

DOI: 10.20535/2522-1078.2023.2(14).291585

УДК 070: 351:80:002

Надходження до редакції: 28.11.2023

Прийняття до друку: 04.12.2023

**Широкова І. А.**

*аспірантка спеціальності журналістика  
Київського університету імені Бориса  
Грінченка, м. Київ, Україна,  
i.shyroкова.asp@kubg.edu.ua*

ORCID: 0000-0002-0120-2566

**Shyrokova I.**

*Postgraduate student of Journalism  
at Borys Grinchenko Kyiv University,  
Kyiv, Ukraine, i.shyrokova.asp@kubg.edu.ua*

ORCID: 0000-0002-0120-2566

**БЛАГОДІЙНІ ВИДАВНИЧІ ПРОЄКТИ В УКРАЇНІ  
ЯК ЗАСІБ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ КНИГ****PROMOTING BOOKS THROUGH CHARITABLE PUBLISHING  
INITIATIVES IN UKRAINE**

Дослідження описує феномен благодійної діяльності у видавничій сфері на прикладі проєктів, організовуваних державою або представниками приватного видавничого бізнесу. В ньому розкрито, чому благодійна робота у контексті розповсюдження на безкоштовній основі українських книжок є важливою для держави загалом та для кожного незалежного гравця на видавничому ринку, а також вивчено конкретні приклади реалізації благодійних видавничих проєктів в Україні та за кордоном.

Актуальність статті впливає зі сплесків благодійної видавничої активності останніми роками, що вимагає детального дослідження та аналізу поточної діяльності держави та видавців у цьому напрямку. Важливість розкриття теми підсилюється соціально-політичними викликами сьогодення, через які постала гостра потреба дослідити благодійну діяльність у видавничій справі як один з інструментів промоції читання у мінливих умовах.

Наукова новизна статті полягає в тому, що вперше за тривалий період представлено комплексний аналіз благодійної видавничої діяльності, яка здійснюється від імені держави та від імені самих видавців, наведено приклади такої діяльності на теренах України та з досвіду інших країн.

У дослідженні застосовано такі наукові інструменти, як методи спостереження, комплексного аналізу, синтезу, порівняння, індукції та моделювання.

У висновках підкреслюється, що перспективи співпраці держави та участі видавців у благодійних видавничих проєктах можуть принести істотно позитивніші

результати за умов створення можливостей для участі у таких проєктах малих українських видавництв.

**Ключові слова:** книга, благодійність, видавництво, промоція читання, держава, діти, видавці, Україна.

This study delves into the world of charitable initiatives within the publishing industry, showcasing examples of projects orchestrated by government entities or private publishing representatives. The article explores the significance of charitable endeavors, specifically in the realm of distributing Ukrainian books for free. It sheds light on why this matters not only for the state but also for each independent player in the publishing market.

The article's pertinence arises from the recent upswing in charitable publishing activities, necessitating a thorough examination of the government's and publishers' ongoing efforts in this arena. The urgency to address this topic is underscored by the socio-political challenges of the present, creating a compelling need to scrutinize charitable activities in publishing as a tool for promoting reading in evolving circumstances.

What sets this article apart is its groundbreaking analysis of charitable publishing activities, marking the first comprehensive study in Ukrainian scientific research. It presents a nuanced understanding of endeavors conducted by both the state and publishers, drawing examples not only from Ukraine but also from experiences in other countries.

In conducting this research, various scientific methods were employed, including observation, comprehensive analysis, synthesis, comparison, induction, and modeling.

The conclusions emphasize the potential for further collaboration between the government and publishers in charitable publishing projects, highlighting the prospect of even more positive outcomes. This is particularly true if opportunities are created for small Ukrainian publishers to actively engage in such projects, enabling them to showcase their potential and high-quality publications.

**Keywords:** book, charity, publishing house, promotion of reading, government, children, publishers, Ukraine.

**Постановка проблеми.** Видавнича сфера в Україні початку 2020-х представлена здебільшого приватними підприємцями, які з продажу виготовлених книг заробляють собі на життя. Тобто, видання книг тут є бізнесом, який зацікавлений в отриманні прибутку.

Відповідно, коли йдеться про започаткування благодійного книжкового проєкту, то з'являються питання стосовно мотивації підприємців його провадити або ж долучатися до проєктів уже наявних. Це дослідження має з'ясувати підґрунтя й мотивацію участі українських видавців у таких проєктах.

Постійна участь держави у благодійних видавничих проєктах видається зрозумілою, оскільки вона має турбуватися про інтереси своїх громадян: забезпечити їх книжками, яких потребують, та зробити так, щоб українські громадяни ставали більш начитаними та досвідченими. Отже й слід відповісти на питання, наскільки реально значущою у реалізації благодійних видавничих проєктів є взаємодія між державою та українськими видавництвами для досягнення поставленої проєктом мети.

Також у дослідженні розглянуто подібний закордонний досвід функціонування благодійних видавничих проєктів, до яких залучені як держава, так і представники місцевої видавничої сфери. На цьому ґрунті пропонується визначити перспективи розвитку благодійних видавничих проєктів у нашій державі, виходячи з наявного нині досвіду реалізації подібних проєктів на всеукраїнському та міжнародному рівнях.

**Метою статті** є визначення ефективності такого інструменту популяризації читання серед українського населення, як благодійні видавничі проєкти. Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання: з'ясувати, чи є нині благодійні видавничі проєкти широковживаним інструментом популяризації читання серед населення на державному рівні; визначити мотивацію українських видавців долучатися до реалізації благодійних видавничих проєктів; узагальнити результати сучасних благодійних проєктів у видавничій сфері; увиразнити роль учасників благодійних видавничих проєктів у їх реалізації; провести аналіз прикладів закордонного досвіду стосовно реалізації благодійних видавничих проєктів, до яких залучаються незалежні видавці та держава; сформувати бачення щодо перспектив для України у контексті благодійних проєктів за участі в них представників від видавців та держави.

Застосовані тут методи спостереження, комплексного аналізу та синтезу дозволили окреслити наявний досвід у реалізації благодійних видавничих проєктів та конкретизувати мотивацію українських видавництв брати у них участь; методом порівняння встановлено відмінності та схожості реалізації українських та закордонних благодійних видавничих проєктів; методи індукції та моделювання дали змогу зробити припущення щодо майбутнього благодійних видавничих проєктів в Україні, а відтак дозволили запропонувати нову схему взаємодії у благодійних видавничих проєктах для досягнення їх істотнішої результативності.

Тему реалізації видавничих проєктів як інструменту для популяризації читання розкрито у роботах таких дослідників, як А. Мураховський [6],

який вивчав видавничі проекти у контексті різних періодів історії нашої держави; Ю.В. Паливода [8], О. І. Скібан [11] та Ю. Бондар [1] звертають увагу на внутрішню сторону реалізації видавничих проектів, а саме на взаємодії учасників самого видавничого процесу; Н.В. Зелінська [3] розглядала особливості реалізації видавничих проектів під час кризових ситуацій; Л. І. Солодка [12] виділила регіональні видавничі проекти у контексті досягнення мети популяризації читання.

Питання самого феномену благодійності досліджуване багатьма вченими, у тому числі Ф.Я. Ступак [13] окреслив благодійність у контексті формування національної свідомості протягом різних періодів історії; С.В. Пасічніченко [9] вивчав основні напрями та форми благодійної діяльності в Україні; А. О. Гудзь [2] описувала благодійну діяльність підприємців в Україні; Х. Б. Коновеичук [4] та Р. А. Сербин [10] досліджували правові аспекти благодійної діяльності тощо.

Аналіз закордонного досвіду реалізації благодійних видавничих проектів здійснили такі вчені, як Дж. Б. Генч [15], який писав про партнерство держави та видавців у поширенні книг для донесення державних цінностей у контексті світових історичних подій; К. Сміт [16], який акцентував на мотивації та цілях держав у Європі підтримувати книговидання й у тому числі видавничі благодійні проекти; Д. Фуллер та Д. Реберг Седо [14] досліджували благодійність у контексті соціальних практик сучасної літературної культури; К. П. Вінтеріч, Ї. Чжан, та В. Міттал [17] визначили залежність обсягу пожертв до благодійних проектів та організацій від політичної ідентичності та заявлених благодійними проектами моральних постулатів тощо.

Разом з тим, проведені дослідження не дають змоги цілісно охопити благодійну видавничу діяльність у розрізі мотивації залучених до неї, оскільки кожен вчений доторкався лише одного аспекту заторкнутої ним у роботі теми.

**Результати дослідження.** Говорячи про мотивацію держави підтримувати та залучати стейкхолдерів до благодійних видавничих проектів, йдеться насамперед про підтримку соціальної стабільності, яка відображається на усіх сферах життя держави, а також про надання державою для суспільства конкретних регламентованих соціальних благ, які є пріоритетними для країни.

Так, в Україні на законодавчому рівні передбачене і гарантоване право громадян держави на вільне одержання, використання, поширення, зберігання та захист інформації (Закон України «Про інформацію»).

Крім того, Закон України «Про видавничу справу», який регулює порядок організації, провадження видавничої діяльності та взаємодію між суб'єктами видавничої діяльності, має на меті сприяти національно-культурному розвитку українського народу завдяки закріпленню через нормативно-правовий акт принципів справедливості, відповідальності, моральності тощо.

Також яскравим прикладом актуальної підтримки державою практик читання серед населення є затверджена Стратегія розвитку читання на період до 2032 року «Читання як життєва стратегія» з операційним планом її реалізації на 2023—2025 роки, створена «для всебічного та гармонійного розвитку особистості, зокрема критичного мислення та освітнього рівня, що відповідатиме європейським освітнім та іншим нормам» [5].

Окресливши основні мотиви для держави підтримувати благодійні видавничі проекти, розглянемо участь у них представників видавничого бізнесу: важливим аспектом залучення їх до благодійної діяльності є спільність інтересів та функціонування благодійних проектів на засадах добровільності та самоврядування.

Одним з найбільш відомих та масштабних благодійних проектів із залученням видавців та держави є акція «Українським дітям — українську книгу» (англ. Ukrainian books for Ukrainian children!) [7]. Її засновниками виступили Державний комітет телебачення та радіомовлення України, Міністерство культури та інформаційної політики України, Міністерство закордонних справ України, а також Офіс Президента України. Ця акція має на меті забезпечити книжками українських переселенців (дітей та дорослих), які виїхали внаслідок збройної агресії російської федерації в інші області України або ж за кордон.

Про результати акції «Українським дітям — українську книгу» повідомлялося, зокрема, на одній з прес-конференцій, проведених під егідою національного інформаційного агентства «Укрінформ» 09 листопада 2023 року. Так, під час прес-конференції було озвучено, що у рамках акції передано понад 800 тисяч книжок по містах України та 25-ти країнам у Європі.

Тож українські видавці, беручи участь у цій благодійній акції, мали змогу створити позитивний імідж серед українського та закордонного населення, адже видавець як приватний підприємець, допомагаючи ін-

шим людям, демонструє соціальну відповідальність і перед своїми читачами, і перед бізнес-партнерами.

На тлі соціально-політичних подій, які активно розгортаються протягом останніх років в Україні, благодійні видавничі проекти перейшли на новий рівень масштабу їх реалізації та вагомості для українського суспільства. Беручи до уваги благодійні видавничі проекти, ініціаторами яких стала держава, варто також звернути увагу на проєкт «Книжки без кордонів» (англ. Books Without Borders), який реалізується державною установою «Український інститут книги» за підтримки Міністерства культури та інформаційної політики України, Міністерства закордонних справ України та під егідою Першої Леді України Олени Зеленської.

Проєкт «Книжки без кордонів» пропонує іноземній спільноті ряд готових до друку макетів книжок від українських видавництв для подальшої їх реалізації та безоплатного розповсюдження серед українських дітей-переселенців. Проміжні результати проєкту можна дізнатися з новинних джерел від Першої Леді України: поступово до благодійного проєкту долучалося все більше учасників і зараз участь у ньому беруть 37 країн, де надруковано понад 100 тисяч книжок.

Українські видавництва також виступають ініціаторами благодійних проєктів. Здебільшого дозволити собі технічно та фінансово благодійну діяльність можуть ті видавництва, які вже мають досвід роботи у видавничій сфері (починаючи з 2000-х років чи раніше), які мають більш-менш стабільні прибутки, великі тиражі, з яких можна відібрати частину продукції для благодійності тощо.

Наприклад, видавництво «Ранок» сформувало благодійний фонд «Ранок-Україна», який покликаний бути майданчиком для взаємодії між людьми з окупованих територій Донецької та Луганської областей України та людьми, які мають можливість та бажання допомогти тим, хто цього потребує. Серед благодійних видавничих проєктів від фонду «Ранок-Україна» відзначилися «Ми Українці» (англ. “We are Ukrainians”), «Діти Донбасу» та «Турбота про ближніх».

Також прикладом видавничої благодійної ініціативи є проєкт від «Видавництва Старого Лева» (ВСЛ) під назвою “Books on charity! Книжки на благодійність», у рамках якого небайдужі громадяни мають змогу прийти до книгарні ВСЛ і віддати для проєкту або нову україномовну книжку, або принести власну. Також на сайті ВСЛ кожен відвідувач має змогу переказати до благодійного проєкту певну суму коштів, на які будуть куплені нові книжки.

Також нині функціонують такі благодійні проекти як «Книжки на фронт» (видавництво «Yakaboo»), «Одним словом» (книгарня «Сяйво книги») благодійний магазин «Книжкові сили України», «Книги для військових» (благодійний фонд «Відкрита книга») та інші.

На прикладах закордонного досвіду привертає увагу те, що благодійні видавничі проекти там часто є майданчиком, на якому об'єднуються різні організації та видавництва для забезпечення потреб у книжках дітей та дорослих.

За таким принципом у Великобританії засновано благодійний видавничий проект “Read On. Get On”, діяльність якого спрямовано на безкоштовне надання книжок дітям та дорослим, відкриття власних освітніх хабів, залучення фахівців для допомоги у викладанні для дітей у різних регіонах країни тощо. Результатами роботи цього благодійного проекту стало безкоштовне розповсюдження понад одного мільйона книжок серед сімей, які потребували допомоги, шляхом залучення понад 500 комерційних організацій для популяризації читання та грамотності на територіях їх діяльності.

Схожий принцип роботи відбувається у таких благодійних проектах: “Book Aid International”, “Children’s Book Project” (Великобританія), “Open Books”, “Bernie’s Book Bank” (США), “MyPustak” (Індія) та інші.

Оглядаючи досвід роботи з благодійними видавничими проектами в інших країнах світу, можна прослідкувати, що економічно розвинуті іноземні держави часто спрямовують свої ресурси з благодійних видавничих проектів на підтримку населення в менш розвинутих країнах.

Так, іноземні видавці доєднуються до таких благодійних проектів, як “Books For Africa”, який об’єднав провідних видавців “Better World Books”, “Capstone”, “Lerner Publishing Group”, “Bookey App” та інших з метою боротьби з книжковим голодом в Африці. Цей проект збирає, розподіляє та розповсюджує книжки по різних регіонах Африки, а також надає додаткові інструменти, які допоможуть розвинути освіту у місцевих школах: планшети, комп’ютери та матеріали для створення яскравих навчальних просторів.

Також прикладами таких благодійних проектів є “Books For China” (Америка), “Can4Culture” (Канада), “Global Care” (Великобританія) тощо.

Висновки. Враховуючи успішність та масштабність благодійних видавничих проектів, які реалізувалися за підтримки держави та з участю українських видавців, можна припустити, що такі проекти будуть ре-



алізовуватися і надалі, враховуючи позитивні сторони для кожного із його учасників: держава виконує, таким чином, свою функцію допомоги українському населенню як в Україні, так і за її межами, а видавництва напрацьовують свою репутацію та демонструють соціально відповідальну позицію.

Було б доречним створити сприятливі умови від держави для малих видавництв для їх участі у благодійних проєктах. Адже передусім до масштабних благодійних проєктів мають змогу долучитися першочергово ті видавництва, які вже тривалий час перебувають на ринку, випускають великі тиражі, тож мають залишки ще не проданих книжок тощо, у той час як для малих видавництв така практика може бути проблематичною через брак достатніх фінансових та технічних ресурсів. З боку держави варто було б дати можливість малим видавництвам приймати замовлення на виготовлення книг для подальшого розповсюдження через благодійні видавничі проєкти. Таким чином можна істотно збільшити кількість учасників благодійних видавничих проєктів, а значить — обсяги наданої благодійної допомоги книжками тим, хто її потребує.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Бондар Ю. В. Видавнича комунікація: до питання інституалізації // Вісник Книжкової палати. 2014. № 10. С. 3-5.
2. Гудзь А. О. Благодійна діяльність українського підприємництва як вагома складова недержавного соціального забезпечення // Європейський вибір України, розвиток науки та національна безпека в реаліях масштабної військової агресії та глобальних викликів ХХІ століття (до 25-річчя Національного університету «Одеська юридична академія» та 175-річчя Одеської школи права) : у 2 т. : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 17 червня 2022 р.) / за загальною редакцією С. В. Ківалова. Одеса : Видавничий дім Гельветика, 2022. Т. 1. С. 548–552.
3. Зелінська Н.В. Наукове книговидання в українському соціумі: чи є життя під час (після) кризи? // Поліграфія і видавнича справа : наук.-техн. зб. Укр. акад. друкарства. Львів: 2016. № 2 (72). С. 208–216.
4. Коновейчук, Х. Б. Конституційно-правове забезпечення благодійної діяльності в Україні // Науковий вісник Ужгородського національного університету: Серія: Право / гол. ред. Ю.М. Бисага. Ужгород: Гельветика, 2013. Вип. 21. Т1, №2. — С. 136–138.



5. Ліга360: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 3 березня 2023 р. № 190-р «Про схвалення Стратегії розвитку читання на період до 2032 року «Читання як життєва стратегія» та затвердження операційного плану її реалізації на 2023–2025 роки». URL: <https://ips.ligazakon.net/document/KR230190?an=1> (дата звернення: 15.11.2023).
6. Мураховський А. Українське книговидання: радянська доба і сьогодні // Вісник Книжкової палати. 2014. № 7. С. 1–6.
7. Офіційний веб-портал Державного комітету телебачення і радіомовлення України: Діяльність/Акція «Українським дітям — українську книгу». URL: <https://comin.gov.ua/diyalnist/aktsiia-ukrainskum-ditiam-ukrainsku-knyhu> (дата звернення: 13.11.2023).
8. Паливода Ю.В. Видавнича ідея як організаційний фактор співпраці автора та редактора // Вісник Харківської державної академії культури. Харків: 2010. Вип. 29. С. 129–136.
9. Пасічніченко С. В. Благодійність як соціальний феномен та основа формування соціальної допомоги // Право і суспільство. 2014. № 1. С. 87–91.
10. Сербин Р. А. «Благодійна діяльність» і «меценатство»: співвідношення понять у науці та законодавстві // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Право. 2014. Вип. 29 (2.1). С. 85–88.
11. Скібан О. І. Видавнича комунікація в системі соціальних комунікацій інтернет-простору України // Наукові записки Української академії друкарства. Серія: Соціальні комунікації. Львів: 2014. № 4 (49). С. 145–151.
12. Солодка Л. І. Дослідження способів популяризації читання на матеріалі регіонального соціокомунікаційного проекту // Поліграфія і видавнича справа : наук.-техн. зб. Укр. акад. друкарства. Львів: 2016. № 2 (72). С. 245–254.
13. Ступак Ф. Я. Історичні витоки феномену благодійності // Гуржіївські історичні читання. 2017. Вип. 11. С. 29–35.
14. Fuller, D., & Rehberg Sedo, D. (2013). *Reading Beyond the Book: The Social Practices of Contemporary Literary Culture* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203067741>
15. Hench, John B. *Books as Weapons: Propaganda, Publishing, and the Battle for Global Markets in the Era of World War II*. Ithaca, NY: Cornell University Press, 2010. <https://doi.org/10.1017/S0021875811000740>

16. Smith, K. (2004) Publishers and the public: Governmental support in Europe. *Javnost: The Public*, 11(4): 5–20. <https://doi.org/10.1080/13183222.2004.11008864>
17. Winterich, K. P., Zhang, Y., & Mittal, V. (2012). How political identity and charity positioning increase donations: Insights from Moral Foundations Theory. *International Journal of Research in Marketing*, 29(4), 346–354. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2012.05.002>

## REFERENCES

1. Bondar Yu. V. Publishing communication: on the issue of institutionalization // *Bulletin of the Book Chamber*. 2014. No. 10. Pp. 3–5.
2. Hudz A. O. Charitable activity of Ukrainian entrepreneurship as a significant component of non-governmental social security // *European Choice of Ukraine, development of science and national security in the context of massive military aggression and global challenges of the 21st century (to the 25th anniversary of the National University "Odesa Law Academy" and the 175th anniversary of the Odesa School of Law)* : in 2 volumes : materials of the International Scientific and Practical Conference (Odesa, June 17, 2022) / under the general editorship of S. V. Kivalov. Odesa: Publishing House Helvetika, 2022. Vol. 1. Pp. 548–552.
3. Zelinska N.V. Scientific book publishing in Ukrainian society: is there life during (after) the crisis? // *Polygraphy and Publishing Affairs: scientific and technical collection of the Ukrainian Academy of Printing*. Lviv: 2016. No. 2 (72). Pp. 208–216.
4. Konoveichuk, Kh. B. Constitutional and legal support of charitable activities in Ukraine // *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University: Series: Law* / Ed. Yu.M. Bysaga. Uzhhorod: Helvetika, 2013. Issue 21. T1, No. 2. — Pp. 136–138.
5. Liga360: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated March 3, 2023, No. 190-r "On the approval of the Strategy for the development of reading for the period up to 2032" "Reading as a life strategy" and approval of the operational plan for its implementation for 2023-2025". URL: <https://ips.ligazakon.net/document/KR230190?an=1> (accessed date: 15.11.2023).
6. Murakhovsky A. Ukrainian publishing: the Soviet era and today // *Bulletin of the Book Chamber*. 2014. No. 7. Pp. 1–6.

7. Official website of the State Committee of Television and Radio Broadcasting of Ukraine: Activity/Action "To Ukrainian children — Ukrainian book". URL: <https://comin.gov.ua/diyalnist/aktsiia-ukrainskym-ditiam-ukrainsku-knyhu> (accessed date: 13.11.2023).
8. Palivoda Yu.V. Publishing idea as an organizational factor of cooperation between author and editor // Bulletin of Kharkiv State Academy of Culture. Kharkiv: 2010. Issue 29. Pp. 129-136.
9. Pasichnichenko S. V. Charity as a social phenomenon and the basis for the formation of social assistance // Law and Society. 2014. No. 1. Pp. 87–91.
10. Serbin R. A. "Charitable activity" and "patronage": the relationship of concepts in science and legislation // Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Series: Law. 2014. Issue 29 (2.1). Pp. 85–88.
11. Skiban O. I. Publishing communication in the system of social communications of the Internet space of Ukraine // Scientific notes of the Ukrainian Academy of Printing. Series: Social Communications. Lviv: 2014. No. 4 (49), Pp. 145–151.
12. Solodka L. I. Study of ways to popularize reading based on the material of a regional socio-communication project // Polygraphy and Publishing Affairs: scientific and technical collection of the Ukrainian Academy of Printing. Lviv: 2016. No. 2 (72). Pp. 245–254.
13. Stupak F. Ya. Historical origins of the phenomenon of charity // Gurgiev Historical Readings. 2017. Issue 11. Pp. 29–35.
14. Fuller, D., & Rehberg Sedo, D. (2013). *Reading Beyond the Book: The Social Practices of Contemporary Literary Culture* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203067741>
15. Hench, John B. *Books as Weapons: Propaganda, Publishing, and the Battle for Global Markets in the Era of World War II*. Ithaca, NY: Cornell University Press, 2010. <https://doi.org/10.1017/S0021875811000740>
16. Smith, K. (2004) Publishers and the public: Governmental support in Europe. *Javnost: The Public*, 11(4): 5–20. <https://doi.org/10.1080/13183222.2004.11008864>
17. Winterich, K. P., Zhang, Y., & Mittal, V. (2012). How political identity and charity positioning increase donations: Insights from Moral Foundations Theory. *International Journal of Research in Marketing*, 29(4), 346–354. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2012.05.002>