

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя  
Факультет філології, історії та політико-юридичних наук  
Кафедра літератури, методики її навчання, історії культури та журналістики

Освітньо-професійна програма  
Журналістика. Видавнича справа та редагування  
Спеціальність 061 Журналістика

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
**на здобуття освітнього ступеня «бакалавр»**

**БУКПІТЧІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОМОЦІЇ КНИГ НА МІЖНАРОДНІЙ**  
**АРЕНІ**  
**BOOKPITCHING AS A TOOL FOR BOOK PROMOTION IN THE**  
**INTERNATIONAL ARENA**

Студентки **Синяк Ксенії Сергіївни**

*Науковий керівник:*

к. н. із соц. комунік., доцент кафедри  
української літератури, методики її навчання та журналістики  
Подолька Надія Степанівна

*Рецензент:*

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Допущено до захисту

Завідувач кафедри літератури, методики її навчання, історії культури та  
журналістики

\_\_\_\_\_ д.пед.н. Бондаренко Ю. І.

20.06.2023 р.

Синяк К. Букпінтчинг як інструмент промоції книг на міжнародній арені: кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавр; спец.: 061 – журналістика; наук. керівник Н. С. Подоляка. Ніжин. НДУ імені Миколи Гоголя, 2023. 52 с.

У роботі розглянуто види промоції книги, поняття «букпінтчинг», правила його проведення та методи підготовки, його види, українські та міжнародні мистецькі виставки та фестивалі, співпраця українських та міжнародних видавництв та авторів.

*Ключові слова:* книга, автор, видавництво, промоція, букпінтчинг, реклама, соціальні мережі, співпраця, міжнародна арена, фестивалі, конкурси, виставки, переклад.

Syniak K. Bookpitching as a tool for promoting books on the international arena.: qualifying work for obtaining a bachelor's degree; special: 061 – journalism; of science manager N.S. Podolyak. Nizhin Mykola Gogol National State University, 2023. 51 p.

The work examines the types of book promotion, the concept of «book pitching», its rules and methods of preparation, its types, Ukrainian and international art exhibitions and festivals, cooperation between Ukrainian and international publishing houses and authors.

*Keywords:* book, author, publishing house, promotion, book pitching, advertising, social networks, cooperation, international arena, festivals, contests, exhibitions, translation.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. БУКПІТЧИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОМОЦІЇ ВИДАНЬ.....	6
1.1. Поняття «букпітчинг», типологічні характеристики.....	6
1.2. Способи підготовки та проведення кампанії букпітчингу .....	15
РОЗДІЛ 2. СВІТОВІ ПРАКТИКИ БУКПІТЧИНГУ.....	22
2.1. Європейський формат проведення букпітчингових заходів.....	22
2.2. Букпітчинг в українських реаліях.....	24
2.3. Твори українських авторів на міжнародній арені.....	32
ВИСНОВКИ.....	39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	42
ДОДАТКИ.....	47

## ВСТУП

Букпітчинг – це процес, у якому автор або автори книги презентують свій твір перед агентами, видавцями, редакторами та іншими потенційними партнерами з метою залучення їх інтересу та підписання контракту на видавництво книги.

**Актуальність теми** полягає у тому, що в сучасному світі книжкова індустрія постійно змінюється та розвивається, а відтак, інструменти промоції книг також потребують оновлення та модернізації. Букпітчинг є одним з найефективніших способів привернути увагу до книги та залучити нових читачів на міжнародному рівні, і саме тому дослідження цього інструменту є дуже важливим для авторів та видавництв.

Крім того, зростання конкуренції на книжковому ринку та зміни читацьких пристрастей також роблять букпітчинг вельми актуальним інструментом промоції книг на міжнародній арені. Автори та видавництва повинні постійно адаптуватися до нових умов та використовувати ефективні методи для залучення уваги до своїх книг.

Також необхідно враховувати те, що букпітчинг може бути ефективним інструментом не тільки для промоції фізичних книг, але і для електронних книг та аудіокниг. Оскільки зростає популярність цифрового читання, то можливість ефективного просування електронних книг та аудіокниг через букпітчинг є надзвичайно важливою.

Отже, актуальність теми полягає у необхідності дослідження та аналізу ефективності букпітчингу як інструменту промоції книг на міжнародній арені та визначення того, як використовувати цей метод для залучення уваги до книг.

**Об'єктом** дослідження слугує букпітчинг як інструмент промоції книг на міжнародній арені. Дослідження має на меті визначити ефективність використання букпітчингу для просування книг на міжнародному рівні та з'ясувати, які фактори впливають на успішність букпітчингу.

**Предметом** дослідження є процес букпітчингу як інструменту промоції книг на міжнародній арені

**Метою** дослідження є аналіз букпітчингу як інструменту промоції книжок на міжнародній арені.

У ході дослідження нами було поставлено ряд **завдань**:

- розкрити поняття «букпітчинг»;
- визначити його типологічні характеристики;
- охарактеризувати способи підготовки та проведення кампанії букпітчингу;
- ознайомитися із європейськими практиками проведення букпітчингових заходів;
- описати способи проведення букпітчингових кампаній в українських реаліях;
- проаналізувати практики представлення творів українських авторів на міжнародній арені.

**Апробація матеріалів дослідження.** Матеріали кваліфікаційної роботи обговорювалися на секційному засіданні студентської конференції «Молодь у науці» (Ніжин, 16 травня 2023) та будуть опубліковані у випуску 28 «Вісника студентського наукового товариства».

**Структура роботи:** вступ; основна частина; висновки; список використаних джерел.

## РОЗДІЛ 1. БУКПІТЧИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОМОЦІЇ ВИДАНЬ

### 1.1. Поняття «букпїтчинг», типологічні характеристики

Промоція книжок – це маркетингова стратегія, спрямована на збільшення продажів книг шляхом привертання уваги читачів та створення додаткових стимулів для їх придбання.

Проблематика популяризації книги полягає в конкурентному середовищі, представленому телебаченням та мережею інтернет, сформованому в певних прошарках населення образу «не модного» та «застарілого» способу отримання інформації, малодоступності книги для деяких верств населення, стагнації державної підтримки сфери, нерозумінні населенням переваг книжки, не тільки, як джерела інформації, й як джерела розваг, застарілому підході до книги та до її просування. Розглядати популяризацію варто як інструмент впливу на людину та суспільство взагалі.

Умовно до традиційних інструментів популяризації книги ми відносимо інструменти, які використовувалися до виникнення соціальних мереж. Нові технології змінили можливості та інструменти популяризації книги, тому аналіз поля інструментаріїв популяризації слід розглядати, умовно розділивши їх на три типи: традиційні (виставки, зустрічі, презентації, плакати, постери, сітілайти, мурали (як умовні плакати, що намальовані на стінах), реклама на телебаченні, радіо), новітні (інтернет, соціальні мережі) та перформансні (видовищні заходи).

Популяризація читання зазнала змін, цьому сприяли розвиток суспільства і його відповідні перетворення, можливість отримання зворотного зв'язку (зокрема віртуального), зміна відносин та ролі автора, посередника та читача.

Популяризація книги супроводжується загальними тенденціями в сфері реклами. Найголовніша тенденція та проблема – це перенасичення споживача рекламними повідомленнями, яке зумовлене тотальним конкурентним середовищем. Відповідно, більшість повідомлень залишаються непоміченими. [1]

На сучасному етапі розвитку реклами традиційні методи реклами працюють тільки, якщо ідея максимально спрощена для розуміння та сам зміст візуального інструменту передачі інформації виражено, спрямовано його на те, що хвилює споживача. В такому форматі, повідомлення буде ефективним: споживач його запам'ятає та зреагує на нього відповідно до поставленої мети.

Існує безліч інструментів, які можна використовувати для просування книг на міжнародній арені. Ось кілька із них:

*Соціальні мережі.* Вони дозволяють авторам та видавцям рекламувати свої книги на міжнародному рівні та взаємодіяти з читачами з усього світу. Соціальні мережі важливий інструмент для спілкування із читачами, бо там є можливість давати відповіді на їх повідомлення, коментарі. Не менш важливим є стимуляція користувачів до розмови – задавати питання, проводити опитування стосовно книги, автора.

У соціальній мережі ТікТок, що користується зараз великим попитом, навіть є окремий хештег #букток. Там представлені огляди на книги від відомих та маловідомих блогерів, відео із книгарень, фестивалів та із презентацій творів від авторів.

Якісною платформою для промоції книжок є YouTube. Якщо популярність ТікТок зараз стрімко набирає обертів, то YouTube – це соціальна мережа-базис для показу і переглядів відео. Є багато відео-оглядів книжок, як і українських так і світових бестселерів. Навіть деякі книгарні створюють канали для показу подій, презентацій, виступів на фестивалях та ярмарках.

*Рекламні кампанії.* Реклама на великих міжнародних платформах та у виданнях, які мають читачів у різних країнах, може допомогти збільшити впізнаваність книги та залучити нових читачів. Можна використовувати функції безкоштовної реклами у соціальних мережах, співпрацювати з блогерами, інфлюенсерами та іншими більш відомими авторами, які мають широку аудиторію

*Організація турів авторів.* Тури авторів можуть стати ефективним інструментом для просування книг на міжнародному рівні. Вони дозволяють авторам особисто представити свої книги на різних заходах та зустрітися з читачами у різних країнах.

*Вебінари.* Вони допомагають налагодити контакт із читачами, можна запросити відомих гостей та поділитися досвідом та історією написання книги та відповідати на запитання.

*Партнерські відносини з міжнародними видавцями.* Партнерство з міжнародними видавцями може допомогти авторам та видавцям розширити свій ринок та просунути свої книги на міжнародній арені. Міжнародні видавці мають широку мережу розповсюдження та дистрибуції книг. Це означає, що книга може бути доступною в багатьох країнах та магазинах по всьому світу, що розширює аудиторію та потенційну читацьку базу. Вони можуть надати підтримку у створенні рекламних матеріалів, організації прес-турів, участі в книжкових ярмарках та інших подіях, що допоможе залучити увагу до книги.

*Переклад на інші мови* може допомогти її просуванню на міжнародному рівні та розширити коло читачів. Співпраця із перекладачами та редакторами забезпечить якісний переклад. Міжнародні видавці можуть допомогти з перекладом книги на різні мови та локалізацією для різних країн. Це відкриває нові ринки та забезпечує доступність вашої книги для широкого кола читачів по всьому світу.

*Участь у міжнародних книжкових ярмарках* може допомогти авторам та видавцям просунути свої книги на міжнародному рівні та встановити контакти з представниками індустрії та читачами з усього світу. Вони надають можливість зустрітися з впливовими особами в літературній галузі, залучити увагу агентів, видавців та потенційних читачів.

Букпінчинг в Україні може бути ефективним інструментом для промоції книжки. Букпінчинг – це важлива складова частина процесу

видавництва, яка полягає у тому, щоб переконати агентів, що книга є цікавою та вартої уваги для публікації.

**Пітчінг** – усна або візуальна презентація проекту з метою знаходження інвесторів, готових фінансувати цей проект. Pitch є скороченням від англ. sales pitch, що є однією з технік продажу.

**Букпітчінг** – це коротка презентація книжки перед потенційними читачами та видавцями. Зазвичай, букпітчінг проводять перед невеликою аудиторією, яка може легко сприйняти ідеї та концепцію презентованої книги. Це дозволяє автору легко спілкуватися зі слухачами, відповідати на запитання та отримувати повноцінний зворотній зв'язок.

Інструменти промоції книжок через букпітчінг можуть варіюватися в залежності від цілей та цільової аудиторії. Однак, можна визначити наступні етапи.

Перш за все, необхідно підготувати якісний та привабливий матеріал для букпітчінгу, підкреслити унікальність, таланти і досягнення письменника. Це можуть бути як презентаційні слайди, так і відео, що містять інформацію про книгу, її автора та основні переваги. Портфоліо письменника додатково засвідчить навички та його вміння, підвищить довіру читачів [37].

Важливо залучити до проведення букпітчінгу відповідну цільову аудиторію (важливо показати, як ваша книга задовольняє їхні інтереси або вирішує їхні проблеми), для чого можна використовувати інструменти маркетингу, такі як реклама в соціальних мережах, e-mail розсилки, PR-статті, тощо.

Наступним кроком може бути проведення букпітчінгу на відповідному заході, такому як літературний фестиваль, книжкова ярмарка, презентація в книгарні тощо. Також можна провести віртуальний букпітчінг на онлайн-платформах або в соціальних мережах. Це дозволить привернути увагу більшої кількості людей, залучити нових читачів та підвищити інтерес до книги.

Тривалість презентації букпітчингу зазвичай залежить від формату заходу та встановлених правил. Наприклад, на літературному фестивалі, де є багато учасників, тривалість букпітчингу може бути обмежена до 5-10 хвилин, щоб вмістити якомога більше виступів. У книгарні або на книжковій ярмарці, де більше часу на кожну презентацію, тривалість букпітчингу може бути більшою – до 15-20 хвилин.

Тривалість букпітчингу не є головним показником його ефективності. Головне завдання букпітчингу – зацікавити аудиторію і зробити так, щоб слухачі (читачі) захотіли дізнатися більше про книгу. Тому, незалежно від тривалості, букпітчинг повинен бути добре підготовлений, цікавий та зрозумілий для аудиторії.

Не менш важливим є взаємодія з читачами після проведення букпітчингу. Наприклад, можна надати змогу читачам задавати запитання автору книги, надіслати відгуки та враження в соціальних мережах, підписати книгу авторської рукописі тощо. Підготовка відповідей на можливі запитання потенційних партнерів забезпечить упевненість перед аудиторією.

Також можна використовувати інструменти інтернет-маркетингу, такі як контекстна реклама, ретаргетинг, соціальні мережі та інші, для привернення уваги до букпітчингу та книги.

Додатково можна використовувати:

- відеоінтерв'ю з автором книги: це дозволить показати особистість письменника та залучити увагу аудиторії до його творів;
- оформлення букпітчу у формі історії або повідомлення в соціальних мережах, що зможе привернути увагу широкої аудиторії;
- розміщення букпітчу на книжкових сайтах та форумах, що дозволить залучити увагу книголюбів та фахівців;
- залучення блогерів та впливових осіб у сфері літератури для огляду та розповіді про книгу в своїх соціальних мережах та блогах;

- проведення конкурсів та акцій, що дозволить залучити увагу аудиторії до книги та сприяти її продажу;
- рекламування букпітчу на платформах для читання електронних книг, таких як Kindle або Kobo, що дозволить залучити увагу до електронної версії книги;
- використання креативного підходу та нестандартних ідей для презентації книги, що приверне увагу та запам'ятається аудиторії.

Важливо відзначити, що кожен метод та інструмент має свої особливості та може бути більш ефективним у певному контексті. Тому, вибір методу та інструменту має бути обдуманим та залежати від цільової аудиторії, мети презентації та особливостей книги.

Під час книжкового пітчу автор зазвичай має можливість зустрітися з агентами або видавцями, щоб презентувати свою книгу та описати її головну ідею, персонажів та сюжет.

Для співпраці із міжнародними агентами потрібно дослідити, які із них підходить автору, на якому жанрі вони спеціалізуються, прочитати відгуки, або поспілкуватися із літераторами, що співпрацювали із ними. Оцінка їх успіхів, огляд діяльності допоможуть підібрати агентів, які найбільше підходять.

Професійне портфоліо відіграє важливу роль для автора. Свої найкращі доробки та досягнення він має показати у ньому, висвітлити свої таланти та потенціал. Автор може також надати деяку інформацію про себе, свої попередні роботи та досвід, який може стати корисним для розуміння того, як він або вона може допомогти в продажі книги.

При співпраці з міжнародним агентом важливо укласти письмову угоду, яка визначатиме права і обов'язки обох сторін. Особливу увагу варто приділити відсоткам від продажу книги та умовам припинення співпраці.

Після укладення угоди з агентом важливо підтримувати регулярний контакт і взаємодіяти з ним щодо подальшого розвитку кар'єри. Варто приймати активну участь у співпраці, бути відкритим до пропозицій агента.

Він може запрошувати автора на міжнародні фестивалі чи організувати їх, а це у свою чергу дає можливість познайомитися із авторами та видавництвами світового рівня.

Під час книжкового пітчу автор може використовувати різні стратегії, щоб привернути увагу агентів. Презентація книги може відрізнятись від жанру книги. Наприклад, він або вона може зацікавити агентів запальною історією, яка вразить аудиторію, якщо це книга художнього жанру, або надати підтвердження того, що його або її книга має значний ринковий потенціал. Таким підтвердженням може бути порівняння із світовим бестселером, так агентство зрозуміє, чим ваш твір вирізняється з-поміж інших книг на ринку [37].

Існує декілька типів букпітчингу, які використовуються для презентації книги. Кожен з цих типів має свої особливості, які дозволяють досягти різних цілей та привернути увагу аудиторії.

**Усний букпітчинг** – це найпоширеніший тип букпітчингу, який проводиться живим голосом перед аудиторією. Усний букпітчинг може бути проведений на конференціях, літературних фестивалях або в інших громадських місцях.

Основні особливості цього типу букпітчингу – це вміння ефективно комунікувати з аудиторією, збереження уваги слухачів протягом тривалого часу та здатність до вражаючої публічної мови.

Усний букпітчинг – це тип презентації книги, який зазвичай виконується живим голосом перед аудиторією. Це може бути виступ на конференції, літературному фестивалі, презентація в книгарні, бібліотеці або іншому місці.

Основною метою усного букпітчингу є привернення уваги аудиторії, залучення її до читання книги та збільшення продажів. Основні елементи усного букпітчингу – це вражаюча публічна мова, здатність ефективно комунікувати з аудиторією, показати унікальність та цікавість книги та зберегти увагу слухачів.

Основні складові усного букпітчингу:

1. Вступна частина має за мету привернути увагу аудиторії та встановити зв'язок з нею. В ньому можуть бути використані анекдоти, цитати, статистика або будь-який інший метод, який допоможе звернути увагу аудиторії.

2. Опис книги. Потрібно звернути увагу на ключові моменти книги, її тему, сюжет, головних героїв та те, що робить її унікальною. Опис книги повинен бути цікавим та захоплюючим, щоб привернути увагу аудиторії та зацікавити її читанням.

Важливо описати сюжет книги, його поворотні точки та конфлікти, в яких опиняються головні герої, як книга вплине на читача та які його емоції вона викличе, підкреслити головні теми книги та розказати, як вони взаємодіють між собою та який вплив вони мають на сюжет.

Крім того, важливо звернути увагу на те, що робить книгу унікальною. Це може бути її стиль письма, використання нестандартної структури або перспективи, якісна робота з персонажами та їх розвиток, або дослідження теми, яка раніше не була висвітлена в літературі.

3. Автор. Важливо відзначити автора та його авторитет, наділений науковим ступенем, досвідом роботи, попередніми виданнями, та інші деталі, які підвищують його довіру та вплив на аудиторію.

4. Переваги книги.

**Письмовий букпітчинг.** Цей тип букпітчингу зазвичай здійснюється через рекламні листівки, оголошення та інші письмові матеріали. Основна мета письмового букпітчингу – залучити увагу потенційних читачів та спонукати їх придбати книгу. Основні особливості цього типу букпітчингу – це чіткий та короткий опис книги, використання запрошувальних слів та здатність привернути увагу читачів на перших рядках тексту.

Письмовий букпітчинг – це форма презентації книги у письмовій формі. Вона може бути використана для промоції книги на сайті, в блозі, в соціальних мережах або в електронній розсилці. Оскільки у письмовому

букпінтчингу відсутня можливість взаємодії з аудиторією, текст повинен бути якісним та детальним, щоб читачі могли зрозуміти головні ідеї та зміст книги.

Перш за все, необхідно представити книгу та її автора. Важливо зазначити заголовок книги, ім'я автора, видавництво, дату випуску та жанр книги. Потім можна перейти до опису змісту книги, її сюжету, головних героїв та конфліктів, що зустрічаються в ній, розповісти про ключові моменти книги, про її теми та їх вплив на головних героїв та читача.

Далі слід підкреслити те, що робить книгу унікальною. Можливо використати приклади того, що відрізняє цю книгу від інших книг у своєму жанрі, наприклад, її стиль письма, якісна робота з персонажами, нестандартна структура або перспективи, дослідження теми, яка раніше не була висвітлена в літературі. Це допоможе привернути увагу аудиторії та зацікавити її прочитанням книги.

Додати відгуки про книгу, якщо вони є. Це можуть бути відгуки від видатних літературних критиків, відгуки від інших авторів або відгуки від звичайних читачів.

**Відео букпінтчинг.** Цей тип букпінтчингу використовує відеоматеріали для презентації книги. Відео букпінтчинг може бути розміщений на YouTube, на сайті автора або на соціальних мережах. Така форма може бути використана для промоції книги на різних платформах, таких як YouTube, Facebook, Instagram або на веб-сайті автора. Відео букпінтчинг дозволяє автору краще спілкуватися з аудиторією та передати більше інформації про книгу, ніж усний або письмовий букпінтчинг.

При створенні відео букпінтчингу варто взяти до уваги кілька основних моментів. Перш за все, відео має бути цікавим. Важливо почати з короткого вступу, де автор представляє себе та книгу, і розповісти про її основну ідею та зміст.

Далі, слід розповісти про головних героїв, сюжет та ключові моменти книги. Варто показати кілька фрагментів книги або прочитати деякі відрізки, щоб дати глядачам уявлення про стиль письма та атмосферу книги.

Для відео букпітчингу також можна використовувати візуальні елементи, такі як фотографії або ілюстрації, щоб допомогти аудиторії краще уявити сюжет та головних героїв книги. Під час оцінювання змісту ілюстративного матеріалу враховується психологічне сприйняття їх різними категоріями читачів. Тому деякі подані автором зображення можуть бути відхилені, якщо вони важкі для сприйняття чи односторонньо характеризують зміст, чи містять зайві подробиці, що відволікають від теми. Також враховуються естетичні якості ілюстрацій, манера і техніка виконання [17].

Заклик до дії в кінці відео. Він може бути використаний для запрошення аудиторії до придбання книги або для подальшого спілкування з автором. Важливо також додати посилання на купівлю книги або на додаткову інформацію про неї.

Книжковий пітч може бути надзвичайно важливим кроком для автора, оскільки він може допомогти залучити увагу до його твору та відкрити двері до можливостей публікації.

## **1.2. Способи підготовки та проведення кампанії букпітчингу**

Успішний букпітчинг може допомогти привернути увагу до книжки та збільшити її продажі, а також сприяти розвитку інтересу до автора та його творчості.

Формати букпітчингу можуть різнитися в залежності від конкретної події, на якій він проводиться, а також від цільової аудиторії та специфіки книжки, яку презентують. Проте, основними елементами букпітчингу є: коротке інтродуктивне повідомлення про автора та книжку, опис змісту книжки та цільової аудиторії; пояснення переваг книжки порівняно з іншими виданнями на ринку; презентація зразків сторінок та ілюстрацій, якщо вони є,

презентація дизайну обкладинки та її особливостей, пояснення, чому саме ця книжка може бути корисною для читачів.

*Заголовок* – це коротка назва, яка відображає основну тему або ідею книги. Він є одним з найважливіших елементів букпітчингу, оскільки він привертає увагу зацікавленої аудиторії та робить першу імпресію про книгу. Хороший заголовок повинен бути привабливим, лаконічним та чітким. Він повинен містити ключові слова, які відображають тему книги, а також зацікавити читача та викликати у нього бажання дізнатися більше про книгу. Важливо пам'ятати, що заголовок повинен відповідати жанру книги та приваблювати увагу цільової аудиторії.

*Вступ* має бути коротким та креативним, зрозумілим та захоплюючим, щоб зацікавити аудиторію до того, що буде розповідатися далі. Вступ може включати опис головного героя або героїв, важливі події книги або відкривати важливу тему книги. Він також може містити захоплюючий факт або цитату, щоб привернути увагу аудиторії та викликати її інтерес. Наприклад, вступ до книги про пригоди може починатися з опису головного героя, який виявився у складній ситуації. Вступ до книги про самовдосконалення може починатися з цитати про успіх та діяльність.

*Опис книги.* У букпітчингу має бути детальний опис книги, включаючи ключові моменти, головних героїв та їх мотивації, а також сюжет. Опис книги – це розширене викладення теми, змісту та особливостей книги, яке допомагає читачам зрозуміти, чому вони повинні прочитати цю книгу та як вона може бути корисною для них. Опис книги повинен бути цікавим, захоплюючим та детальним. Він має містити відомості про головних героїв, сюжетні лінії, теми та проблеми, які розглядає книга. Також важливо вказати на унікальні особливості книги та відповісти на питання «чому ця книга варта уваги?». Наприклад, опис книги про пригоди може включати детальний опис світу, в якому відбувається дія, а також детальні описи головних героїв та їх пригод. Опис книги про саморозвиток може включати опис технік,

стратегій та методів, які можуть допомогти читачам розвиватися та досягати успіху.

*Сильні сторони книги.* Автор повинен виділити сильні сторони своєї книги та довести їх важливість для аудиторії. Сильні сторони книги – це ті аспекти, які роблять книгу цікавою, корисною та цінною для читачів. Ці аспекти можуть бути різними в залежності від жанру та тематики книги, але загалом сильні сторони книги можуть включати наступні елементи:

*Оригінальна та захоплююча ідея.* Якщо книга пропонує нову та цікаву ідею або концепцію, то це може залучити увагу читачів та зробити книгу особливою.

*Сильний сюжет та персонажі.* Якщо книга має захоплюючий сюжет, цікавих персонажів, то це може збільшити захопленість читачів та зробити книгу більш привабливою для них.

*Глибоке дослідження теми.* Якщо книга звертається до складних тем або проблем, і пропонує глибокий аналіз та дослідження цих тем, то це може зробити книгу цінною для читачів, які цікавляться цими темами.

*Практичні поради та інструкції.* Якщо книга надає корисні поради, інструкції та рекомендації, які можуть допомогти читачам покращити своє життя або розвиватися, то це може зробити книгу корисною та популярною.

*Цікавий та доступний стиль письма.* Якщо книга має легкий та цікавий стиль письма, який легко читати та зрозуміти, то це може зробити книгу більш доступною для різних аудиторій та збільшити її популярність.

*Унікальність.* Автор повинен продемонструвати, що його книга є унікальною та відрізняється від інших книг у тому жанрі.

*Незвичайність стилю письма.* Книга може бути унікальною, якщо має незвичайний та оригінальний стиль письма, який привертає увагу читачів та відрізняє її від інших книг.

*Ексклюзивність матеріалу.* Книга може бути унікальною, якщо містить ексклюзивний матеріал, який недоступний для інших видань або авторів.

*Непересічність автора.* Книга може бути унікальною, якщо автор має непересічний досвід або знання в певній галузі, що робить книгу особливо цінною для читачів.

*Нестандартність формату.* Книга може бути унікальною, якщо має нестандартний формат, який привертає увагу та відрізняє її від інших книг. Наприклад, це може бути книга з інтерактивними елементами або в нестандартному форматі. Це може бути формат, який відрізняється від традиційного книжкового формату та містить додаткові елементи.

Ось деякі приклади нестандартних форматів книг:

*Графічний роман* – це комікс у форматі книги. Він містить комбінацію тексту та ілюстрацій, що допомагають розповісти історію. Графічні романи зазвичай використовуються для розповіді візуальних історій та можуть бути цікавими для читачів, які люблять візуальні медіа. Графічні романи це не тільки захоплюючі історії про пригоди супергероїв, але й літературні твори, що ставлять актуальні питання. Більшість з них виглядають як послідовність малюнків, схожих на кадри з художніх фільмів. [32]

*Аудіо-книги* – це формат книг, які можна слухати замість читання. Це зручний формат для тих, хто подорожує, займається фізичними вправами або не має можливості читати паперові книги. Аудіокниги дозволяють людям, які мають обмеження щодо зору, дислексію або інші проблеми з читанням, насолоджуватися літературою. Вони створюють доступність для широкої аудиторії. Їх можна прослуховувати на різних пристроях, таких як смартфони, планшети або аудіоплеєри. Аудіокниги часто читають професійні актори або виконавці з голосовим талантом, що додає новий рівень інтерпретації та виразності до тексту. Читачі можуть передати емоції, змінювати голоси персонажів та зробити читання більш живим [16].

*Інтерактивні книги* – це книги, які містять додаткові елементи, що дозволяють читачеві взаємодіяти з книгою. Наприклад, це може бути книга з розкладаними вікнами, пазлами або елементами відчуттів. Сюди ж можна віднести й *Е-книги*.

*Чітке повідомлення.* Успішний букпітчинг повинен мати чітке повідомлення або ідею, яку автор хоче передати своїй аудиторії.

*Чуттєва прив'язка.* Букпітчинг може бути більш ефективним, якщо він має чуттєву прив'язку з аудиторією, наприклад, автор може поділитися особистим досвідом, який став інспірацією для написання книги. Чутлива прив'язка – це явище, коли людина стає емоційно залежною від іншої людини, різних речей або подій, і не може відчувати задоволення або щастя без них. Це може бути спричинено різними причинами, включаючи низьку самооцінку, тривогу, страх відхилення та інші емоційні проблеми. Люди, які мають чуттєву прив'язку, можуть відчувати сильну залежність від певної людини або речей, вони можуть відчувати тривогу або депресію, якщо вони не можуть отримати потрібну річ або взаємодію з певною людиною. Щоб подолати чуттєву прив'язку, можна використовувати різні підходи, включаючи терапію, самопізнання та розвиток позитивних відносин з іншими людьми. Це може знадобитися для збереження здорових взаємовідносин та позитивного самопочуття.

У разі успішного букпітчингу книжка може залучити увагу видавців та читачів, що допоможе підвищити її продажі та популярність.

Букпітчинг для журналістів – це ефективний інструмент, який може допомогти привернути увагу до книги та залучити інтерес з боку медіа.

Ефективний букпітчинг для журналістів передбачає такі дії:

- Перед початком букпітчингу потрібно докладно ознайомтеся з темою, та з медіа, до яких маєте звернутися. Наприклад, дізнатися, які теми та стилі статей публікують в цих медіа, щоб зрозуміти, як можна підійти до них;

- Створити коротку презентацію: підготувати коротку презентацію книги, яка міститиме основні ідеї та головні переваги книги;

- Визначити свою цільову аудиторію: важливо зрозуміти, які медіа та журналісти мають зацікавленість у цій книзі [1].

Від автора залежить, на яку цільову аудиторію він спрямовує свій букпітчинг. Це можуть бути люди, які цікавляться конкретною темою або жанром, потенційні покупці книги, агенти або видавці, які шукають нові таланти. Оскільки кожна книга має свій власний жанр, тему та стиль, то й цільова аудиторія може бути різною для різних книг. Наприклад, якщо книга належить до жанру фантастики, то її цільовою аудиторією можуть бути люди, які цікавляться науковою фантастикою, уявними світами та фантастичними історіями. Якщо книга належить до жанру кулінарії, то її цільовою аудиторією можуть бути люди, які люблять готувати та шукають нові рецепти. Цільова аудиторія може також включати агентів та видавців, які шукають нові таланти та цікаві книги для публікації. Важливо знати свою цільову аудиторію, щоб правильно спрямувати свій букпітчинг та зацікавити аудиторію до книги.

- Знайти спільність: важливо знайти спільність між книгою та медіа, до якого ви звертаєтесь.
- Підкреслити власний досвід [19].

Ефективний букпітчинг – це ключовий елемент успішного видавничого контракту. Щоб підготуватися до букпітчингу, авторам слід вивчити основні правила підготовки презентації, складання заголовків та лозунгів, що запам'ятовуються, вибрати найважливіші аспекти твору та вміти привернути увагу аудиторії.

### **Висновки до розділу 1.**

Отже, можна зробити висновок, що існує багато видів промоції книги на міжнародній арені: соціальні мережі, рекламні кампанії, вебінари, організації турів авторів, партнерські відносини із міжнародними видавцями, участь у міжнародних виставках та фестивалях. Кожен із цих варіантів перспективний, але краще використовувати їх у тандемі для досягнення кращого варіанту.

Також букпітчинг – ефективний спосіб промоції книги. Для його підготовки потрібно багато ресурсів та часу. Існує декілька способів проведення кампанії букпітчингу.

Важливо звертати увагу на візуальне наповнення презентації чи відео. Зміст має задовольняти потреби цільової аудиторії. Автор повинен показати сильні сторони книги, саме вони роблять книгу цікавою. Оригінальна та захоплююча ідея, сюжет, яскраві персонажі скоріше за все приваблять увагу читачів. Також потрібно звернути увагу на глибокі теми, їх дослідження. Практичні поради та інструкції зроблять книгу цінною для читача. Цікавий і доступний стиль письма має відповідати цільовій аудиторії. Унікальність та незвичність індивідуального стилю виділить книгу автора серед інших.

Ще один фактор – нестандартний формат. Наприклад, графічний роман, інтерактивна книга, аудіокнига

Більший успіх матиме книга із чуттєвою прив'язкою. Автор може поділитися особистим досвідом або історією із дитинства.

Види букпітчингу: письмовий, усний, відео. Кожен з них має свої особливості підготовки. Цей вид промоції книги також корисний для журналістів.

Щоб підготувати букпітчинг, автору потрібно вивчити правила підготовки презентації, складання заголовків та лозунгів, що запам'ятовуються, вміти привернути увагу аудиторії.

## РОЗДІЛ 2. СВІТОВІ ПРАКТИКИ БУКПІТЧИНГУ

### 2.1. Європейський формат проведення букпітчингових заходів

Одним з прикладів букпітчингу є захід «BookExpo America» у США, де автори та видавці мають можливість презентувати свої книжки та взаємодіяти з потенційними читачами та іншими професіоналами книжкової індустрії. Директор заходу – Дженні Мартін. Букпітчинг на цьому заході може проходити в різних форматах, включаючи короткі презентації, інтерв'ю з авторами та дискусійні панелі, наприклад конференція фанатів BookCon та фестиваль Unbound. Через пандемію у 2021 році захід уже відмінили, але організатори будуть модерувати групу BookCon у Facebook, де користувача зможуть отримувати потрібну інформацію [18].

Є також різноманітні конкурси букпітчингу, наприклад, конкурс «New York Pitch» у США, де учасники можуть презентувати свої книжки перед видавцями та літературними агентами.

Інший приклад – книжковий фестиваль «Hay Festival» у Великобританії, який також має різноманітні заходи, включаючи букпітчинг. У рамках цього заходу автори можуть представляти свої нові книжки, а також отримувати відгуки та поради від інших професіоналів книжкової індустрії та читачів.

Лондонський книжковий ярмарок «London Book Fair» проводиться щорічно в Лондоні, Велика Британія, і збирає лідерів книжкової індустрії з багатьох країн. Її очолює Джек Томас, та вважають «Книжковою ООН у мініатюрі» [11]. Ярмарок проходить у рамках проєкту London Book and Screen Week. Він вважається ключовою подією для зустрічей, розмов та укладання угод у галузі видавництва. Програма ярмарку складається із конференцій, дискусій, семінарів, вручаються премії. Подію відвідують щороку приблизно 600 правовласників із усього світу для обговорення авторських прав та для купівлі та продажу контенту в цифрових та друкованих форматах [22].

Болонський дитячий книжковий ярмарок «Bologna Children's Book Fair» відбувається щороку у місті Болонья, Італія, спеціалізується на дитячій та юнацькій літературі [Додаток А].

Він є важливим форумом для авторів, ілюстраторів, видавців та агентів, які працюють у цій галузі. На ярмарку вручається велика кількість почесних нагород: за досягнення в цифровому книговиданні, за найкращу ілюстровану книжку, для ілюстраторів, перекладачів, за найкращу дисертацію [2].

Захід «Frankfurt Book Fair» відбувається щорічно в місті Франкфурт-на-Майні в Німеччині також надає можливість для букпітчингу, де автори та видавці з різних країн можуть представляти свої книжки та встановлювати контакти з потенційними партнерами. Він вважається одним із найбільших та найприбутковіших у світі.

«Frankfurt Book Fair» – найстаріший у світі, існував ще за часів першодрукаря Йогана Гуттенберга. Із 1949 року Франкфурт вважається книжковою столицею Європи і кожен автор та читач мріє відвідати ярмарок у цьому місті. Його відвідують агенти, критики, видавці, бібліотекарі [30].

Лейпцігська книжкова ярмарка «Leipzig Book Fair» проходить щороку у Лейпцизі, Німеччина, є важливою подією для авторів, видавців, книгарів та інших учасників літературної галузі. Вона пропонує можливості для презентації нових книжок, дискусій та зустрічей з фахівцями. Керівником ярмарки є Олівер Цілле.

Як відомо Лейпциг розміщений на Сході Німеччини, а Франкфурт – на Заході. Другий вважається фінансовою столицею Європи, це дуже дороге місто, доступний лише для забезпечених людей. Лейпциг же більш вигідний для малих видавництв, які бажають представити свою продукцію. Саме вони важливі для ярмарки, бо вони розширюють її асортимент. Видавництва із Східної та Південної Європи частіше відвідують Лейпциг. У межах цього ярмарку проходить книжковий фестиваль «Лейпциг читає», найбільший в Європі. Кожного року все більше нових авторів, які презентують себе Німеччині та всьому світу. Мюнхенський журнал «Фокус» організовує

фестиваль «Лейпциг слухає», також у межах «Leipzig Book Fair». Тут презентуються твори, записані на диск або плівку. Організатор повідомляє, що «Leipzig Book Fair» більш розкутіший, в центрі уваги тут літератор [9].

Берлінська книжкова ярмарка «Berlin Book Fair» відбувається щороку в Берліні, Німеччина, і пропонує можливості для спілкування з видавцями, агентами та іншими фахівцями літературної сфери. Вона також відкрита для широкої громадськості, що дозволяє авторам взаємодіяти з читачами.

Виставка у Берліні-Бранденбурзі у 2023 році буде відбуватися восени, організатор очікують близько 300 видавців [33].

Наразі у світі пропонується велика кількість книжкових ярмарків, які надають можливість авторам презентувати книги та підписувати нові контракти.

## **2.2. Букпітчинг в українських реаліях**

Видавнича галузь України – це потужний та дуже важливий інструмент, який служить для формування національних та культурних цінностей у свідомості всього народу, укорінення високих моральних та етичних принципів у суспільстві, активного розвитку наукової галузі країни.

Сьогодні книжковий ринок України та його суб'єкти, тобто видавці, самостійно санкціонують різні рекламні механізми. Існує багато способів розповсюдження книжкової продукції, які виникали в різні часи під впливом різних чинників, загалом такого, як технічний розвиток. Але все ж одним із найефективніших та найпопулярніших таких інструментів, що дозволяє поєднати великі рекламні можливості та процес збуту видавничої продукції, є ярмарки та виставки.

Серед актуальних тенденцій у розвитку українського книговидання можна виділити, по-перше, усвідомлення видавцями випуску якіснішої літератури, тому на ринку з'являється дедалі менше книг на газетному папері або в неякісному поліграфічному виконанні, по-друге, набагато більше уваги приділяється досконалим перекладам українською мовою. За даними

закордонних літагентів, активність українських видавців у купівлі прав зростає.

В Україні існує багато засобів промоції книжкових видань, які можуть допомогти авторам та видавництвам залучити увагу читачів та підвищити продажі, зокрема: реклама в медіа; блоги та власні сайти; участь у книжкових ярмарках та фестивалях; використання рекламних інструментів на соціальних мережах, таких як Facebook, Instagram, Twitter та інших; презентації в магазинах.

Букпітчинг, як ще один вид промоції, можна провести на різних заходах.

1. Літературні фестивалі: це ідеальне місце для проведення букпітчингу, оскільки на таких заходах збираються письменники, видавці та літературні експерти. Під час фестивалю можна взяти участь у літературному конкурсі або провести власний букпітчинг перед публікою.

2. Україна має декілька великих літературних фестивалів, на яких збираються відомі письменники, видавці та літературні експерти з усієї країни та з-за кордону. Книжкові ярмарки: на таких заходах збирається багато людей, які цікавляться книжками. Ярмарки часто відвідують видавці та книгарі, які можуть зацікавитися новою книжкою та пропонувати умови співпраці.

Букпітчинг на книжкових ярмарках є дуже ефективним інструментом для промоції книжки. Книжкові ярмарки збирають видавців, письменників та читачів з різних країн і надають можливість зустрітися з потенційними читачами та отримати відгуки від відомих фахівців у галузі.

Ось декілька найбільш відомих літературних фестивалів в Україні:

*Книжковий Арсенал* – один з найбільших літературних фестивалів в Україні, важлива інтелектуальна подія країни, яка щороку проходить в Києві. Фестиваль організовується вже більше 20 років, і на ньому збираються письменники з усього світу. Крім того, на фестивалі проводяться майстер-

класи, лекції та круглі столи з питань літератури. У 2019 році визнаний найкращим фестивалем року на Лондонському книжковому ярмарку.

На «Книжковому Арсеналі» у 2021 році було проведено конкурс букпітчингу для авторів, які мали змогу презентувати свої книги перед видавцями та читачами.

У 2020 році на базі «Книжкового Арсеналу» було створено проєкт Book Pitch разом із Одеським міжнародним кінофестивалем. Головним завданням було віднайти серед українських книжок ті, які можна екранізувати. У 2020 році надійшло 80 заявок від авторів, головним призом була можливість екранізації свого твору відомими українськими режисерами. Координаторка проєкту – Таня Родіонова [34].

У 2023 році головна тема фестивалю «Коли все має значення», куратором її є Наталія Гуменюк. У перший день відбувалися дискусії, кінопокази, дитячі розваги: дискусія «Демократія і війна», дискусія «Наш Крим: на сторінках книжок», поетичні читання «Поезія в пік селі» – загалом близько десяти подій. Провідною темою були події у світі, проблеми у суспільстві. Директорка літературної програми, цього року її назвали «Перенести досів у пам'ять», – Ірина Славінська. Були представлені документальні нотатки, щоденники, художні твори, поезія [8].

*Міжнародний книжковий фестиваль Book Space* відбувається у Дніпрі. Для організаторів важливо «і полинати думками до гіпотетичної колонії на Марсі, і не відвести очей, уважно вдивляючись у щоденну бідність, яка сама собою нікуди не подінеться». Фокусується фестиваль на антиутопіях, відбуваються лекції та дискусії про оптимістичне чи песимістичне майбутнє [35].

*Meridian Poltava* – фестиваль шведсько-української поезії, що проходить у місті Полтава протягом трьох днів. Відбувається за підтримки програми «Culture Bridges», Полтавської обласної ради, Полтавської обласної державної адміністрації, Посольства Швеції в Україні. Програма включає

прогулянку Полтавою, Решетилівкою та полем Полтавської битви. Олександр Ткаченко – директор цього міжнародного фестивалю [3]

*Міжнародний поетичний фестиваль MERIDIAN CZERNOWITZ* – подія, яка відбувається у місті Чернівці, пов'язана із культурною спадщиною того міста. Відвідують фестиваль автори із Великобританії, Данії, Нідерландів, США, Польщі, Румунії на інших країн. Програма включає дискусії, прогулянки, лекції, презентації книг, поетичні читання, музично-поетичні вечори та театральні перфоманси [14].

Літературна корпорація «Meridian Czernowitz» під проводом директорки Євгенії Лопати організували після фестивалю у Чернівцях у 2022 році поїздки до Європи, зокрема до Німеччини та Австрії. Головною темою презентацій письменників була тема широкомасштабного вторгнення Росії на українську територію. Було проведено близько 17 подій за 4 поїздки, де взяли участь Ірина Цілик, Роман Малиновський, Катерина Калитко, Андрій Любка, Тарас Прохасько і Софія Андрухович. Євгенія Лопата повідомила, що німці не зможуть відмовитися від чогось із Росії, деякі із них навіть не уявляли масштабів конфлікту. Головна мета цього проекту підтримати підприємців, видавців та літераторів, показати українську культуру європейцям, познайомити їх із авторами [21].

*BookForum* – це щорічний фестиваль, який проводиться у Львові. Заснований у 1994 році. На цьому заході збираються відомі українські та зарубіжні видавці, а також письменники та літературні експерти. Форум видавців дає можливість познайомитися з новими книжками, взяти участь у лекціях та майстер-класах. У програму форуму входять дискусії і перформанси, лекції і воркшопи, презентації книжок та автограф-сесії, концерти і кінопокази, публічні інтерв'ю, виставки, сценічні читання і ще безліч інтерактивів. На цьому фестивалі збираються видавці, письменники та літературні експерти з усієї України. На форумі організований конкурс «Найкраща книжка Форуму» ще в перший рік існування. Видавці та книгосповсюджувачі збираються, щоб познайомитися та поспілкуватися

про ідею наблизитися до книжкового ринку світу. З кожним роком «Форум видавців» розвивається, розширює цільову аудиторію [4].

«Мистецький фестиваль «І» проходить у Тернополі, збирає молодих літераторів, музикантів та режисерів із України та із закордону. Його відвідали митці із 12 країн світу. Заснований Василем Томчишином та Ігорем Біликом у 2012 році. У програму фестивалю входять презентації книг, лекторії, поетичні читання, виступи вітчизняних та іноземних музикантів, виставки, дискусії, ярмарки та перформанси [13].

Міжнародний культурний фестиваль «Фронтера» відбувається у місті Луцьк. Організаторами є мистецьке об'єднання «Стендаль» та Департамент культури Луцької міської ради. Елла Яцута – директорка фестивалю «Фронтера». Це синтез музики, поезії, публічних дискусій [25].

Черкаський книжковий фестиваль заснований у 2017 року і кожного року збирає музикантів, літераторів, видавництва, кіносценаристів, краєзнавців. У 2021 році було започатковано нагороду «Книга року Черкаського книжкового фестивалю» [31].

Букпітчинг може бути чудовим способом представити свою книжку на літературному фестивалі. Оскільки літературні фестивалі збирають письменників, видавців та літературних експертів з різних країн, це може стати чудовим способом привернути увагу до своєї книжки та отримати відгуки від відомих фахівців.

Для проведення букпітчингу на літературному фестивалі можна звернутися до організаторів та запитати про можливість виступити з презентацією своєї книги. Деякі фестивалі можуть мати спеціальні заходи для авторів, щоб показати свої книжки і поспілкуватися зі слухачами. Крім того, автор може самостійно організувати букпітчинг на літературному фестивалі, знайшовши можливість виступити перед публікою, яка проходить повз його стенд або бутік, та презентувати свою книжку.

3. Презентації в книгарнях: це може бути ідеальне місце для проведення букпітчингу, оскільки книгарні – це місце, де збираються люди,

які цікавляться книжками. Автор може провести презентацію своєї книжки, розповісти про неї та відповісти на запитання читачів.

Під час букпітчингу на презентації в книгарні важливо мати захоплюючу та цікаву презентацію, яка зацікавить аудиторію. Розкажіть про суть книги, її особливості та переваги, надайте інформацію про автора та його досвід. Важливо також мати зразки книги та дозволити відвідувачам ознайомитись з нею.

Крім того, проведення букпітчингу на презентації в книгарні може бути відмінною можливістю для автора зустрітися зі своїми читачами, відповісти на запитання та отримати відгуки.

На сьогодні в Україні букпітчинг в книгарнях не є поширеною практикою. Проте деякі книгарні дозволяють авторам і видавцям проводити презентації своїх книг, які можуть містити елементи букпітчингу.

Наприклад, у книгарнях «Є» та «Хармс» (м. Київ) часто проводяться зустрічі з авторами та презентації книжок, де автори розповідають про свої творчі процеси, інспіруючі історії, та презентують свої книги. Це можна розглядати як елемент букпітчингу, де автор намагається зацікавити читачів своїми ідеями та концепцією книги.

Презентація у книгарнях – це перспективна можливість на для маловідомих авторів показати себе аудиторії. Наприклад, нещодавно книгарня «Є» проводила презентацію книги Володимира В'ятровича «Наша столітня. Короткі нариси про довгу війну». У 2023 році 24 лютого було організовано творче зібрання із письменницею Тамарою Горіха-Зерня, у кінці зустрічі авторка презентувала своє нове оповідання [Додаток Б].

Сергій Рафальський, інженер і сценарист, прозаїк і поет, також показав свою творчість, презентувавши книгу «Сорокоуст». Презентації частіше проводяться із модераторами [24].

Презентації книжок у книжкових магазинах є важливими подіями, які сприяють популяризації нових творів і залученню уваги читачів. Ось деякі

кроки та ідеї, які можна використовувати під час проведення презентацій книжок у книжкових магазинах, якщо їх проводить не автор:

- Зв'яжіться з різними книжковими магазинами у вашому регіоні та обговоріть можливість проведення презентації. Виберіть магазин, який має достатню аудиторію та інтерес до літератури, яку ви презентуєте.

- Залучіть автора книги до процесу. Запросіть його взяти участь у презентації, прочитати уривки з книги або відповідати на запитання читачів. Якщо автор не може бути присутній особисто, розгляньте можливість з'єднатися з ним через відеозв'язок.

- Повідомте про презентацію широку аудиторію. Розмістіть оголошення на соціальних медіа, в місцевій пресі та на сайті книжкового магазину. Запросіть читачів відвідати презентацію та запросити своїх друзів.

- Оформіть спеціальний стіл для презентації книги. Розмістіть на ньому зразки книги, рекламний матеріал, листівки з відгуками читачів та авторськими підписами.

- Попросіть автора прочитати невеликий уривок з книги або провести коротку презентацію про зміст книги. Це може зацікавити читачів та дати їм уявлення про стиль та тему книги.

- Запропонуйте автору провести автограф-сесію, де читачі зможуть отримати підписану копію книги. Це не тільки приємний бонус для читачів, але й можливість залучити їх до купівлі книги.

- Розгляньте можливість проведення розіграшів або роздачі подарунків серед присутніх. Це може привернути увагу і створити позитивну атмосферу.

- Під час презентації поспілкуйтеся з читачами, відповідайте на запитання та створюйте сприятливу атмосферу для дискусій та обговорення.

- Забезпечте наявність достатньої кількості примірників книги для продажу. Встановіть спеціальну знижку на книгу під час презентації, щоб стимулювати продажі.

– Запросіть людей фотографувати та ділитися фотографіями презентації у соціальних мережах, використовуючи хештеги, пов'язані з книгою або автором. Це допоможе залучити більше уваги до книги та презентації.

Крім того можна запросити на презентацію блогерів місцевого чи всеукраїнського рівня, запропонувати співпрацю.

На сьогоднішній день, в Україні все більш популярним стає використання онлайн-платформ для проведення букпітчингу. Ось декілька прикладів успішних букпітчингів на онлайн-платформах:

Платформа «А-книга». У лютому 2021 року на цій платформі відбувся букпітчинг книги «Право на убивство» від українського письменника Сергія Жадана. Захід був успішним і зібрав велику аудиторію.

Онлайн-майданчик видавництва «КМ-Букс». Видавництво активно використовує свій сайт та соціальні мережі для проведення букпітчингів та презентацій нових книг. У 2018 році вони провели перший конкурс для всіх охочих. За результатами вийшли до друку книги київської авторки Світлани Тараторіної «Лазарус» та два унікальних підліткових романи — «Місто малярів» Сергія Вдовенка та «Коли квітне сакура» Володимира Ковалю. Особливо популярні їхні онлайн-зустрічі з авторами, які розповідають про свої творчі успіхи та надихають на нові ідеї. Такими письменниками були Фредерік Бегбедер із Франції, Томас Олде Хьовелт із Нідерландів [6].

Платформа «BookForum». Це – онлайн-майданчик, який поєднує в собі функції книжкового магазину та соціальної мережі для книголюбів. На цій платформі відбуваються букпітчинги та презентації книг відомих українських та зарубіжних авторів.

У 2020 вони проводили свій фестиваль 27BookForum онлайн через пандемію. Завдяки цьому фестиваль став більш доступний для ознайомлення із книгами та обговорення важливих тем для суспільства.

Онлайн-майданчик «Yakaboo Talks». Це платформа, яка поєднує в собі функції книжкового магазину, аудіотеки та онлайн-конференцій. На цьому

присвячені новинкам книжкового ринку. Також «Yakaboo» дає можливість створення корпоративних бібліотек для бізнесів [7].

### **2.3. Твори українських авторів на міжнародній арені**

Міжнародна арена – це термін, який використовується для опису взаємодії між державами та іншими міжнародними учасниками на світовій арені, включаючи політику, економіку, торгівлю, науку, культуру та інші галузі. Міжнародна арена є місцем, де країни можуть взаємодіяти, співпрацювати та конкурувати між собою. Це також місце, де проводяться міжнародні переговори, конференції, зустрічі та інші заходи з метою досягнення міжнародної співпраці та розвитку. Міжнародні книжкові виставки, ярмарки та форуми є одним із видів творчої та мистецької взаємодії між країнами світу.

У жовтні 2022 року відбувся 74-й книжковий ярмарок у Франкфурті-на-Майні, де була представлена Україна попри повномасштабне вторгнення. Україна була в центрі уваги. Українська програма була організована Goethe-Institut, Українським інститутом книги, Софією Чіляк та Марією Шубчик. Головним гаслом була фраза «Наполегливість існування», яку сформулював український есеїст Юрко Прохасько [28].

Публіка була зворушена українським стендом, емоційною кульмінацією були фокстроти Серія Жадана та Юрія Гуржи, які були створені Мистецьким арсеналом. Поезія України 30-их років минулого століття прозвучала як гімн стійкості України [Додаток В].

Не менш важливим був круглий стіл, присвячений фінансовій допомозі українцям, який ініціювало Міністерство з питань культури та медіа Німеччини. Були представлені декілька ідей фінансування українського книговидавництва [25].

У 2022 році на ярмарку відбулося багато подій, з українських авторів там були Сергій Жадан, Юрій Андрухович, Оксана Забужко, Андрій Курков, Станіслав Асєєв, Валентина Вздольська, Оксана Бруй, Олександра

Матвійчук, Юлія Паєвська (Тайра), Олеся Яремчук, Севгіль Мусаєва, Євгенія Белорусець, Олеся Островська-Люта [23].

Також у 2022 році на Міжнародному літературному фестивалі у Берліні відбувся День читання української літератури. Подія відбувалася на базі Франкфуртського книжкового ярмарку.

Організатори закликали приймати участь школи, кінотеатри, університети та заклад культури. На відкритті події українську прозу у поезію читали Наталка Ворожбит, Олена Стяжкіна, Сергій Жадан, Юрій Гуржий, Олег Коцарев, Оксана Забужко, Юрій Андрухович, Дарина Гладун, Борис Херсонський, Галина Крук, Любов Якимчук [5].

На 60-му Болонському ярмарку дитячої літератури Україна також представила свій стенд. Головною метою було звернути увагу світової спільноти на проблеми українських дітей, особливо тих, хто був змушений виїхати закордон.

Дизайнерки Дар'я Біла та Гупаловська для стенду використали 106 дитячих малюнків про війну, зібрані благодійним фондом «Мамо, я бачу війну» [Додаток Г].

У межах ярмарку відбулося вручення премії «Bologna Prize for the Best Children's Publishers of the Year», яку отримало українське «Видавництво Старого Лева» у категорії «Європа» [29].

Двадцять одне видавництво представляло Україну на Лондонському книжковому ярмарку у 2023 році. Подія відбувалася у виставковому центрі Olympia London. Україна мала статус «Країна у фокусі уваги». Було представлено 300 книжок [Додаток Д] [12].

Основне гасло «Sensitive Content», ідеєю було зобразити зруйновану бібліотеку, щоб привернути увагу світу до подій в Україні. Обговорювалися реакції українських письменників на широкомасштабне вторгнення, феміністичні голоси в обговореннях про війну, про демократію та дезінформацію книжках.

Олеся Хромечук, Мар'яна Савка, Люк Гардінг, Вікторія Амеліна, Олександр Михед, Ярина Черногуз, Оріся Луцевич, Катерина Бабкіна, Тетяна Терен, Ніна Мюррей, Таня Тума, Іва Пезуашвілі, Пол Роберт Магочі та Владислав Давідзон – автори, які представили свої книги.

Організаторами виступили Український інститут книги, Англійський PEN, Асоціація видавців, Міжнародна асоціація видавців (IPA), Британська рада [26].

Україна також у ролі почесного гостя взяла участь у книжковому ярмарку у Варшаві. Головне гасло «Мільйони мостів». Організаторами виступили Український інститут книги, Польський інститут книги та організація «Історія та культура». Книговидання на ярмарку представили 45 видавництв [Додаток Е].

Яцек Ориль, директор, Міжнародного книжкового ярмарку у Варшаві, впевнений, що це допоможе популяризувати українську культуру серед поляків та у міжнародній аудиторії. Для цього було створено польсько-український літературний фестиваль «Сила слова – польсько-українські літературні діалоги» на базі ярмарку.

Українську культуру представляли: філософ, публіцист, перекладач Вахтанг Кебуладзе; директор Галузевого державного архіву СБУ Андрій Когут; письменник Юрій Андрухович; письменниця, перекладачка Катерина Бабкіна; поетка і перекладачка Наталія Бельченко; письменник Юрій Винничук; поет, видавець Юрій Завадський; письменниця Ірина Даневська; письменник, художник-ілюстратор Дмитро Кузьменко; поетка, письменниця Галина Крук; дитяча письменниця Олеся Мамчич; лавреатка Нобелівської премії миру, правозахисниця Олександра Матвійчук; журналістка, воєнна кореспондентка Євгенія Подобна; публіцист, письменник і журналіст Віталій Портников; дитяча письменниця Галина Ткачук; поетка, волонтерка, військовослужбовиця Ярина Черногуз; перекладачка, співзасновниця Київ Comic Con Марія Шагурі; поет, перекладач, есеїст, дослідник літератури

Остап Сливинський; письменниця Світлана Тараторіна; видавець коміксів («Воля») Денис Фадєєв [Додаток Є].

Арт Троян, сучасний український письменник, поет та автор пісень, представив свій роман-антиутопію «ТУК». Лариса Якубова, Геннадій Єфименко, Віра Соловійова презентували тритомник «Випробовувати долю, гартувати волю: Україна та українці 20-го – на початку 21-го». Наталія Чайковська – сучасна українська письменниця, блогерка, відкрила світові свій роман «Три обіцянки». Відбулася Презентація книги Богдана Образа «Львів-Ліон. Інстаграм». Юрій Андрухович, український поет, прозаїк, перекладач, представник постмодернізму в літературі, есеїст, показав полякам і світові роман «Радіо Ніч», з літератором також відбулася зустріч. Петро Щербина, український письменник та політичний радник, провів презентацію своєї книги «Битва за Ірпінь» [27].

Українська програма включала близько 40 подій: дискусії («Історія і майбутнє польсько-українських стосунків», «Воєнні репортажі: між втручанням і інформуванням», «Як писати про війну», «Культура пам'яті: як пам'ятати про війни»), презентації книг, читання поезій, лекції, заходи для дітей (майстер-клас «Як говорити з дітьми про війну», розмова «Звідки беруться нації-монстри?») [15].

House of Europe – програма Європейського Союзу, створена з метою підтримки професійного та творчого обміну між українцями та їхніми колегами в країнах ЄС – відкрила грант для авторів та видавців. Це конкурс на переклад та видання науково-популярних та художніх видань. Вони можуть отримати до 5000 євро.

Гранти від House of Europe покривають до 70% витрат на видання книги та фінансувати переклади різних видів художньої літератури. Гранти також надають підтримку перекладам професійної літератури. Видавці, які бажають забезпечити доступність якісної літератури для людей з вадами зору, можуть видати книги зі шрифтом Брайля. Фінансуються книжки на переклад мовами ЄС та національними мовами України.

Таку допомогу отримало українське видавництво «Лабораторія» на реалізацію книги авторки Ірене Вальєхо «Подорож книжки. Від папірусу до кіндза». Гранти – це важлива складова, яка може відновити і дати можливість для розвитку українським видавництвам, які усі потерпають від впливу російської агресії [36].

Польський та український Інститути книги співпрацюють також у форматі перекладу книг. Уже було видано близько 230 перекладів українською мовою в рамках програми. Перекладаються твори і для дорослих, і для дітей, і класика, і сучасні твори. Ці видання стають доступними через бібліотеки українцям-переселенцям, які знаходяться у Польщі. Завдяки цьому відбувається промоція на польському та українському ринках [20].

Через цей книжковий контакт між двома народами побудувалося багато зв'язків. Поляки більше зрозуміли український народ, через як труднощі йому доводиться проходити. У їх бібліотеках з'явилися українські книжки, які потребували переселенці з України, також вони відкривали невеликі книгозбірні та культурні центри. У Гданську таку книгозбірню відкрила волонтерка та активістка Дар'я Балабай. Бібліотека налічувала понад 1000 книжок.

Польським активістом, який розповсюджував українські книжки був також Славомір Кендра, він створив бібліотеку україномовних книжок, знайшов однодумців у соціальних мережах.

У березні 2022 року Український інститут книги створив проєкт, метою якого є надходження до шкіл та садочків Польщі книг українською мовою. Була створена мережа партнерів для безкоштовного отримання дитячих книг.

Польща одразу зреагувала на потребу українських дітей – почала перекладати свої книги на українську або видавати двомовні книги. Це допоможе їм краще зрозуміти й вивчити нову для них мову.

У 2022 році українські автори – Сергій Жадан, Маріанна Кіяновська, Оксана Забужко, Богдан Задура – отримали престижні польські премії та

нагороди. Україна взяла участь у виставках у Варшаві, Кракові, там У дискусіях брали участь українські історики, зокрема Наталя Старченко, Андрій Когут, Олексій Сокирко.

У межах читацького клубу «По-сусідськи», який ініціював Український дім у Варшаві, відбулися зустрічі зі Станіславом Асеєвим та презентація його книжки про полон в «Ізоляції» польською мовою. Презентація першого польського перекладу «Жовтого князя» Василя Барки. Презентація нового роману Ірени Карпи «Тільки нікому про це не кажи», зустріч з Олею Русіною, Тамарою Дудою (Тамара Горіха Зерня) та іншими українськими авторами.

Польською мовою були перекладені книги Оксани Забужко, Сергія Жадана, Тамари Дуди, Івана Байдака, Юлії Мендель, Галини Крук. Поляки ознайомилися із ретроспективною аналогією фантастики «Мова Вавилону».

Переклади із польської мови: Войцех Тохман «Ти наче камінь їла» (переклад: Андрій Бондар, вид-во «Човен»), Войцех Лігенза «Без рутини. Про поезію Віслави Шимборської та Збігнева Герберта» (переклад: Тетяна Павлінчук, вид-во «Літопис»), Юзеф-Марія Рушар «Сонце республіки. Римська цивілізація у творчості Збігнева Герберта» (переклад: Тетяна Павлінчук, вид-во «Літопис»), Влодзімеж Болецький «Венера з Дрогобича (про Бруно Шульца)» (переклад: Жанна Слоньовська, вид-во «Літопис») та інші. Серед дитячої літератури – це Павел Павляк «Костик шукає друга» (переклад: Божена Антоняк, вид-во «Урбіно»), Агнешка Мелех «Емі і Таємний Клуб Супердівчат. Сніговий патруль» (переклад: Дзвінка Матіяш, ВСЛ) та інші [10].

Отже, відбулася глобальна промоція української книги у різних форматах на польський ринок до читачів. Теж саме можна сказати про польську літературу на українському ринку.

## **Висновки до розділу 2.**

Можна зробити висновок, що світові мистецькі ярмарки, фестивалі, виставки відіграють важливу роль у розповсюдженні книжкової продукції. Вони проходять у США, Великій Британії, Німеччині, Італії, Польщі.

Для Європейців вони є більш доступними ніж для українців, але у зв'язку із повномасштабним вторгненням Україні почали виділяти безкоштовні стенди.

Зараз в Україні розвивається книговидання, промоції книг та переклади книг. Автори та видавці почали більше слідкувати за якістю продукції. Для просування своєї книги в Україні можна використовувати віртуальний букпітчинг, презентації у книгарнях, участь у літературних фестивалях. Стають популярними проведення онлайн-презентацій книг на платформах.

Мистецькі виставки та ярмарки в Україні проходять у Києві, Дніпрі, Полтаві, Львові, Чернівцях, Луцьку, Черкасах. На них запрошуюються гості та митці із закордону. Існує мережа книжкових магазинів, які успішно розвиваються.

Українські автори та видавництва взяли участь на виставках у Лондоні, Болоньї, Варшаві, Берліні та в багатьох інших містах Європи, де відбулися зустрічі, презентації, дискусії, поетичні читання.

Варто відмітити зв'язок, який встановився між польським і українським народом через книжки. Почало видаватися більше перекладів як із української на польську так і навпаки, двомовних книг дитячих, щоб вони ознайомилися із новою для них мовою.

Польський уряд одразу зреагував на потребу українських дітей у художній та навчальній літературі. Активісти та волонтери допомогли і дорослим українцям віднайти для себе літературу із Батьківщини.

## ВИСНОВКИ

Нами було досліджено роль букпітчингу як інструменту промоції книг на міжнародній арені. Проведено аналіз технік та стратегій букпітчингу, які використовуються для просування книг у світі.

Досліджено різні види промоції книги:

- реклама у друкованих виданнях, на радіо, телебаченні, в Інтернеті та на соціальних медіа;
- автор може проводити презентації книги, читання власних віршів або виступи на книжкових фестивалях та інших літературних заходах, це можливість читачам особисто зустрітися з автором, почути про творчий процес та задати питання, що створює особливу зв'язок між автором і аудиторією;
- організація конкурсів, де читачі можуть виграти безкоштовну копію книги або інші подарунки, привертає увагу і стимулює бажання взяти участь, може бути проведено через соціальні медіа, веб-сайт автора або в книжкових магазинах.
- тимчасові знижки, акції або безкоштовна доставка можуть стимулювати продажі книги та привернути нових читачів.

Досліджено, як впливати на аудиторію та як із нею співпрацювати. Автор може спілкуватися з аудиторією шляхом соціальних медіа, електронної пошти, веб-сайту або форумів.

Отримані результати показали, що букпітчинг є ефективним інструментом промоції книг на міжнародній арені. Його успішне застосування залежить від вміння авторів та видавництв представляти свої книги, використовуючи ефективні стратегії та техніки букпітчингу. Також важливо бути уважним до потреб цільової аудиторії та використовувати маркетингові інструменти, наприклад рекламу, для просування букпітчингів до цільової аудиторії.

Доведено, що автори та видавництва можуть використовувати букпітчинг як спосіб презентації своїх книг на книжкових ярмарках, фестивалях, конференціях та інших заходах і в Україні і закордоном. Букпітчинг дозволяє привернути увагу потенційних читачів, залучити їх інтерес та зацікавленість до книги, а також викликати емоційну реакцію. Зміст презентації має відповідати потребам читачів, бути унікальним та цікавим, давати корисні поради, висвітлювати суспільно важливі теми.

Крім того, букпітчинг може допомогти авторам та видавництвам встановити контакти з представниками індустрії та потенційними партнерами, що може сприяти подальшому успішному розвитку їхньої кар'єри та бізнесу, просування своєї продукції на міжнародній арені.

Під час роботи було визначено який стан книговидавництва та промоції книг в Україні. Визначено, що букпітчингові кампанії можна проводити у книжкових магазинах, які досить добре розвинені в Україні, на фестивалях у Києві, Львові, Луцьку, Дніпрі, Чернівцях, Полтаві, на онлайн-платформах.

Під час дослідження про букпітчинг та міжнародної арени, було визначено з якими країнами співпрацює Україна (Британія, Польща), які виставки та фестивалі проводяться, хто на них презентує свою творчість, програми подій та організатори. Було досліджено світові фестивалі у США, Великій Британії, Італії, Польщі.

Результат: світові мистецькі події користуються великим попитом серед людей, їх відвідує велика кількість авторів та видавництв, у тому числі й українських. Виставки та фестивалі об'єднують людство на літературному, художньому рівні. Автори знаходять для себе читачів, а інші – цікаву та унікальну літературу. Підтверджено, що такі події є продуктивною можливістю для літераторів показати себе світові.

Через повномасштабне вторгнення країни Європи давали безкоштовні стенди на виставках українцям, було вирішено про фінансову допомогу українському книговидавництву. Також Програма Європейського Союзу House

of Europe оголошує конкурси на гранти на видання перекладів для книг художніх та науково-популярних жанрів.

Наприклад, у 2022 році відбулося стрімке просування української літератури на польський ринок. Завдяки плідній роботі українських авторів та активістів поляки познайомилися із українською літературою, також було проведено багато співпраць, у тому числі й переклад.

Багато українських авторів представило свої книги на виставках у Варшаві та Кракові. Польський уряд допоміг українцям-переселенцям отримати літературу безкоштовно, вона з'явилася на полицях польських бібліотек та книгарень.

Отже, можна зробити висновок, що букпітчинг є важливим інструментом промоції книг на міжнародній арені, який може мати значний вплив на успіх книжкового проекту. Для ефективного використання букпітчингу необхідно детально підготуватися до презентації, вивчити техніки та стратегії, визначити цільову аудиторію та її потреби та інтереси. Використання букпітчингу може стати важливим кроком на шляху до успішної промоції книг та визнання на міжнародному рівні.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вайшенберг З. Новинна журналістика. К. Академія української преси; Центр вільної преси, 2014. 260 с.
2. Відбудеться Болонський ярмарок дитячої книги. URL. <https://chytomo.com/vidbudetsia-bolonskyj-iarmarok-dytiachoi-knyhy/>
3. 8 літературних фестивалів, які варто відвідати в Україні. URL. <https://explainer.ua/8-literaturnih-festivaliv-yaki-varto-vidvidati-v-ukrayini/>
4. Довкола книжок. Як «Форум Видавців» створив в Україні Міжнародний літературний фестиваль і Національний книжковий ярмарок. URL. <https://bookforum.ua/p/about>
5. Жадан, Забужко, Андрухович: у Берліні відбудеться День читання української літератури. URL. <https://suspilne.media/267161-miznarodnij-literaturnij-festival-u-berlini-zaprosue-do-citan-ukrainskou/>
6. КМ-Букс. URL. [https://kmbooks.com.ua/nhtml\\_page?name=about\\_us](https://kmbooks.com.ua/nhtml_page?name=about_us)
7. Книжкова платформа Yakaboo. URL. [https://www.yakaboo.ua/?gclid=Cj0KCQjw4NujBhC5ARIsAF4Iv6dZ7hcSG9eN5aJfVxdZpFW7KjsxtuM6oNpwJ1x0A3PBiCYRA-dI7uYaAukcEALw\\_wcB](https://www.yakaboo.ua/?gclid=Cj0KCQjw4NujBhC5ARIsAF4Iv6dZ7hcSG9eN5aJfVxdZpFW7KjsxtuM6oNpwJ1x0A3PBiCYRA-dI7uYaAukcEALw_wcB)
8. Книжковий Арсенал-2023 оголосив програму: що там буде. URL. <https://suspilne.media/500371-knizkovij-arsenal-2023-ogolosiv-programu-so-tam-bude/> ДОДАТИ ЛАПКИ
9. Лейпцигський книжковий ярмарок – ярмарок «живих» авторів. URL. <https://www.dw.com/uk/%D0%BB%D0%B5%D0%B9%D0%BF%D1%86%D0%B8%D0%B3%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9-%D0%BA%D0%BD%D0%B8%D0%B6%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9-%D1%8F%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%BA-%D1%8F%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%BA-%D0%B6%D0%B8%D0%B2%D0%B8%D1%85->

- %D0%B0%D0%B2%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%B2/a-2480123.
10. Літературні підсумки 2022 року. URL. [https://culture.pl/ua/stattia/literaturni-pidsumky-2022-roku\\_lit\\_pidsumky\\_2022](https://culture.pl/ua/stattia/literaturni-pidsumky-2022-roku_lit_pidsumky_2022)
  11. «Лондонський книжковий ярмарок – це як книжкова ООН у мініатюрі», – директорка фестивалю Джек Томас. URL. <https://blog.yakaboo.ua/london-book-fair-jacks-thomas/>
  12. Лондонський книжковий ярмарок-2023: Україну представить 21 видавництво. URL. <https://suspilne.media/444930-londonskij-knizkovij-armarok-2023-ukrainu-predstavit-21-vidavnictvo/>
  13. Мистецький фестиваль «Ї». URL. [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%86%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9\\_%D1%84%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D1%8C\\_%C2%AB%D0%87%C2%BB](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%86%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%84%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D1%8C_%C2%AB%D0%87%C2%BB)
  14. Міжнародний поетичний фестиваль MERIDIAN CZERNOWITZ. URL. <https://www.meridiancz.com/pro-festyval-2/>
  15. «Мільйони мостів» – гасло України на Варшавському книжковому ярмарку. URL. <https://chytomo.com/miljony-mostiv-haslo-ukrainy-na-varshavskomu-knyzhkovomu-iarmarku/>
  16. Навіщо потрібні аудіокниги? Їх переваги й недоліки. URL. <https://pidkazka.com/navishcho-potribni-audioknyhy-yikh-perevahy-nedoliky/>
  17. Назаренко Г. І. Інформаційні жанри журналістики: Навчальний посібник. Частина 1 — К.: НАУ, — 2010.
  18. Найбільша книжкова виставка США закривається. URL. <https://chytomo.com/najbilsha-knyzhkova-vystavka-ssha-zakryvaietsia/>

19. 5 Steps to Writing a Killer Elevator Pitch for Your Book. URL. <https://insights.bookbub.com/steps-to-writing-a-killer-elevator-pitch-for-your-book/>.
20. Польський Інститут книги надає книги українською мовою та допомагає українським перекладачам. URL. <https://www.polskieradio.pl/398/7856/artukul/2916006,%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9-%D1%96%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%82%D1%83%D1%82-%D0%BA%D0%BD%D0%B8%D0%B3%D0%B8-%D0%BD%D0%B0%D0%B4%D0%B0%D1%94-%D0%BA%D0%BD%D0%B8%D0%B3%D0%B8-%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE%D1%8E-%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%8E-%D1%82%D0%B0-%D0%B4%D0%BE%D0%BF%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D1%94-%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%BC-%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%B0%D1%87%D0%B0%D0%BC>
21. Про виступи українських авторів у Європі та видання книг під час війни — інтерв'ю з директоркою Meridian Czernowitz. URL. <https://suspijne.media/350910-pro-vistupi-ukrainskih-avtoriv-u-evropi-ta-vidanna-knig-pid-cas-vijni-intervu-z-direktorkou-meridian-czernowitz/>
22. Пройде міжнародний книжковий ярмарок у Лондоні. URL. <https://chytomo.com/projde-mizhnarodnyj-knyzhkovyj-iarmarok-u-londoni/>
23. 46 видавців від України, розмови про війну та виступ Зеленського: у Франкфурті стартував найбільший книжковий ярмарок. URL. <https://suspijne.media/298864-46-vidavciv-vid-ukraini-rozmovi-pro-vijnu-ta-vistup-zelenskogo-u-frankfurti-startuvav-najbilsij-knizkovij-armarok/>

24. Телеграм-канал книгарні «Є». URL. [https://t.me/s/knyharnia\\_je?after=3596](https://t.me/s/knyharnia_je?after=3596)
25. У Луцьку відбудеться міжнародний мистецький фестиваль. URL. <https://lutsk.rayon.in.ua/news/74276-u-lutsku-vidbudetsia-mizhnarodnii-mistetskii-festival>
26. Україна буде в центрі уваги на Лондонському книжковому ярмарку 2023. URL. <https://zakordon.rayon.in.ua/news/586091-ukraina-bude-v-tsentri-uvagi-na-londonskomu-knizhkovomu-yarmarku-2023>
27. Україна на книжковому ярмарку у Варшаві. Що варто відвідати?. URL. <https://naszwybir.pl/targi-ksiazki-warszawa/>
28. Україна на Франкфуртському книжковому ярмарку. URL. <https://suspilne.media/304982-ukraina-stala-neoficijnim-pocesnim-gostem-na-frankfurtskomu-knizkovomu-armarku-2022/>.
29. Україна представила свій стенд на Болонському книжковому ярмарку. URL. <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3683839-ukraina-predstavila-svij-stend-na-bolonskomu-knizkovomu-armarku.html>
30. Франкфуртський книжковий ярмарок – відкриття книжкової України. URL. <https://www.radiosvoboda.org/a/28790375.html>
31. Черкаський книжковий фестиваль. URL. [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A7%D0%B5%D1%80%D0%BA%D0%B0%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9\\_%D0%BA%D0%BD%D0%B8%D0%B6%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9\\_%D1%84%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D0%B%D1%8C](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A7%D0%B5%D1%80%D0%BA%D0%B0%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D0%BA%D0%BD%D0%B8%D0%B6%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9_%D1%84%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D0%B%D1%8C)
32. Чим відрізняється графічний роман від коміксу? URL. <https://book24.ua/ua/blog/chem-graficheskiy-roman-otlichaetsya-ot-komiksa/>
33. Book Berlin 2023 - Trade Fair Dates. URL. <https://www.tradefairdates.com/Book-M12956/Berlin.html>
34. BOOK PITCH. URL. <https://book.artarsenal.in.ua/proyekty/book-pitch/>

35. BookSpace. URL. <https://bookspacefest.com/>
36. House of Europe відкрили конкурс грантів на переклад. URL. <https://chytomo.com/house-of-europe-vidkryly-konkurs-hrantiv-na-pereklad/>
37. How to Pitch Your Book to an Agent: Step-by-Step Guide. URL. <https://www.masterclass.com/articles/how-to-pitch-your-book-to-an-agent>.

# Додаток А

## Перша сторінка програми фестивалю дитячої книги у Болоньї



## Додаток Б

### Презентація книги у книгарні. Творча зустріч з письменницею Тамарою Горіха-Зерня



## Додаток В

### Стенд на Франкфуртському книжковому ярмарку



Фото із виставки у Франкфурті (2022 р.). Фото: Дмитро Бартош.





## Додаток Г

### Український стенд на фестивалі у Болоньї у 2023 році



**Додаток Д**  
**Фото із Лондонської книжкової ярмарки**



**Додаток Е**  
**Програма української частини фестивалю у Варшаві**



Додаток Є

Афіша виставки у Варшаві

