

**КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА
ГРІНЧЕНКА**

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ

Кафедра медіапродюсування та видавничої справи

Створення художнього видання «І навіть чари не допоможуть»

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

Студентки групи ВСРб-2-21-4.0д.
денної форми навчання

спеціальність: 061 Журналістика

освітня програма: 061.00.03

«Видавнича справа та редагування»

Сівакова Тетяна Юріївна

Науковий керівник:

доктор історичних наук, професор

Шпак Віктор Іванович

КИЇВ 2025

ЗМІСТ

ЧАСТИНА I. РЕЗЮМЕ ПРОЄКТУ	Анотація проєкту	3
ЧАСТИНА II. ОБГРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ		5
Вступ		5
Розділ 1. Теоритичне обґрунтування проєкту.....		7
1.1 Дослідження видавничого ринку та особливості аудиторії		7
проекту		7
1.2. Аналіз конкурентного середовища		10
Розділ 2. Техніко-економічні характеристики друкованого видання		13
2.1. Загальні характеристики видавничого продукту.....		13
2.2. Редакційно-видавничий комплекс підготовки проєкту		15
2.3. Економічні аспекти реалізації проєкту		17
Розділ 3. Просування видання на ринку		19
3.1. Шляхи розповсюдження видання.....		19
3.2. Концепція промоції видання.....		20
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....		23
ДОДАТКИ		25

ЧАСТИНА I. РЕЗЮМЕ ПРОЄКТУ

Анотація проєкту

В'єн Габрієла, Лазар Дарія. Київ: Видавництво «Лиса Гора», 2025. 172 с.

«І навіть чари не допоможуть» – художнє друковане видання у жанрі фентезі-детектив, який порине вас у світ загадок та магії. У нікому не знаному місті Реклебург, з'являються раси усіх магічних істот з ними ж головна героїня – Габріель В'єн, темна відьма. Разом з іншими жителями містечка їй доведеться дізнатися всі загадки покинутого міста. Та темні чари все більше поглинають силу відьми. Чи зможе вона віднайти світлий шлях у Реклебурзі, побачивши істину серед брехливих видінь?

Авторки: Габрієла В'єн та Дарія Лазар. Місце видання: Київ. Обсяг 200 сторінок. Наявні QR-коди. Формат: 60х90/14. Форма: друковане видання. Жанр: фентезі-детектив. Призначення: літературно-художнє видання.

Короткий опис: З кожним роком цікавість до фентезі все більше зростає серед українського суспільства. На книжковому ринку, ця тема не є актуальною серед українських авторів, тому читачі звертаються до зарубіжної літератури, де підняті актуальні проблеми суспільства, теми нерівності та цікаві герої.

Моє видання закриває потребу у фентезі від українського автора з сучасними проблемами суспільства та незвичними героями не запозичених з фольклору. А також за допомогою QR-кодів допомагає глибше зануритись в атмосферу магічного світу. Цільовою аудиторією «І навіть чари не допоможуть» є люди віком 18–35 років. Вони є читачами жанру фентезі, захоплюються магічними світами, люблять поринати в атмосферу книжки та шукати деталі, які приводять до розв'язки.

Мета проєкту – створити друковане літературно-художнє видання у жанрі фентезі-детектив «І навіть чари не допоможуть». Цілі проєкту включають: редагування тексту; створення ілюстрацій; верстка макета для друку; друк видання; промоція проєкту у соціальних мережах.

Надалі твір «І навіть чари не допоможуть» може бути адаптований в електронне видання, а також планується переклад на англійську та французьку мову.

ЧАСТИНА II. ОБГРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

Вступ

Актуальність проєкту: Фентезі залишається одним із популярних жанрів на сучасному книжковому ринку. Про це свідчать результати опитування, проведеного на платформі «Yakaboo», яке визначило найбільш запитувані категорії літератури, серед яких 18% опитуваних обрали саме фентезі.

Дослідження Українського інституту книги демонструє, що молодь в Україні також цікавиться саме жанром фентезі. Проте вони зазначають, що більшість прочитаних ними фентезі-історій це переклади, а не оригінальні твори українських авторів.

Запити на форумах та блогах, таких як форум «БараБука», свідчать про інтерес читачів до складних фентезійних сюжетів з глибокими героями. Вони хочуть бачити більше українських історій з різноманітним магічним персонажів.

Мій проєкт «І навіть чари не допоможуть» закриває потребу читача, адже в ньому я поєдную більшість магічних істот, таких як: вампіри, відьми, перевертні, примари, фейрі, демони та ангели. У творі чудово представлено таємничу атмосферу занедбаного міста та складні моральні дилеми персонажів. Піднято багато проблематик, таких як: проблематика ЛГБТК+, проблематика нездорових взаємовідносин у шлюбі, аб'юз, проблематика батьки-діти, тема релігії. За допомогою QR-кодів читач може прослухати музику, яка грала у сцені під час діалогів, танців та інших подій, завдяки чому ще більше зможе зануритись в атмосферу твору.

В кінці видання представлені QR-коди з ілюстраціями головних героїв.

Мета проєкту: Створити художнє друковане видання «І навіть чари не допоможуть».

Місія створення полягає у тому, щоб створити цікаве фентезі видання від українських авторок, з різноманітними магічними персонажами, для просування української літератури на книжковому ринку.

Завданнями мого проєкту є: аналіз ринку та конкурентів, підготовка до редагування і коректура, виготовлення оригінал-макета видання, розробка системи монетизації та просування проєкту.

Розділ 1. Теоритичне обґрунтування проєкту.

1.1 Дослідження видавничого ринку та особливості аудиторії

проєкту

Переглянувши наявні твори у жанрі фентезі на платформах видавництва та книгарень, можна зробити такі висновки щодо цільової аудиторії:

Фентезі видання орієнтуються здебільшого на підлітків, приваблюючи її складними, захопливими сюжетами та різноманітністю героїв.

Для молодшої аудиторії віком від 18 до 25 років автори та авторки фентезі пропонують теми кохання, проблем у стосунках, зокрема таких як: аб'юз, зрада та нездорова залежність від партнера.

Для дослідження цільової аудиторії проєкту я скористалась допоміжним інструментом Value Proposition Canvas (укр. Канва ціннісної пропозиції).

Ціннісна пропозиція книжки:

Продукт: друковане видання у жанрі фентезі-детектив «І навіть чари не допоможуть». Його особливостями є QR-коди, соціальні теми, різноманітність магічних рас серед персонажів та український контент. Створення вигоди (Gain Creators): Видання підіймає актуальні теми в суспільстві; Фентезі на зарубіжний лад; Глибоке занурення в атмосферу твору за допомоги музики у розділах.

Полегшення болів (Pain Relievers): Якісне фентезі на українському книжковому ринку; Різноманітність магічних персонажів; Пропонує інтерактивний досвід через QR-коди, що є унікальним для друкованого видання.

Сегмент читачів:

Завдання (Jobs to be Done): Знайти фентезі від українських авторів, з багатогранними персонажами; Почитати якісне видання в улюбленому

жанрі, в якому є деталі детективу; Бути толерантним ознайомлюючись з соціальними темами та дізнаючись більше про культуру ЛГБТК+ спільноти; Навчитися занурюватись у магічних світ твору.

Болі (Pains): Книжковий ринок наповнений зарубіжним фентезі; Не цікаві герої або однакові персонажі; Українські автори не готові підіймати соціальні теми, такі як рівність, різноманітність орієнтації головних героїв, аб'юз у відносинах; Важко занурюватись у атмосферу видання, відчуті головних героїв;

Вигоди (Gains): Українське фентезі, від авторок з України; Розмаїття персонажів; У творі підняті важливі теми; Можливість прослуховування музики, для більшого занурення в атмосферу твору. Мелодії обрані згідно з атмосферою та подіями, які відбуваються. Наприклад, у десятому розділі грає мелодія у жанрі джазу, щоб показати радісний та трохи грайливий стан героїв. У шостому розділі було обрано драматичну мелодію, для висвітлення напруженості діалогу та стану персонажів.



Рис 1.1. Канва ціннісної пропозиції

Окрім Канви ціннісної пропозиції, я також проаналізувала архетипи своїх майбутніх читачів. Перший архетип – закохані. Це категорія читачів,

які надають перевагу у творі романтиці та емоційній близькості з переживаннями у стосунках. Видання «І навіть чари не допоможуть» робить великий акцент на лінію кохання між персонажами. У творі порушенні проблематики: зради та орієнтації персонажів, не здорова прив'язаність до партнерів, що є цікавим для цього архетипу.

Другим архетипом є – маг. Люди з даним архетипом досить творчі та їх цікавить жанр фентезі, адже в ньому наявні магічні елементи. Для таких читачів ми створили свою інтерпретацію здібностей та класифікацій героїв. Наприклад, персонажі, які мають магічні здібності поділяються на дві категорії: чаклуни/чаклунки та відьмаки/відьми. Вирізняє їх між собою магія, яку вони обрали. Чаклуни належать до світлої магії, вони слабкіші за відьом, займаються травництвом та використовують заклинання мовою оригіналу. Відьми належать до темних сил, вони живуть довше за чаклунів, адже використовують різні ритуали для продовження молодості. Їх заклинання мають більшу силу, мовою яких є латинь.

Третій архетип – шукач. Це читачі, які прагнуть знайти щось нове, досліджувати світ разом із персонажами. Цьому архетипу найбільше сподобаються елементи детективу, наявні у виданні, та пошуки відповідей разом з героями твору.

У підсумку цільовою аудиторією видання «І навіть чари не допоможуть» є молодь та дорослі, які люблять фентезі жанр з цікавими персонажами різних магічних рас і хочуть підтримувати український книжковий ринок. Ці люди активно цікавляться соціальними проблемами у суспільстві, намагаються їх вирішити або бути освіченими у цій темі. Їм подобається занурюватись та досліджувати магічний світ, його жителів. Вони шукають щось нове на видавничому ринку, тому залюбки спробують представлені інтерактивні елементи у вигляді QR-кодів.

1.2. Аналіз конкурентного середовища

Проаналізувавши видання у видавництвах «Віват» та «Клуб сімейного дозвілля», а також асортимент фентезі видань у «Книгарня Є», я виокремила наступних конкурентів.

В розділі популярних творів на сайті «Книгарня Є» я виділила два бестселери у жанрі фентезі. Обидва твори видані видавництвом «Віват». Першим є «Двір шипів і троянд. Книга 1» авторки Сари Джанет Маас, орієнтований на цільову аудиторію віком 20–30 років. Другим є «Жорстокий принц. Книга 1» Голлі Блек, що позиціонується як підліткове фентезі. Наші твори об'єднує спільна тематика – світ фейрі (чарівні істоти, що поєднують у собі елементи людського та надприродного). Вони набувають наразі особливої популярності у творах цього жанру.

Видавництво «Віват» також виокремлює твори в жанрі фентезі серед найбільш популярних за рівнем продажів. Нині на сайті видавництва виділено три романи: «Балада про недовго й нещасливо (Одного разу розбите серце №2)» та «Одного разу робите серце №1» Стефані Гарбер. Твори авторки орієнтовані на молодь віком від 18 до 25 років та зосереджені на висвітленні проблем у коханні, зради, нездорової емоційної залежності у стосунках, що є схожим на тематику мого видання.

Другою книгою є «Таємниці маєтку шипів» авторки Маргарет Роджерсо, спрямована на підліткову аудиторію. Події твору відбуваються в старому будинку, де герої мають об'єднати свої сили проти зла. Наші теми схожі, адже події мого видання здебільшого відбуваються в старовинному палаці і герої мають віднайти та протистояти злу протягом усього твору.

Аналіз пропозицій видавництва «Клуб сімейного дозвілля» у жанрі фентезі виокремлює два твори від авторки Тагере Марі «Знищ мене» та «Розгадай мене». Це серія книжок, які стали бестселерами серед підліткової аудиторії. Авторка підіймає у своїх творах актуальні теми

самопошуку та ідентичності, що робить наші видання схожими. Головна героїня «І навіть чари не допоможуть» Габріель В'єн також шукає себе протягом усього твору. Вона хоче стати на сторону світлив сил та звертається до релігії, намагається опанувати свою нову магію, як і героїня творів Тагере Марі.

Окрім аналізу фентезі видань, я також переглянула представлені твори на книжковому ринку з QR-кодами. Наразі в Україні існує два таких видання. «Книга Шевченко на кожен день: з Яніною Соколовою» від видавництва «Фоліо», а також «Моцарт 2.0» від «Видавництва Старого Лева». Але наразі не існує жодного художнього видання з таким інтерактивним елементом, що лише підтверджує актуальність мого проєкту.

Серед більшості конкурентів моє видання вирізняється подвійним жанром: фентезі-детектив; доданими інтерактивними елементами; українськими авторками, які пишуть на зарубіжний лад, що є популярним серед читацької аудиторії; піднятими соціальними проблемами у суспільстві.

Проаналізувавши ціни представлених видань, я дійшла до висновку, що конкурентні твори зроблені з твердою палітуркою до того ж перекладені на українську мову. Це збільшує вартість продукту. «І навіть чари не допоможуть» це видання у м'якій палітурці, написане вже українською мовою, що зменшує його вартість. Посилання, які відкриває QR-код створенні мною особисто, що робить їх довготривалими та безкоштовними, через наявність власного домену. Саме тому ціна мого видання менша майже у два рази за ціну конкурентів, це може стати великою перевагою для майбутнього читача.

SWOT-аналіз для видання «І навіть чари не допоможуть»:

Сильні сторони:

- Розмаїття персонажів на зарубіжний лад;

- Інтерактивні елементи у виданні.
- Соціальні теми та проблематики.

Слабкі сторони:

- Дебют авторок;
- Самвидав;

Можливості:

- Адаптація у електронне видання;
- Переклад на англійську та французьку мову.
- Партнерство з книжковими фестивалями.

Ризики:

- Консервативна частина читачів: можливість критики за тематику ЛГБТК+ у творі;
- Обмеженість бюджету: промоція, інтерактивні елементи, ілюстрації – все це потребує бюджету для якісної роботи;
- Велика конкуренція: ринок перенасичений книжками у жанрі фентезі від відомих авторів.

Розділ 2. Техніко-економічні характеристики друкованого видання

2.1. Загальні характеристики видавничого продукту

«І навіть чари не допоможуть» – це друковане видання виконане у форматі 60х90/16, налічує 172 сторінок та 25 розділів. Такий формат було обрано з огляду на інші видання, які представлені на книжковому ринку. Текстова частина книги була оформлена за допомогою безкоштовних шрифтів. Для заголовка на титульній сторінці використано шрифт «Misto» від української авторки, кегль розміром 22 пт. Для контртитulu – «Times New Romance», кегль розміром 12 пт. Шрифт для розділів – «Montserrat Bold», кегль розміром 18 пт. Шрифт для основного тексту у розділах – «Viaoda Libre», кегль розміром 12 пт. Дані шрифти підкреслюють атмосферу та настрій видання.

Книжка «І навіть чари не допоможуть» написана двома авторками Габрієлою В'єн (Тетяна Сівакова) та Дарією Лазар. Ми уклали угоду про співавторство згідно з вкладом кожної з нас у видання.

Видання було надруковане на папері щільність 100 г/м². Для обкладинки використано матовий папір щільністю 300 г/м². Надруковані сторінки та обкладинка скріплюються за допомогою клею. Процес виготовлення книги включав етапи: написання тексту, створення ілюстрацій, створення інтерактивних елементів, верстки, макетування, друку.

У середині твору знаходяться інтерактивні елементи, такі як QR-коди. Шість з них знаходяться в кінці розділів та при скануванні відкривають посилання на ютуб, де читач може прослухати музику. Мелодії взяті з сайту для користування продуктами без авторських прав. URL: <https://mixkit.co/free-stock-music/>

Дев'ять QR-кодів знаходяться в кінці видання, при скануванні відкривають посилання на сайт Figma з ілюстраціями персонажів.

Інтерактивні елементи додають сучасності виданню та залучають читача до глибшого, емоційного сприйняття твору.

**Відскануйте QR-код, щоб побачити як
виглядають герої твору**



Габріель В'єн



Маркус В'єн



Дана Морріс



Єва Денніца



Луна



Мадлен Момсен



Аннабель Фрейзер



Хедес Вайтмор



Шарль Д'юпонт

169

Рис 2.1. QR-коди з персонажами

Книжка складається з таких структурних частин: титульна сторінка, контртитул, звертання до читача, прологу, основних двадцяти п'яти розділів історії, зміст та вихідні відомості.

На цей час видання перебуває на стадії готового проєкту. Книга «І навіть чари не допоможуть» орієнтована на молоду аудиторію, що цікавиться жанром фентезі з елементами детективу. Видання відповідає всім нормам та стандартам для друкованої продукції. Збережені всі авторські права користувачів.

2.2. Редакційно-видавничий комплекс підготовки проєкту

Щоб створити якісне друковане видання необхідно виконати декілька послідовних кроків після написання тексту:

Редагування та коректура тексту: необхідно було перевірити граматику та пунктуацію, логічність речень у творі. Після цього було проведено додаткову вичитку тексту, а після остаточну адаптацію його під жанр.

Розробка ілюстрацій: для цього етапу була залучена художниця Вікторія Лафазан, ми уклали угоду про співавторство і вона розробила ілюстрації для обкладинки видання та дев'ять персонажів: Габріель В'єн – темна відьма, Дана Морріс, Мадлен Момсен – вампірка, Луна – феєрі, Єва Денніца – дияволиця, Аннабель Фрейзер – стародавня вампірка, Маркус В'єн – вампір, Шарль Д'юпонт – чаклун, Хедес Вайтмор – священник, – яких читач зможе побачити відсканувавши QR-код.

Пошук музики для видання: я продивилась декілька сайтів на які автори вантажать свої музичні твори для використання без авторських прав. Далі я обирала композиції для того, щоб передати атмосферу в середині розділів, щоб це допомогло читачу відчувати атмосферу яка панувала в той час між героями. Деякі мелодії спокійні та романтичні, інші веселі у жанрі джаз, а також є і драматичні, щоб передати напруженість атмосфери. Загалом у творі шість музичних композицій.

Створення QR-кодів: проаналізувавши сайти для генерації QR-кодів я обрала для себе дешевший варіант, а саме створити посилання самостійно. Музичні композиції я завантажила через відео на платформу YouTube, попередньо створивши канал та дозволяючи перегляд відео через посилання. Тобто його зможуть побачити лише ті користувачі, котрі придбали видання та просканували QR-код.

Ілюстрації я розмістила на сайті Figma та додала посилання на кожного персонажа до генерації коду.

Після цих етапів я почала попередню верстку макета книжки у програмі Adobe Indesign, я ознайомилась з нормами ДСТУ для якісного виконання видавничого продукту.

Художньо-технічне оформлення містить створення малюнків персонажів, вони виконані загалом у темній палітрі, щоб передати похмуру атмосферу твору та міста в якому відбуваються події. Ілюстрації всередині видання чорно-білі, за для здешевлення вартості продукту, намальовані Вікторією Лафазан. Для обкладинки було використано темно-синій насичений колір та жовтий. В центрі на обкладинці розташована головна героїня твору – Габріель В'єн. Біля рамок зображені основні елементи які розкриваються протягом твору: справа дві пташки, вниз летить сапсан, а вгору ворон – це дві головні героїні, під ними листи, котрі були надіслані жителям містечка, нижче палац в якому жили герої. З лівої сторони ми бачимо сухе дерево, як символ втраченого життя у місті Реклебург, а зверху знаходиться особистий щоденник, котрий відіграє ключову роль у сюжеті під кінець твору.

До друку було виконано кольоропробу обкладинки та сторінок з QR-кодами, щоб перевірити якість кольорів та можливість сканувати QR-коди. Після остаточних правок було виконано друк видання у кількості одного екземпляру.

Послідовність підготовки друкованого видання «І навіть чари не допоможуть»:

- Розробка концепції та аналіз: визначення цільової аудиторії, цілей проєкту, аналіз ринку конкурентів;
- Створення фірмового стилю: вибір кольорів, розробка ілюстрацій, інтерактивних елементів;
- Редактура та коректура тексту: вичитка тексту, перевірка граматичних, орфографічних та логічних помилок;

- Виготовлення макета видання: підготовка тексту, розміщення усіх елементів, згідно з нормами;
- Тестовий друк: перевірка якості кольору та друку QR-кодів;
- Фінальний друк накладу.

2.3. Економічні аспекти реалізації проєкту

Основні етапи я виконувала самостійно у виданні, що допомогло значно зменшити вартість витрат. Редагування та коректура тексту, верстка макета, створення QR-кодів, – все це робила я. Найбільшою частиною витрат стали ілюстрації від художниці, а саме 7 300 гривень, а також друк поліграфії.

Для початку продажів я б зробила наклад 500 примірників, що коштує 25 494 гривень. Ліцензія на використання музики в комерційних цілях – 680 гривень. Промоція в інстаграм коштує 400 гривень на одну публікацію. Реклама буде тривати тиждень. У висновку маємо собівартість одного примірника коштує 68 гривень.

Орієнтовна ціна книжки «І навіть чари не допоможуть» 300 гривень. Тобто якщо продати весь наклад сума буде складати 150 000 гривень. Вирахуємо частку, яку ми витратили на реалізацію проєкту і дохід від видання складатиме: 116 806 гривень.

Якби видання розроблялось за допомогою видавництва, бюджет складався би так: я є однією з авторок, через це можу самостійно встановити авторських гонорар, він складав би 50 000 гривень. Ілюстрації, музика, реклама та друк залишаються в ту ж ціну, редакційні правки 14 000 гривень, верстка макета 6 000 гривень, виходить 96 574 гривень. Собівартість одного примірника становить 193 гривні. Це лише наглядні ціни, які я знайшла на різних фріланс платформах.

Для створення накладу планується використання власного бюджету. Та попри це додатковими джерелами фінансування може бути

спонсорська підтримка, наприклад від книжкових клубів, або від соціальних проєктів, на кшталт «Київ прайд»

Соціальна значущість «І навіть чари не допоможуть» полягає у підтримці українських авторів; підвищенні видимості соціальних тем: Інтеграції ЛГБТК+ персонажів, що важливо для толерантного суспільства. Теми морального аб'юзу, рівності, зради присутні, щоб люди, які страждають від цього могли знайти розуміння та підтримку; Інноваційний підхід до читання за допомогою музики може заохотити більше аудиторії для ознайомлення з літературою.

Розділ 3. Просування видання на ринку

3.1. Шляхи розповсюдження видання

Для розповсюдження видання «І навіть чари не допоможуть» плануються такі канали: соціальні мережі, а саме тік-ток та інстаграм. Нещодавно тік-ток платформа створила можливість платних публікацій, які потрапляють читачам під час перегляду інших відео. Та наразі користувачі обуренні цією інновацією, через те, що рекламні ролики відрізняються від тих, що вони переглядають у застосунку.

Ми обрали створити саме акаунт про своє видання, що не виглядає як агресивна реклама, до того ж ми будемо використовувати популярні мелодії та слідувати за трендами.

Другим каналом розповсюдження ми обрали інстаграм, платна реклама у ньому не відрізняється від загальних публікацій, через те, що з'являється за інтересами користувачів. Також в інстаграмі з'явилась система рілс – коротких відеороликів, які автоматично потрапляють у стрічку аудиторії.

Попри це, додатковими каналами розповсюдження можуть стати книжкові ярмарки та фестивалі. Ми б могли створити короткий буктрейлер для більшого ознайомлення аудиторії з нашим виданням та презентувати його.

Також можливе партнерство з іншими організаціями, наприклад «Київ прайд». У нашій книжці піднято проблематику ЛГБТК+ спільноти, раніше організація робила дописи про видання, в яких є різноманітність орієнтацій у персонажів, тому ця співпраця цілком можлива.

Презентація власного проєкту, також чудовий шлях для промоції. Провести її можна як до повної публікації та початку продажів, так і після. В Києві багато книгарень разом з кав'ярнями, це було б гарним простором для презентації видання. Для початку ми б розповіли про свій проєкт, етапи створення, представили продукт, промо ролик, далі питання від

присутніх і в кінці охочі мали б змогу придбати книжку та отримати автограф.

Останнім шляхом промоції можливий літературний вечір або квартирник. Наразі такий спосіб реклами набирає популярності серед молодії аудиторії. Концепція літературного вечора полягає у тому, що авторки самі зачитують деякі глави тексту обговорюючи їх разом зі слухачами. Можливі додаткові питання від гостей. Кількість гостей залежить від місця проведення.

Квартирник відрізняється форматом проведення, він проводиться у квартирі, з напоями, невеличким фуршетом, усі гості вже ознайомлені наперед з виданням і кожен читає свій улюблений розділ або сцену, пояснюючи чим саме вона захопила. Тут можливі відкриті обговорення книжки й також відповіді на запитання. Кількість гостей від 10 до 20 людей.

3.2. Концепція промоції видання

Промоція видання планується вже після друку всього накладу, та я створила контент-план для соціальних мереж, щоб почати розробку відео та фото.

В тік-ток ми плануємо виставляти естетичні відео про наших героїв книжки, магічний світ, проблематики. Для того, щоб охопити ширшу аудиторію ми будемо переглядати тренди, а також популярні мелодії та пісні. Окрім гарних відео також буде показаний наш процес над роботою з виданням, етапи розробки книжки від написання до друку. А також кумедні ситуації, які виникали під час роботи. Це найкращі варіанти концепції для цієї платформи.

Інстаграм буде відрізнитись від тік-току, загалом своїм форматом. Ідей як створити цікаву сторінку було безліч. Першою ідеєю було використовувати плівкові фотографії, та через вартість ми б не могли постійно завантажувати контент. Наразі ми плануємо робити фотографії у

стилі темної академії, що підходить під настрій нашої книжки. А також короткі рілс-відео, загалом це мають бути естетичні ролики під мелодії, які також розкривають атмосферу нашого видання. Під фотографіями плануються пости, в яких ми розповімо про героїв, жанр, місто, в якому відбуваються події, деякі етапи роботи.

В інстаграм чудово налаштована платна реклама, в якій можна обрати сегмент аудиторії, яка побачить її. Там створенні налаштування від віку до захоплень, це допоможе серед безлічі користувачів, показати наше видання саме нашій майбутній цільовій аудиторії.

Також ми плануємо створювати декілька сторіс на день, щоб читачі ближче з нами познайомились та не втрачали нашу сторінку поміж інших. В історіях ми будемо викладати деякі моменти з нашого життя, також ділитися інформацією про видання, показувати маленькі етапи створення, спілкуватись разом з нашими підписниками через функцію питання та відповіді.

Зараз я створила проморолик для прикладу, який може бути розміщений, як на платформі інстаграму, так і тік-току. У ньому показаний жанр нашого видання, проблематика твору, головні герої та сам продукт. Тривалість відеоролику 40 секунд, обрана українська пісня виконавця Khayat – Нопор. Ця пісня була обрана через свій сенс, українську мову поєднану з англійською, а також музичні елементи, завдяки яким можна створити динамічне відео.

Створення буктрейлера для участі у книжкових фестивалях та ярмарках, також є нашою ідеєю в майбутньому. Наразі я разом зі співавторкою обговорюю ідею та сенс, який ми хочемо донести до читачів. В планах розробити кадрову ілюстровану анімацію, тривалістю хвилину, в якому ми покажемо цікаві події, які відбувались у творі та познайомимо аудиторію з основними персонажами. Початок буктрейлера ми будемо бачити спину головної героїні, як символ того, що всі події у

книжці бачимо через її призму. Також планується показати проблематики твору, наприклад поцілунок двох хлопців, як тематику ЛГБТК+ спільноти, молитву, як тему релігії, зраду, через дзеркало у яке дивиться головна героїня і так далі. Для створення ілюстрацій для анімації ми плануємо залучити художницю, яка вже малювала персонажів до книжки – Вікторію Лафазан.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Що читають українці? Видавництва назвали найпопулярніші жанри. URL: <https://www.rbc.ua/rus/news/shcho-chitayut-ukrayintsi-vidavnitstva-nazvali-1737452918.html> (16.04.2025)
2. Яку фантастику читають українці? Підсумки від Укрінформ за 2024 рік. URL: <https://www.rbc.ua/rus/news/shcho-chitayut-ukrayintsi-vidavnitstva-nazvali-1737452918.html> (дата звернення 16.04.2025)
3. Український інститут книги. Ринок друкованої книги в Україні: аналітичний звіт. Ін-т укр. книги. Київ : УІК, 2020. – С. 56–65.
4. Пономаренко О.О Стратегічні напрями розвитку українського книжкового ринку. *Вісник книговидання*, 2019. №3. С. 45–58.
5. Хто я? Маги, боги та інші підліткового українського фентезі. URL: <https://www.barabooka.com.ua/hto-ya-magi-bogi-ta-inshi-inshi-pidlitkovogo-ukrainskogo-fentezi/> (дата звернення 04.02.2025)
6. Канва ціннісної пропозиції. URL: <https://ux.pub/zhmikhov/kanva-tsinnisnoyi-propozitsiyi-> (дата звернення 10.04.2025)
7. 12 архетипів брендів: які вони і для чого потрібні в маркетингу. URL: <https://bazilik.media/12-arkhetypiv-brendiv-iaki-vony-i-dlia-choho-potribni-v-marketynhu/> (дата звернення 22.04.2025)
8. Що читали українці в 2024 році – ТОП 100-книг. URL: <https://ain.ua/2025/01/22/shho-ukrayinci-citali-u-2024-roci-top-100/> (дата звернення 16.04.2025)
9. Тенденції українського книжкового ринку 2024: іноземні бестселери та книги українських авторів. URL: <https://suspilne.media/culture/921377-tendencii-ukrainskogo-knizkovogo-rinku-2024-inozemni-bestseleri-ta-knigi-ukrainskih-avtoriv/> (дата звернення: 10.04.2025)
10. ДСТУ 3017:2015. Видання Основні види. Терміни та визначення. Київ, 2016. 42 с.

11. Павлінська О. П Книговидання: теорія та практика. Київ: КНТ, 2018. С. 174–196.
12. Шпак В.І. Поліграфія: книга редактора: навч. Посібник. Київ: ДП «Експрес-об'ява», 2017. 109 с.
13. Лапко С.П. Типографська графіка. Харків: Школа, 2014. 224 с.
14. Собченко Т.В. Дизайн книги: Історія і сучасні тенденції. Київ: Академвидав, 2018. 192 с.
15. Мельник А.І. економіка видавничої справи. Київ: Центр учбової літератури, 2012, С. 23–41
16. Бойко В.М. Видавничий бізнес: організація та менеджмент. Київ: КНТ, 2018. С. 221-239
17. Визначення індексу УДК, авторського знаку JEL Classification. URL: <https://library.btsau.edu.ua/> (дата звернення: 28.04.2025)
18. Методика індексування за УДК. URL: http://www.ukrbook.net/UDC/UDC_metod.html (дата звернення: 28.04.2025)
19. Як запустити рекламу в TikTok: покрокове керівництво. URL: <https://horoshop.ua/ua/blog/how-to-start-ads-in-tiktok/> (дата звернення 04.05.2025)
20. Реклама в TikTok Ads – як налаштувати? URL: <https://www.site2b.ua/ua/web-blog-ua> (дата звернення 04.05.2025)
21. Налаштування реклами в інстаграм: специфіка, способи та інструменти. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/reklama-v-instagram> (дата звернення 04.05.2025)

ДОДАТКИ

Додаток А

Титул, контртитул, вихідні відомості видання



УДК 821.161.2-312.4
В11

В'єн Габрієла, Лазар Дарія
В11 І навіть чари не допоможуть. Київ : Видавництво «Лиса Гора», 2025. – 172 с.

ISBN 978-000-000-000-0

«І навіть чари не допоможуть» – фентезі-детектив, який порине вас у світ загадок та магії. У нічному не знаному місті Рексбурі, з'являються раси усіх магичних істот з ними ж головна героїня – Габріель В'єн, темна відьма. Разом з іншими жителями містечка їй доведеться дізнатися всі загадки покинутого міста. Та темні чари все більше поглинають силу відьми. Чи зможе вона віднайти світлий шлях у Рексбурі, побачивши істину серед брехливих вселін? Видання розраховане на молодшу аудиторію, віком від 18 до 25 років. Ці люди є читачами жанру фентезі, захоплюються магичними світами, люблять поринати в атмосферу книги та шукати деталі, які приводять до розв'язки.

УДК 821.161.2-312.4

Дякуємо за допомогу: Олександрі Легкодимовій, Ігорю Легкодимову, Сабіні Абишовой, Марці Вороневській, Леоніду Ніколаско, Анфісі Чаплинській, Анастасії Золотарьовій у створенні цього видання.

ISBN 978-000-000-000-0

© Габрієла В'єн, Дарія Лазар, текст, 2025
© Вікторія Лафазан, ілюстрації, 2025
© Видавництво «Лиса Гора», 2025

Літературно-художнє видання

В'єн Габрієла, Лазар Дарія

І НАВІТЬ ЧАРИ НЕ ДОПОМОЖУТЬ

Ілюстрації: *Вікторія Лафазан*
Редакторка: *Сівакова Тетяна*
Виготовлення оригінал-макету: *Сівакова Тетяна*
Художня редакторка: *Вікторія Лафазан*

Формат 60х90/16. Ум. друк. арк. 10.75
Наклад 500 прим. Зам. № 000
Підписано до друку 10.05.2025.

Видавець:
ТОВ Видавництво «Лиса Гора»,
Свідомство суб'єкта видавничої справи
ДК № 0000 від 00.00.0000
вул. Видавнича, 00, к. 00, Київ, 0000.

Виготовлювач:
Друкарня «Print 24»
Свідомство суб'єкта видавничої справи
ДК № 0000 від 00.00.0000
вул. Ярославська, 10, Київ, 04080.

Додаток Б

*Картки з персонажами на сайті Figma, які відкриваються після
сканування QR-коду*

Аннабель Фрейзер

Стародавня вампірка



Єва Денніца

Д'яволиця



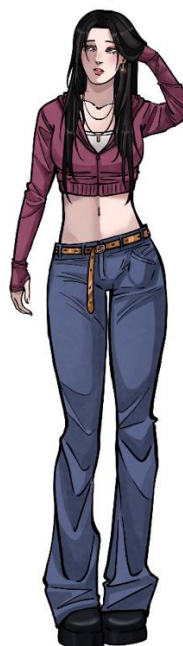
Луна

Фейрі



Мадлен Момсен

Вампірка



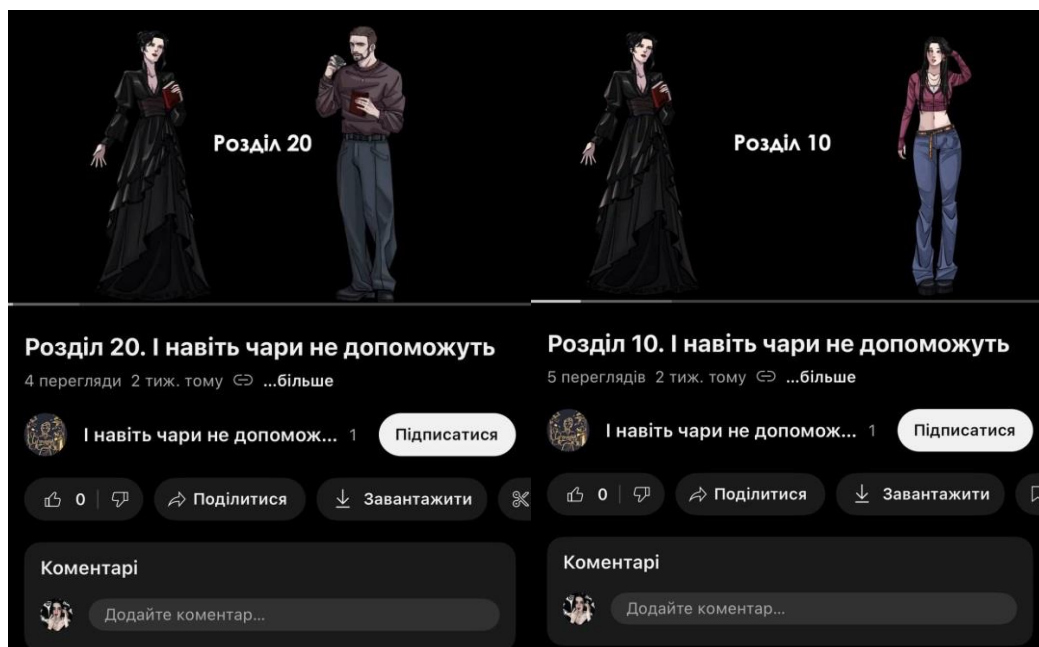
Додаток В

Посилання на картки з персонажами, на сайті Figma

1. Габріель В'єн. URL: <https://www.figma.com>
2. Дана Морріс. URL: <https://www.figma.com>
3. Мадлен Момсен. URL: <https://www.figma.com>
4. Луна. URL: <https://www.figma.com>
5. Єва Денніца. URL: <https://www.figma.com>
6. Аннабель Фрейзер. URL: <https://www.figma.com>
7. Маркус В'єн. URL: <https://www.figma.com>
8. Шарль Д'юпонт. URL: <https://www.figma.com>
9. Хедес Вайтмор. URL: <https://www.figma.com>

Додаток Г

Відео з музикою, на ютубі, які відкриваються після сканування QR-коду

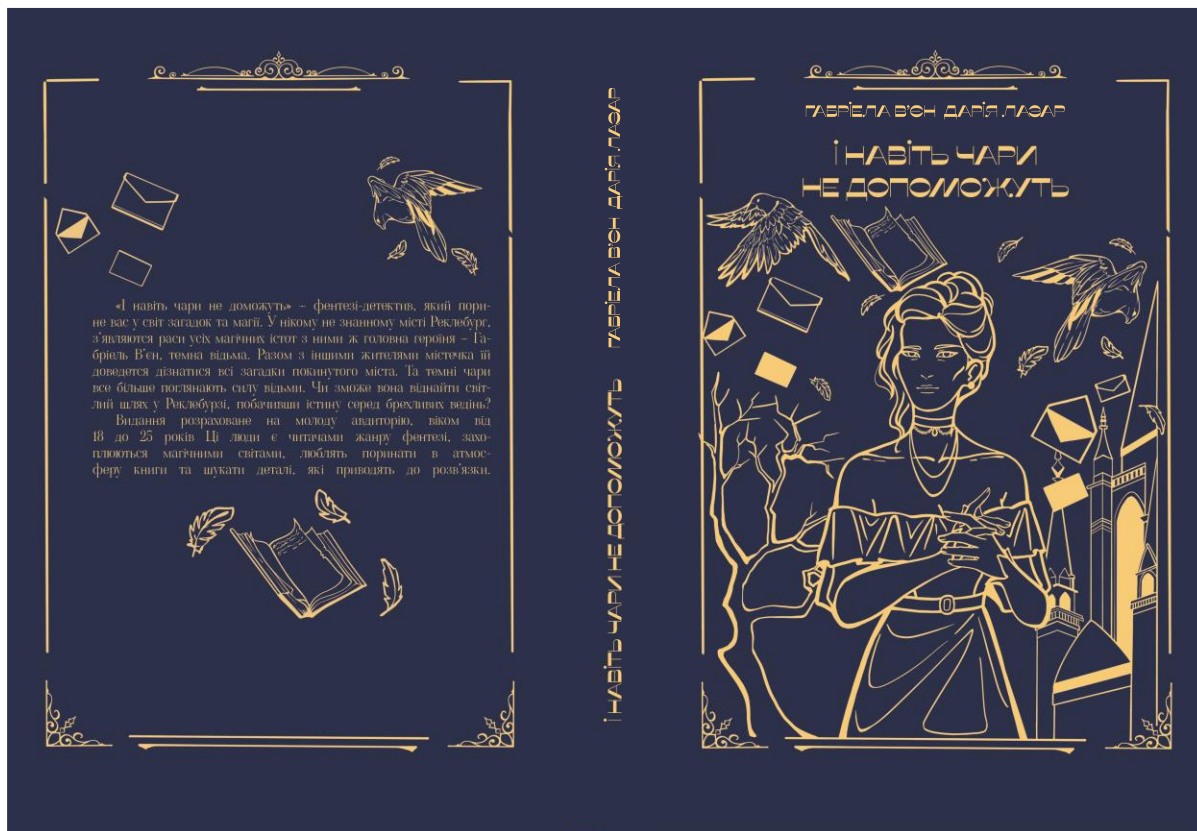


Додаток Г

Посилання на відео з музикою всередині твору, на ютубі

1. Розділ 3. URL: <https://youtu.be/4eT6TnpYfa4>
2. Розділ 6. URL: <https://youtu.be/mzQKucVkNjU>
3. Розділ 10. URL: <https://youtu.be/SLJu4jgRzLU>
4. Розділ 16. URL: <https://youtu.be/yRK1gGjRcQo>
5. Розділ 18. URL: <https://youtu.be/pwTnZHl6nYE>
6. Розділ 20. URL: <https://youtu.be/ug47MKpljKY>

Обкладинка видання



Додаток Е

Посилання на договори між співавторами твору

1. Договір з художницею Вікторією Лафазан. URL: <https://docs.google>
2. Договорів зі співавторкою Дарією Лазар. URL: <https://docs.google>