна, тільки 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 щодо 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 потрібними, оскільки знання про зарубіжні та вітчизняні її форми сприяє підвищенню популярності, продуктивності і конкурентоздатності українських видавничих проєктів та забезпечує успішне просування в світі вітчизняних культурних і політичних інституцій.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Заец М. Кто выращивает писателей в Украине: литагент как бизнес. *UBR.UA*. 2010. 25 жовтня. URL: [ubr.ua/business-practice/own-business/kto-vyrashivaet-pisatele-i-v-ukraine-litagent-kak-biznes-64575](http://ubr.ua/business-practice/own-business/kto-vyrashivaet-pisatele-i-v-ukraine-litagent-kak-biznes-64575) (дата звернення: 17.03.2019).
2. Как издать книгу в Америке: Как найти англоязычного литагента. *TransLiterary Books*. URL: <http://transliterary-books.com/litagent>
3. Как издать книгу в Америке: что такое литагент в англоязычных странах. *TransLiterary Books*. URL: [http://transliterary-books.com/chto\\_takoe\\_litagent](http://transliterary-books.com/chto_takoe_litagent)
4. Козак Д. Splendid! Або особливості роботи британського видавництва. *ЛітАкцент* 2018. 09 лютого. URL: <http://litakcent.com/2018/02/09/splendid-abo-osoblivosti-roboti-britanskogo-vidavnistva/> (дата звернення: 17.03.2019).
5. Николаева К. Як молодому письменнику видати книгу в Україні. *Bit.UA*. 2015. 08 жовтня. URL: <https://bit.ua/2015/10/publishing/> (дата звернення: 17.03.2019).
6. Санченко А. Книжковий ринок з погляду автора. *ЛітАкцент* 2013. 25 вересня. URL: <http://litakcent.com/2013/09/25/knyzhkovyj-rynok-iz-pohljadu-avtora/> (дата звернення: 17.03.2019).
7. Славінська І. Анастасія Лестер: Роман про походеньки навколо власного пупка не пройде. *Українська правда. Життя*. 2012. 16 лютого. URL: <http://life.prawda.com.ua/society/2012/02/16/95580/> (дата звернення: 17.03.2019).
8. Толокольников К. Літературний репортаж і правило трьох «с». *Детектор Медіа*. 2018. 12 січня. URL: [ms.detector.media/print/1411980811/literaturniy-reportazh-i-pravilo-trokh-s-intervyu-z-oleseyu-yaremchuk-redaktorkoyu-vidavnistva\\_ch-oven/](http://ms.detector.media/print/1411980811/literaturniy-reportazh-i-pravilo-trokh-s-intervyu-z-oleseyu-yaremchuk-redaktorkoyu-vidavnistva_ch-oven/) (дата звернення: 17.03.2019).
9. Трепіт'юн А. Укладання угоди між автором і видавництвом: поради юриста. *Читомо*. 2015. 10 червня. URL: <http://archive.chytomo.com/news/ukladannya-ugodi-mizh-avtorom-i-vidavnicvom-poradi-yurista> (дата звернення: 17.03.2019).
10. Услуги литературного агента. *Startup UA*. URL: [startup.ua/projects/promolit-12530.html](http://startup.ua/projects/promolit-12530.html) (дата звернення: 17.03.2019).
11. Хмельовська О. Книговидавництво-2018: стоп-криза і перерозподіл лідерства. *Читомо*. 2019. 04 березня. URL: <http://www.chytomo.com/knyhovydannia-2018-stop-kryza-j-pererozpodil-liderstva/> (дата звернення: 17.03.2019).
12. Хмельовська О. Юка Гаврилова: «Наявність літературного агента не додає митцеві таланту, проте значно полегшує життя». *Читомо*. 2011. 04 лист опадів. URL: <http://archive.chytomo.com/interview/yuka-havrylova-nayavnist-literaturnoho-ahenta-nedodaye-myttsevi-talantu-prote-znachno-polehshuye-zhyttya> (дата звернення: 17.03.2019).

13.Хоню В. Літературна агенція: чи знадобився нам світовий досвід. *Поліграфія і видавнича справа*. 2007. № 2 (46). С. 129–135. URL: <http://pvs.uad.lviv.ua/static/media/2-46/21.pdf> (дата звернення: 17.03.2019).

14.Шендерівська Л. П. Агентська діяльність у видавничо-поліграфічному комплексі. *XXII Міжнар. наук.-практ. конф. з пробл. вид.-поліграф. галузі*: тези доп. (Київ, 27 квіт. 2016 р.). Київ: УкрНДІ СВД, 2016. С. 119.

15.Штефан О. Літературний агент – міф чи реальність? *Теорія і практика інтелектуальної власності*. 2010. № 6. С. 3–10. URL: [file:///C:/Users/ole/Downloads/shtefan\\_o%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ole/Downloads/shtefan_o%20(1).pdf) (дата звернення: 17.03.2019).

Олена Левчук

### **Перспективы специализации «литературный агент» на украинском издательском рынке**

Представлен профиль редакторской специализации «литературный агент» с целью более широкого внедрения её в издательскую практику Украины. В контексте усилившегося издательского запроса на переводы деятельность литературных агентов будет обеспечивать процессы реорганизации, структурирования и являться залогом качественной сбалансированности ассортимента изданий на украинском отраслевом рынке.

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

Olena Levchuk

### **Prospects for the Specialization «Literary Agent» in the Ukrainian Publishing Market**

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. In the practice's review of literary and legal representation of participants in the editorial and publishing process, which are continuing in different civilizational and cultural regions of the world, the basic parameters, principles of activity and main qualification varieties of the literary agent's specialty are outlined. The author-translator / publisher-editor is urgently needed to update the standards for civilized Ukraine's publishing practices in order to optimally regulate relations. In this connection, in particular, the distinction between publishing strategies in different types of cultures and the difference in the tactics of literary agents in the basic organization's levels of editorial and publishing processes are shown. In particular, it has been demonstrated how professional activities depend on the involvement of the literary agent in the development of decisions made by publishers and authors on specific publishing projects. The universal basic requirements for literary agents, their differences from literary lawyers are specified, the safe choice's rules of those and others in the countries with a stable humanitarian culture are specified. The connection of pragmatics with the ethical and professional integrity of literary agents is emphasized: they are not inclined to fill the price of the author-graphomaniac's inappropriate content, since the own revenues of the literary agents directly depend on the profitability created by their promotion of the publishing product. If suddenly the literary agents are sincerely mistaken at the expense of his positive characteristics, the same principles of their professional activities include the carrying out of expert assessments and the market value's definition of the author's editions in «auctions of manuscripts» – these are measures of publishing insurance against miscalculations.

**Keywords:** agent support, editorial specialization, literary agent, literary scout, literary lawyer.