

Грінченка. URL: https://fj.kubg.edu.ua/images/phocagallery/Podii2023/%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0%D1%85%D0%B0%D0%B1_%D0%A3%D0%93.pdf (дата звернення: 22.11.2023)

4. Скрипник М. І., Григоревська О. О. Інноваційна діяльність закладів вищої освіти України: критичний аналіз Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія Економічні науки. 2018. Спецвипуск. С. 334–344.

5. Стратегія розвитку Київського столичного університету імені Бориса Грінченка на 2023–2027 URL: роки <https://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/documents/ksubg-strategy.pdf> (дата звернення: 22.11.2023).

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-375-0-6>

MERCH AT THE PROMOTIONAL EVENTS OF THE “BEARDED TAMARIN” PUBLISHING HOUSE

МЕРЧ У ПРОМОЦІЙНИХ ЗАХОДАХ ВИДАВНИЦТВА «БОРОДАТИЙ ТАМАРИН»

Podoliaka N. S.

*Candidate of Sciences in Social
Communications,
Associate Professor at the Department
of Literature, Methods of its Teaching,
History of Culture and Journalism
Mykola Gogol Nizhyn State University,
Nizhyn, Ukraine*

Подольяка Н. С.

*кандидат наук із соціальних
комунікацій,
доцент кафедри літератури,
методики її навчання, історії
культури та журналістики
Ніжинський державний університет
імені Миколи Гоголя
м. Ніжин, Україна*

Не зважаючи на воєнний час, в тилу України тривають різноманітні культурні події, бо вони, як показала історія, допомагають кожному відчутти дотичність до спільної боротьби з ворогом і стають реальною частиною протистояння. За даними моніторингу, проведеному у 2022 році медійною групою Детектор медіа, в Україні з'явилося 178 нових видавництв і книгопродавців [1].

Так у листопаді 2022 року родина Кідруків започаткувала власну справу, створивши видавництво «Бородатий Тамарин». У їх видавничому портфелі книги напрямку нонфікшн та наукова

фантастика. Саме такої літератури, на думку засновників видавництва, не вистачає на ринку нашої держави.

Символом і логотипом видавництва стала тварина з класу приматів, яка нібито поєднує в собі кумедність і мудрість водночас.

Першим кроком на шляху до промоції видавництва стало не лише створення логотипу, а й власного сайту, розробка його структурних компонентів [2]. Окрім магазину товарів і контактної інформації ми спостерігаємо тут розподіл товарів за серіями, вже достатньо популярними у читачів: «Нові Темні віки», «Аксолотль», «Самотній Джордж» тощо.

На сайті також виокремлено розділ «Мерч». Це різного роду продукція з символікою від видавництва, сконструйована в персональній манері видавничого продукту.

Корпоративний мерч вперше з'явився наприкінці XVIII століття і вже давно перестав бути атрибутикою з логотипом. Зараз мерчі різних брендів майже змагаються між собою за оригінальністю індивідуального оформлення.

Мерч активно впроваджують провідні видавництва різних країн. Він є таким же потужним засобом промоції видань, як авторське турне книгою чи презентація, літературні вечори чи буктрейлери, книжкові ярмарки чи літературні премії.

І хоча засобом промоції видань приділяли багато уваги науковці з різних галузей знань, з'являлося чимало досліджень з питань просування бренду і реклами на книжковому ринку (зокрема, дослідження Н. Зелінської, Е. Огар, М. Тимошика, Т. Булах, Ю. Мельника, С. Водолазької, В. Теремко, тощо), однак мерч у видавничій справі – явище не достатньо проаналізоване. Тому метою публікації є дослідити практику впровадження книжкового мерчу в роботу видавництва «Бородатий Тамарин».

Сьогодні мерч є потужним засобом реклами книги і заохочення до читання, він допомагає видавництву виконувати досить важливі завдання прояву корпоративної культури.

900-сторінкова книга Макса Кідрука «Колонія» стала першою із циклу «Нові Темні віки» й вже збирає достатньо великі аудиторії поціновувачів під час зустрічей і презентацій. Ця книга про світ у XXII столітті, однаково моторошний та реалістичний, де автор зображує найгірші варіанти розвитку майбутнього, щоб люди вже зараз задумались і почали щось робити, аби не допустити в реальності такі жахіття.

Спеціально для поціновувачів наукової фантастики до книги створено кілька мерч-продуктів: плакат «Ньюборн та околиці» й «Карта колоній». На банерній тканині перед читачем постає майже реальна

карта поверхні планети в Сімудських долинах чи то географічні об'єкти Ньюборна. Це дає можливість подорожувати не лише по сторінках книги, а й стати уявним поселенцем, створити гру, пізнати світ героїв через дотик до матеріального об'єкту. До серії додається латунний пін та стікер із зображенням важкого міжпланетного корабля класу Голіаф, 10 наліпок із зображеннями техніки типу Роамер чи Дастер.

Серія «Самотній Джордж» також отримала свій мерч-продукт. І це – латунний пін, на якому зображений головний герой твору, аналогічно створено пін до серії «Согвус».

Вже побачила світ перша книга серії – «Теорія ймовірності». Це версія популярного радіоблогу з історій, які розповідав Макс Кідрук у другій половині 2021 року. Захопливі твори, які розвінчують міфи про події і явища навколишнього світу з погляду науки. До книги можна придбати й латунний пін із зображенням Аксолотля.

Аксолотль – це личинка хвостатих земноводних роду амбістом, вона ніколи не перетворюється на дорослу особину, завжди залишаючись у «дитячому» тілі. Дивовижна й не схожа ні на кого істота, яка з легкістю відрошує втрачені частини свого тіла. Такими ж за задумом видавців є й тексти у серії «Аксолотль».

На сайті видавництва представлені також інші види мерч-продукції, зокрема алюмінієва фляга із зображенням логотипу «Бородатого Тамарину», пластиковий флікер до серії «Нові Темні Віки».

Приваблює користувачів сайту і те, що книги в магазині можна передзамовити до початку їх тиражу за зниженою ціною.

Без сумнівів, у якісній промоції видавництва та його продукції чимала роль харизматичної особистості – письменника Максима Кідрука, але якісний мерч надає яскравості будь-якій піар-кампанії, допомагає залучити нових споживачів продукції, отримувати додатковий дохід і підвищувати лояльність команди і клієнтів.

Культурна площина проходить власне випробування на міцність, а по завершенню військових дій неодмінно набуває нових сенсів. Чи потрібно зараз розвивати нові видавництва та впроваджувати найкращі практики у промоції видань? Однозначно так. Запити читачів не зважаючи на складний час зростають. Будь-який бізнес повинен розвивати свою власну корпоративну культуру, створювати суспільні цінності, думати як привести кампанію до успіху і мерч у цьому плані є досить вигідним інструментом.

Література:

1. 2022 року в Україні з'явилося майже 180 нових видавництв – Держтелерадіо. URL. <https://chytomo.com/u-2022-rotsi-v-ukraini-z-ivaylosia-majzhe-180-novykh-vydavnytstv-derzhkomteleraudio/>.

2. Видавництво «Бородатий Тамарин». URL. <https://tamarinbooks.com/pro-vydavnytstvo/>.

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-375-0-7>

DEFINITION OF THE COMMUNICATION CONCEPT AND ITS METHODOLOGY

ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ КОМУНІКАЦІЇ ТА ЇЇ МЕТОДОЛОГІЯ

Starkov V. I.

*Postgraduate Student at the Department
of Mass and International
Communication
Oles Honchar Dnipro National
University
Dnipro, Ukraine*

Старков В. І.

*аспірант кафедри масової та
міжнародної комунікації
Дніпровський національний
університет ім. Олесь Гончара
м. Дніпро, Україна*

Комунікація в сучасному світі є синонімом поняття спілкування та представляє найбільш загальний, всеосяжний, важливий і складний аспект людського життя. Здатність до спілкування на психологічному та смисловому рівні, відрізняє людину від тварини. Щоденно ми створюємо комунікативні зв'язки із собі подібними: знайомими і незнайомими, в цьому складається не тільки різні вектори соціальної професійної, культурної та особистісної взаємодії, алей сутність існування сучасного суспільства. Комунікація впродовж багатьох століть знаходилася в центрі уваги вчених найрізноманітніших галузей знання ставши об'єктом і предметом наукових і науково-практичних досліджень. В першій половині ХХ століття склався певний комплекс наукових дисциплін, які досліджували комунікацію. В останні десятиліття теоретично-практичні аспекти комунікаційних зв'язків інтенсивно розвивалася та набули нової комплексної синтетичної області наукового знання – науки про комунікації. В науковому пізнанні розрізняють об'єкт і предмет науки (теорії, вчення).

Об'єкт – це частина існуючої реальності, яку дослідник об'єктивно вибирає для вивчення, спрямовуючи процес пізнання.

В сучасній науці комунікація не має однозначного визначення, оскільки представляє не тільки процес повідомлень чи обміну інформацією, алей спосіб спільного відтворення чисельних соціальних реальностей, що реалізуються за допомогою знакових засобів. Даний