КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ

Кафедра медіапродюсування та видавничої справи

Створення оригінал-макета авторської збірки оповідань "Чому вчить слабкість"

Кваліфікаційна робота

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

«Допускається до захисту»

Завідувач кафедри медіапродюсування та видавничої справи

_____Фіголь Н. М

(підпис)

«_____» _____ 20__ р

Оцінка з урахуванням усного захисту

_____

Члени комісії:

_____

_____

_____

_____

«_____» _____ 20__ р

Студента групи ВСРб-2-21-4.0д.
денної форми навчання
спеціальність: 061 Журналістика
освітня програма: 061.00.03
«Видавнича справа та редагування»
Пономаренко Юрій Владиславович

Науковий керівник:
доктор історичних наук, професор
Шпак Віктор Іванович

КИЇВ 2025

ЗМІСТ

Частина І. ВИДАВНИЧИЙ ПРОДУК ТА СУПРОВІДНІ МАТЕРІАЛИ 3

Резюме проєкту.....3

Частина ІІ. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ 4

Вступ.....4

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ.....5

1.1. Дослідження ринку та особливості аудиторії проєкту.....5

1.2. Аналіз конкурентного серидовища 6

Розділ ІІ. Техніко-економічні характеристики друкованого видання 8

2.1. Загальні характеристики видавничого продукту.....8

2.2. Редакційно-видавничий комплекс підготовки проєкту.....10

2.3. Економічні аспекти реалізації проєкту.....17

Розділ ІІІ. Просування видання на ринку.....20

3.1. Шляхи розповсюдження видання.....20

3.2. Концепція промоції видання.....21

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....23

Додатки.....25

Частина І. ВИДАВНИЧИЙ ПРОДУКТ ТА СУПРОВІДНІ МАТЕРІАЛИ

Резюме проєкту

Анотація:

Пономаренко Ю. В. Чому вчить слабкість / Київ : Донжон, 2025 160 с.

«Чому вчить слабкість» – це збірка легких для читання оповідань у жанрі епічного фентезі. Доєднайтеся до Кейлара у його останньому іспиті на титул Лицаря Храму. Чи зможе він подалати усі труднощі на своєму шляху? Чому він навчиться зі своїх пригод? Лише доля покаже…

Якщо ви звикли нести відповідальність за все, що відбувається, якщо ви покладаєтеся лише на себе, якщо «хто, окрім вас» - це ваша історія, ви легко впізнаєте себе в образі головного героя оповідання.

Опис:

«Чому вчить слабкість» – це видання малого формату що є збіркою з п’ятьох авторських оповідань. Місією проєкту є розширити український книжковий ринок жанру фентезі, підняти популярність українських авторів а також, не прямо привернути увагу суспільства на проблеми психічних порушень, таких як вигорання, психологічне виснаження та пов’язаних з ними негативних упереджень, забобонів тощо.

Соціально- економічні показники ефективності проекту:

За сприятливих умов та вдалого просування видання можна розраховувати на прибуток у розмірі близькому до 9000 тисяч гривень. Проте ця сума ще може змінюватися, в силу методів та заходів для промоції видання.

Можливості подальшого практичного застосування:

З можливих методів подальшого застосування можна назвати потенційну співпрацю з відомими видавництвами що часто працюють над виданнями жанру фентезі, такими як Видавництво Старого Лева, Віват, Клуб Сімейно Дозвілля тощо.

Частина ІІ. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

Вступ

Актуальність проєкту полягає у майже повній відсутності легкої для прочитання художньої літератури жанру фентезі, більшість ринку займають видання стандартних форматів, наприклад, 60*90/16 або 60*84/16. Також такі видання є зазвичай перекладними, а до того ж, належать до певної серії творів, що одразу вимагає від читача більшої уваги і може відлякувати потенційного покупця. Плюсом до цього можна зазначити актуальні теми порушення психічного здоров’я [16], вигорання, морального виснаження та негативних наслідків в токсичних соціальних стереотипів стосовно психічного здоров’я людини [11].

Мета проєкту: створення оригінал-макета збірки художніх оповідань “Чому Вчить Слабкість”.

Завдання проєкту:

1. Провести аналіз ринку, та визначити потребу продукту
2. Сформулювати чітку позицію видання на ринку.
3. Створити текстові матеріали, провести їх вичитку та редагування.
4. Створити дизайн обкладинки видання та зверстати оригінал-макет.
5. Підготувати методи промоції.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

1.1 Дослідження ринку та особливості аудиторії проєкту

Дослідження ринку проводилося методом аналізу топів і хітів продажу видань жанру фентезі у інтернет-книгарнях, таких як Книгарня Є, Якабу тощо. Такий аналіз демонструє наступне.

Перше. По змісту більшість видань можна розділити на дві групи. Це романтичне фентезі та, так зване, підліткове фентезі, що можна побачити на нижче наведеному рис 1.1 [14]. За цільовими аудиторіями їх можна розділити жіночу, віком 18+, та підліткову 14+ відповідно. Твори типу серій «Володар Перстнів» чи «Відьмак» так також присутні серед хітів продажу, проте суттєво поступаються місцем вищезгаданим піджанрам.

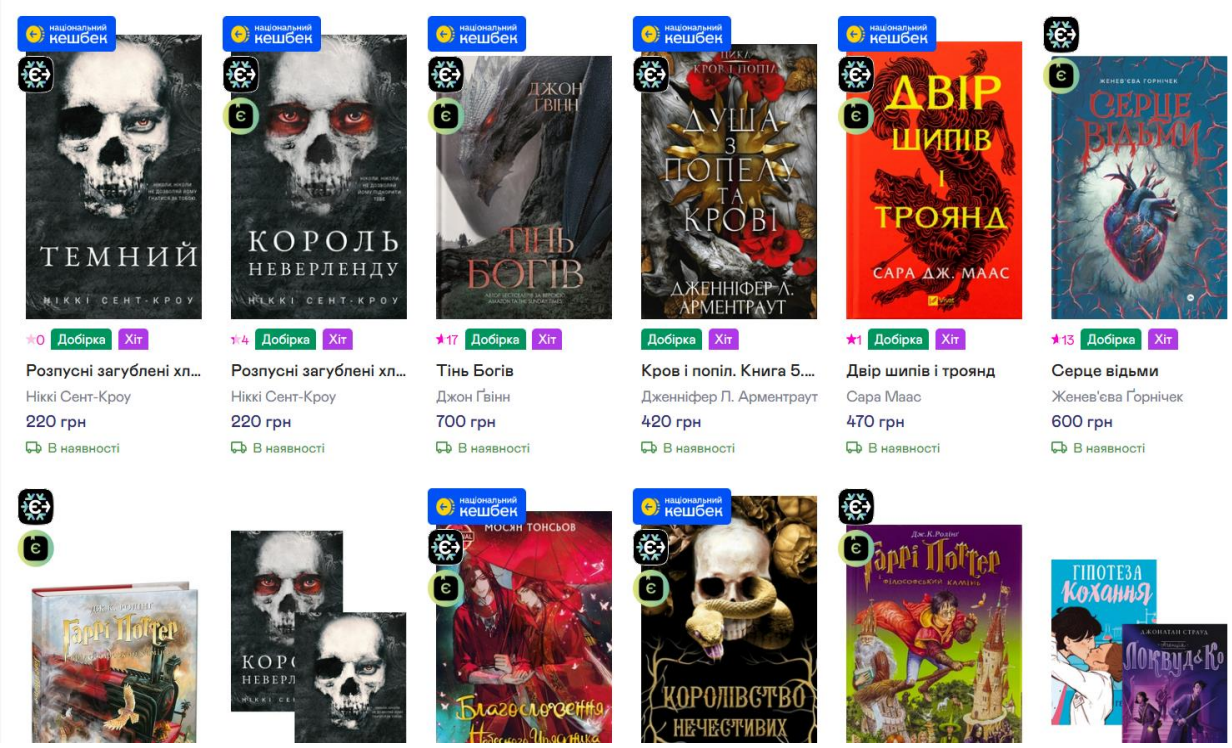


Рис 1.1 Хіти продажу серед фентезі на інтернет-книгарні Якабу станом на травень 2025 року.

Друге. За форматом більшість видань належать до стандартних 60*90/16 або 60*84/16. Решта, це великоформатні видання, зазвичай подарункового характеру, як наприклад, подарункова серія «Гаррі Поттер» від видавництва «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА», що також присутня на рис 1.1.

Третє. Усі видання у хітах продажу є виключно перекладними. Українські автори серед них абсолютно відсутні.

Четверте. Поширеним явищем також є видання що належать до певної серії, франшизи. Зазвичай такі серії мають три і більше твори, а деякі книгарні та видавництва продають їх і як окремі книжки, так і як повну серію з усіх творів одразу. Такий продаж одразу усієї серії звісно має певну знижку відносно того, якщо купувати по одній книжці, проте і ціна на подібні збірки також є відповідною.

1.2 Аналіз конкурентного середовища

За результатами аналізу ринку, можна побачити що ніша легкої, малоформатної, літератури в цьому жанрі майже не зайнята. Найближче що є до статусу конкурента на ринку, це перші книжки серії «Відьмак» Анжея Сапковського, що також є збірками невеликих за обсягом оповідань. Проте, українською мовою ці твори було видано ще 2016 року, видавництвом Клуб Сімейного Дозвілля, тобто зараз їм близько десяти років. Такий проміжок часу очевидно негативно впливає на їх популярність серед покупців.

Крім того, варто зауважити що попри малу присутність саме збірок оповідань у жанрі епічного фентезі, серед популярних серій видань на українському ринку наявні такі франшизи як-то «Володар Перснів» авторства Дж. Р. Р. Толкіна, «Сага про Кровну Клятву» від Дж. Ґвінна тощо. Такі серії хоч і не становлять конкуренкії в плані збірок оповідань, проте також належать до жанру епічного фентезі та можуть становити конкуренцію. Проте, усі ці автори є закордонними, а їх видання відповідно – перекладними. Враховуючи ріст попиту на український оригінальний контент, це може бути конкурентною перевагою мого видання на ринку.

Також, варто зазначити ріст популярності малого за обсягом контенту. Видання що займають ринок на поточний момент йдуть у пряму супереч з цією тенденцією. Навпаки, книжки налічують близько трьохстах і більше сторінок, а окрім цього, як вже згадувалося в аналізі ринку, зазвичай такі твори є частиною більшої франшизи. Доповнюючи вище сказане, нижче, у табл. 1.1, наведено ретельний SWOT-аналіз проєкту.

Таблиця 1.1

SWOT-аналіз

Сильні сторони:	Слабкі сторони:
1. Відсутність конкурентів. 2. Малий формат, зручність. 3. Низька ціна, більша доступність для покупця. 4. Актуальні теми.	1. Невідомий автор. 2. Друк на малий формат складніше знайти та замовити. 3. Потреба палітурки, піднімає ціну.
Можливості:	Загрози:
1. Популяризувати читання. 2. Розширити український книжковий ринок. 3. Привернути увагу до актуальних проблем суспільства.	1. Неприйняття твору аудиторією. 2. Низькі продажі.

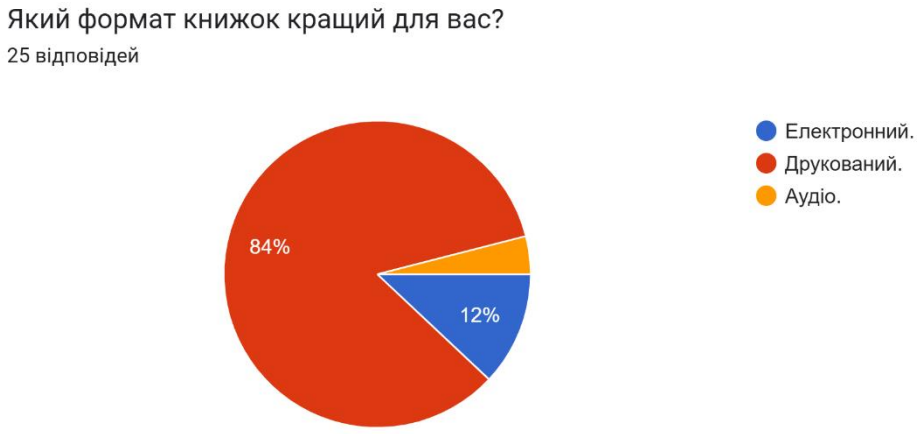
Оскільки з метою виконання бакалаврського проєкту уся робота над виданням, була виконана мною особисто, у проєкту немає жодних проблем з авторським правом. Усе в проєкті, було виконано мною, а саме: написання оригінально тексту, вичитка, редагування, дизайн та створення обкладинки, верстка оригінал-макету та інше.

РОЗДІЛ 2. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВИДАВНИЧОГО ПРОДУКТУ

2.1 Загальні характеристики видавничого продукту

Обраний для створення продукт, це збірка авторських оповідань. Збірка передбачає п’ять коротких оповідань, об’єднаних загальним сюжетом. Обрана назва збірки – «Чому вчить слабкість». Більш детальне пояснення формату видання та обсягу творів наведено нижче. Усі дані ґрунтуються на аналізу ринку та проведеному опитуванні що було розміщено на платформі Гугл Форми. Опитування [9] пройшло 25 людей і на тепер опитування вже не приймає нових відповідей.

Обраний формат видання – 60/90*32 [4]. Такий формат обрано для більшої зручності читача. Згідно опитування, результати якого наведено нижче у Діаграмі 1, більшість опитуваних, а саме 84%, тобто 21 особа з 25 опитаних, досі надає перевагу друкованим виданням.

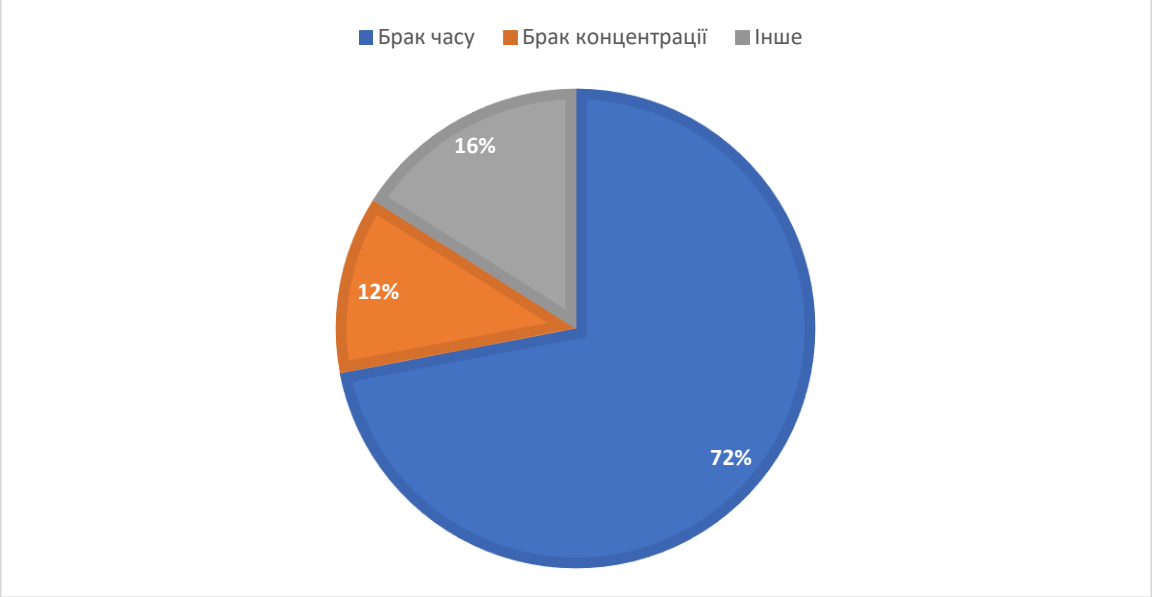


Діаграма 1. Вивчення питання кращого формату видання для сучасного споживача.

Проте для читання видань такого типу часто потрібні час та простір, на брак яких опитуванні також часто скаржилися. В наслідок цього, було обрано саме формат 60/90*32, тобто малоформатне, кишенькове видання. З недоліків цього рішення варто зазначити потребу палітурки, що підніме собівартість кожного окремого примірника.

Також, одними з найпоширеніших проблем, що утримували опитуваних

від читання були брак вільного часу та нестача концентрації, що наочно демонструє Діаграма 2 [9]. На ній видно, що на проблему з часом поскаржилося 72%, тобто18 з 25 опитуваних, брак концентрації – 12% відповідно. Решта опитаних, чиї відповіді зазначені як «Інше» є доволі різноманітними між собою, і варіюються від втоми і браку сил, до того, що декому з опитаних шкода користуватися гарними і дороги виданнями взагалі.



Діаграма 2. Вивчення проблеми перешкод до читання у сучасного споживача.

Оскільки загальна кількість сторінок книги становить 160 сторінок, з форматом 60*90/32 кількість умовних друкованих аркушів для цього видання буде дорівнювати 5. Це доведено розрахунком нижче.

$$\frac{\text{Кількість сторінок}}{\text{Доля аркушу}} = \frac{160}{32} = 5 \text{ умовних друкованих аркушів.}$$

Пояснення: Для того, щоб знайти кількість умовних друкованих аркушів, треба кількість сторінок поділити на долю друкованого аркушу що використовується у виданні. Вирахувану частку після цього необхідно помножити на перекладний коефіцієнт. Але в даному випадку коефіцієнтом можна знехтувати, адже він дорівнює площі друкованого аркушу поділеній на площу умовного друкованого аркушу. [6, 12, 13] В цьому прикладі розміри аркушів є однаковими,

тобто вони матимуть однакові площі, а як відомо, число поділене на таке саме число буде завжди дорівнювати 1. Відповідно, будь-яке число що помножене на 1 буде дорівнювати самому собі.

2.2 Редакційно-видавничий комплекс підготовки проєкту

Певною мірою робота над цим проєктом, а саме над цією збіркою, як літературним твором почалася ще у 2020-2021 роках. Тоді я вперше почав писати цей текст, і ще з того час мав приблизну лінію сюжету у власній уяві. Як і головний герой збірки, і як моя цільова аудиторія, тоді я переживав сильний психологічний тиск від найважливіших для мене на той момент іспитів, а саме Зовнішнього Незалежного Оцінювання. Мабуть саме цей досвід, так само як і почуття стресу від пошуку Вищого Навчального Закладу до якого мені треба було вступати, вибору цікавої спеціальності, або ж можливий вступ до війська, мабуть саме оці почуття напруги і лягли в основу сюжету.

Головною думкою твору наступна, у сили однієї людини є межа. Прагнути більшого, рости над собою і постійно розвиватися, – усе це правильно і заслуговує на похвалу. Проте також варто пам’ятати, що усі ми – лише люди, зі своїми слабкостями та недоліками. Їх не варто соромитися. Їх варто визнати і прийняти у собі. Ми втомлюємось. Іноді ми не знаємо що нам робити далі. Тому просити по допомогу в таких випадках, – це не прояв слабкості, це є найбільший прояв сили, бажання росту і бажання досягти своєї мети попри все.

Варто зазначити, що саме з цієї тези з’явилася і назва збірки. Чому вчить слабкість. Силі. Лише розуміючи і приймаючи власні недоліки і слабкості можна з ними боротися. У випадку головного героя твору, Кейлара, його основним недоліком була надмірна самостійність та незалежність. Як результат, коли в одному з оповідань він стикається з проблемою, яку фізично неможливо виконати самотужки, він зазнає нищівної поразки і виживає лише завдяки допозі оточуючих. Тих самих оточуючих, від чиєї допомоги він постійно відмовлявся до цього. Таким чином, головний персонаж усвідомлю

На початку твір планувався як великий цілісний роман, з плавним,

поступовим ростом персонажів, розвитком сюжету і підняттям ризиків для головних героїв. Проте, почавши більш ретельну роботу над твором я дійшов висновку, що формат роману для цієї історії не є оптимальним і краще її розділити на 5 епізодичних оповідань, які можна буде прочитати як цілісну історію, так і кожне оповідання окремо.

На таке рішення мене надихнули такі видання як «Фортуна капітана Блада» Рафаеля Сабатіні та перші твори серії «Відьмак» авторства Анджея Сапковського, а саме «Останнє Бажання» та «Меч Призначення». Усі ці книжки є збірками оповідань, що розташовані у хронологічному порядку. Закінчення однієї історії автори грамотно використовують як підґрунтя для початку наступної. Саме такий прийом я намагався повторити у своєму виданні.

Оскільки під час навчання ми приділяли увагу здебільшого граматичному ніж літературному редагуванню, а з теми сторітейлінгу в нас був лише курс «Візуальний сторітейлінг» що більш підходив для коміксів та мальописів, моєю головною задачею було в першу чергу написати самі твори, і звісно, зробити це якісно з літературної точки зору. На щастя, матеріали стосовно того як це зробити належними чином мені легко вдалося знайти у вільному доступі, здебільшого, серед Ютюб-каналів з літературними і кінематографічними аналізами та критикою.

Проте більшою проблемою було саме редагування написаного тексту. Для початку було вирішено не редагувати твори одразу по завершенню їх написання. Зазвичай я давав собі час забути та відвикнути від подій оповідання. Як правило це було кілька днів, поки я готувався до написання наступної частини, прописуючи план для сюжету, що я хочу бачити у тексті та що там має відбутися з точки зору загального сюжету. Такий більш технічно-математичний підхід до творчості не лише допомагав у роботі над практичною частиною проєкту, проте також і допомагав відпочити від творчих завдань. Тоді, зі вже свіжішою головою, я міг починати редагування власних творів, тобто виходив контент-план, приклад якого можна побачити на табл. 2.1 яка наведена далі по тексту.

Таблиця 2.1

Оповідання 1	Оповідання 2
Розробка плану оповідання.	
Написання твору.	
	Розробка плану оповідання.
Вичитування та редагування.	
	Написання твору.
Верстка оповідання та корегування.	

Як можна побачити, свідомо розділяючи у плануванні робочого процесу творчі та технічні завдання, я давав своєму мозку достатній час на відпочинок від тієї чи іншої роботи, а відповідно міг краще працювати над кожною частиною мого проєкту.

Процес редагування кожного з оповідань починався власне з вичитування цього оповідання. Першочергово увага приділялась літературним аспектам. Попри заздалегідь підготований план та його дотримування, у ньому досі могли бути логічні та літературні помилки, які я міг допустити у творчому процесі написання твору. Лише після того, як був певен, що з сюжетної сторони питання усе вирішено і максимально наближено до ідеалу, починався процес редагування.

Першим аспектом редагування, з якого я починав роботу, була лексика, лексичні помилки та побудова речення. Зрештою, саме так нас і навчали. Частину тексту не доведеться перевіряти на граматику та орфографію, якщо цю частину тексту вирізати, чи замінити на щось коротше, більш зрозуміле та лаконічне.

Власне по завершенню роботи з виправленням побудови тексту, я мав би відправити тексту з правками автору на їхнє затвердження, проте, в силу того що автором також був я сам, після цієї стадії, я починав роботу над граматикою та пунктуацією у тексті. Це була основна частина роботи. Мені регулярно доводилося перевіряти правописи тих чи інших слів, правила вживання різних розділових

знаків у речення тощо. Головною проблемою в цій частині редагування, були слова та вислови, правильне написання яких змінилося з прийняття нового правопису, оскільки не всі джерела ще встигли виправити інформацію на більш актуальну. Як результат, доводило не рідко перевіряти той чи інший момент по трьом і більше джерелам одночасно, аби знайти правильний варіант.

Після того як текст був остаточно готовий, можна було починати верстку. Для роботи над цією частиною я користувався програмою Адоб Індизайн. Чому я обрав саме це сімейство програм я описую нижче, зараз лише варто зазначити, більш простий метод, як-то наприклад, переведення файлу формату ворд у формат PDF, для мене не підходив в силу обраного формату видання. Формат 60*90/32 який я використовую, має найближчий аналог за розмірами у форматі листа А6, у той час, як найменший формат з яким можна створити документ формату ворд є А5, тобто 60*90/16, що є вдвічі більшим. Але попри це, загалом робота над версткою не створювала проблем. Пошук і прибирання, так званних «висячих рядків», тобто одиничних рядків тексту що знаходилися в кінці, або на початку сторінки, не займають більше половини листа сторінки і не є реплікою у діалозі. Такі рядки необхідно було прибрати на попередню, або на наступну сторінку, залежно від кожної окремої ситуації. Це була проста, монотонна та одноманітна робота. Найбільш складним у питанні під час верстки було тільки оформлення вихідних відомостей видання [3]. Для цього необхідно було знайти відповідний файл ДСТУ, і працювати згідно нього, але подібні документи у вільному доступі знайти буває доволі складно. І навіть після цього значним завдання було пошук відповідних стандартів та прикладів їх застосування.

Окремою проблемою у роботі над збіркою був дизайн обкладинки. В силу обмежених ресурсів, я не міг винайняти окремого художника та замовити готову обкладинки. Так само я не мав потужного технічного обладнання, а мої навички дизайну обмежувалися лише основами, здобутими на першому курсі навчання. Тому, мною та моїм науковим керівником було прийнято рішення звернутися до штучного інтелекту задля генерації ідей дизайну обкладинки, що я міг би виконати

власноруч і заодно з цим продемонструвати здобуті навички дизайну.

Генерація ідей зайняла довгий час, близько двох тижнів, оскільки технологія штучного інтелекту досі перебуває на стадії розвитку. На додачу до цього, проблему становило і те, що для якісної роботи мені декілька разів доводилося ретельно нагадувати програмі тематику та жанр моєї збірки. Штучний інтелект, як виявилося досі є слаборозвиненим у цьому питанні, оскільки найбільш поширеними ідеями, що він згенерував були доволі банальні ідеї замків, драконів, міфічних істот тощо. Але за результатами цієї генерації, мені вдалося відібрати дві найкращі ідеї дизайну, що максимально відповідали б змісту твору.

Перша – схрещена зброя: списи, мечі, або сокири. Головна суть такого дизайну полягала у тому, що один умовний спис чи меч мав бути зображений зламаним, тріснутим, на той момент як інший мав бути цілим та гарним. Такий дизайн мав відображати ідею росту через подолання слабкостей, помилок та невдач, і загалом умовні «злети після падіння».

Другою ідеєю було зображення двоголового звіра, чиї голови постійно дивляться в різні боки. Така ідея дизайну, окрім очевидної алюзії та сатири на герб російської федерації, що є державою-агресором у сучасній війні проти України, також мала нести відображення проблеми, яку неможливо подолати одній людині. Планувалося зобразити істоту, як постійно готову як до захисту, так і до нападу, без слабких місць чи, так званих, «сліпих зон». Це б відповідало другій ідеї видання, а саме подолання стереотипів про те, що з усіма проблемами треба боротися самотужки.

Після тривалих роздумів та кількох чорнових замальовок обох ідей спочатку було прийнято рішення об’єднати їх в одну. Проте тоді виникла проблема з грамотним поєднанням цих ідей.

У дизайні персонажів прийнято використовувати умовні трикутні форми для відображення агресивності та небезпеки істоти [15]. Найбільш оптимальне рішення до якого я дійшов, було зобразити монстра у формі звивистою змії з двома головами. Таки варіант давав додатковий простір для творчості, адже дозволяв би

використати різні орнаменти при оформлені. На жаль, пошук цих орнаментів і спроби зобразити усе гарно і якісно зайшли у глухий кут і потребували більшого часу ніж я мам. Саме тому, за принципом «роби це якісно, або не роби зовсім» було вирішено обмежитися тільки першою ідеєю.

Також окремої уваги під час дизайну потребувала кольорова гама обкладинки. Основним кольором було обрано синій, як колір спокою і тиші, що мало б зацікавити цільову аудиторію . «Синій– символ вірності, задуми, довір'я і безкінечності. Як безконечними бачиться морська далечінь і небесна глибина. Він настільки серйозний, що аж холодний. ньому – і фарби моря, і прохолода землі», як зазначається у матеріалі «Символіка кольорів у літературі» від освітнього проєкту «На Урок» [10]. Маючи синій за основний колір, та тему патріотизму, як одну з переваг мого видання на сучасному ринку, логічним продовженням було обрати жовто-золотий колір для ілюстрації на кольору тексту якими було написано назву збірки та автора. Цікаво також зазначити сприйняття золотого та жовтого кольорів у культурі: «Золотий – символ святості. Він також символізує Сонце і багатство. Та золотий колір має бути чистим, а багатство – духовним»; знову таки, матеріал «Символіка кольорів у літературі» від освітнього проєкту «На Урок». Після цього лишалося тільки підібрати колір для логотипу видавництва та тексту, яким буде написано анотацію за звороті книжки. Маючи темно-синій за основу підібрати контрастний колір, щоб буде легко читатися не складало проблем. Для цієї мети було обрано білий колір.

Сама ж робота над дизайном обкладинки відбувалася у програмах сімейства Адоб, а саме у програмах Адоб Ілюстратор, Адоб Індизайн та Адоб Фотошоп. Їх я обрав у силу того, що за час навчання, здобув великий досвід у їх використанні. І попри те, що зараз є більш доступні засоби, такі як наприклад Фігма, що є інтернет-ресурсом, а відповідно має більшу доступність, оскільки не треба встановлювати жодних програм, а всі роботи зберігаються у хмарному середовищі, тобто доступ до них можна отримати з будь-якого комп'ютера, чи навіть телефона, варто лише увійти в особистий кабінет. Попри наявність таких ресурсів, я все ж

обрав більш спеціалізовані програми. По-перше, Фігма є відносно молодою програмою, в ній присутні певні незручності та недоліки що ще виправляються. Програми сімейства Адоб такої проблеми не мають, це ресурси зі позитивною та стабільною репутацією, вони надійні, вони відомі, і що найважливіше, у випадку проблемних ситуацій, знайти рішення до них у вільному доступі значно легше. По-друге, оскільки усю роботу над проєктом виконував я сам, і в силу моїх технічних умов, така широкодоступність як у Фігми мені просто не була потрібною. Маючи доволі легкий ноутбук я міг спокійно брати його з собою куди завгодно, і працювати над проєктом буквально будь-де і будь-коли. Подібні місця не завжди мають власне найголовнішої умови для роботи в інтернет-ресурсах – надійного інтернет-з'єднання. Але зі встановленими програмами на комп'ютері, єдиними обмеженням для мене був заряд батареї на ноутбуці.

У програмі Адоб Ілюстратор я займався дизайном головної ілюстрації. Загалом це не було чимось складним, особливо після того, як була визначена основна ідея, над втіленням якої я працював. Це зайняло кілька спроб і пару днів, щоб довести усе до ідеалу, але по завершенню я мав авторський дизайн, яким я цілком був задоволений. Після того, усі основні частини дизайну були готові, у програмі Адоб Індизайн мною був зверстаний макет до друку. Варто зазначити, оскільки моє видання матиме саме тверду палітурку, а не м'яку обкладинку, під час верстки варто було враховувати місце на загин, які мали б загинатися і переклеюватися власне до самої палітурки, а також врахувати робочі поля тощо [5]. Оскільки цією програмою я майже не користувався після завершення модуля з її вивчення на першому курсі, мені довелося багато чого згадувати і шукати приклад так схеми на різних інтернет-джерелах і ресурсах, що були у вільному доступі. Після завершення роботи над макетом, у програмі Адоб Фотошоп я підготував приклад того, як обкладинка буде повинна виглядати на вже надрукованому виданні. Під час роботи над прикладом я надихався Видавництвом Старого Лева і тим, як вони створюють подібні зображення, часто не маючи на руках ще повністю надруковане видання. Такий метод передбачає демонстрацію лише титульної

сторони обкладинки та окремо корінця, наче одразу показуючи потенційному покупцю дві основні сторони обкладинки, на які буде звертатися найбільше уваги. Приклад подібної демонстрації можна побачити на рис. 2.1 нижче.

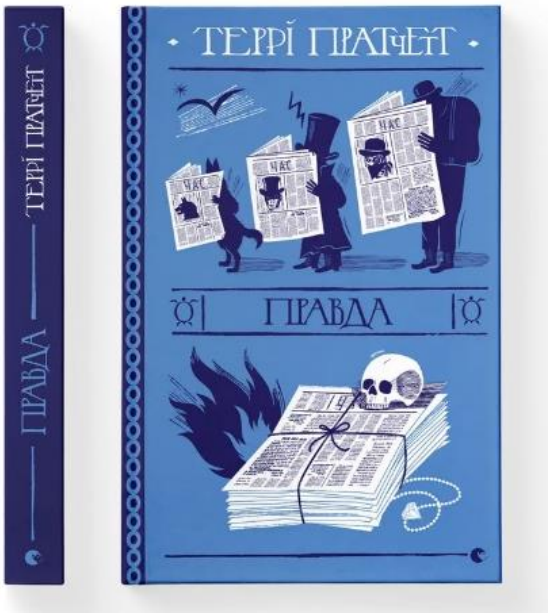


Рис. 2.1 Приклад зображення титульної сторони обкладинки та корінця видання «Правда» Террі Пратчетта, рік видання 2020.

Останнім, але не в останню чергу варто згадати також процес добірки шрифтів. В силу обмеженості бюджету та маючи першочергово на меті продемонструвати здобуті за час навчання навички, я шукав безкоштовні шрифти, що були у вільному доступі. Через інтернет-ресурс Рентафонд . Мені вдалося підібрати шрифт «Ассія Піано» [7] для основного тексту і шрифт «Голос» [1] для напису назви видання. Обидва ці шрифти є безкоштовними і для загального користування, що ідеально підходило для моєї потреби.

Звісно, якби це видання створювалося з повноцінним бюджетом і для масового продажу, а не лише в науково-демонстративних цілях, я б винайняв окремих редакторів для вичитки та редакції моїх творів, художника чи дизайнера для кращої обкладинки і так само, придбав би більш гарні та якісні шрифти.

2.3 Економічні аспекти реалізації проекту

З метою розрахунків економічних аспектів я звернувся до спеціалізованих друкарень. Основною проблемою тут було знайти тих, хто працював би з моїм форматом, адже мало того, що більшість з цих друкарень орієнтовані на широку

аудиторію і не використовують професійних термінів, обмежуючись простими «А5», «А4» тощо, так в додачу цьому найменший з доступних форматів був якраз таки «А5», тобто той, що ближчий до формату 60*90/16. Такий формат є у два рази більшим за той, який запланований у моєму виданні, а саме 60*90/32.

Але оскільки в реальних умовах я не маю змоги замовити наклад і на 50 примірник, а з метою демонстрації здобутих за час навчання навичок, усю решту роботи, як-то вичитка, редагування, верстка та коригування, оскільки усе це було виконано мною, розрахунок економічних аспектів проєкту буде наведено теоретично. Знову ж таки, аби наочно продемонструвати здобуті навички бізнес-планування, знання у економії та видавничих витратах.

Почнемо з початку, а саме з ціни на вичитку, редагування та верстку і корегування. Поспілкувавшись зі спеціалістами, я дізнався, що ціна на редагування одного листа формату А5 коштує близько 20 гривень. Оскільки моє видання налічує 160 сторінок і має удвічі менший формат, маємо наступний розрахунок:

$160 \times (20 \div 2) = 1600$ гривень – ціна редагування.

Схожа цінова політика і у верстальників. Таким чином, сумарні редакційні витрати можна записати у сумі 3200 гривень.

Далі рахуємо ціну друку. Приватні друкарні [2] що працюють з моїм форматом мають хороші знижки на великі оптові замовлення. До прикладу, якщо замовити наклад у 100 примірників, ціна друку буде становити 16140 гривень, тобто 161,40 гривень за примірник. Звісно, завдяки малому формату, збереження всього накладу можна організувати хоч у дома, що позбавляє потреби витрат на оренду складного приміщення. Але з такими розцінками нам складно буде втримати конкурентну спроможність, адже окрім ціни на друк ми маємо врахувати виплати редакторам і верстальникам, врахувати гонорар, витрати на рекламу та промоцію тощо, тобто матимемо наступні розрахунки:

$$\frac{\text{Редакційні витрати} + \text{ціна друку} + \text{гонорар у розмірі } 10\% + \text{витрати на рекламу}}{\text{Наклад}} =$$

$$= \frac{3200+16140+10\%+4500}{100} = \frac{3200+16140+1934+4500}{100} = \frac{25774}{100} \approx 260$$ гривень ціна одного примірника.

Така ціна є вкрай не вигідною і не конкурентоспроможньою, оскільки ціни на певні твори, більшого формату починаються вже від 300 гривень. За таких умов перед покупцем стоятиме простий вибір: невеличка збірка за 260 гривень, чи повноцінне видання за трохи більшу суму. Висновок, нам треба зменшити ціну.

Оскільки найбільшим джерелом витрат є саме друк, а як було зазначено вище, друкарні роблять знижки на більші наклади, припустімо ми замовимо друк

на 100 а 1000 примірників. Тоді ми маємо наступну ситуацію: друк 1000 примірників ця друукарня виготовить за 40300 гривень. Сума ледь чи не втричі більша за ціну для 100 книжок, але собівартість 1 видання падає зі 161 гривні до 40 гривень. Таким чином маємо наступні розрахунки:

$$\frac{\text{Редакційні витрати + ціна друку + гонорар у розмірі 10\% + витрати на рекламу}}{\text{Наклад}} =$$

$$\frac{3200 + 40300 + 10\% + 4500}{1000} = \frac{3200+40300+4350+4500}{1000} = \frac{52350}{1000} \approx 52$$ гривні ціна на один примірник.

Така низька собівартість не лише чудово відповідає нашій місії по створенню дешевого компактного видання малого формату, але і дає простір для окупності.

Припустімо, ціна продажу 1 примірника буде становити 100 гривень. Таким чином, за умови продажу усього накладу в 1000 примірників ми матимемо суму від продажів 100000 гривень. Вираховуємо суму що буде витрачена на створення і друк усього накладу, тобто 100000 – 52350, і маємо 47650 чистого прибутку. І це лише за ціни в 100 гривень за примірник ми не лише покрили витрати, а і заробили майже таку саму суму.

Отже, в результаті можемо визначити, що випуск такого видання є прибутковим.

РОЗДІЛ 3. ПРОСУВАННЯ ВИДАННЯ НА РИНКУ

3.1 Шляхи розповсюдження видання

Як вже і було зазначено, у поточному становищі, де все робилося самостійно, доступними методами промоції та просування видання лишаються тільки літературні спілки, клуби та інші місця для початківців та авторів-аматорів.

Проте з метою демонстрації здобутих навичок пропоную розглянути як би відбувалась промоція без таких обмежень, що є у мене зараз.

По-перше, варто одразу акцентувати увагу цільової аудиторій на сильних сторонах мого видання, якими є:

1. Малий формат, що зручний для читання і не займає багато місця;
2. Низька в порівнянні з конкурентами ціна, що робить видання більше доступним;
3. Авторська українська література, попит на яку зріст з початку повномасштабного вторгнення на територію України 2022 року;
4. Популярність фентезі як жанру також є доволі високою, серед художньої літератури.

Також важливою буде й інтернет-присутність видання. Сторінки у соцмережах, де я міг би поширювати якісно зачитані уривки твору, для подібного контенкту чудово підійшли б такі соцмережі як Інстаграм та Ютюб; викладати фото за відео з зустрічей з тими ж спілками та клубами, для подібних цілей можна скористатися як і тим же таки Інстаграмом так й іншими соцмережами. Можливо сторінки на Фейсбук, канали на платформах Вайбер та Вотсап дозволять активно публікувати новини стосовно видання та підтримувати прямий контакт з аудиторією. Мережу ТікТок, що, на жаль, також є доволі популярною ми не розглядаємо, в силу того, що це соцмережа комуністичного Китаю, стратегічного союзника російської федерації, а це іде в супереч нашої ідеї патріотизму.

Окрім цього, також можна було б надіслати копії рукописів видавництвам, що мають великий асортимент художньої літератури, і фентезі в тому числі. До прикладу можна навести видавництва Віват, Фабула, Видавництво Старого Лева тощо. Шансів пройти конкурс з першої спроби мало, але вони також є і за належної комунікації та роботи над помилками, я вважаю це цілком можливим.

Відповідно до цього, якщо одне з видавництв прийме рукопис до друку, тоді можливе і просування через повноцінні книгарні, такі як Книгарня Є, Якабу тощо, або ж, через приватні книгарні, але це будуть одиничні випадки, кожен з яких доведеться розглядати окремо.

Підсумовуючи усе вище сказане, моє задача – створити атмосферу навколо книги, зробити її помітною в інтернеті та соцмережах. Література жанру фентезі має потужну спільноту фанатів [8] – головне пробитися до неї. З низькою ціною та вдалою промоцією, це є цілком можливим.

3.2 Концепція промоції видання

Із наведених вище тез, один з найпростіших методів промоції видання це просування книги через особисту сторінку автора, тобто мою сторінку. Нижче, на рисунку 3.1, можна побачити приклад такої промоції через соціальну мережу Інстаграм. Такий метод дозволить напряму контактувати з моєю цільовою аудиторією, а також, висвітлювати моменти що найбільш привертатимуть увагу до видання, як-то обкладинки, цитати тощо.

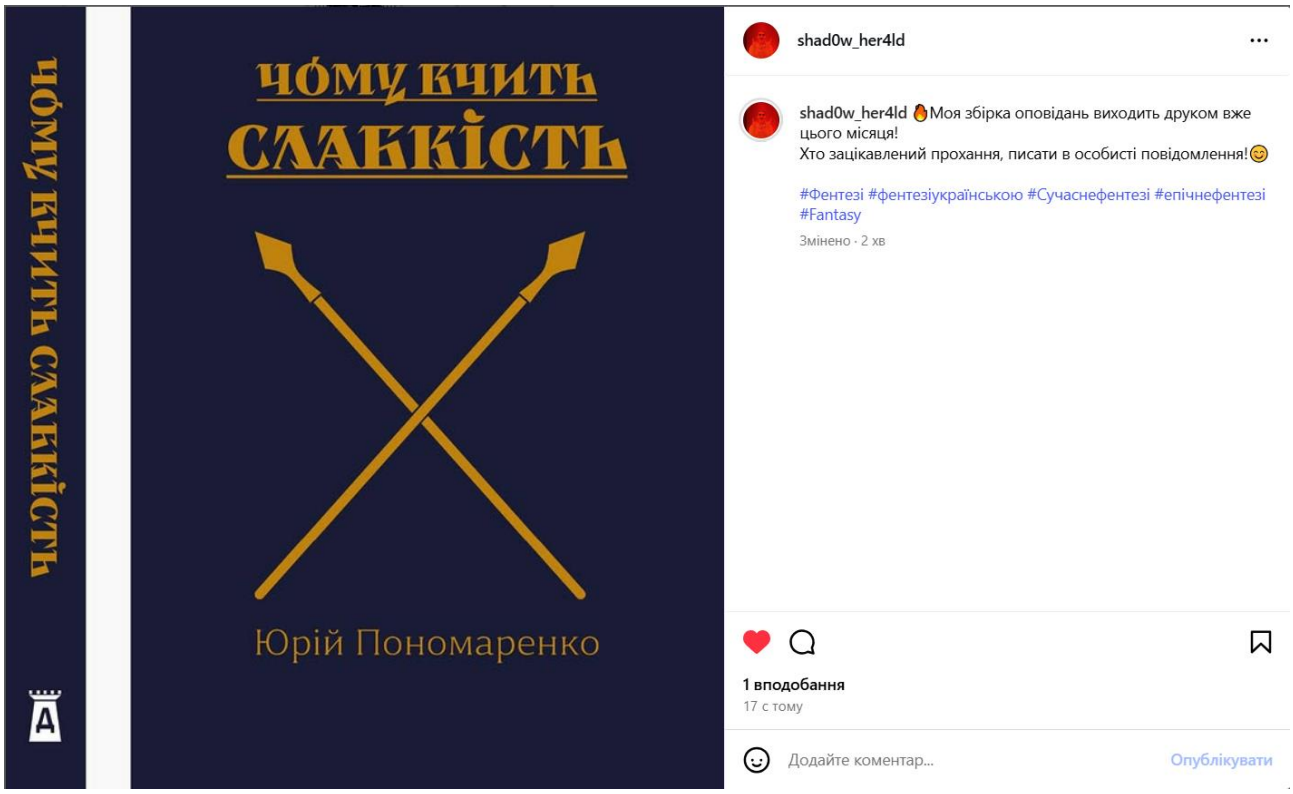


Рис. 3.1 **Просування видання через сторінку автора у соцмережі Інстаграм.**

Також, для Інстаграму можна знайти людину, що професійно займається озвученням та дубляжем, або принаймні вчиться на подібній спеціальності. За такої співпраці можна організовувати аудіо-записи різних уривків зі збірки, як-то наприклад комічних моментів. Подібна співпраця може бути особливо вигідна у випадку студента, що якраз здобуває освіту в цій галузі. Тоді для нього це досвід та практика, а для нашого проєкту дешевий метод креативного просування.

Або ж навпаки, можна зробити запис саме авторського читання першого оповідання збірки і викласти його у вільний доступ. Платформа

Інстаграм для цього не дуже підійде, хіба що для публікації уривків, але зі створенням, наприклад, каналу на Ютюб, така публікація може не лише зацікавити потенційну цільову аудиторію але й не матиме негативного впливу на продажі, адже зацікавленні однаково куплять повну збірку, включно із тим першим оповіданням, запис якого вони чули у вільному доступі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Альона Користа, шрифт «Голос», 2023. Рентафонт / Шрифтовий веб-сервіс Рентафонт. URL: https://rentafont.com.ua/fonts/holos (Дата звернення 10.05.2025).

2. Друк книг. Прінтстор Груп / ТОВ “Прінтстор Груп”. Київ 2013-25. URL: https://printstore.com.ua/on-lajn-kalkulyatory/books/# (Дата звернення 22.05.2025).

3. ДСТУ 4861:2007. Видання. Вихідні відомості. Київ, 2009. 50 с.

4. Майстер Книг : [Формати (розміри) книг]. Київ, 2025. URL: https://masterknyg.com.ua/formaty-rozmiry-knyg/ (дата звернення: 21.03.2025)

5. Макет обкладинки. Діджибукс Прес / ТОВ «Діджибукс Прес». Олександрія, 2025. URL: http://digibookspress.com/index.php/uk/useful-information/spine-thickness-calculator (дата звернення: 07.05.2025).

6. Методика визначення обсягу авторського і видавничого оригіналів. Книжкова палата України імені Івана Федорова / Державна наукова установа «Книжкова палата України імені Івана Федорова». Київ, 1919–2025. URL: http://www.ukrbook.net/zakony/metodyka.htm (Дата звернення 26.05.2025).

7. Мінт Тайп (Андрій Константинов), шрифт «Accia Піано» 2021. Рентафонт / Шрифтовий веб-сервіс Рентафонт. URL: https://rentafont.com.ua/fonts/accia-piano (Дата звернення 10.05.2025).

8. ЛБ.юа : ТОП-5 жанрів, які читають в Україні у 2024 році, URL: https://lb.ua/society/2024/10/28/642085_top5_zhanriv_yaki_chitayut_ukraini.html (дата звернення: 28.10.2024).

9. Опитування «Зручність читання» : [інтернет-ресурс Гугл Форми]. 2025. URL: https://docs.google.com/forms/d/1oyCb0v1zAfiB-BoFywr7zJfqx1TZ4v3Yjiwsf-RHweM/edit#responses (Дата звернення 26.05.2025).

10. Освітній проєкт «На Урок» : [Символіка кольорів у літературі], 17.01.2021, URL: https://naurok.com.ua/simvolika-koloriv-u-literaturi-214570.html (дата звернення: 29.04.2025).

11. Ти як?: Українці відчувають стрес і тривогу, але обирають конструктивні копінгові стратегії реагування на ці стани, URL: https://howareu.com/news/ukraintsi-vidchuvaiut-stres-i-tryvohu-ale-obyraiut-konstruktyvni-kopinhovi-stratehii-reahuvannia-na-tsi-stany (дата звернення: 31.01.2025).

12. Умовний друкований лист. Перша зразкова друкарня / ТОВ «Перша зразкова друкарня». Харків, 2009–25. URL: https://exp-print.com.ua/news/umovniy-drukovaniy-list/ (дата звернення: 29.05.2025).

13. Шевченко В. Е. Аркуш. Велика українська енциклопедія / Електронна версія «Великої української енциклопедії». Київ, 2015–25. URL: https://vue.gov.ua/%D0%90%D1%80%D0%BA%D1%83%D1%88 (дата звернення: 29.05.2025).

14. Якабу: Художня Література, Книги Проза, Фентезі, Хіт продажів URL: https://www.yakaboo.ua/ua/knigi/hudozhestvennaja-literatura/proza-zhanry-i-techenija/fjentezi.html?is_top_sale=true (дата звернення: 05.05.2025).

15. Why is shape language so important? (2022), «21 Draw» available at: https://www.21-draw.com/why-is-shape-language-so-important/ (accessed: 29 April 2025).

16. Three years of war: rising demand for mental health support, trauma care and rehabilitation, (2025), «World Health Organization» available at: https://www.who.int/czechia/news/item/24-02-2025-three-years-of-war-rising-demand-for-mental-health-support-trauma-care-and-rehabilitation (accessed: 24 February 2025).

ДОДАТКИ

Додаток А.

Зразки обкладинки

Додаток А1

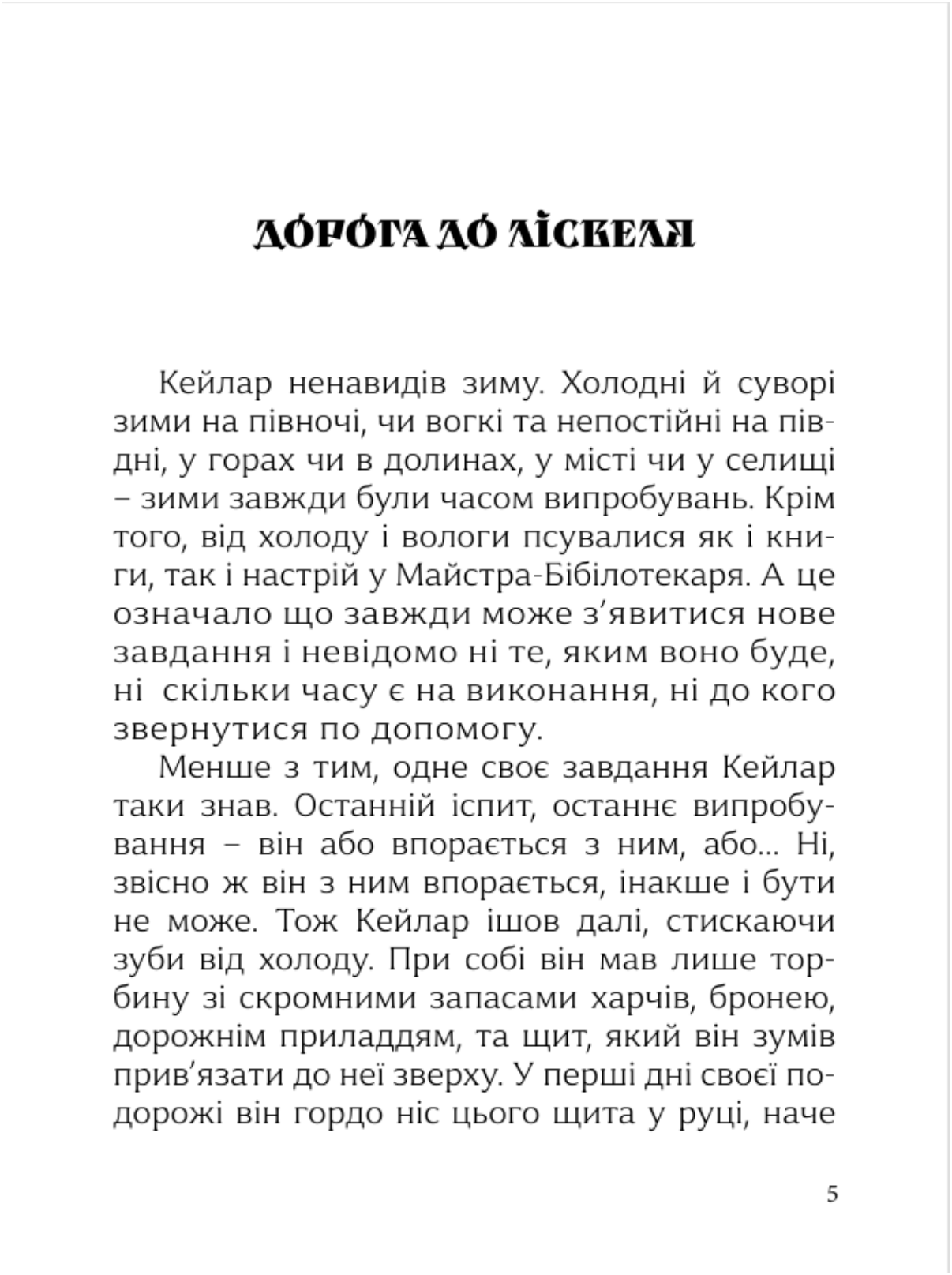
Рис А.1 **Зразок зверстаного оригінал-макету обкладинки видання.**

Рис А2 **Зразок титульної сторони обкладинки та корінця.**

Додаток Б

Зразки верстки видання

Додаток Б1



ДОРОГА ДО ЛІСКЕЛЯ

Кейлар ненавидів зиму. Холодні й суворі зими на півночі, чи вогкі та непостійні на півдні, у горах чи в долинах, у місті чи у селищі – зими завжди були часом випробувань. Крім того, від холоду і вологи псувалися як і книги, так і настрій у Майстра-Бібілотекаря. А це означало що завжди може з'явитися нове завдання і невідомо ні те, яким воно буде, ні скільки часу є на виконання, ні до кого звернутися по допомогу.

Менше з тим, одне своє завдання Кейлар таки знав. Останній іспит, останнє випробування – він або впорається з ним, або... Ні, звісно ж він з ним впорається, інакше і бути не може. Тож Кейлар ішов далі, стискаючи зуби від холоду. При собі він мав лише торбину зі скромними запасами харчів, бронею, дорожнім приладдям, та щит, який він зумів прив'язати до неї зверху. У перші дні своєї подорожі він гордо ніс цього щита у руці, наче

5

Рис Б.1.1 **Приклад верстки сторінки першого оповідання.**

демонструючи усьому світу символ своєї віри і храму, в якому він провів усе своє свідоме життя. Проте, вже зовсім скоро Кейлар вирішив за краще мати у руці якогось посох, а щит буде добре почуватися і на торбині.

«Я не маю права на втому, – повторював він собі. – Втома є проявом слабкості. Слабкість є неприпустимою. Хвороба починається зі слабкості тіла. Зі слабкості духу віра перетворюється на сліпоту. Зі слабкістю розуму мудрість стає божевіллям. Слабкості не буде місця ні в моєму тілі, ні у душі, ані в думках».

Втім, його тіло навряд чи погодилося з цією мантрою. За час подорожі, Кейлар пережив пару завірюх, він вибився з графіку і, що важливіше, в нього закінчувалася їжа. Можна скільки завгодно муштрувати себе вірою, проте порожній шлунок – це порожній шлунок, з усіма наслідками. Можливо саме через це, можливо через релігійні настанови, які Кейлар постійно повторював собі подумки, а може через втому чи погоду, або усе це одразу, але він зауважив щось у себе за спиною, лише коли в землю поруч з ним вп'явся арбалетний б олт.

– Ти там глухий чи що?! – пролунав з-за спини грубий хрипкий голос. – Ану стій де стоїш, або ж

наступним болтом я продірявлю тобі довбешку!

Кейлар слухняно зупинився.

«Кроків я не чув, – швидко думав він, – ворог, можливо, не один».

Тож він повільно здійняв руки над головою і потроху почав розвертатися. Позаду нього був... Віз? Ні, сани. Старі дерев'яні сани із запряженим у них конем, схоже теж старим. На санях Кейлар розгледів кілька фігур. Двоє з них направили на нього арбалети. Зброя була вже заряджена.

«Підпустити отакий балаган, ще й так близько до себе і не помітити? – подумки вилаявся Кейлар. – Що б мені за таке сказали наставники?»

– Ти хто такий?! – крикнув йому один з саней. – Куди, звідки йдеш?! Чому?! Ти один?! Що ти тут забув у таку погоду? Відповідай!

– Та до міста він йде, йолопе, у цієї дороги лише один напрямок. До міста, до Лісвеля,– трохи роздратовано відповів йому інший, котрий тримав віжки. Кейлар розгледів, що на відміну від решти, цей ліниво палив собі люльку і видавався байдужим до всього. – А от інші питання справді добрі. Ти що за один, хлопче?

– Панове! – почав відповідати Кейлар. – Хай благословлять боги ваш дім і ваш...

Рис Б.1.2 **Приклад зверстаного розвороту видання.**