

Spis treści

Wstęp	9
-------------	---

CZĘŚĆ 1. RYNEK KSIĄŻKI I PUBLIKOWANIE W PRZESTRZENI ZMEDIATYZOWANEJ

NADIJA ZELINSKA

„Przecucie wojny” w ukraińskiej mediaprzestrzeni międzywojennej Galicji: projekt wydawniczy, który nie traci aktualności	17
<i>“Premonition of War” in the Ukrainian Media Space of Inter-War Galicia: Publishing Project That Does Not Lose Its Topicality</i>	

KHRYSTYNA ASTAPTSEVA

The Problems with Publishing in Eastern Galicia Throughout the Interwar Period: Men’s and Women’s Views and Solutions	29
<i>Problemy publikowania w Galicji Wschodniej w okresie międzywojennym: poglądy mężczyzn i kobiet na ich rozwiązanie</i>	

EWELINA GÓRKA

Powieść jako słuchowisko radiowe: <i>Turyści z bocianich gniazd</i> Czesława Straszewicza na falach Radia Wolna Europa i Polskiego Radia	43
<i>The Novel as a Radio Play: “Turyści z bocianich gniazd” by Czesław Straszewicz on the Radio Free Europe and Polish Radio</i>	

OKSANA LEVYTSKA

Krytyka literacka we współczesnej przestrzeni medialnej Ukrainy	55
<i>Literary Criticism in the Contemporary Media Space of Ukraine</i>	

DARIUSZ PIOTR KLIMCZAK

Od notatnika poetyckiego do książki poetyckiej, od poezjomanii do grafomanii, czyli samopublikowanie/ <i>self-publishing</i> poezji w „Miście Literatury” Krakowie	71
<i>From a Poetry Notebook to a Poetry Book, from Poetryomania to Graphomania. Self-Publishing Poetry in the “City of Literature” – Cracow</i>	

CZĘŚĆ 2. MEDIA I TECHNOLOGIE CYFROWE W PRODUKCJI I DYSTRYBUCJI KSIĄŻKI

SVITLANA KRAVCHENKO

- Nowe trendy współczesnego rynku książki dla dzieci w Ukrainie 109
New Trends in the Contemporary Children's Book Market in Ukraine

OLHA RENN

- Ukraiński biznes książkowy w czasie wojny: między przetrwaniem,
zarządzaniem antykrzysowym a skutecznymi rozwiązaniami
(doświadczenia Wydawnictwa „Stary Lew”) 125
*Ukrainian Book Publishing in a Wartime: Between Surviving, Anti-Crisis
Management and Successful Solutions
(The Old Lion Publishing House Experience)*

RUSLANA PAZDERSKA

- Formation of Specialized Thematic Virtual Communities 137
Tworzenie specjalistycznych, tematycznych społeczności wirtualnych

NADIHA ZUBKO

- Prezentacja produktów drukowanych przez ukraińskie księgarnie
internetowe jako czynnik stymulujący ich sprzedaż 151
*Presentation of Printed Products by Ukrainian Online Bookstores as a Factor in
Stimulating Their Sales*

ADAM JACHIMCZYK

- Znak towarowy jako źródło informacji o aktywności wydawniczej 177
Trademark as a Source of Information about Publishing Activity

CZĘŚĆ 3. TRENDY W PROMOCJI I KONSUMPCJI KSIĄŻKI

NATALIHA VOVK

- Directions of the Book Publishing House's Marketing Strategy According
to the Results of Information Reconnaissance of the Publishing Market
in Ukraine 193
*Kierunki współczesnych strategii marketingowych wydawnictw książkowych
w świetle analizy wyników rozpoznania informacyjnego rynku wydawniczego
w Ukrainie*

ANITA HAS-TOKARZ

- Celebrity marketing* jako przejaw mediatyzacji współczesnego rynku książki w Polsce 205
Celebrity Marketing as a Manifestation of the Mediatization of the Contemporary Book Market in Poland

JULIA SOBIESIEK

- Cancel culture* a wizerunek pisarza – wybrane przykłady z globalnego rynku książki (badania wstępne) 235
Cancel Culture and the Image of the Writer – Selected Examples of the Global Book Market (Preliminary Studies)

GRAŻYNA PIECHOTA

- Inspiracje dziełem *De humani corporis fabrica libri septem* Andreeasa Vesaliusa w literaturze, sztuce i filmie 247
Inspiration from the Book “De humani corporis fabrica libri septem” by Andreas Vesalius in Literature, Art and Film

**NATALIA JESZKE, ALEKSANDRA NOWAK,
MAKSYMILIAN MIKULSKI, TOMASZ PARKOŁA**

- Zwiększenie dostępności cyfrowych zasobów nauki i kultury w Federacji Bibliotek Cyfrowych poprzez wykorzystanie mechanizmów *Optical Character Recognition* i *Optical Music Recognition* 267
Increasing the Accessibility of Digital Scientific and Cultural Resources in Federacja Bibliotek Cyfrowych Through the Use of Optical Character Recognition and Optical Music Recognition Mechanisms