

Надія Подоляка,
кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри літератури, методики її навчання,
історії культури та журналістики
Ніжинського державного університету
імені Миколи Гоголя

Nadiia Podoliaka,
PhD (Social Communications),
Associate Professor of the Department of Literature,
Methods of its Teaching, History of Culture and
Journalism
of Mykola Gogol Nizhyn State University
<https://orcid.org/0000-0002-6136-1665>
Email: nadechdasum@gmail.com

УДК 007.304.316.316

DOI: <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2024.1724>

МЕРЧ ВИДАВНИЦТВА «VIVAT» ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОМОЦІЇ ТА ВПЛИВУ НА АУДИТОРІЮ



VIVAT PUBLISHING MERCH AS A TOOL FOR PROMOTION AND INFLUENCE ON THE AUDIENCE

АНОТАЦІЯ. Одним із найдоступніших засобів промоції книги та видавництва сьогодні є мерч. Його використовують вкрай рідко, хоча такі проекти є дуже важливими, сприяють заохоченню до читання, виконують завдання прояву корпоративної культури, рекламують товар. Саме тому аналіз використання мерчу видавництвом може розширити бачення його можливостей і є завжди актуальним.

У статті досліджується мерч від видавництва «Vivat» як інструмент промоції та впливу на споживача товару. Проведено моніторинг та аналіз сайту видавництва на наявний мерч. Виявлено 50 пропозицій і 13 варіантів самого мерчу. Асортимент розподілено за кількісними характеристиками форми мерчу-продукту.

Стверджується, що тема майже не розроблена в науковій спільноті, питання висвітлювалися лише фрагментарно, всебічного вивчення досвіду використання мерчу у просуванні книжкового товару, формуванні попиту на книгу та інтересу до читання не відбулося, а тому дослідники мають можливість розширення меж осмислення інструментів промоції.

Доведено, що у супереч обставинам та умовам, у яких перебуває країна, видавництво ретельно відслідковує смаки та вподобання своїх читачів. Найуживанішим і найрозповсюдженішим мерчем від видавництва є закладка. Але асортимент продукції включає також свічки, стікерпаки, шкарпетки, тимчасове татуювання, оверлеї, комплекти, книжкові бокси, піни.

Значний попит має видавництво на літературу в жанрі фентезі, відповідно привабливими для поціновувачів жанру виглядають запропоновані видавництвом мерчі. Серед бестселерів, що супроводжуються мерчу-продуктом, книги авторів: Сари Дж. Маас, Алі Гейзелвуд (Хейзелвуд), Лі Бардуго, Крістель Дабос, Марка Лівіна, Ірини Грабовської, інших. Видавництво «Vivat» пишається серією книг «Vivat Класика», до якої увійшли твори Володимира Винниченка «Рівновага», Валер'яна Підмогильного «Невеличка драма», Івана Франка «Маніпулянтка», Ольги Кобилянської «За ситуаціями», Юрія Яновського «Майстер корабля» та Григорія Квітки-Основ'яненка «Конопська відьма». Усі вони окрім привабливого оформлення й ретельної академічної підготовки мають додатково для поціновувачів класичної української літератури мерчу-продукт.

Визначено проблемні питання у розробці та просуванні мерчу. Надано рекомендації щодо подальшого розвитку такої форми продукції, як мерч. видавництвами.

Ключові слова: мерч, промоція книг, книжковий бізнес, видавництво «Vivat».

ABSTRACT. Merch is one of the most affordable means of promotion of books and publishing today. It is used extremely rarely, although such projects are very important, contribute to the encouragement of reading, fulfill the task of displaying corporate culture, and advertise the product. That is why the analysis of the use of merch by a publisher can expand the vision of its possibilities and is always relevant.

The article examines the merch from the publishing house «Vivat» as a tool for promotion and influence on the product's consumer. Monitoring and analysis of the publishing house's website for available merch was carried out. 50 offers and 13 variants of the merch itself were identified. The assortment is distributed according to the quantitative characteristics of the form of the merch product.

It is claimed that the topic is almost not developed in the scientific community, the issues were covered only fragmentarily, there was no comprehensive study of the experience of using merch in the promotion of book products, the formation of demand for books and interest in reading, and therefore researchers have the opportunity to expand the boundaries of the understanding of promotion tools.

The methods of analysis, synthesis, generalization, and descriptive were applied, which made it possible to interpret the studied phenomena and establish regularities and trends in the development of book promotion. Among the specialized methods, the method of continuous sampling of merch products on the publishing house's website was used.

It is proven that despite the circumstances and conditions in which the country is, the publishing house carefully monitors the tastes and preferences of its readers. The most used and most widespread merch from the publishing house is the bookmark. But the range of products also includes candles, sticker packs, socks, temporary tattoos, overlays, kits, book boxes, and foams.

The publishing house has a significant demand for literature in the fantasy genre, and the merch offered by the publishing house looks attractive to connoisseurs of the genre. Among the bestsellers accompanied by a merch product are books by the following authors: Sara J. Maas, Ali Geiselwood (Hazelwood), Lee Bardugo, Kristel Dabos, Mark Livin, Iryna Grabovska, and others. «Vivat» publishing house is proud of the book series «Vivat Classics», which includes the works of Volodymyr Vinnichenko «Rivnovaga», Valerian Pidmohylny «A Little Drama», Ivan Franko «The Manipulator», Olga Kobylyanska «For Situations», Yuriy Yanovsky «The Master of the Ship» and Hryhorii Kvitka-Osnovyanenko «Konotop Witch». All of them, in addition to attractive design and thorough academic training, also have a merch product for connoisseurs of classical Ukrainian literature.

Problematic issues in the development and promotion of merchandise have been identified. Recommendations are provided for the further development of such a form of products as merch publishing houses.

Keywords: merch, book promotion, book business, publishing house «Vivat».

© Н. Подоляка, 2024

Вступ. Останнім часом набувають розвитку нові засоби промоції книг видавництвами, серед яких популярним стає мерч-продукт. Так само, як і видана книга, він може представити бренд у креативному вигляді, який не вимагатиме додаткових зусиль від видавця, але дуже часто повертається любов'ю від покупця.

Мерч – це одяг і атрибутика (елементи дизайну книг, продукція, асоційована з головними героями творів), пов'язані з символом бренду, збірне поняття всього того, що асоціює власника з брендом. Мерч є невід'ємною частиною SMM-менеджменту і реклами в цілому.

Найбільше обросли мерчами екранізовані книги, як то «Гаррі Поттер» чи історії про Муммі Тролів. Зображення героїв цих книг з'являється на футболках, толстовках, магнітних закладках, подушках і постільній білизні, рюкзаках, сумках, кружках, чашках, ароматизованих свічках та ін. Найчастіше створюють мерч для книг жанру фентезі, особливо для романтичної літератури.

Актуальність теми визначається її входженням в коло інтересів науки. Засобам промоції

книги, серед яких публікація рецензій, каталоги видавництва, авторське турне книгою та інтерв'ю, презентації видань, літературні вечори, книжкові ярмарки, вручення літературних премій, так звані «базарні» промоції і продукування прес-релізів, пряма реклама, буктрейлери присвячено чимало публікацій у наукових фахових журналах. Цьому питанню приділяли увагу Н. Зелінська, Е. Огар, М. Тимошик, М. Сенченко, С. Володазька, В. Теремко, Т. Булах, Ю. Мельник та ін. Та якщо іншим засобам промоції (окрім мерч) більш-менш приділяли увагу як закордонні, так і вітчизняні дослідники, то мерч-продукт не став об'єктом уваги науковців. Публікацій, які безпосередньо стосувалися б нашої теми не виявлено.

Мета та завдання дослідження. Мета статті – дослідити використання мерчу видавництвом «Vivat». Об'єктом дослідження є мерчі в книжковому бізнесі, предметом – мерч-продукція, промоція якої відбувається на сайті видавництва.

Завдання, які ми поставили:

- проаналізувати наявні практики використання книжкового мерчу й популяризації книг;

- провести моніторинг та аналіз сайту видавництва на наявний мерч;
- визначити проблемні питання та перспективи використання мерч-продукту.

Джерельна база дослідження – сайт книжкового видавництва та його сторінки в соціальних мережах.

Методи дослідження. Використано традиційні методи аналізу, синтезу й узагальнення. За допомогою описового методу інтерпретовано досліджувані явища в книжковому бізнесі, а саме виокремлено найбільш успішну мерч-продукцію, яка припала до вподоби споживачам контенту, визначено її ознаки. У дослідженні метод індукції спрямований на узагальнення окремих випадків використання мерчу видавництвом до встановлення закономірностей чи тенденцій розвитку промоції книги та мерчу, тоді як дедукція передбачає аналіз від загальних ознак використання мерч-продукту видавництва до конкретних прикладів із мерч-продукцією. Із спеціалізованих методів зазначимо метод суцільної вибірки мерч-продукту. Щоб отримати результат, ми використали процедуру пошукового запиту за ключовим словом «мерч» на сторінці видавництва, після чого відбувалася суцільна вибірка потрібних мерч-продуктів. На підсумковому етапі проводилася обробка й аналіз отриманих даних.

Результати дослідження. Видавництво Vivat – одне з найкращих та найпреміюваніших

видавництв в Україні, яке входить у трійку найкрупніших і найпотужніших. Спеціалізується на випуску головним чином non-fiction літератури, літературно-художніх видань та дитячої книги. Співпрацює з більш як 20 країнами світу. Тільки за 2022 рік тут продали права на 40 тайтлів у 14 країн світу [1].

Незважаючи на умови російсько-української війни, видавництво буде плани і намагається іти в ногу з часом, ретельно відслідковуючи смаки та вподобання своїх читачів. Попри всі виклики, відкриває нові книгарні, збільшує продажі електронних книжок, планує випуск аудіокниг, співпрацює із закордонними волонтерськими фондами, які прагнуть придбати книги для українських біженців, а також бере участь у наймасштабніших світових ярмарках. Головні зусилля спрямовує на популяризацію та промоцію книг українських авторів [2].

На сайті видавництва «Vivat» мерч представлений в категорії «супутні товари» [3]. Ми нарахували 50 пропозицій і 13 варіантів самого мерчу. Розподіл продукції виглядає таким чином: у категоріях свічки, стікерпаки, шкарпетки, тимчасове татуювання налічується незначна кількість товару (від 1 до 3-х позицій); від 3-х до 5-ти позицій мають категорії оверлеї, комплекти, книжкові бокси; і найбільше позицій (8–10) займають категорії продукту такі, як закладинки та піни (рис. 1).

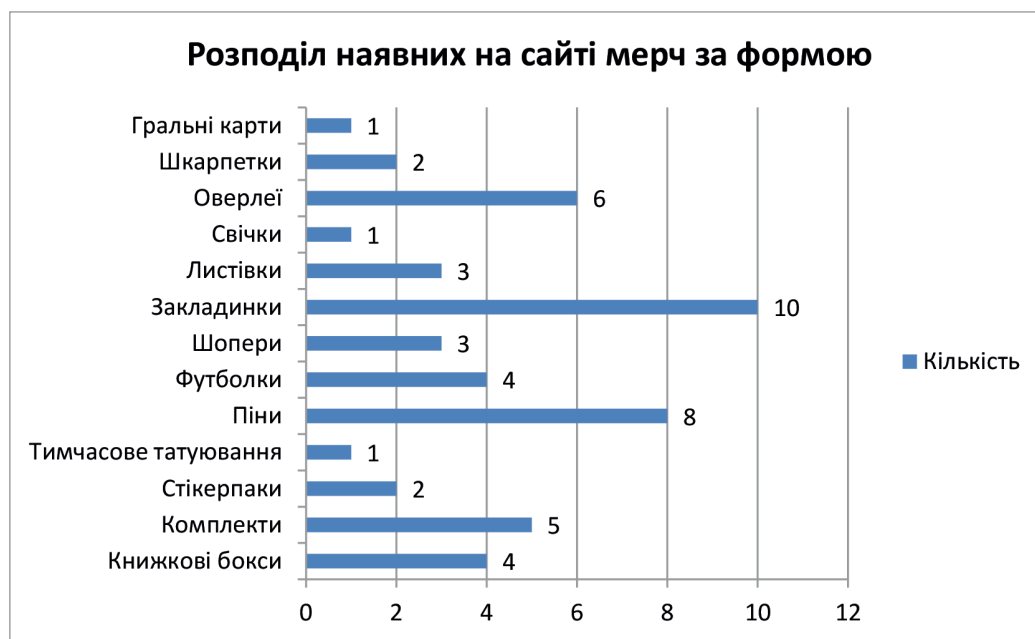


Рис. 1. Розподіл наявних на сайті видавництва мерчів за формою

Як бачимо, класична й звична для користувачів закладка є найуживанішим і найрозповсюдженішим мерчем. Генеральна директорка видавництва «Vivat» Юлія Орлова повідомляє, що у 2024 році заплановано розширити асортимент мерч і додати закладки та оверлеї до книг найпопулярніших авторів фентезі [4].

На літературу в жанрі фентезі сьогодні викликає значний попит. «Зросли продажі дитячих книжок. Якщо у мирні часи ця категорія займала 50 % усього попиту, то зараз частка дитячої літератури зросла до 70 %. З інших категорій літератури популярні фентезі-книги, а от напрям бізнес-літератури просів», – говорить Юлія Орлова [5].

Великою популярністю у читачів нині користуються книги авторки багатьох бестселерів Сари Джанет Маас із серії «Двір шипів і троянд». Це п'ятикнижжя: «Двір шипів і троянд», «Двір мороку і гніву», «Двір крил і руїн», «Двір холоду і зоряного сяйва» та «Двір срібного полум'я». Книги виходили протягом 2015–2021 років і були удостоєні багатьох премій. Так, у 2021 році роман «Двір срібного полум'я» отримав премії «Goodreads Choise Award for Fantasy» та «Swoon Award for Fantasy Romance». Сара Джанет Маас – багаторазова лауреатка премії «Goodreads Choise Award».

Авторка надихнулася ідеями відомих казок «Красуня і чудовисько», «На схід від сонця», «Там Лін» та хотіла зробити їх рітейлінг, але повноцінного переказу не вийшло. Змінилися назви, розділи та навіть точки зору персонажів.

Сара Джанет Маас почала писати ще у 16 років. Тоді з'явилася її перша книга «Трон зі скла», яка здобула неймовірну популярність серед поціновувачів пригодницьких романів. Твір спочатку був опублікований в Інтернеті, а у 2012 році було видано тираж паперової версії. За рік з'явився новий роман – «Корона опівночі». У 2014 році вийшло продовження серії «Спадкоємиця вогню» – книга «Клинок вбивці». Далі були «Королева тіней», «Імперія шторму», «Вежа світанку», «Королівство попелу».

Не меншу популярність здобули і книги серії під назвою «Місто півмісяця». Це три романи, написані й опубліковані протягом 2020–2024 років: «Місто Півмісяця», «Дім Неба та дихання», «Дім Полум'я та Тіні».

Книги письменниці швидко потрапляють у топ-рекомендації у соціальних мережах, особливо завдяки букблогерам тіктоку. А за даними видавництва Bloomsbury відео з хештегами, пов'язаними з іменем Сари Джанет Маас переглянули вже понад 14 мільярдів разів, загальний світовий наклад усіх книг склав понад 40 мільйонів примірників 38 мовами світу [6].

Творчості Сари Джанет Маас притаманні динамічні фентезійні всесвіти, складні персонажі, цікаві й непередбачувані сюжети, наповненість складними моральними дилемами, експерименти зі стереотипами та звісно ж неймовірне кохання її героїв та історії про вірність. Напевне саме тому видавництво «Vivat» не помилилося у виборі українського перекладу бестселерів.

На сайті видавництва для фанатів творчості Сари Джанет Маас, окрім книг, пропонується стильний шопер з габардину за мотивами книги «Двір шипів і троянд», набір оверлеїв до книги «Двір срібного полум'я» (ілюстратор Єлизавета Варава), оверлей до книги «Двір мороку і гніву» (ілюстратор Марія Глушко), свічка «Веларіс» з екологічного пальмового воску, закладки до книг «Двір срібного полум'я», «Двір холоду і зоряного сяйва», «Двір срібного полум'я. Вальс» (ілюстратор Марія Глушко), оверлей «Сцена з фарбами».

У рекомендаціях багатьох книжкових блогерів також ім'я Алі Гейзелвуд (Хейзелвуд). Авторка п'яти популярних книг в жанрі романтичної комедії народилася в Італії, жила в Японії та Німеччині, а потім переїхала до США, щоб отримати PhD з нейробіології. Згодом почала викладати в університеті. Алі пише, поміщаючи типових героїв, ситуації та конфлікти жанру в академічне середовище. За її творами «Кохання в мозку» та «Гіпотеза кохання» на сайті видавництва «Vivat» можна придбати яскраві оверлеї від ілюстратори Лади Кас'яненко, а також металевий пін із зображеною на емалі парою закоханих героїв книги, закладку з щільного картону з оксамитовою ламінацією, тематичний шопер з Олівією та Адамом.

У 2016 році у видавництві Vivat було видано трилогію Лі Бардуго «Шістка воронів». Як зазначено в анотації до книги, «у центрі подій молодий кримінальний геній Каз Беккер, який

отримує завдання від впливового крамаря Кеттердама. Полягає воно в тому, щоб прослизнути в одну з найбільш захищених фортець і викрасти вченого, який виготовив незвичайний наркотик, що допоможе певним людям здобути необмежену владу над світом». Історія з насиченим сюжетом і яскравими образами головних героїв. До книги вже створено комплект листівок із цитатами з твору.

Крістель Дабос – авторка книги «Зимові заручини». До її твору на сайті представлено магнітну закладинку із зображенням головної героїні книги Офелії, яка має особливий дар – читати минуле та мандрувати крізь дзеркала.

На будь-який сезон знадобляться бавовняні шкарпетки у жовтому кольорі як у головної героїні книги «Космос, прийом» Марка Лівіна. В анотації до книги читаємо: «Зоряна складає сумні пісні на укулеле й зачитується книжкою про хлопця, який мандрує лісами. А інколи боляче б'ється ногою об кут, щоб вивільнити свої емоції й почуття. Зоря – м'яка, потайлива і трохи незграбна підлітка. Ніхто не знає, що вона відчуває насправді. А ще Зоряна носить шкарпетки з зображенням бавовни».

Твори української авторки Ірини Грабовської у жанрі середньовічного фентезі, що увійшли до трилогії «Замок із кришталю» вийшли у видавництві Vivat протягом 2022–2023 років. На сторінці видавництва у тіктоці (@vivat_book) активно рекламується книжковий бокс із мерчем. До книжкового боксу, окрім чудово проілюстрованої Марією Глушко книги, входять: коробка, захищена давньою магією; дві книги: «Зірки й кістки» та «Земля крилатих»; свічка ручної роботи з ароматом «Феромон» та унікальним візерунком на поверхні, що освятиме ваш дім світлом пресвятих Зірок; сіль для ванни «Афродизіак» із ароматною олією іланг-іланг, аби під час читання світ вибухав мільйонами фарб; гральні карти, чимось схожі на ті, в які грали на болотні самоцвіти ахиди з птахами; три оверлеї із зображенням Ізвен, Ольєра і Янна та вовка. Усе це можна замовити не тільки на сайті видавництва, а також і через авторку.

За книгами Наталії Довгопол «Шпигунки з притулку Артеміда» створено набір оверлеїв, є також закладинка за твором «Скарби богині».

З українських авторів в категорії мерч також представлено закладинку (ілюстраторка Єлиза-

вета Варава) на твір «Завірюха» Анастасії Нікуліної та книгу «Знак свободи» Олени Моренцової-Шулик.

Видавництво «Vivat» пишається серією книг «Vivat Класика». До неї увійшли твори Володимира Винниченка «Рівновага», Валер'яна Підмогильного «Невеличка драма», Івана Франка «Маніпулянтка», Ольги Кобилянської «За ситуаціями», Юрія Яновського «Майстер корабля» та Григорія Квітки-Основ'яненка «Конотопська відьма». Курає серію літературознавця Ярина Цимбал. Унікальність серії полягає в тому, що усі тексти зв'язано з прижиттєвими виданнями письменників і письменниць, а рівень підготовки текстів академічний. Книги містять примітки і супроводжуються словником застарілих і рідковживаних слів. Унікальним є й те, що кожен книгу готував фахівець з творчості певного автора.

Особливістю серії є її оформлення в яскравих однотонних кольорах і з використанням графічних символів. Ілюстраторкою видань стала художниця Лада Касьяненко. Чудовим подарунком для поціновувачів творчості класиків літератури можуть стати металеві піни до книг, представлені на сайті видавництва «Vivat». Оригінальним подарунком любителям класики стане й футболка оверсайз «Рівновага» до твору Володимира Винниченка та «Невеличка драма» Валер'яна Підмогильного із серії «Vivat Класика».

У планах видавництва на 2024 рік книжка-переможниця п'ятнадцятої книжкової премії Книга року 2023 від GoodReads – фентезі Лі Бардуго «Hell Bent» про заплутаний світ, сповнений магії та реальних монстрів.

«Раніше ми переклали українською її книгу «Дев'ятий дім» та трилогію про орден Гриша, яка стала бестселлером The New York Times і була екранізована Netflix: «Шістка воронів», «Королівство шахраїв» та «Король шрамів». Зараз працюємо над електронним форматом «Королівства шахраїв» та «Короля шрамів», – читаємо у блозі Юлії Орлової [7].

Сьогодні видавництво «Vivat» активно співпрацює у просуванні мерч зі своїми партнерами, зокрема платформи для продажу їх товару надають відомі маркетплейси, такі як YAKABOO, Кгигарня Є, інтернет-магазини інших видавництв. Утім, спостерігається також

неофіційні мерчі недобросовісних підприємців, які не укладають угоди на партнерські відносини, чим порушують авторські права. Таких прикладів можна спостерігати чимало у соціальних мережах інстаграм та тіток.

Висновки та перспективи дослідження. У рамках статті розглянуто мерч видавництва як засіб промоції видань. Доведено, що в найскладніших умовах російсько-української агресії видавництво ретельно відслідковує смаки та вподобання своїх читачів. Найуживанішим і найрозповсюдженишим мерчем від видавництва є закладинка. Але асортимент продукції набагато більший.

Значний попит має видавництво на літературу в жанрі фентезі, відповідно привабливими для поціновувачів жанру виглядають запропоновані видавництвом мерчі.

Серед проблемних питань у розробці та просуванні мерчу залишаються: співпраця з відомими художниками і дизайнерами; спільне вирішення питань у просуванні мерчу на супутніх електронних платформах партнерів; порушення авторських прав на мерч блогерами; несанкціонований продаж копій; впровадження нових і цікавих форм мерч-продукту на основі сучасних технологій.

Серед рекомендацій щодо подальшого розвитку такої форми продукції, як мерч, видавництвами можна запропонувати таке:

1) розширити пошук можливих варіантів створення мерч-продукту за найбільш затребуваними читачами книгами;

- 2) проаналізувати ринок продажів меш реалізованих книжкових товарів та задля збільшення попиту на таку книгу продумати можливу стратегію впровадження привабливого мерч-продукту;
- 3) розширити мережу партнерів задля широкого використання їх платформ для продажів товару;
- 4) розширити асортимент пропонованого мерчу (наприклад, впровадити подушки з цитатами і книжковими обкладинками, емалеві шпильки на рюкзаки, сумки, піджаки, сорочки, тематичні іграшки з улюбленими героями книг або їх атрибутикою, бальзам для губ з персонажами книг на футлярі, або символікою бренду, льодяники, шоколад та ін.);
- 5) продумати можливості співпраці з відомими дизайнерськими брендами у створенні колекцій, наприклад одягу;
- 6) ретельно проаналізувати цільову аудиторію, яку цікавить мерч-продукт;
- 7) звернути увагу на лімітованість продукту і продумати можливості збільшення його кількості;
- 8) розширити співпрацю у просуванні мерчу з найпопулярнішими букблогерами у соціальних мережах.

Запропоновані рекомендації допоможуть видавництву у просуванні власного бренду, що в результаті спрацює на іміджевий складник у майбутньому й збільшить прибутки.

Список використаної літератури

1. Мацко (Сантаровіч) О. Юлія Орлова: У нас вже черга на придбання прав на біографію Залужного. Гендиректор видавництва Vivat про бестселери воєнного часу та цікавість українців до читання. URL: <https://www.dsnews.ua/ukr/interviu/yuliya-orlova-u-nas-vzhe-cherga-na-pridbannya-prav-na-biografiyu-zaluzhnogo-23032023-476442> (дата звернення : 25.03.2024).
2. Орлова Ю. Видавництво Vivat: «Плануємо надрукувати щонайменше 400 книжок та відсвяткувати перемогу». URL: https://lb.ua/blog/yulia_olrova/540565_vidavnitstvo_vivat_planuiemo.html (дата звернення : 25.03.2024).
3. Книжковий мерч. URL: <https://vivat.com.ua/knyzhkovyi-merch> (дата звернення : 25.03.2024).
4. Icebreaker українською, нові книжки у Vivat Класика, 5 передзамовлень і мерч до Маас – книжкові події тижня у Vivat. URL: <https://vivat.com.ua/blog/book-digest-3-2-24> (дата звернення : 25.03.2024).
5. Орлова Ю. Книжковий ренесанс. Як видавництво «Vivat» бореться за майбутнє українських книжок. URL: <https://forbes.ua/company/knizhkoviy-renesans-yak-vidavnitstvo-vivat-boretsya-za-maybutne-ukrainskikh-knizhok-05072022-6826> (дата звернення : 25.03.2024).
6. «Будинок полум'я і тіні» Сари Дж. Маас став бестселером у Великій Британії за тиждень після виходу. URL: <https://suspilne.media/culture/679860-budynok-polumaj-tini-sari-dz-maas-stav-bestselerom-u-velikij-britanii-zatizden-pisla-vihodu> (дата звернення : 25.03.2024).
7. Орлова Ю. Три книжки видавництва Vivat здобули перемогу у премії GoodReads Книга року 2023. URL: https://lb.ua/blog/yulia_olrova/588060_tri_knizhki_vidavnitstva_vivat_zdobuli.html (дата звернення : 25.03.2024).

References

1. Matsko (Santarovych) O. Yulia Orlova: We already have a turn to acquire the rights to Zaluzhny's biography. General director of the Vivat publishing house about wartime bestsellers and Ukrainians' interest in reading. Available at: <https://www.dsnews.ua/ukr/interviu/yuliya-orlova-u-nas-vzhe-cherha-na-pridbannya-prav-na-biografiyu-zaluzhnogo-23032023-476442> (accessed 25.03.24).
2. Orlova Yu. Vivat Publishing House: «We plan to print at least 400 books and celebrate the victory.» Available at: https://lb.ua/blog/yulia_olrova/540565_vidavnistvo_vivat_planuiemo.html (accessed 25.03.24).
3. Book merch. Available at : <https://vivat.com.ua/knyzhkovyi-merch> (accessed 25.03.24).
4. Icebreaker in Ukrainian, new books at Vivat Classics, 5 pre-orders and merch to the Maas – book events of the week at Vivat. Available at: <https://vivat.com.ua/blog/book-digest-3-2-24> (accessed 25.03.24).
5. Orlova Yu. Book renaissance. How the publishing house «Vivat» fights for the future of Ukrainian books. Available at: <https://forbes.ua/company/knizhkoviy-renesans-yak-vidavnistvo-vivat-boretsya-za-maybutne-ukrainskikh-knizhok-05072022-6826> (accessed 25.03.24).
6. House of Flame and Shadow by Sarah J. Maas became a UK bestseller within a week of its release. Available at : <https://suspilne.media/culture/679860-budinok-poluma-j-tini-sari-dz-maas-stav-bestselerom-u-velikij-britanii-za-tizden-pisla-vihodu> (accessed 25.03.24).
7. Orlova Yu. Three books from the Vivat publishing house won the GoodReads Book of the Year 2023 award. Available at : https://lb.ua/blog/yulia_olrova/588060_tri_knizhki_vidavnistva_vivat_zdobuli.html (accessed 25.03.24).

Надіслано до редакції 30.04.2024 р.