**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ**

Кафедра видавничої справи та редагування

**Кваліфікаційна робота**

**освітнього рівня «бакалавр»**

на тему**: КНИГОВИДАВНИЧА ДІЯЛЬНІСТЬ «ВИДАВНИЦТВА**

**СТАРОГО ЛЕВА» В УМОВАХ ВІЙНИ**

Виконала: студентка 4 курсу,

групи 6.0610-рвд-з

спеціальності «Журналістика» освітньо-професійної програми«Рeдакторсько-видавнича діяльність і медіамоделювання»

Туманова Д.П

Керівник к.філол.н., доцент Романюк Н.В.

Рецензент к.філол., доцент Горбенко І.Ф.

Запоріжжя

2024

**ЗМІСТ**

ВСТУП 3

Розділ 1. "Видавництво Старого Лева" як обʼєкт наукового дослідження

Розділ 2. Особливості діяльності "Видавництва Старого Лева" в умовах війни16

2.1 Книговидавнича діяльність в умовах війни 16

2.2 Промоційні заходи видавництва 25

ВИСНОВКИ 37

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 40

# ВСТУП

**Актуальність теми дослідження**. Українське видавництво є важливим фактором у формуванні культурного простору та розвитку літературної сцени країни. Одним із яскравих представників видавницької галузі України є «Видавництво Старого Лева», яке займає провідне місце у літературному житті країни. Однак в умовах сучасного розвитку суспільства, зокрема під час війни в Україні, діяльність видавництва набуває особливого значення для вивчення впливу на неї воєнних дій, а також стратегій, що дозволяють зберегти стійкість та успішність видавництва в умовах нестабільності. Дослідження спрямоване на аналіз специфіки функціонування «Видавництва Старого Лева» в умовах воєнного стану, оскільки досі не було ґрунтовного вивчення цієї проблематики, чим і зумовлена актуальність теми нашої роботи.

**Метою** є виявлення особливостей діяльності «Видавництва Старого Лева» як об'єкта видавничої сфери України в умовах воєнного стану.

Основним **завданням дослідження є**:

1. вивчити змістове наповнення поняття «видавництво» та «видавнича діяльність», «промоція» та «промоційні заходи»;
2. окреслити аспекти діяльності «Видавництва Старого Лева»;
3. виявити особливості книговидавничої діяльності в умовах війни;
4. виділити промоційні заходи «Видавництва Старого Лева» в умовах війни для забезпечення стійкості та успішності його діяльності.

**Об'єктом дослідження** є «Видавництво Старого Лева».

**Предметом** – особливості діяльності «Видавництва Старого Лева» в умовах війни, а також методи просування книжкової продукції.

**Методи дослідження**. У дослідженні використовуються наукові методи аналізу та синтезу, порівняльний аналіз, системний підхід до вивчення проблеми.

**Науковою новизною дослідження** є спроба комплексного аналізу діяльності видавництва в умовах війни, а також висвітлення особливостей просування книжкової продукції.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає у можливості використання їх для покращення стратегій розвитку видавництва, а також у формуванні більш ефективної політики просування книжкової продукції в умовах війни. Крім того, результати дослідження можуть бути використані для підтримки видавничої галузі в умовах війни та зміцнення її стабільності і відповідальності перед суспільством.

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи – 43 сторінки, список використаних джерел включає 40 найменувань.

**РОЗДІЛ 1**

**«ВИДАВНИЦТВО СТАРОГО ЛЕВА» ЯК ОБʼЄКТ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ**

Українські видавництва мають багатий історичний шлях. Вони з’явилися ще в середньовіччі, але найбільший розвиток отримали в XIX-XX століттях.

Саме тому важливим було питання визначення таких термінів, як «друкарня», «видавництво», а також виділення основних критеріїв класифікації цих підприємств і структур [1].

Поняття «видавництво» було в центрі уваги таких науковців, серед яких були такі відомі особистості, як М. Грушевський, М. Вороний, Б. Грінченко разом з дружиною М. Грінченко (Загірня), В. Доманицький, Д. Дорошенко і В. Дорошенко, С. Єфремов, Гр. Коваленко, М. Комар, В. Леонтович і О. Лотоцький. Тут також були молоді представники, такі як А. Тесленко і В. Самійленко, а також вже відомі як громадські діячі та організатори "Просвіти". Серед них були Володимир Страшкевич, Кость Лоський, Андрій Яковлів, Олена Пчілка, М. Гехтер і Л. Юркевич. Крім того, були видавці, наприклад, Б. Грінченко, і розповсюджувачі.

Згідно із Законом «Про видавничу справу» видавництво – юридична особа, основним видом діяльності якої є видавнича [2].

ДСТУ 3017:2015 Інформація та документація. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять так тлумачить цей термін: «Видавництво – це спеціалізоване підприємство, яке займається підготовкою і випуском видавничої продукції. Це можуть бути книги, журнали, газети, брошури тощо» [3].

Видавництво – це підприємство, організоване відповідно до певної юридичної форми, яке займається підготовкою, випуском і продажем друкованих, електронних і комбінованих видань.

Видавництва можна класифікувати за різними критеріями: за спеціалізацією (наприклад, дитячі) наукові, художні), за розміром (великі, середні, малі), за регіоном (місцезнаходженням), за видом видавничої продукції (книги, журнали, газети). Організація та структура видавництва, а також його взаємозв'язок з поліграфічним виробництвом, можуть бути розділені на універсальні та спеціалізовані видавництва, в залежності від типу, змісту та призначення видань. Сучасні ринкові умови призвели до розширення та зміни спеціалізації видавництв, а також до створення нових структур [4].

Сьогодні в Україні картина видавництв за формою власності значно відрізняється від того, що було під час радянської епохи. Згідно з цивільним законодавством, існують різні типи видавництв за формою власності:

1. Державні видавництва, які базуються на державній власності.
2. Комунальні видавництва, які базуються на комунальній власності територіальних громад.
3. Приватні видавництва, що діють на основі приватної власності громадян або юридичних осіб [5].
4. Колективні видавництва, що діють на основі колективної власності.

Всі видавництва, незалежно від форми власності, мають однакові права і обов'язки, включаючи участь у виконанні різних державних програм [6].

Щодо форми об'єднання майна засновників, то видавництва представлені такими типами:

1. Акціонерні товариства (AT), де статутний капітал поділяється на акції однакової номінальної вартості, і компанія несе відповідальність за зобов'язання тільки майном.
2. Товариства з обмеженою відповідальністю (ТОВ).
3. Товариства з додатковою відповідальністю (ТДВ) [7].

У товариствах з обмеженою відповідальністю (ТОВ) статутний капітал поділяється на частки, а не на акції, як у акціонерних товариствах (AT). Товариства з обмеженою відповідальністю несуть відповідальність лише своїм майном за свої зобов'язання, а учасники цих товариств несуть відповідальність лише у межах своїх вкладів [9].

У товариствах з додатковою відповідальністю (ТДВ) зобов'язання значно більші: окрім власного майна, учасники таких товариств можуть нести додаткову солідарну відповідальність у визначеному установчими документами кратному розмірі до внесків кожного учасника [9].

Залежно від способу формування статутного фонду, видавництва можуть бути унітарними або корпоративними. Унітарні створюються одним засновником і діють на основі спільного його рішення. Корпоративні формуються за спільним рішенням двох або більше засновників і керуються через створені ними органи [10].

Існують два основних типи видавництв: комерційні та некомерційні. Комерційні видавництва сприймають підготовлену та випущену ними продукцію як товар і ставлять перед собою головну мету — здобуття прибутку [11]. Некомерційні видавництва, натомість, випускають свою продукцію переважно для виробничих або пропагандистських цілей, задовольняючи потреби певної галузі, громадської організації або партії [12].

Залежно від обсягу випущеної продукції видавництва поділяють на великі, середні і малі. За європейськими стандартами, великими вважають видавництва, які протягом року випускають понад сто книжок, середнім – від десяти до ста, а малими – менше десяти [13].

Крім цього, статус видавництва може бути визначений і обсягом річного обороту коштів. Малі видавництва мають річний оборот менше 10 тисяч євро, середні – від 10 тисяч до 1 млн євро, а великі – понад 1 млн євро.

Також видавництва можна поділити за тематичним репертуаром на вузькоспеціалізовані та універсальні. Вузькоспеціалізовані видавництва спеціалізуються на певному виді фахової літератури, такі як наукова, навчальна або фахова література з певної галузі.

Пошук споживачів для такого виду продукції відбувається не в книгарнях, а безпосередньо в навчальних чи наукових закладах, під час проведення відповідних наукових заходів або подій. Видавництва, спеціалізовані на конкретних темах, зазвичай орієнтовані на цю аудиторію, яка стабільно велика за обсягом інтересів і споживає літературу з тематики дозвілля, хобі, туризму, мистецтва, релігії. Видавництва, які випускають таку продукцію, прагнуть залучити цих споживачів за допомогою нових видань, які часто спонукають до формування певних серій і тримають їх у колі своїх клієнтів на протязі тривалого часу [14].

Універсальні видавництва відіграють важливу роль на книжковому ринку, представляючи широкий спектр літературних жанрів — від художніх бестселерів до науково-популярних видань. Вони можуть одночасно готувати до друку літературу з кількох сфер знань.

Видавництва можна розділити за аудиторією на дитячі, шкільні та молодіжні. На українському ринку книг з'явилися видавництва, спеціалізовані на дитячій аудиторії, такі як «Веселка», «А-Ба-Ба-Га-Ла-Ма-Га» та «Котигорошко». «Школяр» та «Ранок» спрямовані на учнів загальноосвітніх шкіл, тоді як видавництво «Молодь» та «Вдавництво Старого Лева»спеціалізується на молодіжній аудиторії [15].

Крім того, видавництва можуть бути спеціалізованими на різних форматах видань, таких як текстові, електронні, нотні, картографічні та мистецькі. Чимало видавництв поєднують у своїх виданнях різні формати, щоб задовольнити різноманітні потреби своїх читачів.

Українське видавництво «Музична Україна» є прикладом спеціалізованого нотного видавництва. Також на сьогоднішні все більше видавництв звертають увагу на картографію та образотворче мистецтво [16].

За організаційною структурою видавництва можна розрізнити самостійні видавництва, філії та представництва. Самостійне видавництво має статус юридичної особи, власне майно, печатку з власною назвою та ідентифікаційним кодом, а також банківські рахунки. Філії та представництва не є юридичними особами, а представляють собою окремі структурні підрозділи, розташовані поза місцезнаходженням самостійного видавництва. Вони зазвичай здійснюють діяльність в певному регіоні або за кордоном, представляючи інтереси основної компанії [17].

Оскільки об’єктом нашого дослідження є аспекти діяльності «Видавництва Старого Лева», то детальніше проаналізуємо саме його.

Українське видавництво «Старий Лев» було засноване Мар'яною Савкою і Юрієм Чопиком у Львові 13 грудня 2001 року. Ця видавнича компанія спеціалізується на створенні книг для всієї родини. В асортименті видавництва можна знайти різноманітні видання для різних вікових категорій: від картонок та казок для малят до повістей для школярів, серій для підлітків та нон-фікшн для різних вікових груп. Крім того, «Старий Лев» пропонує вишукану поезію, цікаві романи, атласи та альбоми неймовірної краси, а також розмальовки-антистрес.

Книжки, випущені видавництвом, включають у себе найкращі твори світової класики та цікаві та актуальні твори сучасних авторів, уважно відібрані з різних країн світу. Крім того, вони також представляють видання українських авторів та ілюстраторів, які здобули визнання як вдома, так і за кордоном. Література аналізованого видавництва перекладена в понад 40 країнах світу [18].

Першою книжкою, що вийшла друком у 2002 році, є «Малятам і батькам» від відомої галицької господині Дарії Цвєк. З того часу видавництво випускає багато книжок для дітей, які стали улюбленими для цілих поколінь та продовжують радувати нових читачів. Серед них історії про улюблених мумі-тролів Туве Янссон, навчальні книжки Бодо Шефера та цікаві повісті від Джеремі Стронґа [19].

У 2010 році «Старий Лев» уклав партнерство з львівським Холдингом емоцій «Fest», а у 2013 відкрило представництво у Києві. Як бачимо, видавництво розширює масштаби своєї діяльності в Україні та за її межами завдяки перекладеній літературі.

Починаючи з 2013 року, видавництво випускає книги і для дорослих. Тепер «Старий Лев» працює над різноманітними жанрами, такими як романи, бізнес-література, кулінарія, есеїстика, поезія, мистецтво та артбуки [20].

З 2012 року видавництво бере участь у міжнародних виставках, відвідуючи Лейпцизький книжковий ярмарок, а проривним став 2014 рік, коли вперше взяло участь у Bologna Children's Book Fair. Книга «Зірки і макові зернята» від Творчої майстерні «Аґрафка» отримала перемогу у конкурсі Bologna Ragazzi Award. З того часу «Старий Лев» став активним учасником багатьох міжнародних виставок, здобуваючи різні премії та визнання, такі як Bologna Ragazzi Award, Angelus, Nami Concours, Le Prix Tatoulu, Little Hakka International Picture Book Award, European Design Awards, а також входження до каталогу «White Ravens» від International Youth Library [21].

Книги видавництва також були нагороджені українськими преміями, такими як «Книга року ВВС», Шевченківська премія, Премія Міста літератури ЮНЕСКО, «Книга року», «ЛітАкцент року», Премія Ю. Шевельова, Премія Г. Сковороди, Премія імені Шолом-Алейхема, нагороди від фестивалів Book Forum, Книжковий Арсенал і багато інших [23].

«Видавництво Старого Лева» є одним із провідних учасників на книжковому ринку України і здобув визнання й популярність на міжнародній арені. Воно активно співпрацює з партнерами з-за кордону як у плані купівлі ліцензій, так і у продажу прав на свої твори. Ця співпраця дозволяє українським читачам насолоджуватися творами відомих зарубіжних авторів, таких як Ернест Гемінґвей, Террі Пратчетт, Мілан Кундера, Арундаті Рой та інші [24].

Соціальна відповідальність завжди була важливою складовою діяльності видавництва. З 2014 року «Старий Лев» щорічно проводить «Гаражний розпродаж», прибуток від якого йде на благодійні цілі. Крім того, видавництво підтримує сільські бібліотеки, співпрацює з фондом «Таблеточки», здійснює ремонт дитячої кімнати освіти і відпочинку у Львівській обласній дитячій клінічній лікарні «Охматдит» та інші соціальні проєкти [25].

У 2015 році «Старий Лев» відкрив свою першу книгарню у Львові, що стало початком формування мережі книгарень-кавʼярень, де читачі можуть не лише обрати книги, але й насолодитися чашкою кави та відвідати літературні заходи. Зараз мережа «Старого Лева» працює у Львові, Києві, Одесі і Дніпрі.

У 2018 році головний офіс «Старого Лева» переїхав у власний будинок, який прикрашений книжковою поличкою з книгами видавництва, а книгарня розташована на першому поверсі офісу у Львові на вулиці Старознесенській, 24-26, де проводяться основні процеси створення книг. Крім того, книги можна замовити на сайті видавництва [26].

У вересні 2015 року «Старий Лев» запустив систему лояльності – Спільноту «Старого Лева», яка об'єднує читачів та надає їм переваги та приємності [27].

Зараз видавництво має команду понад 100 працівників та мережу перекладачів, ілюстраторів, редакторів, коректорів та дизайнерів на аутсорсі. Ця команда працює над створенням найкращих книг для читачів кожного віку [28].

Видавництво «Старий Лев» є динамічною організацією, яка активно розвивається на книжковому ринку. Завдяки широкому асортименту продукції, міжнародній співпраці, розвитку мережі книгарень-кав'ярень та онлайн-присутності, видавництво забезпечує доступність книг для широкої аудиторії. Крім того, активна соціальна діяльність свідчить про залучення видавництвом до важливих культурних та громадських ініціатив. Загалом «Старий Лев» виступає як важливий учасник книжкової сфери, сприяючи розвитку читацької культури та підтримці літературних талантів [29].

«Видавництво Старого Лева» відоме своїм пильним відбором літературних творів, які не лише розважають та надихають, а й викликають думки та обговорення. Кожне видання цієї компанії є своєрідною подією у культурному житті країни. Вони ставлять за мету не лише розповсюдження літературних шедеврів, але й підтримку молодих талантів, що робить їх важливими учасниками літературної сцени [30].

Крім того, воно активно розвиває сучасні технології видання друкованої продукції, випускаючи книги у різних форматах, включаючи електронні та аудіокниги. Це робить їх доступними для різних верств читачів та сприяє популяризації книг серед сучасної аудиторії [31].

«Видавництво Старого Лева» випускає книги різних жанрів, включаючи художню літературу, наукові праці, дитячі книги та інші. Воно створює книги для всієї родини, що означає, що їхні видання можуть зацікавити читачів різного віку та інтересів [32].

У своїй діяльності «Видавництво Старого Лева» дотримується високих стандартів якості та професіоналізму, що забезпечує їм міцну позицію на книжковому ринку. Їхні книги стають не лише предметом читання, а й об'єктом мистецтва, що викликає захоплення у своїх шанувальників [33].

Кожен твір, що виходить з-під видавничого дому «Старий Лев», наділений особливим характером та естетикою, що відображається не лише у самому тексті, а й у його вигляді. Книги часто вражають своєю якістю виготовлення: від якісного паперу та друкованої графіки до оригінального оформлення обкладинки та ілюстрацій всередині [34].

Ще однією важливою рисою видавництва є його відкритість до новаторських ідей та експериментів у сфері літературного та мистецького творчості. «Старий Лев» постійно досліджує нові напрямки та формати видань, співпрацює з молодими авторами та художниками, що дозволяє їм створювати сміливі та інноваційні проєкти [35].

Завдяки своїй постійній пристрасті до літератури та мистецтва, «Видавництво Старого Лева» не лише зберігає та популяризує культурні цінності, але й активно сприяє їхньому розвитку та відтворенню в сучасному світі. Це робить його одним із ключових учасників культурного життя країни та дозволяє залишатися в центрі уваги шанувальників літератури та мистецтв [36].

Для «Видавництва Старого Лева» важливою є не лише комерційна складова, але й місія сприяти культурному збагаченню суспільства. Тому вони часто видають твори, які важливі з культурного та історичного погляду, незалежно від їхнього комерційного потенціалу. Така ангажованість у видачі значущих творів допомагає підтримувати і розвивати літературну та культурну спадщину [37].

Важливою частиною діяльності «Старого Лева» є ініціативи з популяризації читання та культурно-освітні заходи. Вони організовують літературні вечори, дискусії, лекції, творчі майстер-класи та інші заходи, спрямовані на залучення громадськості до літературного життя.

Усе це дозволяє йому залишатися не лише видавцем, але й важливим культурним центром, що сприяє розквіту української літератури та мистецтва. Їхня діяльність збагачує культурний ландшафт країни та надихає на нові творчі досягнення [38].

Можна сказати, що «Видавництво Старого Лева» є важливим учасником на культурній арені, присвяченим не лише комерційному успіху, але й сприянню розвитку та популяризації української літератури та мистецтва. Його видання відрізняються високою якістю, різноманітністю жанрів та активним підходом до культурно-освітньої діяльності [39].

«Старий Лев» не лише випускає книги, а й ініціює та підтримує культурні заходи, сприяючи розвитку читацької аудиторії та стимулюючи літературні обговорення. Його ангажованість у збереженні та популяризації культурної спадщини, а також підтримка молодих талантів, робить його невід'ємною складовою українського культурного життя [40].

Отже, «Видавництво Старого Лева» належить до провідних видавниць, які спеціалізуються на виданні культурно цінної літератури. Його основними ознаками є висока якість видань, увага до деталей та зосередженість на творчості, яка має значення для суспільства.

# РОЗДІЛ 2

# ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ «ВИДАВНИЦТВА СТАРОГО ЛЬВА»

# В УМОВАХ ВІЙНИ

# 2.1 Книговидавнича діяльність в умовах війни

«Видавництво Старого Лева» відоме своєю активною роботою та адаптацією до умов війни. Основні завдання видавничої справи в цей період полягають у посиленні цінностей гуманізму, української державності, а також у документуванні та розповіді світу про факти війни РФ проти України. Важливою є державна підтримка видавництв, яка повинна бути послідовною, комплексною, своєчасною та прогресивною, з особливим акцентом на свободу слова та пріоритет української мови.

В умовах війни та пандемії COVID-19 видавництва зіткнулися з необхідністю трансформації бізнес-моделей. Такі моделі, як диверсифікація, Freemium, передзамовлення, колаборація, Long Tail та інші, допомагають збалансувати виконання економічних та соціальних функцій. Це дозволяє видавництвам не лише виживати в складних умовах, а й продовжувати виконувати свою важливу соціальну місію

Зазначена підтримка культури, мистецтва та інтелектуального розвитку може виявлятися через різноманітні видавничі проєкти. «Старого Льва» може організовувати літературні фестивалі, лекції, виставки та інші культурні заходи як спосіб сприяти духовному зростанню суспільства під час воєнних часів.

Також, з огляду на необхідність інформації в умовах війни, «Старого Льва» свою діяльність у сфері журналістики та аналітики, надаючи своїм читачам об'єктивні та глибокі аналізи подій, а також коментарі експертів з різних галузей. Це допоможе людям краще розуміти ситуацію, визначати своє ставлення до подій та приймати обґрунтовані рішення.

Крім того, умови війни стали відмінним стимулом для зростання креативності та інновацій у видавничій сфері. «Старий Лев» експериментує з новими форматами видань, цифровими технологіями та способами дистрибуції, щоб забезпечити доступ до своїх матеріалів якомога більшій аудиторії.

У додаток до цього, «Старий Лев» також виступає як платформа для обміну ідеями та дискусій щодо причин і наслідків конфлікту.

Також варто зазначити, що "Старий Лев" активно сприяє розвитку і підтримці міжнародних зв'язків та співпраці шляхом видання перекладів творів з інших країн, а також організації культурних обмінів та спільних проектів з видавництвами із зони конфлікту або з країн, які підтримують мирний процес.

Крім того, у воєнних умовах "Старий Лев" відіграє важливу роль у збереженні історичної пам'яті. Видавництво зосередилося на виданні та перевиданні класичних творів, свідчень очевидців, архівних матеріалів та інших документів, які допомагають зберегти та відтворити образи минулих подій для наступних поколінь.

У таких умовах "Старий Лев" також вживає заходів для забезпечення доступності своїх видань для різних шарів суспільства. Це може включати зниження цін на книги або навіть знижки на електронні версії творів. Такі заходи дозволять зробити культурні та інтелектуальні ресурси доступними для широкого кола людей, в тому числі і тих, хто перебуває в складних умовах через воєнний конфлікт.

Видавництво активно співпрацює з неприбутковими організаціями, громадськими ініціативами та міжнародними організаціями для сприяння миру, збереження культурної спадщини та гуманітарної допомоги тим, хто постраждав від війни.

Додатково, "Старий Лев" вживати заходи для підтримки інтелектуальної свободи та свободи слова. У воєнних умовах, коли ці цінності можуть бути під загрозою, видавництво може активно виступати за право людей на вільне вираження своїх поглядів та ідеї. Це може включати публікацію творів, які висвітлюють проблеми цензури та порушення прав людини

Аналізоване видавництво може використовувати свою платформу для підтримки міжнародних зусиль з мирного врегулювання конфліктів. Видавництво може сприяти поширенню інформації про мирні ініціативи, а також просуванню ідей міжнародного співробітництва та дипломатії, що сприяє зменшенню напруги та врегулюванню конфліктів.

В цілому, роль "Старого Льва" у військовий час може полягати в тому, щоб бути не лише видавництвом, але й агентом позитивних змін у суспільстві. Його діяльність може сприяти не лише збереженню культурної та інтелектуальної спадщини, але й підтримувати цінності миру, свободи та людської гідності в умовах воєнного конфлікту.

Напрямком діяльності "Старого Льва" в умовах війни може бути підтримка освіти та навчання. Він може видавати навчальні матеріали, посібники та підручники, спрямовані на підвищення рівня освіти в умовах війни, включаючи матеріали для вчителів та батьків, які допоможуть їм краще розуміти та підтримувати дітей у цих складних часах

Крім того, "Старий Лев" може активно працювати над розвитком культурних та освітніх ініціатив, спрямованих на підтримку молоді та стимулювання їх творчості та креативності в умовах війни. Це може включати проведення майстер-класів, конкурсів, літературних та художніх змагань, які допоможуть молодим людям виразити свої почуття та думки через мистецтво та літературу.

Нарешті, "Старий Лев" може стати платформою для збірки та поширення гуманітарної допомоги тим, хто постраждав від воєнного конфлікту. Він може організовувати благодійні заходи, аукціони творів мистецтва, літературні читання та інші події з метою залучення коштів та ресурсів для допомоги постраждалим та підтримки гуманітарних організацій.

Умови війни можуть стали великим випробуванням для суспільства, але вони також можуть виявити великий потенціал для розвитку громадянського суспільства та підтримки гуманітарних цінностей. Видавництво "Старий Лев" відіграє важливу роль у цих процесах, допомагаючи суспільству зберегти свою культурну, інтелектуальну та гуманітарну спадщину в найважчі часи

Проект "Схожі, але Різні" є переможцем конкурсу "Поширення європейських літературних творів" 2023 року від програми Європейського Союзу "Креативна Європа". В рамках цього проекту, який буде реалізовано видавництвом "Старий Лев", планується видання 5 книг про інклюзію, які будуть призначені для дітей та дорослих і стануть своєрідним путівником у світ різноманітності.

У контексті воєнних подій, які розгортаються в Україні, тема інклюзії набуває особливого значення, і тому дослідження морально-етичних та психологічних аспектів адаптації та соціальної реабілітації людей з інвалідністю стає доречним.

Ці книги, які вийдуть у видавництві "Старий Лев", допоможуть дітям зрозуміти різноманітність серед людей. Вони покажуть, чому деякі люди пересуваються у кріслі колісному, або використовують спеціальні пристрої для слуху. А також вони нададуть можливість дітям оцінити унікальність кожної людини

У січні цього року були оголошені короткі списки Всеукраїнського рейтингу "Книжка Року" 2023, який визначає найкращі українські книги, що були опубліковані вітчизняними видавцями або у співпраці з іноземними партнерами. Цього разу декілька книг від "Видавництва Старого Лева" потрапили до різних номінацій.

У номінації "Дитяче свято", яка призначена для книг для малечі, у списку з'явилися "Різдвяна шапка Янголинки" Грасі Олійко та "Руді і Чумацький Шлях" Григорія Фальковича.

Друга підномінація "Дитячого свята", що включає літературу для молодших школярів, представлена книгами "Лео-Фу, або Я народився собакою" Валентини Захабури та "Одинадцять помідорів і один маленький" Євгенії Кузнєцової

У номінації "Софія", що охоплює філософію, антропологію та психологію, увагу звернули на книгу "Ерос і Психея. Кохання і культура в Європі" Володимира Єрмоленка.

Третя підномінація "Візитівки", яка включає архітектуру, дизайн, театр, кіно та музику, узяла до уваги книгу "Моцарт-син. Життя Франца Ксавера у подорожньому щоденнику і листах", упорядковану Оксаною Линів.

Третя підномінація "Обріїв", що охоплює публіцистику та сучасні мемуари, включила в себе книгу "Позивний для Йова. Хроніки вторгнення" Олександра Михеда

Четверта підномінація "Обріїв", яка включає спеціальну та адаптаційну літературу, визнала книгу "Свобода в мережі. Як насправді працює інтернет", авторами якої є Ульріке Уліґ, Мелорі Кнодель, Нільс Тен Евер та Корін Кат.

Перша підномінація "Красного письменства", що охоплює сучасну українську прозу та есеїстику, відзначила книгу "Драбина" Євгенії Кузнєцової.

Третя підномінація "Красного письменства", яка включає сучасну зарубіжну прозу та есеїстику, увійшла книга "Ідентичність" Мілана Кундери.

Радіо Культура оголосила про новий проект, спільно розроблений з Видавництвом Старого Лева. Щотижня о 18:00 ведучі Радіо Культура зустрічатимуться з українськими письменниками у книгарні-кав'ярні Старого Лева на Михайлівській 18А, щоб обговорити літературну сцену 1990-х років.

Проект буде транслюватися в рамках програми "Вечір на Радіо Культура". Учасники розмови, включаючи ведучих Радіо Культура, поділяться своїми думками про літературні дебюти та культурні зміни в перший десятиріччя незалежності України.

Перша розмова, яка відбулась, стала зустріччю між ведучою Радіо Культура Іриною Славінською та головною редакторкою та співзасновницею Видавництва Старого Лева, письменницею та перекладачкою Мар'яною Савкою.

Проект створено з метою зближення аудиторій Радіо Культура та читачів Видавництва Старого Лева, а також для просування української літератури та письменників, які активно творять вже протягом понад 30 років незалежності України

Багато авторів і авторок зараз на фронті. Ми пишаємося кожним і кожною з них і серйозно турбуємося за їхню безпеку.

У цьому році ми досягли значних успіхів, включаючи звання видавництва номер один у Європі, яке видає дитячу літературу. Ця нагорода на Болонському книжковому ярмарку стала для нас найяскравішим моментом. Вона свідчить не лише про наші досягнення, але й про те, як наші колеги по всьому світу підтримують та уважають Україну. Нам важливо не втратити цього фокусу уваги

Також отримали нагороду в Україні від видання "Читомо" за те, що стали трендсетером українського книжкового ринку. Це ще одна важлива перемога для нас. Цього року ми випустили 120 нових книг і досягли рекордних накладів. Також ми зрозуміли, що книги, які допомагають протистояти темряві, дійсно мають велике значення.

Незважаючи на повномасштабну війну, ми спостерігаємо вражаючу активність на книжковому ринку. Україна збагатилася на понад 200 нових видавництв і декілька десятків книгарень. Цього року ми відкрили три нові книгарні-кафе: дві у Львові і одну, яка наразі є найбільшою, у Києві.

Зроблено значний крок у продажах прав на світовому ринку. Роман Софії Андрухович "Амадока", права на який придбало американське видавництво "Saimon & Shuster", виборов українсько-єврейську літературну премію "Зустріч"

Проведено безліч подій як в Україні, так і за кордоном, взяли участь у міжнародних виставках, організували книжкову програму фестивалю "Книги.Кава.Вінтаж" і багато інших заходів. Наша підтримка українських бібліотек та військових завжди на першому місці.

Нашим головним пріоритетом залишається перемога української книжки і перемога українського війська над російським агресором.

З наближенням Нового 2024 року ми висловлюємо свою скорботу за всіх, хто втратив життя у війні, і не забуваємо про те, що війна триває. Наша мета — працювати неухильно, лише в ім'я перемоги і пам'яті загиблих героїв, для того, щоб дійти до наступної перемоги.

В умовах війни видавнича діяльність стає надзвичайно важливою для забезпечення доступу до інформації, знань та розваг. Видавництва можуть виконувати роль не лише постачальників культурних товарів, а й платформ для обміну думками, стимулювання дискусій та формування громадської думки.

Однак, на шляху видавництв у воєнний час стоїть безліч викликів. Зокрема, вони мають уважно стежити за змінами в політичному та соціокультурному середовищі, щоб адаптуватися до нових реалій та запобігти конфліктам. Питання безпеки стає пріоритетним як для працівників видавництв, так і для авторів та інших учасників видавничого процесу

У таких умовах видавництва звертаються до нових технологій для забезпечення безпеки та зберігання даних, а також для збільшення ефективності виробництва та дистрибуції. Крім того, вони можуть шукати співпрацю з міжнародними та гуманітарними організаціями для забезпечення доступу до культурних ресурсів в зонах конфлікту.

Надзвичайно важливою стає етика видавничої діяльності у воєнний час. Видавництва повинні бути обережними у виборі матеріалів для публікації, уникати пропаганди та спотворення фактів, а також забезпечувати різноманітність голосів та поглядів у своїх виданнях.

Видавнича діяльність у воєнний час вимагає від видавців не лише професіоналізму та технічної компетентності, а й високої моральної відповідальності та готовності виконувати свою місію незважаючи на складні умови.

Умови війни також можуть спричиняти зміни в змісті та форматі видань. Наприклад, збільшується попит на матеріали з політичного аналізу, воєнну стратегію, історію конфлікту та геополітичні настанови. З іншого боку, люди також можуть шукати видання, які допоможуть їм заспокоїтися, зосередитися або знайти розвагу у важкий час.

У таких обставинах видавництва можуть розглядати можливості розширення свого асортименту, адаптуючись до змін у попиті та інтересах аудиторії. Це може включати як випуск нових видань, так і переосмислення змісту та формату існуючих

Нарешті, важливою частиною видавничої діяльності у воєнний час є збереження культурної спадщини та підтримка інтелектуального життя у зоні конфлікту. Це може означати збереження архівів, стимулювання творчості та розвитку мистецтва, навчання та освіту незважаючи на складні обставини.

Всі ці аспекти вимагають від видавництв не лише професіоналізму та ефективності, а й високої чутливості до потреб та цінностей своєї аудиторії. У воєнний час видавництва мають унікальну можливість вплинути на формування громадянського суспільства та підтримати духовні цінності у важкі часи.

Можна сказати, що видавнича діяльність у воєнний період є надзвичайно важливою та складною. Видавництва зіткнулися з рядом викликів, таких як забезпечення безпеки працівників та даних, адаптація до змін у попиті та політичному середовищі, етичні питання та збереження культурної спадщини.

Проте вони також мають унікальні можливості стати платформами для обміну думками, знань та культурних цінностей, сприяючи формуванню громадянського суспільства та підтримці інтелектуального життя в умовах конфлікту. Важливою складовою успіху у воєнний час є гнучкість, професіоналізм та висока моральна відповідальність видавців

**«Війна 2022», упорядкував Володимир Рафєєнко**

Це видання зібрало рефлексії сучасних українських письменників на події повномасштабного вторгнення, яке змінило життя не тільки України, а й усього світу. У книзі представлені фрагменти щоденників, есеї та вірші відомих українських авторів, таких як Сергій Жадан, Катерина Бабкіна, Ліна Костенко та інших.

**«Чужа-своя-рідна», Ірина Феофанова**

Чуттєва збірка новел, де головними героїнями є жінки, які були змушені покинути свої домівки в пошуках безпеки для себе та своїх родин. Їхні рідні міста, такі як Ірпінь, Буча, Ізюм, Херсон, Маріуполь, були зруйновані через вторгнення Росії.

**«Жити не можна померти», Олександр Осадко**

Збірка короткої прози бійця з позивним «Танго», який загинув улітку 2022-го на Донеччині, виконуючи бойове завдання. Ці сім невеликих історій демонструють неабиякий письменницький талант Олександра Осадка і його вміння змальовувати деталі.

**«Моя УПА», Любов Загоровська**

Книга містить 39 історій про людей, які боролися за незалежність України майже 100 років тому у складі УПА або допомагали українській армії. Їх також можна прослухати в аудіоформаті за допомогою QR-кодів у книзі.

**«Котик, Півник, Шафка», Олександр Михед**

Книга про незламність українського народу, де розповідається про напівказкових Котика, Півника і Шафку, які були врятовані у зруйнованій обстрілами Бородянці під Києвом. 10 гривень від вартості кожної книжки йде на підтримку «ЗооПатруль UA».

**«Жовтий метелик», Олександр Шатохін**

Ця особлива «тиха книжка» без слів про війну, яка ніби колючий дріт, обмежує свободу. Проте вона також про надію, яку неможливо обмежити чи знищити, як метелика у польоті. Книга без слів, але з глибоким сенсом.

**«Залізницею додому», Мар'яна Савка**

Чуйна історія про Єву, яка повертається з мамою додому після довгої відсутності через небезпеку війни. Підтримка родини, щасливі зустрічі і любов до Батьківщини – усе це відчувається між рядками. Купуючи книгу, ви донатите 10 гривень у фонд проєкту #ЗалізнаРодина для допомоги родинам залізничників, які постраждали через війну.

**«Півник», Зоряна Живка**

Ця оповідь заснована на реальній історії про евакуацію літньої жінки з півником із Маріуполя. Письменниця перетворила цю новину у життєствердну казку про дива та перемогу світла. Невелика історія-легенда розповідає про півника, якого самотня жінка полюбила і оберігала всіма силами. Вона навіть не здогадувалася, що одного дня цей півник магічним способом врятує мешканців міста під час ворожої облоги.

**«Абрикоси зацвітають уночі», Оля Русіна**

Історія про хлопчика Устима та його собаку Жменьку, які подружилися з безпілотником. Безпілотник вирушає у політ, повертається і розповідає про те, що побачив на вулицях міста. Ця книга про життя поблизу окупованих територій у 2015 році та надію на те, що абрикоси неодмінно зацвітуть. 10 гривень від продажу кожного примірника Видавництво Старого Лева перераховує у Благодійний Фонд "Голоси дітей", який надає термінову психологічну допомогу постраждалим дітям та сім'ям, асистує в процесі евакуації і підтримує їх у режимі нон-стоп.

## 

## 2.2 Промоція книжкової продукції

Головна сторінка офіційного сайту видавництва є потужною основою для промоції книжкової продукції та видавництва загалом. Усі елементи дизайну сайту свідчать про силу видавництва та цінність його продукції. Раціонально структурований контент дозволяє легко знаходити необхідну інформацію, навіть на сторінках, насичених інформацією.

Цей сайт створений з метою просування, сприяє збільшенню продажів, або принаймні сприяє залученню уваги до книг видавництва. Крім того, читачам надається можливість замовити книгу безпосередньо на сайті, що робить співпрацю з видавництвом зручною та привабливою. Це свідчить про зацікавленість видавництва у співпраці з читачами та їхню відвертість до взаємодії з ними

Це видавництво успішно відновило систему продажу та доставки книг поштою, а також створило мережевий ресурс. На сайті є можливість авторизації через соцмережу «Фейсбук» та зручний електронний кошик для вибраних книг.

На головній сторінці сайту розташоване меню, яке надзвичайно зручно для навігації. Воно містить рубрики, такі як «Всі книги», «Новинки», «Готуються до друку», «Рейтинг продажу», «Розпродаж», «Подарункові видання» та інші, а також можливість шукати видання за серіями. Поряд із цим, на сайті доступні розділи, що надають інформацію про видавництво, новини, клуб читачів, галерею, контактні дані, а також інформацію про зовнішні права.

Клацнувши на розділ "Як купити", відвідувач переходить на нову сторінку сайту. Вгорі розміщений заголовок розділу, а нижче – горизонтальне меню з кнопками: "Оплата", "Доставка", "Гарантії", "Наші книги в магазинах". На першому місці розміщено розділ "Оплата", де користувачеві надається чітка інструкція щодо замовлень, графік роботи менеджерів та мережевих продажів, контактні номери, а також різні способи оплати, включаючи оплату карткою чи готівкою при отриманні замовлення. Видавництво зобов'язується повернути кошти і забезпечує інформаційну безпеку клієнта

Крім того, на сайті можна знайти різні видання, призначені для різних вікових груп. Наприклад, книга аналізу "Канікули Остапа і Даринки" Андрія Бачинського призначена для дітей від 6 до 12 років і доступна для замовлення на офіційному сайті видавництва за ціною 250 гривень. Також книгу можна знайти в інших інтернет-магазинах за ціною 250 гривень. У виданні 264 сторінок, і воно вийшло накладом у 3000 примірників.

Зокрема, видавництво проводить розкриття новинок через власний сайт та соціальні мережі, організовувати віртуальні та офлайн презентації книг, розміщувати рекламу на літературних та культурних порталах, співпрацювати з блогерами та впливовими особистостями для рецензування та рекомендацій нових видань.

Також важливою частиною промоційних заходів може бути підтримка та організація культурних подій, літературних вечорів, дискусійних клубів та літературних конкурсів, що сприяють популяризації та розповсюдженню книжкової продукції.

Завдяки цим заходам промоції "Старий Лев" може залучати увагу широкого кола читачів та підвищувати впізнаваність своїх видань на книжковому ринку.

Додатково, промоційні заходи можуть включати організацію авторських читань, літературних вечорів та зустрічей з письменниками для сприяння взаємодії між авторами та читачами. Такі заходи дозволяють створити простір для обговорення книг, виявлення інтересів аудиторії та залучення нових прихильників літератури видавництва.

Крім того, можливість отримання знижок або спеціальних пропозицій може привернути увагу покупців до книг "Старого Лева". Регулярні розсилки рекламних електронних листів, акційні пропозиції та вигідні умови для постійних клієнтів також можуть стати ефективними засобами просування книжкової продукції

Важливим аспектом промоції є підтримка лояльності клієнтів. Програми лояльності, система накопичувальних балів або привілеї для постійних покупців можуть збільшити задоволення від покупок та стимулювати повторні відвідування.

Загалом, промоційні заходи відображають різноманітність та креативність у підходах до реклами книжкової продукції. Їх успішна реалізація може значно збільшити впізнаваність та популярність видавництва "Старий Лев" серед читачів.

Додатково, важливим елементом промоційної діяльності є використання інтернет-ресурсів, таких як блоги, відеоблоги, аудіоподкасти та соціальні мережі. Розміщення анонсів нових видань, відгуків читачів, а також інформації про заходи та акції на сторінках у соціальних мережах дозволяє залучати увагу до продукції видавництва серед широкого кола аудиторії, особливо серед молоді.

Також ефективною стратегією просування може бути співпраця з іншими платформами та медійними компаніями, що спеціалізуються на культурних і літературних темах. Партнерство з літературними журналами, культурними порталами або книжковими блогами дозволить розширити аудиторію та підвищити вплив видавництва на книжковому ринку.

Нарешті, розвиток мережі дистрибуції є важливим аспектом промоції. Видавництво "Старий Лев" може активно співпрацювати з книжковими магазинами, онлайн-платформами для продажу книг, а також розглядати можливості для розміщення своєї продукції у книгарнях та супермаркетах.

В цілому, успішна промоція книжкової продукції "Старого Лева" вимагає комплексного підходу, де кожен елемент просування доповнює і підсилює інший, створюючи сприятливі умови для популяризації та успішного продажу книг.

Зокрема, активна участь у культурних подіях та літературних фестивалях може стати важливим елементом просування. Виставкові стенди, участь у панелях обговорень та літературних заходах надають можливість представити нові видання широкій аудиторії та залучити увагу до авторів та їхніх творів.

Крім того, рекламні кампанії у засобах масової інформації, таких як радіо, телебачення та преса, можуть допомогти привернути увагу до книжкових новинок та стимулювати попит на них серед широкого загалу читачів.

Необхідно також підкреслити значення якісного контенту та дизайну книжок, оскільки привабливий вигляд та цікавий зміст можуть значно полегшити їхню просування та впливати на рішення читачів при придбанні.

В цілому, успішна промоція книжкової продукції "Старого Лева" вимагає поєднання різноманітних стратегій та інструментів, спрямованих на підвищення уваги до книг та залучення нових читачів.

Протягом минулого року життя українців і всього світу раптово зазнало значних змін через повномасштабне вторгнення Росії, що спричинило важку боротьбу, розлуки та втрати, але також виявило рішучість, стійкість та віру у перемогу. Літературний світ також відобразив ці події, вражаючи сучасні реалії. З'явилось все більше текстів, що відтворюють переживання українських захисників, а письменники рефлексують на суспільні події за допомогою своїх творів. Тому ми підготували для вас перелік важливих книг для дорослих і дітей, виданих від "Видавництва Старого Лева" з 24 лютого 2022 року, що стосуються повномасштабної війни та навколишніх подій

"Війна 2022", упорядкована Володимиром Рафєєнком - це видання, в якому зібрані роздуми сучасних українських письменників про події повномасштабного вторгнення, яке змінило життя не лише України, але й усього світу. В ньому представлені тексти відомих українських літераторів, таких як Сергій Жадан, Катерина Бабкіна, Ліна Костенко та інших, у формі фрагментів щоденників, есе та віршів.

"Чужа-своя-рідна", Ірини Феофанової - це чуттєва збірка новел, у якій головні героїні - це жінки, що змушені залишити свої домівки та вирушити у пошуках безпечного місця для себе та своїх родин через руйнування своїх міст під час повномасштабного вторгнення держави-агресора.

"Жити не можна померти", Олександра Осадка - це збірка коротких оповідань бійця з позивним "Танго", який віддав своє життя захищаючи Україну на фронті. Ці історії свідчать про майстерність письменника та його здатність вдало передати деталі.

"Моя УПА", Любові Загоровської - це 39 розповідей про людей, які боролися за незалежність України майже 100 років тому. Це історії про тих, хто воював у складі УПА або підтримував українську армію.

"Жовтий метелик", написаний Олександром Шатохіним, - це особлива "тиха книжка", яка, ніби колючий дріт, відкриває перед вами певні межі, але також проявляє надію, неприборкану і не знищувану, так само, як метелик у момент свого польоту. Ця книга не містить жодного слова, але має глибокий сенс, який звучить для кожного

"Залізницею додому", авторства Мар'яни Савки, - це вразлива розповідь про Єву, яка повертається додому разом з матір'ю після тривалої відсутності через небезпеку повномасштабного вторгнення. Книга розповідає про підтримку сім'ї, радісні зустрічі та глибоке почуття до Батьківщини, які відчуваються між рядками. Купуючи книгу "Залізницею додому", читачі також можуть зробити пожертвування у фонд проєкту #ЗалізнаРодина, що допомагає родинам залізничників, які постраждали або загинули внаслідок війни.

"Півник", написаний Зоряною Живкою, - це захоплива історія, яка має свою основу в реальних подіях про евакуацію літньої жінки з півником з Маріуполя. Ця оповідь перетворює новину на життєствердну казку про дива та перемогу світла. Це історія-легенда про півника, якого полюбила та оберігала самотня жінка, яка не знала, що одного дня цей півник стане її спасінням під час ворожої облоги.

"Абрикоси зацвітають уночі", авторства Олі Русіної, - це історія про хлопчика Устима та його собаку Жменьку, які стають друзями з безпілотником, що розповідає їм про життя біля окупованих територій у 2015 році та висловлює надію на приход абрикосових квітів. Кожен проданий примірник книги "Абрикоси зацвітають уночі" допомагає Благодійному Фонду "Голоси дітей" в їх роботі з постраждалими дітьми та сім'ями з усієї країни

Євгенія Кузнєцова, авторка книги «Спитайте Мієчку», поділилась своїми думками про читання в умовах сучасної війни. Вона визнала, що протягом останніх двох місяців практично всі свої читання присвятила темі війни, вивчаючи дані про зброю, технічні характеристики та експертні думки. Це її спроба боротися з безпорадністю через накопичення знань. Проте вона усвідомлює, що такий підхід є контрпродуктивним і може викликати перенапруження. Кузнєцова радить обмежити свої читання до необхідного мінімуму, фокусуючись на допомозі тим, хто постраждав від війни, та на підтримці військових. Вона рекомендує писати щоденники, які допоможуть виражати власні почуття та досвід війни. Крім того, Кузнєцова планує спробувати знайти час для читання книг, які не пов'язані з війною, сподіваючись, що це допоможе їй відволіктися від поточних подій хоча б на короткий час.

Ольга Войтенко, авторка трилогії «У світлі світляків», розповіла про свій досвід читання в період війни. Першій місяць вона взагалі не читала, але потім зрозуміла, що потрібно відпочивати від реальності і почала знову читати, намагаючись робити це хоча б раз на день. Вона почала з легких та дитячих книг, які допомагали їй відволіктися, і зазначила, що книга Олі Русіної «34 сонячні дні і один похмурий» вдало виконала цю роль. Далі вона звернулася до книги Кадзуо Ішіґуро «Коли ми були сиротами», хоча спочатку не хотіла читати про війну, але вирішила дочитати, оскільки вона відчула багато спільного зі своїм досвідом. Войтенко також порадила читати легкі, світлі речі, щоб відволіктися від важких реалій. Вона рекомендує фентезі, біографії та інші книги, які можуть дати відповіді на питання, що виникають у зв'язку з поточною ситуацією, а також надихнути на оптимізм і віру в майбутнє

Катерина Міхаліцина, авторка книг «Яків і мокрий вечір», «Ясь та його велокар’єра», «Нові казки Старого Лева» та інших, розповіла про свій досвід читання під час війни. Вона зазначила, що спочатку не могла читати, але з часом знову почала, відчуваючи потребу в відпочинку від реальності. Міхаліцина рекомендує читати книги, які дарують сили, навіть якщо вони викликають сльози. Вона також радить звертатися до улюблених книг-картинок і читати те, що допомагає розрадити та підтримати внутрішню дитину. Також важливо слухати себе та свої потреби в цей непростий час.

Тетяна Стрижевська розповіла, що спочатку після початку війни зовсім не могла зосередитися на читанні художніх книг, але продовжувала традицію читати дитині перед сном. Вона зазначила, що читання дитячої літератури стало для неї катарсисом і втечею від жахливої реальності. Після закінчення війни вона мріє зосередитися на написанні терапевтичних дитячих книжок з гумором і добрими пригодами. Її читацькі смаки змінилися, і вона тепер більше читає нон-фікшн, такі як "Спостерігаючи за англійцями" і "Як нагодувати диктатора".

Наталя Малетич ділиться, що після початку війни змогла зберегти традицію вечірніх читань з сином, яка стала їх прихистком у вирі жахливих подій. Вони разом прочитали кілька книг про Гаррі Поттера, які стали для них джерелом утішення. Також Наталя спробувала читати книгу "Чути українською" Ольги Дубчак, що допомагає вивчати українську мову невимушено. Вона зауважує, що її син почав асоціювати книжкових негідників з Путіним, а їх читання книг Роальда Дала стало важливим джерелом втіхи та розваги. Потім Наталя занурилася у збірку оповідань Дала "Конячка Фокслі", яка допомогла зануритися у фантастичні світи. Вона також захопилася книгою "Брехливе життя дорослих" італійської письменниці Елени Ферранте, яка виявилася глибокою і захоплюючою. Зараз Наталя читає спогади Ірини Жиленко, які допомагають їй знайти втіху та відновити радість життя, а також збагатити своє розуміння сучасних подій на прикладі минулих часів

Наталя Малетич поділилася, що після початку війни читання стало для неї важким завданням через постійний стрес та військові події. Однак вона зберегла традицію читати разом з сином, що стало для них своєрідним укриттям у важкий час. Через це вони разом прочитали кілька книг про Гаррі Поттера, які стали для них джерелом утішення та відпочинку від реальності. Наталя також намагалася знайти втіху у книзі "Чути українською" Ольги Дубчак, яка допомагала невимушено вивчати українську мову. Вона зауважила, що під час читання книг її син почав асоціювати книжкових негідників з Путіним, що ще більше підсилювало їхню згуртованість. Потім вони разом занурилися у світ Роальда Дала, що став для них джерелом втіхи та розваги. Також Наталя відкрила для себе книгу італійської письменниці Елени Ферранте, яка стала для неї цікавим джерелом розваги і роздумів. Вона зараз читає спогади Ірини Жиленко, які їй допомагають відновити втрачену радість життя та зануритися в інші часи і події.

Ірина Жиленко зафіксувала в своєму щоденнику страхітливі події того часу: переслідування дисидентів, арешти та загибель видатних особистостей, зокрема Василя Стуса, на засланні. Вона відверто виступала проти тотальної русифікації Києва та обурювалася проти тих, хто прагнув витіснити українську мову. Ірина відчувала силу і значення української мови, тому виступала за її збереження та популяризацію. Її щоденники відображали боротьбу за національну самосвідомість та культурний ідентитет у тяжкі часи. І зараз, після шістдесяти років, українська мова знову набирає сили та визнання. Читання спогадів Ірини Жиленко може розкрити механізми та причини її витіснення на маргінес, а також допоможе зрозуміти, якими шляхами Україна пройшла до того, де є зараз

Коли війна почалася, я зазнала труднощів з читанням протягом кількох тижнів. Це було для мене дуже незвично, оскільки зазвичай я завжди насолоджуюся книжками. Однак у певний момент я відчула бажання знову читати, глибоко поглиблюючись у текст, не відволікаючись на новини – хоча це було складно. Під час тривог я знаходила втечу у читанні в бомбосховищі. Потім я обрала прекрасну класичну книжку Туве Янссон "Країна Мумі-тролів", щоб насолодитися дитячою літературою. Зараз я поглиблююся у роман "Танжер" Йвана Козленка, який розповідає про Одесу, де я переживаю війну, і спостерігаю за історичними паралелями з нинішньою ситуацією.

Сьогодні я б радила звернутися до творів українських письменників і поетів, оскільки наша література відображає військові виклики і може дати відповіді на них. Читання є важливим інструментом для зняття стресу та заспокоєння. Я завжди рекомендую історичні книги Сергія Плохія, оскільки вони допомагають зрозуміти минуле і підготуватися до майбутнього. І не забувайте читати з дітьми, навіть під час війни, щоб забезпечити їм звичне життя, наскільки це можливо.

Для мене це дивно, але за перші 50 днів я зовсім не взялася за жодну книгу. Це несподівано, адже я завжди була великим поціновувачем читання. Можливо, це через те, що зараз я дуже зайнята роботою і маю проблеми з концентрацією, а мій особистий простір звужився до стільця та подушки. Проте мені дуже бракує часу для читання. Я все ж таки змогла почитати книги разом зі своєю донькою, такі як твори Всеволода Нестайка та казки, але читаємо ми їх дуже повільно.

Я хотіла б порадити як терапію взяти хоча б одну книгу або її частину, яку ви любили і читали в мирні часи. Вірші можуть мати стабілізуючий ефект на дорослих і дітей завдяки своїй ритмізації, рефренам та впорядкованості. Зокрема, я б порекомендувала прочитати книгу «Діти повітряних тривог» Лариси Денисенко, яка є доступною онлайн. Ця книга про теперішній час. Також, я б порадила замислитися про книгу, яку ви мріяли прочитати або про яку думали раніше. Щодо дітей, зараз особливо важливо бути близькими до них, тому будь-яка книга з методички «Живі письменники. Батькам», яку ви будете читати вголос, може мати терапевтичний ефект

Останнім часом маю недостатньо часу для читання, але щойно завершив «Знову й знову» Бена Елтона, перекладений чудовою роботою Андрія Маслюха. Це захоплива та динамічна пригодницька історія, яка пропонує декілька альтернативних сценаріїв розвитку цивілізації після світової війни, залежно від умов та факторів, що спричинили її. З огляду на те, що ми зараз на межі нової світової війни, ця книга сприймається особливо гостро і проникливо.

Романа: Останнім часом ми відновили читання. У перші дні війни цього не було, але тепер ми намагаємося повернутися до книжок. Щоб працювати над нашими проєктами, нам треба перечитувати різні тексти, але ми також читаємо для себе, особливо перед сном. Зараз я обмежуюся нон-фікшн книгами. Наприклад, я зараз читаю "Щоденники воєнного часу 1939-1945" Астрід Ліндґрен. Це корисний щоденник про війну, який допомагає мені зосередитися і не замислюватися над тим, на якій сторінці я зупинилася раніше. Мене вражають паралелі і співвідношення досвіду війни минулого і сьогоднішнього. Здається, що наразі моя здатність насолоджуватися художньою літературою обмежена. Тому я віддаю перевагу телеграфному стилю тексту, який легко сприймається. Але в майбутньому я прагну до більш складної і розкішної літератури.

Андрій: Зараз я перечитую цикл "Хроніки Дюни" Френка Герберта. В Україні вже видано 5 з 6 романів. Я розпочав з першої книги "Дюна", а тепер читаю п'яту книгу "Єретики Дюни". Цей цикл став для мене відкриттям. Я вражений увагою до деталей, філософськими аспектами та інтелектуальним масштабом цього твору. Читаючи його в час війни, особливо яскраво відчуваються такі цінності, як сила людського інтелекту, відданість присязі та аристократизм. Навіть якщо це наукова фантастика, цей цикл є неймовірним за своїм інтелектуальним потенціалом

Багато з моїх друзів скаржаться, що вони не можуть так само читати, як раніше. Поки я був зайнятий чимось іншим, я втішав себе думкою, що "я хочу читати". Проте, коли я нарешті знайшов час, з'явилося відчуття, що мені не вистачає або спокою, або концентрації, які були звичні раніше. Тому я знаходжу виходи. Наприклад, я можу читати те, що вже раніше читав, щось знайоме, яке не потребує 100% уваги. Або вибирати уривки з нон-фікшн книг, які не вимагають слідкування за сюжетом. Так, що щодо художньої літератури, я вибрав уривки з "Графа Монте-Крісто". Там є чудові описи, розмаїття подій, несподівані повороти, але завжди перемагає добро і справедливість. Також я звертаю увагу на нон-фікшн книги, які можна читати кілька абзаців чи сторінок за раз. Зокрема, наразі у мене стоять різні такі книги, і я вибираю, коли хочу щось дізнатися нове.

Що б я радив прочитати українцям? Не хочу давати жорстких рекомендацій. Вважаю, що зараз у кожного дуже різні обставини, і всі переживають цей час по-своєму. Проте, бажаю кожному не піддаватися примусу. Якщо ви не маєте бажання читати зараз - не читайте. Не варто примушувати себе читати "тільки тому що". Нехай вибір залишиться за вами. Якщо ви хочете розслабитися з "Вінні Пухом" і насолоджуватися казковим світом, то дозвольте собі це. Або, навпаки, якщо вам зараз потрібно дещо серйозне, то слідуйте своїм бажанням.

Старий Лев запрошує вас на захоплюючу подорож у світ книжкової мудрості та пригод! Наша книжкова продукція - це не просто слова на папері, а справжня скарбниця знань, емоцій та вражень.

Поглибіться у захоплюючі історії, які розкриють вам таємниці минулого, розширять межі вашої уяви та надихнуть на нові досягнення. Відкрийте для себе світи науки, фантастики, пригод та багато інших жанрів, які чекають на вас на сторінках наших книг

З нами ви зможете зануритися в світову класику та відкрити для себе твори найвидатніших письменників минулого та сучасності. Ми пишаємося своїм розмаїттям асортименту, який задовольнить смаки навіть найвибагливіших читачів.

Не пропустіть можливість збагатити свій духовний світ та знайти відповіді на багато цікавих питань. Обирайте книжки від Старого Лева та робіть свій світ яскравішим та насиченішим!

Зваблива пропозиція, чи не так? Відкривайте для себе книжковий світ із Старим Левом - місцем, де слово стає живим, а кожна сторінка запрошує на захоплюючу подорож. Наша колекція включає в себе найкращі твори світової та вітчизняної літератури, які неодмінно зачарують вас своєю глибиною та майстерністю.

Чи ви шукаєте щось для розширення свого кругозору? Або можливо вам цікаві пригодницькі романи, що захоплять вас з перших рядків? Можливо, ви шукаєте книгу, яка надихне вас на нові досягнення і допоможе вам зростати як особистість?

З Старим Левом ви завжди знайдете те, що шукали. Не втрачайте часу - приєднуйтеся до нашої книжкової спільноти вже сьогодні та поглиблюйте свої знання, насолоджуйтесь чарівністю слова та відчувайте справжню радість від читання!

Компанія Старого Лева активно використовує різноманітні стратегії для просування своєї книжкової продукції в умовах війни. Це включає співпрацю з ЗМІ, участь у культурних заходах, рекламні кампанії, продаж через онлайн-магазини, спеціальні акції та знижки, контент-маркетинг, співпрацю з інфлюенсерами та оптимізацію видимості в пошукових системах.

Старий Лев активно використовує різноманітні стратегії, щоб забезпечити максимальну видимість своєї книжкової продукції в умовах війни. Це включає використання соціальних мереж для просування нових видань та спеціальних пропозицій, організацію віртуальних книжкових заходів та презентацій, співпрацю з літературними блогерами та відгуками в медіа, а також активне залучення аудиторії через інтерактивні вебінари та інші онлайн-ініціативи. Крім того, компанія звертає увагу на розвиток електронних форматів книг та аудіокниг, що дозволяє їй збільшити доступність своєї продукції для широкого кола читачів.

Старий Лев активно співпрацює з книгарнями та іншими торговими точками, щоб забезпечити широкий охоплення аудиторії та зробити свою продукцію доступною в різних місцях. Крім того, компанія стежить за останніми трендами у книжковій сфері та реагує на них, а також вивчає і аналізує потреби своєї цільової аудиторії, щоб надати їм оптимальний вибір книжкових творів. Таким чином, Старий Лев продовжує розвиватися та успішно просувати свою книжкову продукцію навіть у складних умовах війни.

Також важливою стратегією для Старого Лева є активне залучення читачів та партнерів до процесу створення та просування книг. Це може включати проведення літературних конкурсів, програмування авторських зустрічей та дискусій, а також співпрацю з літературними гуртками та фондами, які підтримують культурні ініціативи. Такі заходи сприяють залученню уваги до книжок, створених видавництвом, та сприяють розвитку літературної спільноти в умовах війни.

У сфері маркетингу і просування книжкової продукції, Старий Лев використовує різноманітні канали комунікації, включаючи соціальні медіа, рекламні кампанії в онлайн та офлайн просторах, участь у книжкових ярмарках і фестивалях, а також співпрацю з культурними закладами та заходами. Крім того, вони активно працюють над розширенням мережі дистрибуції, щоб забезпечити доступність своїх книг для широкого загалу читачів. Такі заходи сприяють збільшенню обігу книжкової продукції та підвищенню її впізнаваності навіть у складних умовах війни.

Видавництво "Старий Лев" виявляє активність та впевненість у власних можливостях навіть у складних умовах війни. Шляхом розвитку маркетингових стратегій, просування та маркування своєї продукції вони демонструють здатність до адаптації та стійкості у непередбачуваних умовах. Зусилля "Старого Лева" у підтримці культурних ініціатив, розвитку літературної спільноти та активному включенні читачів та партнерів в процес створення книг свідчать про їхню відданість розвитку літературної сцени та підтримці української культури в цілому.

# 

# 

# ВИСНОВКИ

Дослідження виявило, що видавництво "Старий Лев" є цікавим об'єктом для наукового аналізу у контексті сучасного видавничого ринку. Теоретичне дослідження поняття "видавництво" підкреслило його значущість у суспільному та культурному житті, визначивши основні аспекти його функціонування та розвитку.

У рамках аналізу діяльності "Видавництва Старого Лева" були виявлені особливості його стратегій, таких як активна участь у культурному житті країни, просування книжкової продукції, а також велика увага до розвитку літературних та освітніх ініціатив.

Дослідження показало, що "Старий Лев" успішно пристосовується до складних умов війни, виявляючи активність у збереженні та розвитку української культури через видавничу діяльність. Промоція книжкової продукції є важливим елементом стратегії видавництва, що сприяє популяризації української літератури як у межах країни, так і за її межами.

Результати дослідження вказують на те, що "Видавництво Старого Лева" є значущим об'єктом для наукового аналізу в контексті сучасного видавничого ринку України. Теоретичне обґрунтування поняття "видавництво" виявило його ключову роль у формуванні культурної інфраструктури та підтримці літературного життя.

Дослідження діяльності "Видавництва Старого Лева" дозволило виявити основні аспекти його стратегічних підходів, зокрема акцент на культурні та освітні ініціативи, а також вплив на формування літературних та культурних дискурсів в Україні.

В контексті умов війни видавництво проявляє активність у збереженні культурної спадщини та підтримці української літератури, сприяючи її популяризації як у межах країни, так і на міжнародній арені.

Промоція книжкової продукції є важливим елементом стратегії видавництва, що сприяє збільшенню читацької аудиторії та розширенню впливу української літератури.

Висновок дослідницької роботи щодо "Видавництва Старого Лева" полягає в тому, що ця видавнича компанія відіграє важливу роль у розвитку української літературної сцени та культурного життя в цілому. Зокрема, наше дослідження виявило, що "Старий Лев" успішно впроваджує стратегії, спрямовані на збереження культурної спадщини, підтримку українських авторів та просування їхніх творів на міжнародному ринку.

Умови війни в Україні вимагають від видавництва особливих підходів та стратегій, і "Старий Лев" успішно впорався з цим завданням, показавши високий рівень адаптивності та відповідальності перед культурним співтовариством.

Промоція книжкової продукції "Старого Лева" дозволила збільшити обсяги продажів та розширити аудиторію як в Україні, так і за її межами. Це свідчить про ефективність стратегій маркетингу та просування, використаних компанією.

У цілому, "Видавництво Старого Лева" заслуговує на високу оцінку за свою діяльність, спрямовану на підтримку української культури та літератури. Його роль у формуванні культурного обличчя країни важлива та невідома, і подальший науковий дослідження цього об'єкта є вельми доцільним.

У висновку нашої дипломної роботи ми хочемо підкреслити, що "Видавництво Старого Лева" представляє собою важливий об'єкт для наукового дослідження в контексті української культурної і літературної сфер. Наша аналіз показує, що ця видавнича компанія відіграє ключову роль у підтримці молодих авторів, популяризації української літератури, а також у збереженні та просуванні культурної спадщини країни.

Особливу увагу слід приділити діяльності "Старого Лева" у військових умовах, коли війна в Україні стала суттєвим викликом для культурних інституцій. У таких умовах видавництво виявило високу рівень адаптивності, спромоглося зберегти свою діяльність та навіть розвиватися, несучи відповідальність за культурний розвиток країни.

Щодо промоції книжкової продукції, "Старий Лев" виявився успішним використанням різноманітних маркетингових стратегій та інструментів, що дозволило розширити аудиторію читачів та підвищити впізнаваність бренду як в Україні, так і за кордоном.

У цілому, дослідження "Видавництва Старого Лева" показало його значущість для української культурної сцени та важливість подальшого наукового вивчення цього об'єкта.

Отже, "Видавництво Старого Лева" виявляється ключовим фактором у формуванні культурного простору України та заслуговує на подальший науковий аналіз та підтримку.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акопян Х. Генезис соціальних медіа як передумова формування нових маркетингових комунікацій. *Стратегія економічного розвитку України* : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана», Укр. союз промисловців і підприємців, Ін-т світової екон. і міжнар. відносин НАН України. Київ : КНЕУ, 2015. Вип. 37. С. 5–13.
2. Про видавничу справу : Закон України від 05.06.1997 р. № 318/97-ВР : станом на 31 груд. 2023 р. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/318/97-вр#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/318/97-%D0%B2%D1%80#Text) (дата звернення: 13.05.2024).
3. Афанасенко О. Сучасний книжковий ринок України як об’єкт професійного дослідження. *Вісник кн. палати*. 2004. № 3. С. 28–30.
4. Афонін О., Сенченко М. Українська книга в контексті світового книговидання. Київ : Кн. палата України, 2009. 277 с.
5. Бебик В. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рілейшнз : монографія. Київ : МАУП, 2005. 440 с
6. Билина Ю. Л. Формування інформаційної компетентності майбутніх фахівців видавничої справи та редагування за допомогою інтерактивного методу навчання CASE-STUDY. *Інженерні та освітні технології в електротехнічних і комп’ютерних системах*. 2013. № 4. С. 40–46
7. Бізюк А., Сібілєв К. Аналіз сучасних тенденцій розвитку видавничої справи та поліграфії. *Поліграфічні, мультимедійні та web-технології* : тези 1-ї Міжнар. наук.-тех. конф., м. Харків, 16–20 трав. 2016 р. Харків, 2016. С. 208.
8. Бочулинський С. Генеза та сучасний стан дослідження каналів засобів масової комунікації: соціологічний аналіз. *Релігія та соціум*. 2012. № 2 (8). С. 164–170.
9. Важливі книги Старого Лева за рік війни. *Видавництво Старого Лева*. URL: <https://starylev.com.ua/blogs/vazlyvi-knygy-starogo-leva-za-rik-viyny> (дата звернення: 07.05.2024).
10. Вовк Н., Богуш Х. Просування діяльності підприємства малого бізнесу у мережі Інтернет. *Інформація, комунікація, суспільство 2019* : матеріали Міжнар. наук. конф., 16–18 трав. 2019 р. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2019. С. 244–245.
11. Дуброва О. С. Процес розробки та реалізації конкурентної стратегії підприємства. *Ефективна економіка*. 2010. № 8.
12. Женченко М. І. Новітні редакторські професії в умовах конвергенції та мультимедіатизації ЗМІ. *Наук. зап. Ін-ту журналістики*. 2012. Т. 49. С. 142–146.
13. Женченко М. І. Цифрові трансформації видавничої галузі : монографія. 2-ге вид., перероб. і допов. Київ : Жнець, 2019. 440 с.
14. Захарченко А. Інтернет-медіа. Київ : Видавець Марченко, 2014. 198 с.
15. Королюк Н. Особливості формування та просування видавничого бренду. *Наукові записки. Української академії друкарства*. *Серія : Економічні науки*. 2015. № 1 (50). С. 78–86.
16. Котлер Філіп. Основи маркетингу. Короткий курс. / пер. з англ. М.: Видавничий дім «Вільямс», 2009. 656 с.
17. Крейґ Р. Інтернет-журналістика: робота журналіста і редактора у нових ЗМІ / пер. з англ. Андрія Іщенка. Київ : Києво-Могилян. акад., 2007. 323 c.
18. Крикавський Є., Фігун Н. Контент-маркетинг: реклама без реклами. *Формування ринкової економіки* : зб. наук. праць / М-во освіти та науки України, ДВНЗ "Київ. нац. економ. ун-т ім. В. Гетьмана". 2013. Вип. № 30. С. 474-483.
19. Мриглод О. Маркетинг у соціальних мережах. *Маркетинг і реклама в Україні: інтеграція теорії та практики* : матеріали Всеукр. студ. інт.-конф., 23 грудня 2013 р. Чернівці, 2013.
20. Назаренко К. О. Алгоритми редагування користувацького контенту в інтернет-медіа. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2018. № 2. С. 75–80.
21. Наталія Б. Книги про війну, віднайдення нового дому та життя в непростих реаліях. *Видавництво Старого Лева*. URL: <https://starylev.com.ua/blogs/knygy-pro-viynu-vidnaydennya-novogo-domu-ta-zyttya-v-neprostyx-realiyax> (дата звернення: 07.05.2024).
22. Павленко В. Роль сучасних соціальних мереж у соціальних та політичних технологіях. *"Молодь у постріндустріальному суспільстві*" : матеріал Міжнар. наук.-прак. конф., 25 груд. 2012 р. 2012.
23. Партико З. В. Галузеве редагування в засобах масової інформації : конспект лекцій. Львів : Афіша, 2007. 101 с.
24. Партико З. В. Основи редагування. Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2017. 331 с.
25. Руди М. Інтеграція інструментів SMM у маркетингову діяльність українських підприємтсв. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2013. 24 (№ 997). С. 136–141.
26. Самуляк О. В. Інтернет-журналістика України: історія, особливості та перспективи розвитку : монографія. Луцьк : Волин. обл. друк., 2019. 212 с.
27. Серновіц Е. Сарафанний маркетинг. Як розумні компанії змушують про себе говорити. Київ : Сварог, 2020. 216 с.
28. Теремко В. Видавничий маркетинг: Навч. посіб.:: Академвидав. 2009. 272 с.
29. Теремко В. І. Видавничий маркетинг: навч. посіб. Київ : Академвидав, 2009. 272 с.
30. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу. Київ : Академвидав, 2011. 136 с.
31. Терханова О. В. Редактор у традиційних та онлайн-медіа. *Communications and communicative technologies.* 2019. Вип. 19. С. 76–83.
32. Тимошик М. Редакторський аналіз: завдання, зміст, логічні засади. *Теорія та історія видавничої справи і редагування.* Київ : КНУКіМ, 2012. Вип. 4. 31 с.
33. Тихонович В., Грувер А. Психологічні чинники впливу на поведінку споживача: емоції. *Зміни харчового законодавства в Україні відповідно до вимог ЄС* : зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конф., 15 груд. 2020 р. Харків : ХТЕК КНТЕУ, 2020. С. 53–56.
34. Уварова Е., Якимов, Е. Instagram. Секрет успеха ZT PRO. От А до Я в продвижении: АСТ. 2015. 350 с.
35. Федушко С. Особливості визначення та опису соціально-демографічних характеристик у соціальних комунікаціях. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка».* *Серія: Комп’ютерні науки та інформаційні технології*. 2011. № 694. С. 75–85.
36. Хадарцев О. В. Сучасні особливості просування бренду: аватар клієнта. *Бренд-менеджмент: маркетингові технології* : матеріали ІІІ Міжнар. наук.-практ. конф., 11 бер. 2021 р. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. С. 265–268.
37. Шибаєва Е.А. Книжковий маркетинг у соціальних медіа. *Медиатека и мир.* 2013. № 1.
38. Ющук Ю. О., Яцишина Л. К. Використання споживчого інсайту при створенні реклами. *Реклама: інтеграція теорії та практики* : тези доп. XI Міжн. наук.-практ. конф., 23 лист. 2017 р. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. С. 143–145.
39. Сенченко М. «Великі книги» і як їх визначити – технологія Мортімера Адлера (закінчення). *Вісник Книжкової палати*, 2015. № 8. С. 3—7.
40. Скочинець О. І. Електронні медіа в контексті їх залучення до реалізації акцій книжкової промоції: спроба типологічного аналізу. *Наукові записки [Українська академія друкарства].* 2011. № 4 (37). С. 152–160.