

Ксенія Сізова,
доктор філологічних наук, професор,
професор кафедри лінгводидактики та журналістики
факультету права, гуманітарних і соціальних наук
Кременчуцького національного університету
імені Михайла Остроградського

Ksenia Sizova,
Doctor of Philology, Professor,
Professor at the Department
of Linguistics and Journalism,
Faculty of Law, Humanities and Social Sciences,
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University
 <https://orcid.org/0000-0002-3269-6343>
✉ sizovax@gmail.com

Віта Хміль-Чуприна,
кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри лінгводидактики та журналістики
факультету права, гуманітарних і соціальних наук
Кременчуцького національного університету
імені Михайла Остроградського

Vita Khmil-Chupryna,
PhD in Social Communications,
Associate Professor at the Department
of Linguistics and Journalism,
Faculty of Law, Humanities and Social Sciences,
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University
 <https://orcid.org/0000-0002-2466-5352>
✉ hmilchuprinavita@gmail.com

Лариса Бутко,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри гуманітарних наук,
культури і мистецтва
факультету права, гуманітарних і соціальних наук
Кременчуцького національного університету
імені Михайла Остроградського

Larysa Butko,
Candidate of Philology, Associate Professor,
Associate Professor at the Department
of Humanities, Culture and Art,
Faculty of Law, Humanities and Social Sciences,
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University
 <https://orcid.org/0000-0002-8817-3381>
✉ larysabutko@gmail.com

МІЖНАРОДНИЙ СТУДЕНТСЬКИЙ ПРОФЕСІЙНИЙ ТВОРЧИЙ КОНКУРС «ВИДАВНИЧА ЖУРНАЛІСТИКА»: ЗДОБУТКИ І ПЕРСПЕКТИВИ

THE INTERNATIONAL STUDENT PROFESSIONAL CREATIVE COMPETITION «PUBLISHING JOURNALISM»: ACHIEVEMENTS AND PROSPECTS

АНОТАЦІЯ. Актуальність теми дослідження полягає у важливості осмислення результатів проведення Міжнародного студентського професійного творчого конкурсу «Видавнича журналістика» в аспекті розвитку фахових компетентностей майбутніх працівників сфери медіа (журналістів, редакторів, видавців, рекламистів, дизайнерів) та налагодженні міжнародної співпраці. Аналіз робіт молодих авторів, які стали фіналістами конкурсу, дозволяє зрозуміти читацькі смаки студентської молоді, виявити популярні тенденції просування книжкових видань у молодіжній аудиторії. Мета роботи полягає в узагальненні здобутків конкурсу та його перспектив. Завданнями статті є узагальнення досвіду проведення конкурсу, аналіз шляхів промоції книги, які обирає сучасне студентство, дослідження на основі аналізу поданих на конкурс робіт читацьких преференцій студентської молоді. Для реалізації поставлених завдань та досягнення мети використано комплекс методів дослідження: теоретичні – для з'ясування стану розробленості проблеми, узагальнення та систематизації наукових положень; спеціальні – типологічний аналіз – для вивчення творчих робіт конкурсантів. Обґрунтовано, що конкурс сприяє утворенню єдиного освітнього та інформаційного простору України та зарубіжжя, обміну думками між здобувачами освіти різних країн світу, формуванню у майбутніх фахівців сфери медіа навичок створення і фахового аналізу книжкових видань, їхньої промоції та реклами.

ми. Доведено, що творчі роботи, подані на конкурс, можуть використовуватися освітніми, соціокультурними і книготорговельними установами й організаціями. Аналіз шляхів промоції книги, які обирає сучасне студентство, показав, що найбільш популярним засобом є буктрейлер, молодь віддає йому перевагу, адже яскравий і експресивний відеоролик привертає увагу до книги, підштовхує до прочитання. На основі аналізу творчих робіт доведено, що молодь найбільш цікавить художня література (при цьому класична і сучасна літератури мають приблизно однакову вагу); також автори обирають для промоції науково-популярні та навчальні видання.

Ключові слова: студентський творчий конкурс; видавнича журналістика; буктрейлер; букстаграм; відеорецензія.

ABSTRACT. The relevance of the research topic lies in the importance of understanding the results of the International Student Professional Creative Competition «Publishing Journalism» in terms of developing the professional competencies of future media professionals (journalists, editors, publishers, advertisers, designers) and establishing international cooperation. The analysis of the works of young authors who became finalists in the competition allows us to understand the reading tastes of students and identify popular trends in the promotion of book publications among the youth audience. The purpose of this paper is to summarize the achievements of the competition and its prospects. The objectives of the article are to summarize the experience of the competition, to analyze the ways of book promotion chosen by modern students, and to study the reading preferences of students based on the analysis of the works submitted to the competition. To achieve the objectives and achieve the goal, a set of research methods was used: theoretical – to clarify the state of development of the problem, generalize and systematize scientific provisions; special – typological analysis – to study the creative works of the contestants. It is substantiated that the competition contributes to the formation of a single educational and information space in Ukraine and abroad, the exchange of views between students from different countries of the world, and the formation of skills in the creation and professional analysis of book publications, their promotion and advertising among future media professionals. It is proved that the creative works submitted to the competition can be used by educational, socio-cultural and book trade institutions and organizations. The analysis of the ways of book promotion chosen by modern students has shown that the most popular means is the book trailer; young people prefer it because a bright and expressive video attracts attention to the book and encourages reading. Based on the analysis of creative works, it was proved that young people are most interested in fiction (with classical and contemporary literature having approximately equal weight); authors also choose popular science and educational publications for promotion.

Keywords: student creative competition; publishing journalism; book trailer; bookstagram; video review.

© К. Сізова, В. Хміль-Чуприна, Л. Бутко, 2025

Вступ. Актуальність теми дослідження полягає у важливості осмислення результатів проведення Міжнародного студентського професійного творчого конкурсу «Видавнича журналістика» в аспекті розвитку фахових компетентностей майбутніх працівників сфери медіа (журналістів, редакторів, видавців, рекламистів, дизайнерів) та налагодженні міжнародної співпраці. Аналіз робіт молодих авторів, які стали фіналістами конкурсу, дозволяє зрозуміти читацькі смаки студентської молоді, виявити популярні тенденції просування книжкових видань у молодіжній аудиторії.

Міжнародний студентський професійний творчий конкурс «Видавнича журналістика» проводиться на базі Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського в межах розвитку Інноваційного хабу здобувачів вищої освіти та молодих учених з 2022 року. Осмислення здобутків і визначення подальших перспектив конкурсу є важливим науковим завданням.

Теоретичним підґрунтям дослідження є праці українських і зарубіжних вчених, присвячені популяризації книги: як в історичному [10] і теоретичному аспектах [2; 4; 8; 11; 13–15], так і су-

часним інноваційним формам промоції, зокрема, буктрейлеру і букстаграму [3; 5; 6]. Роль ЗМК у цьому процесі осмислюється у праці О. Тур і В. Хміль-Чуприни [12]. Дієві методи формування фахових компетентностей майбутніх журналістів розглянуто в працях Г. Пристай [7] і М. Тимошика [9]. Важливою в аспекті дослідження є праця Ю. Бондаря [1], який вводить поняття «видавнича журналістика» на позначення окремого різновиду журналістської діяльності. Видавнича журналістика, на думку вченого, має свої особливості, публіцистичні жанри та способи організації. Дослідник пропонує таку дефініцію: «Видавнича журналістика – 1) професійна діяльність з висвітлення проблем видавничої справи у періодиці, на радіо і телебаченні; 2) підготовка періодичних та інших видань/публікацій видавничої тематики» [1, с. 339].

Мета та завдання дослідження. Варто зазначити важливість систематизації та узагальнення досвіду проведення студентського творчого конкурсу, спрямованого на формування вмінь промоції книжкових видань і популяризації читання.

Реалізація мети зумовила необхідність вирішення таких завдань:

- узагальнити досвід проведення Міжнародного студентського професійного творчого конкурсу «Видавнича журналістика»;
- проаналізувати шляхи промоції книги, які обирає сучасне студентство;
- дослідити на основі аналізу поданих на конкурс робіт читацькі преференції студентської молоді.

Методи дослідження. Під час підготовки наукової праці було використано як загальнонаукові, так і спеціальні методи дослідження (аналізу, синтезу, індукції, дедукції, абстрагування, систематизації, узагальнення, візуалізації даних тощо). Основним емпіричним методом обрано аналіз наукових джерел. Відбір методів і прийомів дослідження, їх застосування зумовлені необхідністю повного й **різнобічного аналізу матеріалу**.

Результати й обговорення. У Кременчуцькому національному університеті імені Михайла Остроградського з 2018 року реалізують проєкт «Книга у віртуальному просторі», спрямований на популяризацію книги, читання, розвиток читацької культури, формування читацької компетентності серед молоді. Співучасниками проєкту є місцеві ЗМК, освітні, соціокультурні та книготорговельні установи.

У межах проєкту з 2022 року проводиться Міжнародний студентський професійний творчий конкурс «Видавнича журналістика». Організація конкурсу є результатом співпраці кафедри лінгводидактики та журналістики Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського з профільними кафедрами Університету Матея Бела (Словаччина), Інституту технологій і бізнесу (Чехія), Вищої школи європейських і регіональних досліджень (Чехія), Університету Лестера (Велика Британія), Алітус Коледжу Університету прикладних наук (Литва), Люблінської політехніки (Польща), Вроцлавського економічного університету (Польща). До проведення конкурсу залучені представники ЗМК, літературних, громадських об'єднань та соціокультурних установ Кременчука.

До кола завдань конкурсу входять розширення міжнародних зв'язків, стимулювання інноваційної діяльності студентів, оволодіння ними сучасними технологіями, зокрема, просування книги і читання засобами соціальних комунікацій, створення умов для реалізації інтелектуального потенціалу талановитої молоді тощо.

За два роки проведення конкурсу у ньому взяли участь понад 60 учасників з таких країн, як Азербайджан, Велика Британія, Грузія, Італія, Латвія, Литва, Польща, Словенія, Туреччина, Україна, Франція, Швеція. Українські ЗВО представляли Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, Державний торговельно-економічний університет, Житомирський державний університет імені Івана Франка, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, Національний університет «Острозька академія», Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, Черкаський державний технологічний університет, Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького.

Конкурс проводиться за трьома номінаціями:

- буктрейлер (відеоролик тривалістю 2–5 хвилин, що розповідає в довільній художній формі про книгу та візуалізує її зміст);
- букстаграм (фото книжки та анотація з метою реклами та популяризації читання у соціальній мережі «Інстаграм»; для фотографії зазвичай складається композиція, пов'язана зі змістом книги);

- відеорецензія (відеоролик тривалістю 2–5 хвилин, автор якого презентує книгу і характеризує її).

Вибір таких різновидів промоції книжкових видань зумовлений тим, що сучасна молодь звикла сприймати інформацію у візуальному форматі. Складанню переліку номінацій конкурсу передувало широке обговорення з представниками як студентства, так і зацікавлених у промоції книги та популяризації читання установ, зокрема, ЗМК, соціокультурних і книготорговельних організацій. Буктрейлери, букстаграми і відеорецензії легко і зручно розмістити на сайтах бібліотек, на сторінках у соціальних мережах, зробити їх елементом телевізійних програм.

Аналіз жанрової належності робіт, поданих на конкурс за два роки його існування, дозволяє зробити певні висновки щодо вибору шляхів просування книжок і читачьких смаків сучасної молоді. У табл. 1 подано результати аналізу творчих робіт за типом.

Таблиця 1

Співвідношення різних типів творчих робіт, %

№	Тип творчої роботи	Кількість
1	буктрейлер	61
2	букстаграм	22
3	відеорецензія	17

Як можна побачити, буктрейлер випереджає інші типи, незважаючи на те, що він є найбільш трудомістким і передбачає складніший процес створення (зокрема, у технічному аспекті). Однак сучасна молодь, як виявилось, вважає його найефективнішим засобом просування книжок.

У табл. 2 подано результати аналізу творчих робіт за об'єктом промоції, тобто за належністю

обраних книжок до певного типу видання за цільовим призначенням.

Таблиця 2

Типи книжкових видань за цільовим призначенням, %

№	Тип книжкового видання	Кількість
1	Літературно-художнє, у т. ч.	82
	класична література	39
	сучасна література	43
2	Науково-популярне	16
3	Навчальне	2

Як можна побачити, буктрейлер випереджає інші типи, незважаючи на те, що він є найбільш трудомістким і передбачає складніший процес створення (зокрема, у технічному аспекті). Однак сучасна молодь, як виявилось, вважає його найефективнішим засобом просування книжок.

У табл. 2 подано результати аналізу творчих робіт за об'єктом промоції, тобто за належністю обраних книжок до певного типу видання за цільовим призначенням.

Заслужує на увагу те, що молодь обирає не лише художню літературу, а й науково-популярну і навіть підручники. Також варто зазначити приблизну паритетність класичних і сучасних письменників, що спростовує думку про те, що молоде покоління не цікавиться класикою.

Об'єктом промоції у роботах українських студентів є видання «Кобзаря» Тараса Шевченка англійською мовою (див. рис 1). Творча робота спрямована на англомовну аудиторію. Автор буктрейлера зробив докладний огляд пам'ятників Кобзареві за кордоном, подав стислу характеристику творчості поета.

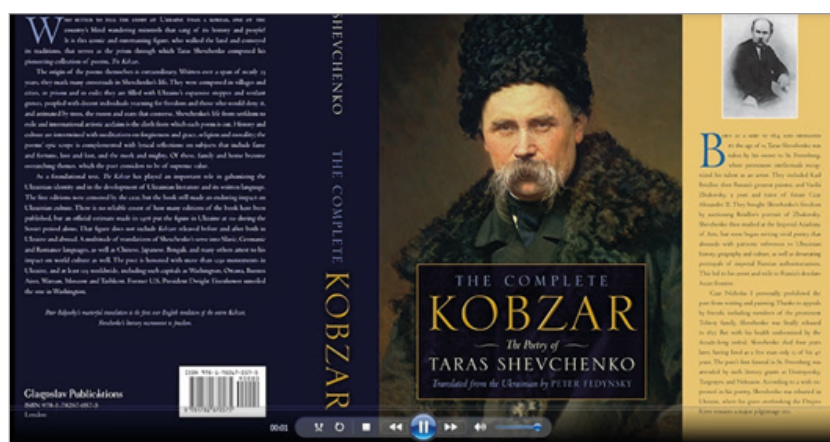


Рисунок 1. Буктрейлер В. Абрамова (Харківський національний автомобільно-дорожній університет).

На рис. 2 подано буктрейлер «Лісової пісні» Лесі Українки. Варто зазначити, що цей твір зараз є дуже популярним серед молоді, чому значно посприяла мультиплікаційна стрічка, кадри з якої використано в роботі. Буктрейлер може стати в пригоді шкільним вчителям і працівникам дитячих бібліотек, адже враховує особливості сприйняття інформації дитячою аудиторією.

Майстерно виконаною рекламою «Аліси в країні Див» Л. Керрола є буктрейлер, поданий на рис. 3. Як і попередня робота, він є корисним засобом в арсеналі дитячих бібліотек і книготорговельних закладів.

Робота, подана на рис. 4, популяризує новелу М. Коцбюїнського «Intermezzo». Авторка буктрей-

леру використала світлини Полтавської губернії початку XX століття, адже саме там, у селі Кононівка, був створений цей шедевр імпресіоністичної літератури.

На молодіжну читацьку аудиторію розрахований буктрейлер п'єси С. Жадана «Хлібне перемир'я» (рис. 5), що розкриває трагічні події останніх років. Авторка творчої роботи акцентує полемічність драматичного твору, його політичну гостроту.

Дієвим засобом популяризації серед здобувачів освіти навчальної літератури є букстаграм підручника «Історія мистецтв» (рис. 6). Букстаграм може використовуватися університетськими бібліотечними системами та книготорговельними організаціями.

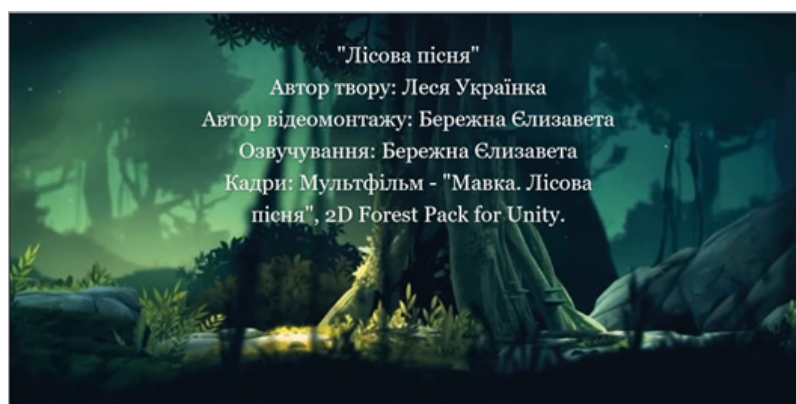


Рисунок 2. Буктрейлер Є. Бережної (Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля).



Рисунок 3. Буктрейлер Ю. Семенко (Державний торговельно-економічний університет).

Окремо варто зупинитися на низці робіт, яких об'єднує те, що їхні автори рекламують власноруч створені видання – вони є авторами тексту, ілюстрацій і поліграфічного втілення видань. Ці проекти створили здобувачі освіти Черкаського державного технологічного університету. На рис. 7 подано букстаграм книги «Моя комедія» – автобіографічного есе майбутньої дизайнерки.

На рис. 8 подано буктрейлер авторської книги «Таємниці маєтку». Це не звичайне паперове видання, а комп'ютерна анімація. Книга виконана у вигляді комп'ютерної гри, яка супроводжується англійським текстом (субтитрами). Такий сучасний формат можна використовувати в закладах освіти і бібліотечних установах.



Рисунок 4. Буктрейлер Л. Журової (Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля).

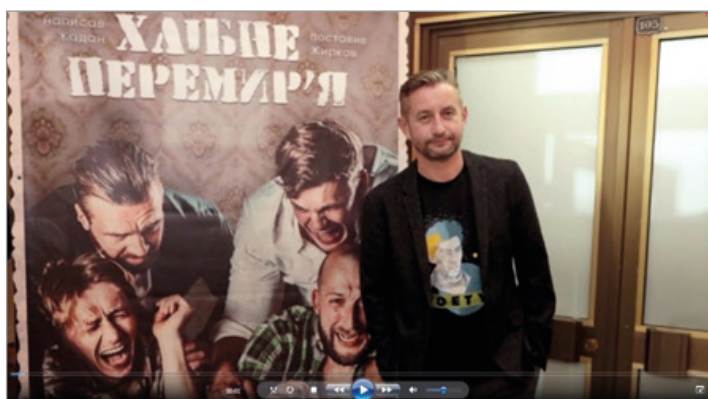


Рисунок 5. Буктрейлер Д. Наугольної (Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля).

На рис. 9 подано сторінку створеного здобувачами освіти видання «Українська інтимна лірика». Вибір творів та ілюстрації авторські.

Цікавим прикладом відеорецензії є творча робота здобувачок освіти з Черкаського національно-

го університету імені Богдана Хмельницького (рис. 10), в якій авторки ілюструють власні вірші танцем. Таке синкретичне поєднання поетичного, музичного, танцювального мистецтва з літературною критикою створює потужний ефект на реципієнтів.



Рисунок 6. Букстаграм В. Кудревич (Черкаський державний технологічний університет) і Г. Баранова (Полонійна академія в Ченстохова, Польща).



Рисунок 7. Букстаграм Є. Сікало (Черкаський державний технологічний університет).



Рисунок 8. Буктрейлер авторської книги О. Макарової (Черкаський державний технологічний університет).



Рисунок 9. Сторінка ілюстрованого видання П. Горошко (Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського)
М. Ляміної (Коледж Данді і Ангус, Велика Британія).



Рисунок 10. Відеорецензія А. Щетініної і К. Сухенко
(Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького).

Висновки та перспективи дослідження.

1. Узагальнення дворічного досвіду проведення Міжнародного студентського професійного творчого конкурсу «Видавнича журналістика» дозволяє дійти висновку, що цей захід сприяє утворенню єдиного освітнього та інформаційного простору України та зарубіжжя, обміну думками між здобувачами освіти різних країн світу, формуванню у майбутніх журналістів, редакторів, видавців, рекламістів і дизайнерів навичок створення і фахового аналізу книжкових видань, їхньої промоції та реклами. Творчі роботи, подані на конкурс, можуть використовуватися освітніми, соціокультурними і книготорговельними установами й організаціями. Перспективи конкурсу вбачаємо у розширенні переліку номінацій та географії учасників.
2. Аналіз шляхів промоції книги, які обирає сучасне студентство, показав, що найбільш популярним засобом є буктрейлер (більшість робіт, поданих на конкурс, належала саме до цього різновиду). Хоча буктрейлер створювати набагато складніше, ніж букстаграм чи відеорецензію, молодь віддає йому перевагу, адже яскравий і експресивний відеоролик привертає увагу до книги, підштовхує до прочитання.
3. Щодо читачьких преференцій можна зробити висновки, що молодь найбільше цікавить художню літературу (при цьому класична і сучасна літератури мають приблизно однакову вагу серед робіт, поданих на конкурс). Також автори обирають для промоції науково-популярні та навчальні видання.

Список використаної літератури

1. Бондар Ю. Видавнича журналістика: до питання ідентифікації, або про потребу родинної журналістики. *Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства*. 2013. № 3. С. 329–340.
2. Вернигора С. М. Копірайтинг як важливий інструмент популяризації книги та просування її на ринку. *Видавнича діяльність в умовах розвитку новітніх технологій: вивчення запитів фахівців : монографія / за заг. ред. Г. В. Горбенко ; упоряд., наук. ред. Н. М. Вернигора ; Ін-т журналістики Київ. ун-ту ім. Бориса Грінченка*. Київ, 2019. С. 178–200.
3. Ковпак В. А., Політова В. О. Українські буктьюб та букстаграм: дискурси культури читання української книги та національної безпеки. *Вчені записки Таврійського нац. ун-ту ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Т. 32 (71), № 6(3). С. 126–132. DOI: <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.6-3/22>.
4. Копистинська І., Гринівський Т. Засоби промоції книжкових видань: досвід незалежної України. *Наукові записки [Українська акад. друкарства]. Серія: Соціальні комунікації*. 2015. № 1(50). С. 37–46.
5. Косачова О. Буктрейлер як ефективний медіаресурс сучасної бібліотеки. *Вісник Книжкової палати*. 2014. № 10. С. 15–18.
6. Найда Л. В. Створення буктрейлера – один із засобів популяризації книги. *Використання інструментів веб-технологій як основа розширення бібліотечних он-лайн послуг у формуванні сучасного іміджу бібліотеки : матеріали наук.-практ. інтернет-конф.* (Ужгород, 18–25 черв. 2019 р.). Ужгород, 2019. С. 108–113.

7. Пристай Г. Інноваційні методи формування компетентностей майбутніх журналістів. *Український інформаційний простір*. 2022. № 2(10). С. 131–148. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7948.10.2022.269837>.
8. Тимошик М. *Книга для автора, редактора, видавця : практич. посіб.* 2-ге вид., стереотип. Київ : Наша культура і наука, 2006. 560 с.
9. Тимошик М. С. Як звільнити журналістську освіту з пут теорій масової комунікації: до проблеми викладання фахових дисциплін на факультетах журналістики українських університетів. *Український інформаційний простір*. 2021. № 1(7). С. 31–68. DOI: [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(7\).2021.233877](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(7).2021.233877).
10. Тимошик-Сударикова А. Промоція української книги і преси на сторінках паризького журналу «Тризуб» (1925–1940 рр.). *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. 2009. Вип. 1. С. 311–327.
11. Трішук О. В., Фіголь Н. М., Кір'як В. С. Електронне навчальне видання в системі соціальних комунікацій. *Технологія і техніка друкарства*. 2020. № 1–2 (67–68). С. 60–70.
12. Тур О. М., Хміль-Чуприна В. В. Джерела інформації про книжкові видання й роль ЗМК у популяризації читання серед студентської молоді Кременчука. *Вісник Книжкової палати*. 2020. № 1. С. 25–31. DOI: [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2020.1\(282\).10-14](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2020.1(282).10-14).
13. Фіголь Н., Файчук Т., Фіголь Б. Мультимедійні та інтерактивні елементи електронних навчальних видань для вищої школи. *Інтегровані комунікації*. 2024. № 1(17). С. 178–186. DOI: <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2024.1722>.
14. Харамурза Д. В. Літературна критика в площині соціальних комунікацій: поняття, завдання, функції. *Образ*. 2021. № 2 (36). С. 30–39. DOI: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2021.2\(36\)-30-39](https://doi.org/10.21272/Obraz.2021.2(36)-30-39)
15. Fuller D., Sedo D. R. *Reading beyond the book: the social practices of contemporary literary culture*. New York : Routledge, 2015. 370 p.
- vydan dla vyshchoi shkoly [Multimedia and interactive elements of electronic educational publications for higher education]. *Intehrovani Komunikatsiyi*, 1(17), 178–186. <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2024.1722>
- Fuller, D., & Sedo, D. R. (2015). *Reading beyond the book: The social practices of contemporary literary culture*. Routledge.
- Kharamurza, D. V. (2021). Literaturna krytyka v ploshchyni sotsialnykh komunikatsii: Poniattia, zavdannia, funktsii [Literary criticism in the context of social communications: Concepts, tasks, functions]. *Obraz*, 2(36), 30–39. [https://doi.org/10.21272/Obraz.2021.2\(36\)-30-39](https://doi.org/10.21272/Obraz.2021.2(36)-30-39)
- Kopystynska, I., & Grynivskyi, T. (2015). Zasoby promotsii knyzhkovykh vydan: Dosvid nezaleznoi Ukrainy [Book's publishing promotion ways: The experience of independent Ukraine]. *Scientific Papers [Ukrainian Academy of Printing]*, 1(50), 37–46.
- Kosachova, O. (2014). Buktreiler yak efektyvnyi mediare-surs suchasnoi biblioteki [Book trailer as an effective media resource of a modern library]. *Bulletin of the Book Chamber*, 10, 15–18.
- Kovpak, V. A., & Politova, V. O. (2021). Ukrainski buktiub ta bukstahram: Dyskursy kultury chytannia ukrainskoi knyhy ta natsionalnoi bezpeky [Ukrainian book YouTube and book Instagram: Discourses of the culture of reading the Ukrainian book and national security]. *Scientific Notes of V. I. Vernadsky Taurida National University, Series: Philology. Journalism*, 32(71), 6(3), 126–132. <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.6-3/22>
- Naida, L. V. (2019, June 18–25). Stvorennia buktreilera – odyz iz zasobiv populiaryzatsii knyhy [Creating a book trailer as one of the means of popularizing the book]. In *Vykorystannia instrumentiv veb-tekhnohii yak osnova rozshyrennia biblioteknykh on-lain posluh u formuvanni suchasnoho imidzhu biblioteki* [Use of web technology tools as a basis for expanding online library services in shaping the modern image of the library], Proceedings of the scientific and practical online conference (pp. 108–113). Uzhhorod.
- Prystai, H. (2022). Innovatsiini metody formuvannia kompetentnostei maibutnykh zhurnalistiv [Innovative methods of future journalists' competences formation]. *Ukrainian Information Space*, 2(10), 131–148. <https://doi.org/10.31866/2616-7948.10.2022.269837>
- Trishchuk, O. V., Fihol, N. M., & Kiryak, V. S. (2020). Elektronne navchalne vydannia v systemi sotsialnykh

References

- Bondar, Yu. (2013). Vydavnycha zhurnalistyka: Do pytan-nia identyfikatsii, abo pro potrebu rodynnoi zhurnalistyky [Publishing journalism: On the issue of identification, or on the need for family journalism]. *Presoznavstvo. Press Studies*, 3, 329–340.
- Figol, N., Faychuk, T., & Fihol, B. (2024). Multymediini ta interaktyvni elementy elektronnykh navchalnykh

komunikatsii [Electronic educational publication in the system of social communications]. *Tekhnolohiya i tekhnika drukarstva*, 1–2(67–68), 60–70.

Tur, O. M., & Khmil-Chupryna, V. V. (2020). Dzhere-la informatsii pro knyzhkovi vydannia y rol ZMK u populiaryzatsii chytannia sered studentskoi molodi Kremenchuka [Sources of information about books and the role of media in promoting reading among Kremenchuk student youth]. *Bulletin of the Book Chamber*, 1, 25–31. [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2020.1\(282\).10-14](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2020.1(282).10-14)

Tymoshyk, M. (2006). *Knyha dlia avtora, redaktora, vydavtsia. Praktychnyi posibnyk. 2-he vyd., stereotypne* [A book for the author, editor, publisher. A practical guide. 2nd ed.]. Kyiv: Nasha kultura i nauka.

Tymoshyk, M. S. (2021). Yak zvilnyty zhurnalistsku osvitu z put teorii masovoi komunikatsii: Do problemy vykladannia fakhovykh dystsyplin na fakultetakh zhurnalistyky ukrainskykh universytetiv [How to release journalist education from the hobble of mass communication theory: To the problem of teaching

professional disciplines at the faculties of journalism of Ukrainian universities]. *Ukrainian Information Space*, 1(7), 31–68. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(7\).2021.233877](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(7).2021.233877)

Tymoshyk-Sudarykova, A. (2009). Promotsiia ukrainskoi knyhy i presy na storinkakh paryzkoho zhurnalnu «Tryzub» (1925–1940 rr.) [Promotion of Ukrainian books and press on the pages of the Parisian magazine Tryzub (1925–1940)]. *Presoznavstvo. Press Studies*, 1, 311–327.

Vernyhora, S. M. (2019). Kopiraitynh yak vazhlyvyi instrument populiaryzatsii knyhy ta prosuvannia yii na rynku [Copywriting as an important tool for popularising a book and promoting it on the market]. In H. Horbenko (Ed.), *Vydavnycha diialnist v umovakh rozvytku novitnikh tekhnolohii: Vychennia zapytiv fakhivtsiv: Monohrafiia* [Publishing in the context of the development of new technologies: Studying the needs of specialists: Monograph] (pp. 178–200). Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University.

Надіслано до редакції 14.01.2025 р.