

CHĘŚĆ 1. RYNEK KSIĄŻKI I PUBLIKOWANIE W PRZESTRZENI ZMEDIATYZOWANEJ

NADIJA ZELINSKA

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

KHRYSTYNA ASTAPTSEVA

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

EWELINA GÓRKA

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

OKSANA LEVYTSKA

- Krytyka literacka we współczesnej przestrzeni medialnej Ukrainy 55
Literary Criticism in the Contemporary Media Space of Ukraine

DARIUSZ PIOTR KLIMCZAK

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

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 antykryzysowym 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

<i>Celebrity marketing jako przejaw mediatyzacji współczesnego rynku książki w Polsce</i>	205
<i>Celebrity Marketing as a Manifestation of the Mediatization of the Contemporary Book Market in Poland</i>	

JULIA SOBIESIEK

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

GRAŻYNA PIECHOTA

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

NATALIA JESZKE, ALEKSANDRA NOWAK, MAKSYMILIAN MIKULSKI, TOMASZ PARKOŁA

<i>Zwiększenie dostępności cyfrowych zasobów nauki i kultury w Federacji Bibliotek Cyfrowych poprzez wykorzystanie mechanizmów Optical Character Recognition i Optical Music Recognition</i>	267
<i>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</i>	