

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-000-1-12>

МЕРЧ ЯК АТРИБУТ ВИДАВНИЧОГО БІЗНЕСУ

Подолька Н. С.

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

Тяжіння до книжкової атрибутики й своєрідних аксесуарів індивідуального оформлення (суперобкладинки, антибуки, книжки з наборами наклейок, футболки, закладки, сумки, брелоки) швидко розвивається. Оригінальне оформлення, доповнення видавничого продукту, конструювання його в персональній манері нині набуває популярності.

Мерч (merch) – від англійського merchandise «товари, продукція», скорочений, сленговий варіант позначення різного роду продукції з певною символікою. Слово merch практично не вживається саме по собі. Воно є коренем поширеного слова merchandise. На практиці в англійській мові його не існує [1]. Вважається, що мерчандайзинг з'явився в США. Найпершим його прикладом є значок, випущений в кінці XVIII ст. на честь всенародного обрання першим президентом Джорджа Вашингтона. Скорочений термін «merch» з'явився з розквітом рок-культури в США. Фанати почали випускати футболки, значки, кепки на підтримку альбомів своїх кумирів.

Нині мерч вийшов за межі лише музичної індустрії та став невід'ємним атрибутом бізнесу в різних сферах. Отже, мерч – це збірне поняття всього того, що асоціює власника з брендом. У книжковій сфері це може бути не тільки корпоративний бренд видавництва, а й елементи дизайну книг, продукція, асоційована з головними героями творів.

Стаття І. Головне завдання мерчу – отримувати відгук від цільової аудиторії. Креативність полягає в основі мерчу. Мерч успішно використовують світові колаборації. Вражають показники: у 2018 р. обсяг продажів промпродукції в США, за даними PPAI, досяг \$ 24,7 млрд. У Російській Федерації ринок промпродукції склав 22,2 млрд. руб. [2].

Мета статті – дослідити використання мерчу як атрибуту видавничого бізнесу. Об'єктом дослідження виступають корпоративні, офіційні та неофіційні мерчі в книжковому бізнесі, предметом – мерч-продукція платформи для продажу мерчу-товарів.

Джерельною базою слугують спеціалізовані інтернет-сайти мерч-магазинів, мерчандайз-платформи, сайти книжкових видавництв.

Використано традиційні методи дедукції та індукції, аналізу, синтезу й узагальнення.

У першу чергу мерч використовують компанії для вітального паке-ту нового працівника (Welcome Pack), а також при вирішенні різних PR завдань.

Популярність мерча полягає в тому, що продавати його можна багато років після виходу в світ альбому, фільму, книги й глобально на тому заробляти. Як, скажімо на атрибутиці до Зоряних війн. Альбом з символікою улюбленої групи фанат купує один раз, а різні аксесуари та одяг – протягом наступних років.

Впізнаваність мерчу формують логотип, фірмовий стиль, основні атрибути бренду, як-то корпоративний герой тощо.

Стаття II. Розрізняють два основних типи мерчу, це: офіційний мерч – коли продукція випускається безпосередньо правовласником або за його ліцензією. Неофіційний мерч – це вже справа рук недобросовісних підприємців, які випускають власні вироби з символікою тих чи інших популярних франшиз або персонажів. Дані вироби набагато дешевші, але і якість часом залишає бажати кращого. Само собою, що для справжніх фанатів і колекціонерів, такі продукти мають набагато меншу цінність [3].

Стаття III. Вимоги до мерчу: а) мерч повинен бути корисним, вирішувати проблеми клієнтів. Дизайн повинен виражати характер і головну ідеологію компанії; б) мерч повинен бути актуальним, якщо річ не тільки корисна, а й красива, користувач обов'язково поділиться враженнями про неї в соцмережах; в) мерч повинен говорити про компанію, один погляд на річ повинен викликати асоціацію з брендом, дизайн повинен залишатися в рамках фірмового стилю вашої компанії; г) мерч повинен бути ситуативним, такі речі стануть прийємним нагадуванням не тільки про подію або вечірку, але і про бренд.

Стаття IV. Мерч-продукцією можуть бути сезонні колекції або тематичні набори. Наприклад, пляшки для напоїв, друк принтів на футболках, бананка, толстовки, термокружки, рюкзаки, пледи, дощовики, чашки, еко-сумки, блокноти, ручки [4].

З точки зору закону, права на мерч належать його автору, тобто створені компанією речі не можна копіювати. Без дозволу правовласника не можна використовувати фотографії, оригінальні зображення і принти, наприклад, спеціально розроблені для мерч дизайнерські малюнки. Вони захищені правом авторства з моменту створення. Факт авторства краще зафіксувати за допомогою спеціальних ресурсів.

Існує декілька спеціалізованих платформ, які дозволяють дизайнерам створити мерч і залишити замовлення на продаж продукції на сайті. Вперше програма Merch була запущена на Amazon в 2015 році і це була спроба гіганта продажів створити платформу для продажу фірмових футболок. Merch by Amazon працює за схемою POD (print-on-demand). Print on demand (POD) – це видавнича технологія, відома як видавництво на вимогу, при якій екземпляри книг, футболок, сувенірів тощо друкуються тільки тоді, коли надходить відповідний запит від

покупця. POD-платформ насправді досить багато, ось тільки декілька прикладів: Redbubble, Teeublic, DesignbyHumans, Societyb.

Найбільш розповсюдженими книжковими мерчами в світі можна вважати: футболки з логотипами видавництв або символікою, пов'язаною з героями книжок; толстовки з нанесеною на лицьовій стороні назвою книги; подушки з цитатами і книжковими обкладинками; магнітні закладки, магніти на холодильник; друковані закладки для книг з креативним дизайном або цитатами; ароматизовані свічки, які ніби передають атмосферу, у якій перебувають персонажі, або сприяють зануренню в процес читання; емалеві шпильки на рюкзаки, сумки, піджаки, сорочки; тематичні іграшки з улюбленими героями книг або їх атрибутикою; USB-накопичувачі із заголовком та рядком, а також невеликим значком, який якось зв'язується з обраною книгою; бальзам для губ з персонажами книг на футлярі, або символікою бренда; кружки, чашки, сумки, ручки, коробки з логотипами брендів; льодяники, шоколад [5].

Влітку 2018 р. в Бодліанській бібліотеці в Оксфорді відбулася найбільша виставка творчості професора Дж. Р. Р. Толкіна. Крім оригінальних ілюстрацій там можна було побачити листи, манускрипти, ескізи, карти і особисті речі Професора. Крім того, там можна було придбати той чи інший ексклюзивний сувенір, приурочений до виставки [6].

В Україні історично для привернення уваги до видавничої продукції використовували стилізацію книг відповідної тематики під стародруки за допомогою декоративного оздоблення, у тому числі зовнішнього (металеві захисні елементи палітурки, застібки, глянсе, рельєфність, фактурність).

Відомим українським мерчем стали набори для прихильників серії книг «Коти-вояки», випущені видавництвом у 2019 р. Це стильний подарунковий бокс для всіх шести книг, фірмовий котоманіт, багаторазова побутова маска, футболка [7].

«Коти-вояки» – серія пригодницьких романів-фентезі для дітей та підлітків. Світовий бестселер написаний Кейт Кері, Черіт Болдрі, Тай Сазерленд у співавторстві з редактором Вікторією Голмс під загальним псевдонімом Ерін Гантер в 2001 році. Серія видається у Великій Британії з 2003 року і дотепер. В Україні книги серії «Коти-вояки» у перекладі з англійської Катерини Дудки та Остапа Українця з'явилися в 2016 році.

Творче втілення мерч-технологій в сучасних умовах може допомогти у розв'язанні багатьох проблем, пов'язаних з питанням культури книги та читання.

Література:

1. Мерч URL. https://slovotvir.org.ua/words/merch_
2. Анастасія Кудрявцева: Всюду мерч: как заработать на вещах с символикой вашего бренда. URL. <https://pro.rbc.ru/demo/5d9b3a8d9a79473af4d70a6d>

3. Що таке Мерч (Merche) – поняття, визначення простими словами.
URL. [https://termin.in.ua/merch/#:~:text=%D0%9C%D0%B5%D1%80%D1%87%20\(Merch\)&text=%D0%9C%D0%B5%D1%80%D1%87%20%20%E2%80%93%D1%86%D0%B5%20%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9,%D1%8E%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D0%B3%D1%80%D0%B8%20%D1%96%20%D1%82%D0%B0%D0%BA%20%D0%B4%D0%B0%D0%BB%D1%96](https://termin.in.ua/merch/#:~:text=%D0%9C%D0%B5%D1%80%D1%87%20(Merch)&text=%D0%9C%D0%B5%D1%80%D1%87%20%20%E2%80%93%D1%86%D0%B5%20%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9,%D1%8E%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D0%B3%D1%80%D0%B8%20%D1%96%20%D1%82%D0%B0%D0%BA%20%D0%B4%D0%B0%D0%BB%D1%96)

4. Как создать крутой мерч для своей компании?
URL. <https://brandme.in.ua/ru/yak-stvoriti-krutiy-merch-dlya-svoyeyi-kompaniyi>

5. Book Merch. The best end worst promotional items I've received.
URL. <https://batchofbooks.com/2019/05/book-merch-ideas.html>

6. Эксклюзивный мерчандайз к выставке Толкина в Оксфорде!
URL. <http://www.henneth-annun.ru/index.php/2018/03/eksklyuzivnyiy-merchandayz-k-vyistavke-tolkina-v-oksforde/>

7. «Коты-воители» – фанатская футболка для котофилов.
URL. <https://shopper.life/koty-voiteli-fanatskaya-futbolka-dlya-kotofilov-16203.html>