

УДК 655.3.066.11:676.22–027.33(477)

Екотенденції в українському книговиданні

Наталя РОМАНЮК

канд. н. із соц. комунік.

Київський столичний
університет імені Бориса
Грінченкавул. Левка Лук'яненка, 13-Б,
04212, м. Київ, Україна

n.romaniuk@kubg.edu.ua

ORCID 0000–0002–9225–2955

© Романюк Н., 2022

У статті досліджено екологічні тенденції в українському книговиданні. Авторка пропонує розглядати їх у таких напрямках: дизайнерський, змістовий, маркетинговий, післямаркетинговий, організаційний. Дизайнерський напрям більше відображає матеріальний аспект природи книги: це використання кольорів та елементів, які асоціюються із чистотою, природою; друк, що пройшов сертифікацію FSC або на папері із вторсировини тощо. Змістовий напрям більше акцентує увагу на інформаційному аспекті природи книг: дедалі частіше у видавничому портфелі українських видавців з'являються книжки на екотематику різного цільового та читачького призначення (пізнавальні і художні видання для дітей, навчальні видання для школярів і студентів, художні видання для дорослих, науково-популярні і наукові видання, видання для дозвілля і популярні видання. Серед них як оригінальні видання, створені українськими авторами українською мовою, так і переклади з різних мов. Маркетинговий напрям відображає, як використовуються характеристики, що асоціюються з екологічністю, для просування книжки, її логістики: використання актуальних тем, що стосуються відповідального споживання, збереження лісів та водойм, змін клімату та ін. у прямій та опосередкованій рекламі. Післямаркетинговий етап настає по тому, як книжка опинилася у споживача (буккросинг та інші способи повторно-го використання книги). Організаційний напрям демонструє, як налагоджений видавничий процес («зелений офіс» та інші елементи відповідального споживання під час виробництва). Також авторка пропонує теми для подальших досліджень: зокрема проаналізувати різні сегменти видавничої продукції; нові технології і підходи в книжковому екодизайні; вплив війни на можливості екологічного виробництва книг в Україні; особливості впровадження концепції «зеленого офісу» в українських видавництвах за нормальних умов та в умовах війни і пандемії тощо.

Ключові слова: екокіта, екологічна література, екотренди у видавничій справі, FSC, цілі сталого розвитку, зелений офіс, Україна.

ECOTRENDS IN UKRAINIAN BOOK PUBLISHING

Nataliia Romaniuk

Borys Hrinchenko Kyiv University
13 B, Levka Lukjanenka St., Kyiv, 04212, Ukraine
e-mail n.romaniuk@kubg.edu.ua
ORCID 0000-0002-9225-2955

The eco trends in Ukrainian book publishing are investigated in the article. The author suggests considering them in the following aspects: design, content, marketing, post-marketing, and organization. The design aspect reflects the material aspect of the book's origin: the use of the colors and elements associated with purity, nature; FSC printing or use of recycled paper, etc. The aspect of the content focuses on the book's origin informational aspect. Currently, Ukrainian publishers have more books on eco-thematics of various targets and readerships (non-fiction editions and literary fiction for children, educational editions for schoolchildren and students, literary fiction for adults, popular non-fiction and scientific editions for adults, and popular publications). Among them are original publications created by Ukrainian authors in the Ukrainian language, as well as translations from various languages. The marketing aspect reflects how characteristics associated with environmental friendliness are used to promote the book and its logistics: the use of relevant topics related to responsible consumption, preservation of forests and water bodies, climate change, etc., in direct and indirect advertising. The post-marketing stage occurs after the book has ended up with the consumer (bookcrossing and other ways of reusing the book). The organizational aspect shows how the publishing process is configured ("green office" and other elements of responsible consumption during production). The author also suggests topics for further research: in particular, to analyze various segments of publishing products; new technologies and approaches in book sustainable design; the impact of the war on the possibilities of ecological production of books in Ukraine; peculiarities of the implementation of the "green office" concept in Ukrainian publishing houses under normal conditions and conditions of war and pandemic, etc.

Keywords: ecobook, ecological literature, ecotrends in publishing, FSC, sustainable development goals, green office, Ukraine.

Актуальність проблеми

Серед 17 глобальних цілей сталого розвитку, визначених ПРООН до 2030 року, шість стосуються збереження ресурсів нашої планети. Це чиста вода, відновлювальна енергія, відповідальне споживання, боротьба зі зміною клімату, збереження морських екосистем і збереження екосистем суші. Щоб їх реалізувати, має бути взаємодія і відповідальність на рівні країн, підприємств й окремих людей. Видавці можуть долучитися до цих цілей принаймні із двох боків: по-перше, як відповідальний бізнес, що оптимізує процеси виробництва, використовує сировину, безпечну для довкілля, враховує весь цикл існування створюваного продукту тощо; по-друге, як бізнес, що може впливати на формування цінностей читачів, видаючи книжки, які висвітлюють проблеми довкілля та способи їх вирішення. В останні роки помітні кроки окремих видавців в обох напрямках, але вони ще не є ні системними, ні дослідженими й описаними. Разом з тим, помітно зацікавленість темою екології як у професійних колах, так і серед звичайних громадян, зокрема й підлітків та молоді (скажімо, у десятці найбільш обговорюваних новинних міток у соціальній мережі Twitter, була #ClimateStrike (всесвітня акція проти кліматичних змін).

Стан розробки теми

Серед наукових робіт, які найближче стосуються теми нашої статті, є публікація О. Грабчак та Л. Куценко (2019): на прикладі кількох книжок видавництва «Ранок» і «Рідна мова» вони показали, як еко-тренди проявляються у тематиці та використанні паперу із вторсировини. Тематичні огляди книжок більше представлені у масмедіях та в навколосередовищних блогах (О. Була, Л. Войтович (2020), М. Горбач, Т. Петренко (2018), Н. Романюк (2020), Х. Содомора). Про починання у сфері екологічного книговидання на прикладі кількох українських видавців писала авторка сайту «Читомо» Л. Войтович (2020). Вона торкнулася таких аспектів, як зелений офіс, друк на переробленому папері, видавнича продукція із сертифікатом FSC. Описуючи екодизайн книжок, ми зверталися до дисертаційного дослідження О. Орлової (2003) «Екологічний фактор формоутворення в дизайні» та науково-методичного видання за редакцією В. Свірка та ін. (2016) про екологічне проектування в дизайнерській діяльності. Однак два останні дослідження стосуються дизайну загалом і не акцентують увагу власне на книговиданні. Тож тема екологічних тенденцій у книговиданні є новою серед практиків видавничої справи і малодослідженою в науковій спільноті.

Завдання статті

Отже, враховуючи актуальність теми та її висвітлення на сьогодні, у цій статті ми ставимо перед собою три завдання:

- визначити основні напрями екотенденцій у книговидаванні;
- окреслити, як кожна з них проявляється під час створення книжкових видань в Україні;
- запропонувати теми для подальших досліджень екотрендів у видавничій справі.

Виклад основного матеріалу

Щоб виділити окремі аспекти екотенденцій, передусім звернімося до розуміння того, що книжка має подвійну природу (Тимошик, 2006):

- 1) як матеріальний предмет, що має свою форму і конструкцію;
- 2) як носій зафіксованої інформації, образів і цінностей її творців.

Це потрібно для того, щоб розрізнити, які саме характеристики вкладають видавці у поняття «екокіта», «екологічна кіта», «екосерія» тощо. На сьогодні бачимо таке явище, коли частина «еко» додається і до тієї видавничої продукції, яка має окремі характеристики матеріальної конструкції, і до тематики (при цьому форми не стосуються), й обох разом. Водночас, окремі аспекти екологічності можуть не враховуватися.

Пропонуємо розглядати прояви екотенденцій у книговидаванні у таких напрямках:

- дизайнерський (відображає перший аспект природи кіти — матеріальний);
- змістовий (переважно відображає другий аспект природи кіти — інформаційний);
- маркетинговий (враховує, як використовуються характеристики, що асоціюються з екологічністю, для просування кітки, її логістики тощо);
- післямаркетинговий (настає по тому, як кітка опинилася у споживача, власне книговидавання стосується опосередковано, але все ж потребує нашої уваги);
- організаційний (як налагоджений видавничий процес: «зелений офіс» та інші елементи відповідального споживання).

Дизайнерський напрям

Дизайн на етапі проектування проявляється в тому, наскільки продуманий макет кіти, як то ефективне використання простору, наявність однієї чи більшої кількості кольорів, добір кольорів, які асоціюються з екологією (зелений, блакитний, білий).

Також він враховує друк та післядрукарські процеси: який папір використовується (целюлозний, макулатурний, вибілений чи невибілений); вид покриття чи його відсутність (ламінація, лакування (зокрема ультрафіолетове), тиснення фольгою, використання синтетичних папірних матеріалів тощо).

На думку авторів видання «Дизайнерська діяльність: екологічне проектування», найбільш наближене англійське значення терміну

«**екодизайн**» — «*sustainable design*» («з англ. *Sustainable* — прийнятний, раціональний, стійкий, життєвий, обґрунтований і т. ін.) означає «життєздатне проектування» (Свірко та ін., 2016). І додають: «Очевидно, що прямий переклад слова *Sustainable* (а так і *Sustainability*) не вповні відповідає нашим уявленням про екологічне насичення терміну. Натомість, семантично переклад відбиває здатність трьох основних системних явищ (планета — соціум — економіка) існувати разом в єдиному контексті» (Свірко та ін., 2016). Такий дизайн передбачає оцінку усього циклу існування продукту («*life cycle assessment*»), а не закінчується лише на доставці товару в магазини. Термін «*sustainable design*» також можна співвіднести із Цілями сталого розвитку (з англ. *The Sustainable Development Goals*).

О. Орлова (2003) виділяє напрями в проектуванні, які можна узагальнити поняттям «екодизайн», вони включають ефективне матеріаловкладення; енергоефективність; довговічність; можливість утилізації (с. 14).

У публікації «18 Tips for Environmentally Conscious Publishing» (Cullen, 2007) видавці радять, які рішення уже можна застосовувати для свідомого видавництва (поради базуються на тому, що вони ввели у своїх видавництвах). Поради присутні як загальні (як то зробити «зелену» політику видавничої компанії), так і ті, що стосуються різних етапів виробництва: редакційна підготовка, поліграфічне відтворення, маркетинг та ін. Серед порад, що стосуються поліграфічного відтворення — максимально використовувати вторинний папір і, за наявності, — папір, сертифікований FSC (Forest Stewardship Council, організацією, що визнана в охоронній спільноті як найкращий стандарт практики управління лісами).

В Україні першу книжку за **стандартом FSC** надрукувала харківська друкарня «Юнісофт» на замовлення дитячого видавництва Італії у 2018 році тиражем у десять тисяч примірників («В Україні вперше», 2018). Такий сертифікат надають у тому випадку, коли під час виробництва, окрім дотримання стандартів якості, не були порушені екологічні норми (зокрема деревина має бути з лісу, який відновлюють після вирубки) і права людини. Першою друкованою (не книжковою) продукцією маркованою логотипом FSC були інформаційні роздаткові матеріали однойменної організації («В Україні надруковано», 2017).

Серед українських видавництв, у видавничому портфелі яких є книги, надруковані за стандартом FSC, — «Рідна мова». Усі їхні книжки на екотему надруковані за цією технологією, а станом на 2020 рік майже 80% художньої літератури мали блок, надрукований за технологією FSC (Войтович, 2020). Однак, як наголошує Л. Войтович (2020), в інших видавництвах запровадити стандарт FSC у свою роботу до-

силь складно: сертифікат дорого обходиться друкарні, а видавців, що замовляють такий друк — мало, бо він коштує в середньому на 50% більше.

Загострення війни росії в Україні у 2022 ще більше ускладнило екологічне виробництво, зокрема й друк. Як оприлюднили на офіційному сайті FSC, через неможливість забезпечувати виконання вимог FSC стандартів та роботи аудиторів на територіях, охоплених військовим конфліктом, сертифікати на таких територіях призупинили. Список українських підприємств, які мають такий сертифікат, можна перевірити на *FSC Certificate Public Dashboard*. З таблиці видно, що станом на 14 серпня 2022 року ліцензія, видана «Юнісофту», призупинена (друкарня розміщена у Харкові і кілька місяців узагалі не працювала). У контексті цього хочемо звернути увагу, що в Україні на територіях поза межами зон військового конфлікту сертифікація залишається. Тоді як у росії відповідні сертифікати призупинені, а в Білорусі анульовані.

Ще однією альтернативою може бути **друк на папері із переробленої сировини**: як зі звичайної макулатури, так із комбінованої упаковки (типу Tetra Pak). Першою книгою з переробленої упаковки Tetra Pak стала енциклопедія «Подорож до дивовижного світу тварин» Анни Клейборн і Брендана Кірні (видавництво «Ранок»). Папір для книг з переробленої сировини виготовляється на Зміївській паперовій фабриці. Частина книжок друкується на макулатурному папері (зокрема видання для дітей із серій «Екоквест» і «Екокнига»).

Змістовий напрям

Якщо у книжці яскраво прослідковується екологічна тематика (як то захист довкілля загалом, кліматичні зміни, поводження з ресурсами і відходами, відповідальне споживання, життя рослин і тварин та їх захист, гармонійне життя в місті або селі тощо), йдеться про екологічну літературу.

Екологічні проблеми можуть поставати:

— як основна тема книжки (читацьке призначення може варіюватися від дошкільника до дорослого фахового читача) — переважно бачимо це у нон-фікшн літературі (за винятком наймолодших читачів, де навіть пізнавальні видання часто подані як художній твір);

— як одна із сюжетних ліній у художньому виданні, одна із проблем, висвітлених у наук-попі для дорослих або пізнавальній літературі для дітей.

Види видань для втілення художньої літератури можуть бути різними.

За цільовим призначенням:

— пізнавальні видання для дітей (Нурія Рока, Роса М. Курко. Три «П». Повторне використання, помірність, переробка. Навчальна кни-

га — Богдан, 2013; Еріка Файві, Білл Славін. Сміттєва революція. По-рушуючи круговерть марнотратства. Ранок, 2019);

— художні видання для дітей (Тімоте де Фомбель. Тобі Лолнесс. Час майстрів, 2016; Зої Такер. Грета і Гіганти. КМ-БУКС, 2019);

— навчальні видання для школярів і студентів (Екологія. Базовий підручник для студентів вищих навчальних закладів. Фоліо, 2014; Гусельникова І. А. Основи екології 2 клас. Робочий зошит. Ранок, 2020);

— художні видання для дорослих (Грета Тунберг та ін. Наш дім у вогні. Book Chef, 2018);

— науково-популярні видання (Томас Гілланд Еріксен. Сміття і люди. Ніка-Центр, 2016; Наомі Кляйн. Змінюється все. Капіталізм проти клімату. Наш формат, 2016; Шивельбуш Вольфганг. Речі і люди. Есей про споживання. Ніка-Центр, Видавництво Анетти Антоненко, 2018; Беа Джонсон. Дім — нуль відходів. Рідна мова. 2019);

— наукові видання (Ле Руа Ладюрі, Е. Коротка історія клімату: від середньовіччя до наших днів: Бесіди з Анушкою Васак. Ніка-Центр, 2009; Грем Макстон, Йорген Рандерс. У пошуках добробуту. Керування економічним розвитком для зменшення безробіття, нерівності та змін клімату. Rabulum, 2017);

— видання для дозвілля і популярні видання (Марі Кондо. Викинь мотлох із життя! Мистецтво прибирання, яке змінить вас назавжди. КСД, 2016; Галина Булгакова. Екокнига. Зберегти ліс. Ранок, 2017; Галина Булгакова. Екокнига. Зберегти місто. Ранок, 2017).

За мовою:

— оригінальні видання, створені українськими авторами (Галина Ткачук. Книжка про сміття. ВСЛ, 2019; Маріанна Бойко. 104 дні без поліетилену. Віхола, 2020);

— перекладні видання (Аліс Пантермюллер. Лотта та її катастрофи. Тварини, рятуйтеся! Школа, 2017).

Як зазначає у книжковому огляді Т. Петренко (2018), «екологічна тема в літературі набуває поширення ще за часів романтизму. Певно, головний текст на цю тему — «Уолден, або життя в лісі» Генрі Торо. Автор описав у цій книзі свій досвід життя в лісі у власноруч збудованій хижі. У загальних рисах ця історія доводить, що життя поза матеріальними благами й надлишками цивілізації є корисним і гармонійним». З дорослої художки авторка виділяє «Дюну» Френка Герберта, у якій проблемі знищення й відновлення екосистеми однієї планети присвячено істотну частину книжки. Серед дитячої еколітератури яскравими прикладами називає фентезі «Тобі Лолнесс» Тімоте де Фомбеля та «Айван, великий і неповторний» Кетрін Еплгейт.

Маркетинговий напрям

Говорячи про маркетинг у контексті екологічних тенденцій, ми звертаємо увагу на те, які посилюються використовуються у просуванні

продукції: у промоції (в елементах видання, які нагадують про екологічність, у прямій рекламі, під час презентацій тощо), в логістиці (яке упакування передбачене: паперове чи пластикове, нове чи вторинне. за замовчуванням чи за вимогою), у загальному позиціонуванні себе на ринку як екологічно свідомої компанії тощо.

Наприклад, під час Книжкового Арсеналу у 2018 році провели акцію «Дерева за книги», коли за кожну куплену книжку читач опосередковано садив дерево в Карпатських лісах (Клебан, 2018).

Коли йдеться про більш дружню до природи упаковку товарів, то це зачіпає два аспекти діяльності компанії: і маркетинговий (бо допомагає відповідним чином позиціонуватися на ринку, і організаційний (бо йдеться також про організацію внутрішніх процесів).

Організаційний напрям

Понад десять років у світі поширюється концепція управління організаціями офісного типу «**зелений офіс**». Її мета — раціонально використовувати ресурси і зменшувати негативний вплив на довкілля. У 2012 році концепція трансформувалася у стандарт СОУ. ОЕМ 08.036.067:2012 Зелений офіс. Екологічні критерії та метод оцінювання життєвого циклу. «Впровадження стандарту мало також на меті запобігти можливим маніпулюванням зеленим трендом серед компаній і запровадити єдиний підхід для оцінювання екологічних характеристик та результативності діяльності організацій» («Зелений офіс», б.р.). Стандарт універсальний, його можна застосовувати для будь-яких організацій офісного типу, зокрема й для видавництва. Основні критерії такі: «збереження енергії, води; раціональне використання ресурсів; сталі закупівлі; обмеження вмісту небезпечних для довкілля та здоров'я людини речовин у матеріалах і засобах, що використовуються для забезпечення функціонування офісу; зменшення утворення та ефективне управління відходами» («Зелений офіс», б.р.).

В українських видавництвах поки впроваджуються лише елементи цієї концепції. Л. Войтович у 2018 році дослідила, як українські видавництва роблять свої офіси «зеленими». Багато з них здавали використаний папір на переробку, до цього мотивували як екологічні, так і економічні мотиви. Зокрема, це «Ранок», «Наш Формат», «Навчальна книга — Богдан», «Видавництво Старого Лева», «Рідна мова», «Vivat», «Ніка-Центр», «КМ-Букс» та інші (Войтович, 2020). Окремі видавництва налагодили сортування й інших видів сміття. «Наприклад, «Ранок» тісно співпрацює зі Зміївською паперовою фабрикою і всі паперові стаканчики, пакування з-під молока та соку відразу направляє на переробку. У «Рідній мові» в офісі відмовилися від використання одноразового посуду, культуру сортування почали впроваджувати в життя офісу в «Нашому форматі» (Войтович, 2020).

Сьогодні бути екологічно свідомим, дружнім до природи тощо — це тренд, тому його використовують і як *greenwashing*, українською ми б назвали це зеленим окомилуванням. У такому разі екодіяльність більшою мірою направлена на використання економічних та інших благ, ніж справді на ощадливе використання ресурсів планети. Однак у багатьох випадках важко зрозуміти, які основні мотиви первинні. Виготовлення, реалізація, користування, утилізація містять сотні чи навіть тисячі процесів, точно вирахувати, скільки ресурсів використано, дуже складно. Скажімо, досі дискутують про те, яка книжка екологічніша: друкована чи електронна. Для такого вимірювання зокрема використовують таку міру, як вуглецевий слід: він складається із прямих та опосередкованих викидів.

Післямаркетинговий напрям

Під цим напрямом екотенденцій ми маємо на увазі побутування книжки після того, як її придбали. Це лише опосередковано стосується книговидання, але прямо культури читання та відповідального споживання. Тут ми відповідаємо на питання, чи є книжка товаром для одноразового прочитання, чи передається з рук у руки (один із принципів відповідального споживання — повторне використання (reuse); як бережно з нею поведуться тощо.

На частину цих запитань ми спробували відповісти у статті «Життя книги після придбання: результати опитування» (Романюк, 2020). Стаття базувалася на результатах опитування, у якому взяв участь 221 респондент. Зокрема, ми з'ясували, що 43% респондентів окрім нових купують і вживані книжки, майже третина опитаних робить це рідко, а близько четвертини — не купують таких (Романюк, 2020, с. 6). Публічними бібліотеками часто користується до 15% опитаних, а близько трьох четвертих респондентів не відвідують їх або роблять це вкрай рідко. Понад половини анкетованих іноді перечитує книжки з приватної бібліотеки (Романюк, 2020, с. 7). Майже 95% опитаних готові ділитися з іншими усіма книгами зі своєї бібліотеки або окремими виданнями. Тоді як позичити книгу у знайомих можуть близько половини опитаних. Звернімо увагу, що анкетування проводилося серед аудиторії, яка читає значно більше, ніж у середньому по Україні. Також важливо, що ці питання ми досліджували наприкінці 2019 року — до пандемії COVID-19 та до початку повномасштабної війни росії в Україні (тож нині відповіді могли б різнитися).

До післямаркетингового напрямку можна віднести також проекти й ініціативи на зразок буккросингу. До прикладу, на клапанах у книжках видавництва «Лабораторія» розміщені звернення, у яких читачів просять не викидати книжку, якщо після прочитання вона втратить товарний вигляд, а віддати її на буккросинг або здати на переробку.

Висновки

Екотренди в українському книговиданні проявляються у таких напрямках: дизайнерський (використання кольорів та елементів, які асоціюються з чистотою, природою; друк, що пройшов сертифікацію FSC або на папері із вторсировини); змістовий (присутність у видпортфелі українських видавців дедалі більшої кількості книжок на екотематику різного цільового та читацького призначення); маркетинговий (використання актуальних тем, що стосуються відповідального споживання, збереження лісів та водойм, змін клімату тощо у прямій та опосередкованій рекламі); організаційний (запровадження елементів «зеленого офісу»); післямаркетинговий (буккросинг та інші способи повторного використання книги).

Ми не претендуємо на повноту викладу проблеми. Просимо сприймати її як запрошення до діалогу та до змін у практиці. На найближчу перспективу вважаємо за необхідне дослідити тему ширше і глибше. Зокрема проаналізувати різні сегменти видавничої продукції; нові технології і підходи в книжковому екодизайні; вплив війни на можливості екологічного виробництва книг в Україні; особливості впровадження концепції «зеленого офісу» в українських видавництвах за нормальних умов та в умовах війни і пандемії тощо.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- В Україні вперше надрукували книжку за стандартом FSC.* (2018, 2 листопада). Читомо. <http://www.chytomo.com/v-ukraini-vpershe-nadrukuvaly-knyzhku-za-standartom-fsc/>
- В Україні надруковано першу поліграфічну продукцію з логотипом FSC.* (б.р.). Forest Stewardship Council. Взято 30 грудня, 2019 року з <https://ua.fsc.org/ua-ua/newsroom/id/115>
- Войтович, Л. (2020, 22 квітня). *Видавці еколітератури: турбуються про довкілля чи ловлять хайп?* Читомо. <https://chytomo.com/vydavtsi-ekoliteratury-turbuiutsia-pro-dovkillia-chy-lovliat-khajp/>
- Грабчак, О. В., & Куценко, Л. В. (2019). Екокниги як нова тенденція сучасного книговидання. *Масова комунікація у глобальному та національному вимірах*, 12, 97–100. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3549495>
- Зелений офіс.* (б.р.). Взято 18 серпня, 2022 з. <https://www.ecolabel.org.ua/zelenyi-ofis>
- Клебан, Ю. (2018, 10 жовтня). *Книжкові інновації: опера, висока кухня та ліс у Карпатах.* Читомо. <http://www.chytomo.com/knyzhkovi-innovatsii-opera-vysoka-kukhnia-ta-lis-u-karpatakh/>
- Кравець, П. (2022, 18 квітня). *В Україні продовжує діяти FSC сертифікація.* Forest Stewardship Council. <https://ua.fsc.org/ua-uk/newsfeed/v-ukraini-prodovzhue-diyati-fsc-sertifikaciya>
- Орлова, О. О. (2003). *Екологічний фактор формування в дизайні* [Автореферат дисертації кандидата мистецтвознавства, Харківська державна академія дизайну і мистецтв].

- Петренко, Т. (2018, 12 квітня). *Номо Urbanus дитлиту: 5 книжок про захист довкілля*. Читомо. <http://archive.chytomo.com/issued/homo-urbanus-ditlitu-5-knizhok-pro-zaxist-dovkilliya>
- Романюк, Н. (2020). Життя книги після придбання: результати опитування. *Вісник Книжкової палати*, 3, 5–9. [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2020.3\(284\).5-9](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2020.3(284).5-9)
- Свірко, В. О., Бойчук, О. В., Голобородько, В. М., Рубцов, А. Л., Кардаш, О. В., & Чемакіна, О. В. (Ред.). (2016). *Дизайнерська діяльність: екологічне проектування*. Український науково-дослідний інститут дизайну та ергономіки.
- Тимошик, М. (2006). *Книга для автора, редактора, видавця* (2-ге вид.). Наша культура і наука.
- Cullen, Ch. D. (2007, December 1). *18 Tips for Environmentally Conscious Publishing*. Book Business. <https://cutt.ly/BBwYUJz>
- #ThisHappened in 2019. (2019, December 9). Twitter. https://blog.twitter.com/en_us/topics/insights/2019/ThisHappened-in-2019.html
- United Nations Development Programme. (2017, October 1). *Цілі стало розв'язку: Національна доповідь 2017*. <https://cutt.ly/1BwQPwM>

REFERENCES

- Cullen, Ch. D. (2007, December 1). *18 Tips for Environmentally Conscious Publishing*. Book Business. <https://cutt.ly/BBwYUJz> [in English].
- Hrabchak, O. V., & Kutsenko, L. V. (2019). Ekoknyhy yak nova tendentsiia suchasnoho knyhovydannia [Eco Books as a New Trend in Modern Book Publishing]. *Mass Communication in Global and National Dimensions*, 12, 97–100. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3549495> [in Ukrainian].
- Kleban, Yu. (2018, October 10). *Knyzhkovi innovatsii: opera, vysoka kukhnia ta lis u Karpatakh* [Book Innovations: Opera, High Kitchen and Forest in the Carpathians]. Chytomo. <http://www.chytomo.com/knyzhkovi-innovatsii-opera-vysoka-kukhnia-ta-lis-u-karpatakh/> [in Ukrainian].
- Kravets, P. (2022, April 18). *V Ukraini prodovzhuie diiaty FSC sertyfikatsiia* [FSC Certification Continues in Ukraine]. Forest Stewardship Council. <https://ua.fsc.org/ua-uk/newsfeed/v-ukraini-prodovzhue-diyati-fsc-sertifikaciya> [in Ukrainian].
- Orlova, O. O. (2003). *Ekolohichniy faktor formoutvorennya v dyzaini* [Ecological Factor of Formation in Design] [Abstract of PhD Dissertation, Kharkiv State Academy of Design and Arts] [in Ukrainian].
- Petrenko, T. (2018, April 12). *Homo Urbanus dytlitu: 5 knyzhok pro zakhyst dovkillia* [Homo Urbanus Ditolite: 5 Environmental Protection Books]. Chytomo. <http://archive.chytomo.com/issued/homo-urbanus-ditlitu-5-knizhok-pro-zaxist-dovkilliya> [in Ukrainian].
- Romaniuk, N. (2020). Zhyttia knyhy pislia prydbannia: rezultaty opytuvannia [How Does a Book Live After Buying: The Results of the Survey]. *Bulletin of the Book Chamber*, 3, 5–9. [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2020.3\(284\).5-9](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2020.3(284).5-9) [in Ukrainian].
- Svirko, V. O., Boichuk, O. V., Holoborodko, V. M., Rubtsov, A. L., Kardash, O. V., & Chemakina, O. V. (Eds.). (2016). *Dyzainerska diialnist: ekolohichne proektuvannia*

[Design Activity: Ecological Design]. Ukrainskyi naukovo-doslidnyi instytut dizainu ta erhonomiky [in Ukrainian].

#ThisHappened in 2019. (2019, December 9). Twitter. https://blog.twitter.com/en_us/topics/insights/2019/ThisHappened-in-2019.html [in English].

Tymoshyk, M. (2006). *Knyha dlia avtora, redaktora, vydavtsia* [Book for the Author, Editor, Publisher] (2nd ed.). Nasha kultura i nauka [in Ukrainian].

United Nations Development Programme. (2017, October 1). *Tsili staloho rozvytku: Natsionalna dopovid 2017* [Sustainable Development Goals: 2017 Baseline National Report]. <https://cutt.ly/1BwQPwM> [in Ukrainian].

V Ukraini nadrukovano pershu polihrafichnu produktsiiu z lohotypom FSC [The First Printing Products with the FSC Logo are Printed in Ukraine]. (n.d.). Forest Stewardship Council. Retrieved October 3, 2022, from <https://ua.fsc.org/ua-ua/newsroom/id/115> [in Ukrainian].

V Ukraini vpershe nadrukuvaly knyzhku za standartom FSC [In Ukraine, the FSC Book was Published for the First Time]. (2018, November 2). Chytomo. <http://www.chytomo.com/v-ukraini-vpershe-nadrukuvaly-knyzhku-za-standartom-fsc/> [in Ukrainian].

Voitovych, L. (2020, April 22). *Vydavtsi ekoliteratury: turbuiutsia pro dovkillia chy lovliat khaip?* [Ecolitteral Publishers: Are Worried About the Environment or Catching Haype?]. Chytomo. <https://chytomo.com/vydavtsi-ekoliteratury-turbuiutsia-pro-dovkillia-chy-lovliat-khajp/> [in Ukrainian].

Zelenyi ofis [Green Office]. (n.d.). Retrieved August 18, 2022, from <https://www.ecolabel.org.ua/zelenyi-ofis> [in Ukrainian].