

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ «УНІВЕРСУМ»

Циклова комісія з видавничої справи, культури та української філології

ДИПЛОМНА РОБОТА

**РОЗРОБКА ТА ВТІЛЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ АРТБУКУ (НА ПРИКЛАДІ
ВИДАННЯ ПРО СВІТОВИХ ЗНАМЕНИТОСТЕЙ УКРАЇНСЬКОГО
ПОХОДЖЕННЯ)**

студентки IV курсу
групи ВСРфмб-1-21-4.0д
спеціальності 061 Журналістика
освітньо-професійної програми
«Видавнича справа та редагування»
освітньо-професійного ступеня
«фаховий молодший бакалавр»
Глущенко Діани Сергіївни
Керівник: Ліна ШЕНДЕРІВСЬКА,
канд. ек. наук, доцент

Рекомендовано до захисту
ЦК з видавничої справи,
культури та української філології
Протокол від «__» _____
2025 р. № _____
Голова ЦК _____ Олена ГРУЗДЬОВА

Захищено «__» _____ 2025 р.
Оцінка _____
Оцінка за стобальною шкалою, рейтингова оцінка
Протокол ЕК від «__» _____ 2025 р.
№ _____
Голова ЕК _____ Микола АНДРІЙЧУК,
кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри видавничої справи та
редагування Національного технічного
університету України «Київський
політехнічний інститут імені Ігоря
Сікорського»

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОБОТИ РЕДАКТОРА НАД ХУДОЖНІМ ОФОРМЛЕННЯМ АРТБУКУ	6
1.1 Визначення артбуку та його відмінність від подібних видань	6
1.2 Історія створення артбуків.....	10
1.3 Формування структури артбуку	16
Висновки до розділу 1.....	20
РОЗДІЛ 2 РОЗРОБКА ТА КОНЦЕПЦІЯ АРТБУКУ	21
2.1 Робота редактора над текстовою складовою артбуку	21
2.2 Компонування графічної та створення ілюстративної складових артбуку	25
2.3 Специфіка шрифтового оформлення артбуків	29
Висновки до розділу 2.....	33
РОЗДІЛ 3 ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ АРТБУКІВ.....	35
3.1 Артбуки українського видавничого ринку	35
3.2 Артбуки на зарубіжному ринку.....	39
3.3 Порівняльний аналіз українських і зарубіжних артбуків	42
Висновки до розділу 3.....	46
РОЗДІЛ 4 ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ ВИДАННЯ	48
4.1 Загальна характеристика артбуку «Світові знаменитості українського походження».....	48
4.2 Особливості роботи над артбуком про зірок	52
4.3 Особливості художньо-технічного та змістового оформлення видання...	55
4.4 Розробка маркетингової стратегії для просування артбуку	58
Висновки до розділу 4.....	61
ВИСНОВКИ	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	65
ДОДАТКИ	70

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена зростаючим інтересом до візуальної культури та важливістю естетичного сприйняття у сучасному світі. Розробка й втілення такого виду видавничої продукції як артбук вимагає вдалого поєднання текстової та візуальної складових, що досягається завдяки ретельному підходу до виконання усіх етапів створення видання. Сучасна аудиторія дедалі більше цікавиться художньою якістю книг, особливо це стосується представників творчих професій. Тому зростає необхідність релевантної взаємодії між текстом та ілюстраціями.

Новітні тренди й технології вимагають від видання застосування не лише креативних підходів до структури та концепції, а й використання незвичних матеріалів, технологічних прийомів для залучення якомога більшої аудиторії. До того ж питання успішної концепції та її реальне втілення актуалізується через тенденцію до зростання попиту на колекційні та ексклюзивні видання, насамперед у таких сферах, як мода, мистецтво, література, кіно, відеоігри.

Мета дослідження – визначити особливості розробки та втілення концепції артбуку, а також виявити ефективні методи, які сприяють створенню цілісного та естетично привабливого продукту.

Об'єкт дослідження – процес розробки та втілення концепції у художньому оформленні артбуку «Світові знаменитості українського походження».

Предмет дослідження – методи та підходи, які використовуються при розробці концепції для гармонійного поєднання текстового та візуального матеріалу в артбуці.

Завдання дослідження:

– дослідити роль редактора у формуванні текстової складової артбуку;

- визначити основні принципи та підходи до розробки концепції та структури артбуку, що забезпечують гармонійне поєднання текстових та візуальних елементів;
- визначити підходи й можливості для реалізації задуму;
- дослідити український та зарубіжний ринки артбуків, аналізуючи сучасні тенденції та попит на такі видання;
- вивчити історію створення артбуків та провести порівняльний аналіз українських і зарубіжних артбуків для виявлення особливостей кожного з них;
- обґрунтувати проєкт артбуку «Світові знаменитості українського походження»;
- розробити маркетингову стратегію просування артбуку.

Методи дослідження: метод моніторингу – для дослідження ринку артбуків; теоретичний метод, що здійснюється на основі вивчення та опрацювання реальних теорій – для формування та узагальнення теоретичних засад редагування; метод синтезу, який здійснюється за допомогою об'єднання декількох частин в загальну концепцію або образ – для вивчення і узагальнення провідних практик створення артбуків; метод контент-аналізу, що стосується виявлення структурних та художніх елементів артбуку; метод дослідження взаємодії видання із читачем, що передбачає аналіз взаємодії артбуку із реципієнтом; емпіричний метод, який здійснюється реалізацією експериментів, щоб виявити найефективніші варіанти комбінування художніх елементів у артбуці; метод аналогій – порівняння об'єктів для визначення спільних і відмінних рис видавничих ринків; системний метод – аналіз артбуків як загальної системи, яка складається із взаємозалежних елементів.

Теоретичне значення роботи полягає в розширенні знань про створення й втілення концепції артбуку як основи формування цього виду видань, а також у застосуванні підходів до інтеграції текстових і візуальних елементів у виданні.

Дослідження дає змогу детальніше зрозуміти специфіку робочих процесів щодо контенту артбуку та його вплив на сприйняття інформації реципієнтами, що сприяє розвитку теорії книговидання і редакційної справи.

Практичне значення роботи полягає у можливості застосування отриманих результатів у подальшій діяльності видавців, редакторів, художників, дизайнерів під час підготовки артбуків та інших візуально схожих видань.

Запропоновані у дослідженні підходи можуть сприяти підвищенню якості художнього оформлення таких видань та поліпшенню їх естетичного й змістовного сприйняття аудиторією.

Структура роботи: дипломна робота складається зі вступу, чотирьох розділів з підрозділами, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОБОТИ РЕДАКТОРА НАД ХУДОЖНІМ ОФОРМЛЕННЯМ АРТБУКУ

1.1 Визначення артбуку та його відмінність від подібних видань

Артбук є сучасним авангардним виданням, яке створює у світі нові тенденції щодо покращення напрямків та жанрів у книговидаванні.

Для дефініції такого творчого видання в англійській мові існують два поняття: *artist's book* – видання, яке виконує роль мистецтва та має функції книги; *artbook* – видання, що описує мистецтво з різних шляхів його вираження [8].

Створення та формування артбуку не обмежують видавничі стандарти, оскільки творчі ідеї автора є основою для мистецького видання. Естетично гармонійний продукт, який захоче придбати реципієнт, допоможе створити вдале та збалансоване поєднання графіки, малюнків, колажів, рисунків та інших засобів художнього оформлення [8].

Досить часто необізнані реципієнти називають артбуком будь-яке видання з творчим підходом до концепції, що є помилкою.

Найчастіше артбуку приписують значення інших видів творчих видань, таких як комікс, зін, графічний роман, пікчербук, вімельбук, книги з ознаками артбуку або нестандартним оформленням. Потрібно знати відмінності всіх цих понять [7].

Не враховуючи того, що вони мають спільні риси (нестандартне оформлення, менша кількість текстового матеріалу ніж ілюстративного чи графічного, ідейна креативність), є певна низка ознак, які не можна поєднати в одному з цих форматів видань через невідповідність загальної структури, застосування різних методів або підходів.

Як зазначає американський дослідник Стівен Данкомба, зін – це некомерційне малотиражне видання, яке розробляють безпосередньо автори і популяризують продукцію самостійно [37].

Концепція зіна базується на основі розповіді історії, таким чином акцентуючи увагу на змісті й загальній формі.

Жанрово вони відрізняються за релігійною, художньою або спортивною тематикою. Таке видання зазвичай має форму особистого щоденника й випускається індивідуально або як частина серії [6]. Сюжет зінів можуть доповнювати малюнки, фотографії, поетичні твори. Зіни є частиною культури DIY, що в перекладі з англійської означає «do it yourself» («зроби сам») [37]. Тож зазвичай такі видання мають вигляд невеликих фоліантів. Вони створюються автором власноруч: зшиванням зошитів, друком на простому, часто дешевому, папері в домашніх умовах [37].

Комікс – це графічний жанр, в якому структурна послідовність зображень або малюнків поєднується з невеликими текстовими частинами. Разом вони утворюють загальний розвиток подій [8].

Перший комікс в Україні з'явився завдяки художнику-карикатуристу Едварду Козаку у 1937 році. Він мав назву «Як Усусус Недобитий шукав правди в світі» [11].

Проте до ХХІ століття жанр коміксу не став популярним серед українського читача. До цього були лише поодинокі спроби, що не стали частиною масової культури.

Графічний роман – це велике видання за обсягом, що має вигляд коміксу. Графічні романи мають довшу структуру, ніж в коміксах, й часто мають понад 100 сторінок. У таких історіях переплітаються декілька сюжетних ліній. На відміну від коміксу, він більш динамічний та змістовний, що дозволяє у максимально розгорнутому вигляді відтворити сюжет. Перевагою такого виду буде втілення популярного сюжету роману або новели в ілюстраціях, що передають глибинну суть твору [14].

До того ж графічні романи здебільшого орієнтовані на більш дорослу аудиторію, якій будуть не байдужі складні та важливі теми.

Українські графічні романи стали популярними в країні після Революції гідності та епохи розвитку ренесансу української культури. Одним з перших таких графічних романів став «Даогопак». Це графічний роман-блокбастер, що зображує пригоди козаків-характерників із ордену магів і майстрів бойових мистецтв Запорізької Січі. Авторство належить Максиму Прасолову, Олегу Коловому й Олексію Чебикіному. Вперше графічний роман був представлений на Львівському форумі видавців у вересні 2012 року й привернув увагу переважно молодій аудиторії [14].

Пікчербук – це особливий тип видання, яке складається з текстового та ілюстрованого матеріалів. Пінчербук не передбачає використання інших видів зображень.

Деталізовані та яскраві ілюстрації, що супроводжують текстову частину книги, є головною особливістю пікчербуку. Вони спонукають дітей до кращого розуміння сюжету та заохочення атмосферою історії, що робить читання цікавим та повчальним [25].

За віковою категорією пікчербуки можна розділити на категорії для малюків, немовлят, молодших школярів та дошкільнят. Кожна з них виокремлюється своєю специфікою створення, змістовими та сюжетними орієнтирами, структурними особливостями.

Наприклад, пікчербуки для немовлят призначені від народження до року. У них переважають ілюстрації, оскільки немовлята лише вчаться розпізнавати обриси предметів [8, 25].

Або ж пікчербуки для молодших школярів: вони призначені дітям від шести до десяти років. Такі видання можуть мати складнішу будову тексту з декількома сюжетними лініями та глибше вивчення тем.

Це спонукає дитину до аналізу інформації та розвитку логічного мислення. Головною особливістю пікчербуку виступає здатність навчити дошкільню аудиторію завдяки великому обсягу ілюстрацій, тобто

візуально [9, 25]. Такі книги як правило розраховані на малих дітей, проте можуть створюватись й для старшої аудиторії.

Вони сприяють розвитку творчих здібностей, виховують навички взаємодії та моральні цінності, розвивають мовлення [35].

Вімельбух – це книга для дітей, що містить велику кількість картинок для їх розвитку. Таке видання майже не має тексту, тож його придбання для дитини від 2 років народження не буде помилкою [36]. Книга-переглядайка (альтернативна назва вімельбуху) характеризується деталізованими, яскравими та візуально насиченими ілюстраціями. Жанр вімельбухів почав формуватися ще в Німеччині в ХХ столітті.

Завдяки німецькому художнику Алі Мітгуча першою класичною дитячою книгою для роздивляння стало видання «Усе в моєму місті» 1968 року. В Україні вімельбухи отримали популярність на початку ХХІ століття [36].

Ключовою особливістю такого видання є декілька ознак: майже повна відсутність тексту, деталізовані ілюстрації, яскраві та динамічні зображення, ознайомлення дитини з навколишнім світом, розвиток мислення, уяви та мовлення, легковпізнавані герої, креативний підхід у вигадуванні щоразу нових історій, задіяння усього простору сторінок тощо [16].

З допомогою вімельбухів дитина може розпізнати персонажів та об'єкти, дати їх повну характеристику, порахувати, описати, проаналізувати дії героїв або вигадати сюжет історії.

Видання з ознаками артбуку – це книга, де автор виконав лише змістове оформлення або палітурку в нестандартному форматі [31]. Його досить легко прийняти за артбук, оскільки особливостями також виступають використання незвичних для книг матеріалів, об'ємний ефект або вирізки, вклейки, листівки. Але виданням з ознаками артбуку вважається лише та книга, що має нетрадиційно викладений зміст.

До прикладу: книга 2020 року «Художній світ Георгія Нарбута і творення українського бренду» Мирослави Мудрак має лише ознаки

артбуку. Вона включає неординарний шрифт, сотні ілюстрацій, нестандартну структуру тексту, але формат змісту є звичним для книг [24].

Всі ці видання суттєво відрізняються від артбуку тим, що вони мають сюжетну структуру, формуються за поліграфічними стандартами й не передбачають сміливих експериментів з оформленням [24].

Їх масова культура в Україні почала розвиватись лише з початку ХХ століття, оскільки цьому посприяла хвиля популярних екранізацій від DC, Marvel й створення фестивалів, що заохочують до популяризації ілюстрованих видань.

Це такі заходи, як комікони (зібрання фанатів коміксів), косплей-фестивалі, фестивалі фентезі, гікової культури та науково-фантастичної літератури [12].

Таким чином, артбук – це сучасний продукт, який комбінує інноваційні авангардні методи оформлення, структури та композиційних елементів. Він не схожий на будь-який інший подібний жанровий вид своєю особливою будовою змісту, нестандартністю та творчим підходом, але все одно відповідає функціям та формі книги.

1.2 Історія створення артбуків

Митці почали активно популяризувати артбуки в кінці ХХ століття. Проте їх історія охоплює набагато довший період. Впродовж багатьох століть до жанрової тематики артбуку художники створювали щоразу більше нових тенденцій та напрямів візуального оформлення, що почали формуватися саме у ХХ столітті.

Американський художник Едвард Руша став основоположником у розвитку жанру артбуків [8]. У 1960-х роках він активно створював невеликого формату книги, що містили його фотографії, зроблені власноруч, із американським живописом та текстові матеріали. Твір «Двадцять шість автозаправних станцій», виданий 1963 року, був на той час одним із перших найбільш тиражованих артбуків.

Художник був прибічником концептуального мистецтва, тому під час створення книги найбільша увага приділялася візуальному оформленню ніж формі чи іншим елементам [12].

Тому Едвард Руша відтворив незвичну ідею через мінімалістичний підхід та звичну, буденну, тематику. Автор вирішив створити таку концепцію після подорожі маршрутом 66 (Лос-Анджелес – Оклахома-Сіті).

Видання складається із чорно-білих фото автозаправних станцій, що гармонійно поєднуються зі спокійними американськими пейзажами поруч безлюдних автострад. Проте прості фотографії митець зміг перетворити на мистецькі образи в культурі країни [12]. Завдяки своїй незвичності та новизні цей артбук вплинув на формування та розвиток культурного жанру в книговидаванні Америки та світу.

Варто зазначити, що «книга художника», як раніше називали артбук, була ключовою формою мистецтва й найважливішим засобом передачі творчого знання до майбутніх поколінь [9]. У кожному мистецькому жанрі видання відіграло важливу роль у розвитку та становленні цих різновидів. І художній, і літературний жанри поєднували в собі ознаки течій, які почали приходити на зміну попереднім.

Саме артбуки ставали винятковим засобом, щоб відтворити проекти відомих експериментальних та авангардних творчих об'єднань, що зробили великий внесок у художню діяльність XX століття [9].

Одночасно з цим книги художників поступово виокремлювались як окремий жанр. Вони зберігали свою історію, незважаючи на те, що вона була лише частково взаємопов'язаною із історією загальноприйнятого мистецтва. Існувало досить багато термінів на позначення такого видання, серед яких найпопулярніші: *artist's book* (книга художника), *book art* (книга мистецтва), *book objects* (книга-об'єкт) [8].

Поміж цих визначень є й такі, до яких досить складно підібрати відповідники українською мовою через їх особливе відтінкове значення: *livre d'artiste*, *livre de peintre*.

Проте слово «артбук» є найбільш вживаним у мистецьких колах й чітко відповідає визначенню такого жанру [8]. На відміну від інших позначень, які описують книгу фрагментарно, неточно й по-різному, він узагальнює всі ознаки даного видання та підкреслює його структурну особливість.

Але беручи до уваги вищезазначене варто зауважити, що кожен термін притаманний певній країні, в якій він утворився через ряд стильових характеристик [8].

Наприклад, визначення «livre d'artiste» пов'язане із загальною історією артбуку. Воно увійшло у французьку термінологію в 1890-х роках, оскільки так звертались до відомих постатей мистецтва того періоду, таких як Даніель Анрі Канвейлер (французький галерист, мистецтвознавець) та Амбруаз Воллар (французький арт дилер, який винаймав художників для художнього оформлення видань).

Воллар згодом почав друкувати творчі видання, що потім продовжило розвиток завдяки й іншим видавцям [25]. Такий процес був можливістю прибуткового продажу розкішних книг, що мали на своїх палітурках імена відомих та перспективних художників.

До початку впровадження вислову «livre d'artiste» на видання поширювався тренд вишуканості та заможності: майстерний і якісний друк, застосування дорогих матеріалів (золото, срібло, коштовне каміння), великий формат, шовкова палітурка тощо [25].

Усе це здавна було показником стилю й розкоші на видавничому ринку. Тож тогочасні французькі творчі книги («Livre d'artiste») стали популярними завдяки зростанню ринку розкоші у XIX столітті, на який вплинув розвиток освіти, промисловості, суспільних смаків людей [25]. Такі книги розширювали літературний, живописний та мистецький ринки. Втім, видавці та художники по-різному сприймали друкований товар.

Для видавців творчі книги були привабливими з точки зору новизни та продажів, а для митців це був шанс продемонструвати свої творчі здібності.

Вони впроваджували нові теми та ідеї, що не знайшли свого напрямку в звичному процесі мистецтва [12].

Ранні екземпляри ілюстрували одні з найвідоміших митців того століття, серед них: Пабло Пікассо, Жуан Міро, П'єр Боннар та інші. Такі видання були витворами розкішного та дорогого мистецтва й лише цим обмежувалися. Але насправді «livre d'artiste» складно назвати артбуками.

«Livres d'artiste» належать до виду виробничих цінностей, що вимагають традиційної структури, формату та матеріалів [12]. У них не можна виділити творчі зміни щодо розміру книги, її неординарності чи нестандартних доповнень.

Ключовою відмінністю «livre d'artiste» від сучасних артбуків є те, що переважна більшість витворів пристосовувалася та перероблялася саме під видавця, хоча таке видання має бути суто мистецьким задумом автора і не підлягати художньому виправленню [25].

У таких випадках автори й художники працювали за спеціальними контрактами незалежно. Також часто інтерпретували твори класичних письменників, взявши їх за основу для нового доробку. Це могли бути твори Вільяма Шекспіра, Йоганна фон Гете, Данте Аліґ'єрі, Вергілія, Езопа, які найхарактерніше підходили для жанру [25].

Під час процесу роботи над виданням автор і художник тісно не спілкувались. З цього можна зробити висновок: текстові та ілюстраційні матеріали для книги художника створювались окремо й це не відбувалось як спільний процес розробки повноцінної книги.

Як приклад можна навести твори Вільяма Блейка, що стали унікальним феноменом поєднання нестандартності ілюстраційного, шрифтового й текстового наповнень у другій половині XVIII століття [15]. Його видання були найбільш подібними до сучасних артбуків за жанровою стилістикою, що не можна сказати про інші книги того періоду.

На думку мистецтвознавців, ці видання стали першими прототипами традиційних книг художників. Письменник випускав книги разом зі своєю

дружиною [15]. Наприклад, до твору «Пісні невинності та досвіду» автор самостійно малював ілюстрації й після упорядкування матеріалів зшивав зошити.

Поєднання художньої майстерності та рукописного тексту утворило гармонійне й вишукане видання, яке стало особливою потребою для придбання колекціонерами мистецтва, оскільки воно не було схожим ні на що інше [15].

Такі видання надали напрям розвитку для книг художників у майбутньому. Об'єднавши не лише друк, текст та ілюстрації, а й задавши тенденцію на книги, що створюються лише одним митцем. Концепція цього буде основою для артбуків, які видаються в наш час [15].

У ХХІ столітті артбуки стали частиною творчої культури, що виступає не лише дизайнерським витвором мистецтва для колекціонерів та мистецтвознавців, а й видавничим продуктом, який користується шаленим попитом і у нетворчої аудиторії [12].

Дедалі більше артбуків підлаштовуються під ритм сучасності та не відстають від актуальних новинок кіноіндустрії та індустрії відеоігор. Для цих секторів книговидання є чудовою бізнесовою ідеєю для просування серед реципієнтів та заохочення фанатів до купівлі [25].

Артбуки по всесвітах ігор та фільмів – це спосіб залучення якомога більшої аудиторії до створеного світу й найефективніша його реклама.

Ці видання об'єднує розважальна тематика, велика кількість надрукованих тиражів, способи промоції для отримання максимального прибутку або навіть реклама певного художника, який працював над створенням графічної та ілюстраційної складових, тож артбуки почали набувати комерційного значення [24].

Терміну «комерційний артбук» в українському вжитку немає, не розглядається він також у науковому контексті. Та це не виключає того факту, що комерційний артбук є одним із видів цього видання.

Одна з найголовніших причин – комерція. У більшості випадків книжки-об'єкти та книги художників до XX століття були суто мистецькими витворами, які створювалися для популяризації творчості художників та не мали на меті прибуткову справу [24].

Вона виступала лише другорядним чинником, в той час як головною ідеєю стало поширення творчого потенціалу митця. Якщо їх порівнювати з комерційними артбуками, то тут переважає зосередження на промоції вже відомих творів.

Означені твори містять думки та погляди на закулісся створення сюжету, своєрідні концептуальні рішення, замальовки та будь-який інший візуальний контент, що використовується під час проєктування [24].

Інтерпретування концептуальних рішень у традиційному випуску артбуків почалося після прем'єр таких фільмів наукової фантастики: «Божевільний Макс» (1979 р.), «Зоряні війни» (1977 р.), «Зоряний шлях» (1979 р.), «Той, хто біжить по лезу» (1982 р.) [12]. Останній фільм з цього переліку вирізняється особливою роботою художника Сіда Міда. Він відмовився від традиційного виконання малювання сцен та вийшов за рамки футуристичності.

Створюючи унікальні концепти, художник намагався дотримуватись напряму «нової технологічної хвилі», що почала розвиватись у кінці 80-х років XX століття [25]. Згодом митець спробував видати артбуки на основі власних історій та графічного контенту. Ідея виявилася комерційно успішною та створила автору-художнику потрібну рекламу для його подальших робіт, формуючи читацьку аудиторію.

Таким чином можна зазначити, що рання історія комерційних артбуків почалася саме з фільмів, оскільки ігрова індустрія була в періоді становлення. Це також визначалось тим, як візуальні інновації впроваджувались технічно [25]. Адже спершу така можливість виникла в кіноіндустрії, в той час як ігри розвивались повільно й були досить примітивними щодо технологічних інновацій.

Отож, історія створення артбуків розкриває початкові етапи та розвиток цього жанру, його формування та місце в світовому книговидаванні. Артбуки слугували способом збереження та передачі інформації у творчій формі завдяки авторському самовираженню. Такі видання й досі залишаються важливим засобом комунікації між митцем і аудиторією.

1.3 Формування структури артбуку

Артбук, як різновид творчої та нестандартної книги, вирізняється серед інших видань не лише особливостями ілюстраційної, графічної та текстової частин, а й винятковим формуванням його структури. Її побудова зазвичай залежить від тематичної спрямованості артбуку, щоб увиразнити й гармонійно поєднати всі потрібні елементи, отримавши цілісний та якісний книжковий продукт.

Артбук може поділятися на декілька частин, томів або розділів. Якщо це ігровий артбук, то він подає локації, персонажів та процес створення ігрового світу. Артбук за фільмом – демонструє героїв, технологічний процес зйомки, позакадрові моменти, цікаві факти про створення сценарію тощо [7].

Інколи на сторінках також можна знайти відповіді на запитання та примітки щодо його створення. Виділяють три типи артбуків: результативні, процесні, змішані [7].

Результативні орієнтовані лише на кінцеві результати, щоб привернути увагу не стільки до сюжету, скільки до подання ілюстраційної інформації, особливо ексклюзивної, про концепт-зображення, арти, локації, персонажів, рідкісні художні розвороти.

У процесних артбуках найбільше зусиль приділяється мультиплікації. Тут відбувається поєднання візуальних елементів з текстовою частиною й зображуються всі етапи створення основного продукту [9]. Це стосується й додаткових концептів. Такі видання найбільше наповнені скетчами та коментарями творців, тому розповідь ведеться від першої особи.

Змішані – це поєднання результативного та процесного. Від ідеї та мети видання починається співвідношення процесу об'єднання усіх наявних частин і результативного ілюстраційного матеріалу [8].

Структура артбуку безпосередньо залежить від кількості матеріалів, послідовності викладу тексту та створення компонентів, які найбільше характерні для художніх книг: текстова складова; ілюстрації основних моментів, сцен і процес знімання, анімації тощо; скриншоти; скетчі початкових етапів; фінальні варіанти артів з локаціями та персонажами; коментарі або ексклюзивна інформація щодо зйомок, ілюстрування, створення тощо [8].

Для розробки якісної видавничої продукції у артбуці повинні бути враховані певні критерії, що безпосередньо вплинуть на його популярність та ринковий попит.

По-перше, одним із найважливіших чинників є зміст. Він має відображати суть та бути цікавим, візуально привабливим для реципієнта, по-своєму інформативним [10]. Це можна зробити за допомогою чітких зображень, ілюстрацій, тематичної графіки, концептуальних малюнків тощо. Таким чином читачі зможуть краще зрозуміти мистецький процес створення, наприклад, гри, анімації або фільму.

По-друге, не варто недооцінювати важливість відповідності стилю. Артбук повинен точно відображати загальний стиль графіки, малюнків, ілюстрацій, фото, кольорової палітри, оскільки це напрямку впливає на сприйняття реципієнтом видання та його асоціації із оригіналом твору [7].

По-третє, потрібно звернути увагу на зручність користування. У артбуці не має бути складного для сприйняття тексту, наявності помилок, недоречно поєднаних кольорів, зображень чи графічних елементів [9].

Перевагами такого видання є зручна навігація, логічна послідовність матеріалів та чітка структура. Основною проблемою сучасних видань виступає одноманітна подібність, що характерна жанрам художньої

літератури. Це стосується дизайну обкладинок, однотипності розміщення елементів та використання схожих концепцій.

Мистецькі книги завжди вирізнялися своєю особливістю та унікальним стилем, тож вони стають відмінними від подібних видань, виражаючись інноваційністю, оригінальністю й авторською творчістю [14]. Артбуки за відомими книгами, фільмами або іграми привертають увагу найвідданіших фанатів та популяризують продукт у різних нішах, віковій категорії, соціальних напрямках.

Маркетингова складова відіграє ключову функцію поширення видавничої продукції, оскільки привабливе й цікаве видання завжди буде тішити фанатів та залучати нову аудиторію [24]. Загалом артбук на сучасному видавничому ринку відіграє роль своєрідної збірки процесів та результатів розробки основного товару.

Перед початком розробки важливо, щоб візуальний матеріал та основна текстова інформація були готові для пробного поєднання та розміщення на макеті [8].

Перед початком роботи варто порівняти стиль малюнка та пробу кольорів ілюстрацій на обкладинці, загальний фон сторінок, розділів. Це також стосується пошуково-допоміжного апарату видання: колонцифри, колонтитули, нумеровані списки, виноски, зноски, коментарі, зміст, примітки тощо [31].

Інколи виникає потреба змінити деякі відтінки кольорів, форму малюнків чи стиль графічних елементів, тож це неодмінно треба виконати до початку основного процесу поєднання усіх частин. Після того як створено й дібрано весь текстовий та ілюстративний матеріали, починається процес формування оригінал-макету видання.

Виконання розрахунків, підготовка оформлювальних текстів та технічної інформації є ключовими діями початкового етапу щодо оригінал-макету [31].

Цей процес супроводжується визначенням та складанням технічних параметрів (формат видання, тип паперу для друку, розрахунки умовних друкованих аркушів, частки фарб та інших матеріалів), кількістю сторінок, міжнародних стандартних номерів для ідентифікації та упорядкування книги (ISBN, УДК), списків захисту авторських прав, штрихкоду [34].

Макет артбуку не обов'язково оформлювати в одному й тому ж файлі, де знаходяться ілюстрації до обкладинки або форзаців. Це можна виконувати в спільному файлі.

Потім усі матеріали, які пройшли фінальну перевірку, компонують у єдиний та цілісний проєкт, доповнюючи вихідні та випускні дані книги [12].

На загальне створення концепції артбуку найбільше впливає саме загальна тематична спрямованість. Якщо артбук створений до гри, то основну роль відіграє процес розробки. Як зазначено у дослідженні С. І. Мільчевич [24], етап розробки дизайну насамперед визначає не лише концепцію, а й внутрішню логіку гри, вигляд, жанр, ігрові механізми, колорит вигаданого світу, стилю, розташування локацій, деталізацію, форми персонажів та об'єктів.

Перевагою правильного вибору стилю для створення задуму є точне відтворення вигляду персонажів. Таким чином гравцям набагато легше уявити для себе повну картину ігрового світу, зануритися у сюжет та знайти відповіді на питання, які виникали під час гри.

Ілюстрування персонажів з погляду наповнення артбуку виступає важливим елементом у формуванні уявлення читачів про їх зовнішній вигляд, риси характеру, загальні зв'язки, міміку й жести, роль у грі, що робить кожного персонажа живою та винятковою особистістю [24].

Для цього відтворити точність допоможуть скетчі, концепт-арти, рендери тощо. Якщо ж артбук зроблено за фільмом, то тут варто звернути увагу на те, як саме найдоречніше відтворити візуалізацію: Чи доречно застосовувати графіку та ілюстрації? Чи, ймовірно, потрібно

використовувати лише фотокадри? Чи буде доречним поєднання різних технік? Такі деталі узгоджуються з авторами, художниками, а й інколи з продюсерами та режисерами фільмів [7].

Таким чином можна стверджувати, що формування структури артбуку залежить від його загальної концепції й способу відтворення. Важливо правильно, чітко та послідовно розташувати всі елементи текстової й ілюстративної частин для структурованого та логічного викладу інформації, яка буде цікавою та легкою для сприйняття реципієнтами.

Висновки до розділу 1

У першому розділі схарактеризовано поняття артбуку, його відмінність від подібних видань.

У сучасному книговиданні побутує багато різновидів творчих видань: зіни, вімельбухи, пікчербуки, комікси, графічні романи тощо. Однак, незважаючи на подібні ознаки, вони мають різні функції та концепції.

Описано історію створення артбуків. Від початкових етапів зародження та розвитку, що демонструють книгу як спосіб комунікації між автором та його реципієнтами, до XXI століття. Розкрито діяльність головних історичних постатей, які започаткували жанр «книги художника» у світовій літературі.

Формування структури артбуку залежить від логічної організації ілюстраційного, текстового, графічного матеріалів та змісту, що дозволяє читачеві безперешкодно сприймати інформацію та естетичні елементи.

Важливо правильно сформувати загальну концепцію видання залежно від тематики, стилю й візуалізації.

РОЗДІЛ 2

РОЗРОБКА ТА КОНЦЕПЦІЯ АРТБУКУ

2.1 Робота редактора над текстовою складовою артбуку

Редактор в процесі створення артбуку відіграє важливу роль, оскільки співпрацює не лише з працівниками редакції, але й з автором, художником, дизайнером та видавцем.

Ключовими завданнями у роботі редактора є редагування текстової частини видання, а саме: виявлення помилок на всіх мовних рівнях (стилістичні, граматичні, пунктуаційні, логічні, орфографічні, лексичні помилки) та порушень соціальних (етичних, естетичних, релігійних, політичних, юридичних) і лінгвістичних норм.

Вагомою проблемою, яка може бути пов'язана із опрацюванням суті тексту артбуку, є вироблення у редактора навичок виправлення логічних помилок. Навіть найдосвідченіший спеціаліст може з будь-яких причин не помітити типові логічні помилки у текстах [11].

Одні з найпоширеніших логічних помилок: підміна тези, заміна однієї частини розповіді на зовсім іншу, порушення другого закону логіки – закону протиріччя, порушення причинно-наслідкових зв'язків у тексті, не розмежовування причин й наслідків, неповна обґрунтованість тези певною кількістю аргументів, уникнення важливої ланки в ряді логічних міркувань, поєднання однопланових понять, які такими не є.

Логічний аналіз тексту складається з таких двох операцій: уявний поділ тексту на частини та дослідження зв'язків між цими частинами. Вже під час першого ознайомлення з текстом варто звернути увагу на спосіб, яким пов'язані змістові елементи (сполучниками, розділовими знаками тощо) [11]. Неточне використання сполучників – це ознака нелогічності думок автора. Кожен сполучник у тексті проявляє логічні зв'язки, певні відношення між

поняттями, а розділові знаки – чіткість та коректність побудови і сприйняття речень.

Соціальні норми редагування зазначені в законодавчих актах, кодексах та угодах. До них належать юридичні, етичні, естетичні, політичні та релігійні норми [11].

Головна суть редагування полягає в перевірці повідомлень на обов'язкове дотримання усіх цих норм. Юридичні норми фіксує Законодавство України у сфері регулювання інформаційних потоків та найперше враховує норми міжнародних конвенцій та угод: Всесвітньої конвенції про авторське право (1952 р.) та Європейської угоди про захист телерадіомовлення (1960 р.) [11].

Ці міжнародні норми є в окремих статтях Конституції України. Також в ній закладені конституційні норми, що можуть відтворювати специфіку лише нашої держави. У суспільствах, які використовують різні, проте моністичні теорії редагування, побутують зафіксовані й незафіксовані політичні норми. Вони є обов'язковими під час редагування повідомлень на політичні теми [11].

Зафіксовані політичні норми для тих ЗМІ, які є представниками органів політичних партій, в програмах цих партій. Релігійні норми наближені до редагування політичних норм.

Їх встановлюють офіційні релігійні органи. Зазвичай ці норми зафіксовані в письмовій формі й є суворішими, на відміну від політичних. Якщо редактор працює в ЗМІ чи видавництві, що є офіційним органом релігійної організації, він має враховувати норми цієї релігії [11].

У книговидаванні застосовується певна кількість етичних норм редагування. Вони прийняті не лише в окремих країнах, а й на міжнародному рівні. Більшість етичних норм не зведені до рангу юридичних, оскільки прийняті спілками журналістів різних країн [11].

Загальний принцип етичних норм – автор повинен подати своє повідомлення так, щоб воно не завдало шкоди будь-кому. Найпоширеніші

норми: повідомлення має висвітлювати не лише позицію більшості, а й позицію меншості; не можна вказувати ім'я джерела інформації, якщо джерело передало її за умови нерозголошення його приватних даних; опублікування повідомлення може бути затримане лише тоді, коли це необхідно для перевірки його правдивості; оприлюднення мемуарів чи інтерв'ю злочинців є неприпустимим; заборонена дискредитація за статтю, належністю до расової, релігійної, соціальної чи національної групи тощо [11].

Естетичні норми передбачають певні правила візуальної гармонії елементів. Без виконання цих норм аудиторія може вважати повідомлення неважливим.

Вони стосуються образних повідомлень, образно-понятійних та виключно понятійних. Наприклад, композиція наукової монографії також повинна відповідати критеріям прекрасного, які можуть бути закладені у симетричності або дотриманні правил поділу [11].

Естетичні норми малодосліджені, тому рідко можуть бути точно описані й оцінку їх дотримання здійснюють лише експерти. Незважаючи на це, є деякі норми зі сформованим формальним описом, що дозволяє ними користуватися й редакторам зокрема.

Наприклад: про співвідношення розмірів сторін друкованої продукції; про ілюстрації та їх кольори у різних друкованих виданнях. Словниковий склад тексту контролюють певним методом, що має за мету порівнювати слова у повідомленні з тими, які є в словнику реципієнта [11].

Словник кожного реципієнта постійно змінюється, особливо у напрямі збільшення розуміння нових слів. У повідомленні можна використовувати будь-яке слово, коли одночасно виконуються дві умови: якщо слово є в тезаурусі реципієнта й якщо у нього за цим словом закріплене те значення, яке застосував у повідомленні автор.

Цього іноді важко дотримуватися, наприклад, у дитячій літературі (використовуються рідковживані значення слів, що не відомі дітям) [18].

Складність контролю словникового складу повідомлення полягає в тому, що треба чітко розрізняти вживання слів. Вони можуть належати і до лінгвістичного, і до термінологічного словників, тож матимуть різні значення. Тому варто керуватися двома основними нормами: якщо слово входить одночасно до лінгвістичного й термінологічного словників, його можна використовувати як термін лише тоді, коли реципієнт розуміє і знає його термінологічне значення [18]. Також не слід вживати одне слово у двох різних значеннях у тексті. Семантичне значення слова, що використовується без урахування його контекстуального значення, повинно повністю відповідати значенню цього слова в тлумачному словнику.

Тож правильне написання тексту на всіх мовних рівнях гарантує зрозумілий та якісний продукт для видавничого ринку завдяки професійній роботі редактора [18]. Така взаємодія гарантує гармонійне поєднання текстової та візуальної складових.

Однак лише опрацюванням тексту обов'язки редактора не завершуються. Він координує роботу на всіх етапах підготовки видання. Все починається від розробки концепції та структури і закінчується остаточним оформленням та випуском видання у світ [11].

Редактор відповідає за релевантне поєднання логічності, стилістики та послідовної подачі матеріалів, а також за те, щоб текст і зображення доповнювали одне одного, створюючи єдине видання.

Редактор визначає цільову аудиторію артбуку і враховує її естетичні та інформаційні потреби при відборі матеріалів та формуванні загального вигляду [18].

Особливу увагу варто приділити якості тексту, вибору ілюстрацій, графічному дизайну, типографіці та іншим візуальним елементам, що роблять артбук привабливим і цілісним продуктом. Завдяки цьому редактор забезпечує, щоб кінцевий результат відповідав задуму автора й був комерційно успішним, добре сприймався читачами, виділявся на ринку та мав інформаційну цінність [18].

Редактор також аналізує подані матеріали на відповідність концепції та стилю, редагує текстові фрагменти для досягнення єдності стилю, структури й смислової цілісності.

Водночас редактор контролює візуальну складову, забезпечуючи гармонійне співвідношення візуального наповнення з текстом. Така єдність підкреслюватиме основну ідею видання [11].

У тісній співпраці з дизайнером редактор приймає рішення щодо вибору шрифтів, колірної палітри, розташування елементів на сторінках, що безпосередньо впливає на естетичне сприйняття артбуку.

Особливо редактор зважає на технічні вимоги до друку та відбору матеріалів. Це стосується паперу, способу друку та палітурки, що найбільше впливає на перший візуальний і тактильний досвід споживача [11].

Редактор також відіграє важливу роль у забезпеченні індивідуальності артбуку, допомагаючи йому вирізнитися серед інших подібних видань.

Як показало проведене дослідження, редактор бере участь у створенні артбуку на всіх його етапах: від підготовки й опрацювання текстового матеріалу до стратегії просування готового продукту. Він відповідає за утворення цілісного та конкурентоспроможного видання, яке не лише відповідає задуму автора, але й знаходить свого читача на ринку.

2.2 Компонування графічної та створення ілюстративної складових артбуку

Після етапу збирання текстової частини, створення графічної складової починається робота над формуванням ілюстративних та зображальних елементів й їх гармонійне поєднання на сторінках видання.

Для цього варто орієнтуватися у декількох основних питаннях: як поєднання кольорів впливає на емоційне сприйняття читачами; врахування кольороподілу під час створення ілюстрацій; алгоритми для обробки зображень; відтворення локацій, предметів, персонажів.

Емоції є одним із головних важелів впливу і сприйняття у творчій роботі над візуальною складовою, оскільки завдяки ним автор може передати сенс, значущість та глибину, не використавши жодного слова для вираження певних ознак [32].

Ілюстративна частина в артбуці враховує насамперед сприйняття реципієнтами емоційного вираження сюжету, історії або задуму проєкту, надаючи естетичну цінність опрацювання інформації [32].

Ключовою рисою у творчому процесі відтворення деталей є здатність повпливати на світогляд читачів щодо опрацювання нового матеріалу, таким чином викликаючи у них певний ряд почуттів. Від цього залежить емоційна складова видання та його подальша популярність на ринку.

З допомогою композиції, кольорів та графічних елементів можна викликати як позитивні емоції (радість, цікавість, захоплення, сміх), так і негативні (сум, печаль, співчуття, злість) [34].

Завдяки правильному використанню плавних ліній та світлих кольорів у реципієнта виникають радість та зацікавлення, в той час як різкий контраст і темні тони точно відтворюють похмуру атмосферу, таємничість або напругу.

Емоційний зв'язок між читачем та ілюстраціями персонажів також допомагає краще відчувати почуття героїв гри, фільму, книги, стати частиною магічного всесвіту, співпереживати щодо епічних і трагічних подій [32].

Таким чином досвід гри, перегляду або читання аудиторії стане більш наповненим новими враженнями, що утворить емоційний зв'язок не лише між історією і реципієнтом, а й між читачами та творцями артбуку.

До того ж емоційне сприйняття відіграє важливу роль у виборі й підході до творчого виконання. Не кожен елемент буде доречно поєднуватись із загальною концепцією й відповідатиме загальному творчому задуму [34].

Якщо зробити хоча б одну помилку в графічному чи ілюстраційному наповненні щодо техніки малювання або підбору тонів, то сприйняття читачів, їх враження будуть спотворені.

Художник чи дизайнер виражає через візуальне наповнення артбуку своє бачення та загальний концепт твору. Він не має права відходити від технічного виконання зображень, повністю змінювати вигляд речей, предметів, людей, відходячи від загальноприйнятого уявлення про всесвіт гри або фільму й усього, що з ним пов'язано [31].

Художник може узгодити деталі або запропонувати додати конкретні елементи, якщо на його думку це буде доповнювати видання, а не спотворювати, та попри це самодіяння у такій творчості обмежене.

Тому врахування емоційних аспектів аудиторії сприяє кращому вираженню ідеї та тематичної спрямованості, що гарантує створення якісного та затребуваного видавничого продукту [32].

Окрім цього, хороша інтерпретація будь-якого продукту графічно залежить від призми сприйняття різних країн, культур та вікової категорії. У XXI столітті ігри й фільми мають різну світову популярність, що й впливає на їх перевагу серед інших видів культурного дозвілля або розваг [31].

Наприклад, є ряд фільмів, які заборонено показувати у країнах сповідування ісламу, оскільки наявні кадри й сцени можуть порушувати принципи релігії, соціального побуту культурних канонів тощо.

Це також стосується й видавничої продукції, що несе загальний розвиток в економіку країни й може повпливати на світогляд народу. Так артбук «Мистецтво й створення серіалу “Аркейн”», зроблений за всесвітом гри «League of Legends», не може поширюватись на території таких країн, як Іран, Ірак, Афганістан, Пакистан і Сирія [13]. У виданні представлено всі деталі створення та монтування серіалу «Аркейн», в якому за сюжетом присутні сцени фізичного насилля. Тож з точки зору релігійних міркувань видання не можна продавати на територіях цих країн.

Проте саме завдяки правильній подачі та врахуванню культурних особливостей творці змогли б уникнути такого моменту, не вказуючи детальні подробиці кривавих сцен [25]. Однак з'являється інша проблема: за тих умов видання не буде відповідати оригінальним сценам серіалу,

а більшість моментів або додаткової інформації довелося б прибрати зі сторінок артбуку. Він би вже неповністю розповідав деталі залаштунків анімації й не пояснював би вичерпну інформацію щодо формування дизайнерської, звукорежисерської та анімаційної робіт у зв'язку з вирізанням ключових сцен, які пов'язані із жорстокістю.

Тому завжди варто звертати увагу не лише на візуальне та текстове наповнення артбуку, а й у яких країнах світу його можна буде просувати з точки зору культурологічного та релігійного значення.

Однією із першочергових ознак, на які звертають увагу читачі, розгортаючи книгу або просто беручи її до рук, – це палітра кольорів [25].

Колір є ключовим елементом, який фанат гри або фільму одразу помітить у дизайні артбуку. Тож потрібно правильно добирати палітру кольорів, що гармоніюватиме із загальним всесвітом.

Не обов'язково придумувати щось нове або намагатись додати креативу для залучення уваги, оскільки це може призвести до відмінності концепції артбуку від основного сюжету, за яким він створюється [34].

Якщо проаналізувати дослідження Дугласа Філдса, то можна стверджувати, що аудиторія надає певній групі кольорів перевагу над іншими. Це відбувається лише в тому випадку, коли виникає асоціація з позитивними або правильними речами [42].

У статті «Стратегії кольору в сучасному бренд-дизайні» [23] Олена Костюченко та Рада Михайлова виклали результати опитування щодо вибору кольорів та з яким поняттям вони асоціюються в аудиторії: «якість», «безпека», «довіра», «задоволення».

Дослідження показало, що поняття «довіра» найбільше асоціюється з білим кольором (39% українських та 21% американських опитаних), «якість» – зелений (28% українських та 9% американських опитаних), «безпека» – зелений (42% та 12%) і білий (22% та 10%), «задоволення» – червоний (36% та 16%) і фіолетовий (18% та 17%) (додаток А) [23].

У статті «Color assignment» [40] Джо Геллока проаналізовано опитування вікових груп щодо надання переваги певним кольорам. Серед найменш улюблених кольорів у всіх вікових категоріях (від 01-18 до 70+) переважають коричневий, помаранчевий та фіолетовий (додаток Б), в той час як фаворитами різних вікових груп переважно є синій та зелений.

Незважаючи на таку статистику, точно сказати, які кольори варто використовувати в графічних та ілюстраційних частинах артбуку, а які ні, може викликати неправильне сприйняття візуального контенту аудиторією [40].

Для різних вікових категорій кольори впливають на ставлення до продукту. Проте не варто забувати, що дизайн артбуку – це творчий задум художника, який не обмежується правилами, думкою інших чи вимогами реципієнтів [40].

Митець має право на самовираження, при цьому орієнтуючись на смаки та вподобання своєї аудиторії.

Отже, компоновання графічної та створення ілюстративної складових напряму залежать від підбору кольорів, культурного самовираження видання та емоційного сприйняття реципієнтами. Важливо вдало підібрати тони кольорів, щоб вони відповідали цільовій аудиторії і при цьому не порушували авторського задуму.

2.3 Специфіка шрифтового оформлення артбуків

Візуальна складова артбуку є основною частиною його загальної концепції, якій художник приділяє багато уваги та часу, проте варто пам'ятати й про параметри шрифтового оформлення на всіх рівнях тексту (основний, додатковий, різні види заголовків, колонтитули, колонцифри, коментарі, зноски тощо).

У будь-якому книжковому виданні шрифт впливає на швидкість та зручність читання, сприйняття тексту реципієнтом, формування бази знань на основі запам'ятованого матеріалу.

Тому ключовою складовою роботи художнього редактора є правильний добір шрифтового оформлення для різних частин тексту [38].

Оскільки артбук – це творче видання, застосування видів шрифтів не обмежується так, як в інших видах художньої літератури. Якщо вдало підібрати шрифт для різних частин тексту, можна урізноманітнити процес читання для аудиторії.

Завдяки поданню в прийнятній формі та структурованій організації текстового компоненту артбук стає повчальним та цікавим продуктом як для дітей, так і для дорослих [38].

Як вид зображального мистецтва шрифтовий дизайн потребує знань і навичок застосовування художніх елементів у поєднанні з ілюстраційною складовою на практиці.

До основних параметрів шрифту належать кегль, гарнітура, колір, насиченість, вирівнювання, засоби виділення та композиційна єдність тексту й інших елементів у виданні [38].

Шрифти також поділяються за способом виконання на друкарські й мальовані. Друкарським шрифтам властиві ті характеристики, що за означенням позначають їх приналежність до певного набору комп'ютерних гарнітур.

Їх часто використовують у всіх видах тексту для позначення усіх письмових елементів. До них входять заголовки, ініціали, титули, колонцифри, колонтитули, текстівки, таблиці або формули. У мальованих шрифтах закладається творчий потенціал художника до певної книги [38].

Вони закладають тематичний сенс, який притаманний сюжету історії, історичній епосі чи окремим персонажам. Найбільше це стосується назви, заголовків, відокремлених частин тексту.

Часто такі шрифти можна побачити у дитячих книгах, графічних романах, коміксах, альбомах та артбуках, додаючи колориту, атмосфери та акценту на візуальний вигляд [38]. Усі літери кожної гарнітури утворені за

одним принципом, тобто вони є пропорційними щодо накреслення елементів та їх співвідношення (висота, товщина, ширина).

Повний набір літер з визначеною гарнітурою, несхожі на інші нахил, розмір та накреслення тексту, формують саме поняття «шрифт» [17].

Від цього залежить його використання у різних видах літератури за жанрами і тематикою. Шрифт утворює загальне сприйняття читачами тексту й змістовність друкованого твору. Він може не лише полегшити, але й ускладнити сприйняття реципієнтом інформації. Саме тому підбір шрифтового накреслення залежить від ряду чинників [17].

По-перше, малюнок шрифту значним чином впливає на читабельність тексту, тож якщо один вид підійде для заголовків, то навряд чи він буде нормально сприйматися реципієнтом у позначенні основного тексту.

По-друге, шрифт, який вдало підходить до загального дизайну артбуку, проте не є читабельним, не допустимий навіть для прояву творчих або експериментальних задумів [38].

По-третє, способи вирівнювання у мистецьких виданнях можуть використовуватись вільніше, ніж у будь-якому іншому виданні.

Однак не слід забувати, що сполучення різних видів вирівнювань тексту особливо підкреслює композицію проєкту [38].

Якщо рядки вирівняні за лівим краєм, то вони можуть бути більшого кеглю, на відміну від того, якби вирівнювання було за шириною.

Також якісне шрифтове накреслення має контрастувати із фоном для уникнення злиття схожих відтінків. Не варто виключати й того факту, що кожен шрифт впливає на емоційне забарвлення й асоціації реципієнтів [38].

Їх поділяють на шрифти: із засічками (найчастіше застосовуються в художній, науковій, історичній літературі та рекламі, асоціюються з професіоналізмом, надійністю, стабільністю й академічністю); без засічок (використовуються рідше, оскільки погано привертають увагу аудиторії та недовго концентрують на важливих моментах, асоціюються з динамікою та лаконічністю); декоративні (лише для цитат, заголовків або окремих

елементів, на яких можна виразити творчу ідею, щоб не ускладнити виклад тексту й підкреслити особливість дизайну, асоціюються із вільним викладом та мистецьким потенціалом); рукописні (важливі для книг із характерними ознаками виражень індивідуального підходу до аудиторії, асоціюються із затишком і теплими почуттями) [17].

До того ж на характер шрифту впливає його накреслення, яке вирізняється щільністю (нормальне, вузьке, широке), насиченістю (жирне, напівжирне, світле), заповненістю (відтінене, контурне, заштриховане) та нахилом вічка (похиле, пряме, курсивне).

Не менш важливу роль у оформленні книжкової продукції відіграє вибір міжрядкових інтервалів і проміжків між словами, літерами у тексті. Надто щільні або надто розріджені інтервали в будь-якій одиниці тексту заважають комфортному читанню [17].

Погляд людини зазвичай фокусується на текстовому фрагменті як на одному повноцінному просторі, не одразу вихоплюючи речення, словосполучення й слова окремими конструкціями. У зв'язку з цим усі види проміжків (міжрядкові, абзацні, міжлітерні) виконують для тексту функцію внутрішнього членування, розмежовуючи його на зручні для сприйняття реципієнтом частини [38].

Накреслення та малюнок шрифтової графіки створює у виданні вагомий змістовий відтінок. З допомогою інтерпретації тексту засобами складання різні комбінації форм гарнітури зосереджують увагу аудиторії на потрібному слові або словосполученні [38].

Будь-який шрифт має свою графічну основу: латинську (романо-германська група), ієрогліфічну (країни Сходу), кириличну (алфавіти слов'янського походження) [17].

Класифікація шрифтів включає такі формотворчі ознаки із графічними складовими, як розмір, накреслення, пропорційність, кольори, контрастність, форма і наявність засічок, насиченість, заповненість символів (від широкої до

вузької літери), будова. Для творчих видань, зокрема артбуків, виконують ретельну роботу щодо підбору шрифтів [17].

Під час об'єднання ілюстративної та текстової частин шрифтове оформлення й малюнки можуть бути схожими за характеристиками графічних технік, утворюючи таким чином нерозривну єдність для підкреслення концепції артбуку.

Наприклад, співвідношення основних і сполучних додає ефект динаміки та яскравості, а неконтрастні гарнітури не вирізняють текст з-поміж інших елементів на сторінці, роблячи його одноманітним, проте стримано доречним до візуального вигляду [38].

Отож, шрифтове оформлення артбуку напряду пов'язано зі зручністю читання та усвідомленням тексту аудиторією. Вибір шрифтового накреслення може не лише доповнити або увиразнити видання, а й зробити його некомфортним для читачів. Правильний шрифт – це важлива складова для вираження творчого потенціалу автора в його проєкті й комунікаційний компонент для увиразнення інформації.

Висновки до розділу 2

На початковому етапі формування концепції артбуку важливо враховувати, що професійні обов'язки редактора не обмежуються лише роботою з текстом.

Він не лише виконує редагування на усіх мовних рівнях, а й бере участь у компонованні графічної та ілюстраційної складових, аналізує подані матеріали на відповідність концепції та стилю, вивчає цільову аудиторію артбуку, координує роботу над виданням на всіх етапах, комунікує з авторами, художниками та дизайнерами.

Компоновання графічної та створення ілюстративної складових напряду залежить від емоційного сприйняття аудиторією різного віку колірною поєднання художніх елементів. Таким чином можна створити зв'язок між

автором та його аудиторією, відтворивши ідейні наративи цікавим та пізнавальним способом.

Шрифтове оформлення артбуку пов'язано з тематичною та ідейною спрямованістю видання. Насамперед він має бути читабельним та зрозумілим реципієнту й не ускладнювати сприйняття інформації.

Творчі задуми у шрифтовому кресленні варто проявляти з раціонального боку, щоб усі частини артбуку гармонійно поєднувались зі шрифтами.

РОЗДІЛ 3

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ АРТБУКІВ

3.1 Артбуки українського видавничого ринку

Український видавничий ринок мистецьких книг вирізняється тенденціями, що відтворюють сучасну культуру, традиції, технологічний та мистецький розвиток. В Україні артбуки стали популярними лише наприкінці ХХ століття у зв'язку із низьким рівнем зацікавленості людей до експериментальних видань.

Незважаючи на серйозні виклики, що пов'язані з воєнним станом в країні, економічними умовами та специфікою сучасного книговидання, творці артбуків активно залучають молодих дизайнерів, художників та авторів до творчих нестандартних експериментів з формою та наповненням книги, що робить її більш креативною та оригінальною.

Тематика таких видань найчастіше присвячена українським звичаям, традиціям, міфології або культурі. До прикладу, видавництво «Mal'opus» за останні два роки видало більш ніж 20 артбуків на різну тематику [13].

Воно засноване у 2018 році й починало свою діяльність лише з коміксів за відомим всесвітом «Marvel», проте зараз спеціалізується на виданні манги, артбуків та інших креативних проєктів.

Заради якісного та цікавого продукту видавництво об'єднує українських письменників, дизайнерів та художників, створюючи естетично привабливі видання. До портфоліо «Mal'opus» входять два проєкти, зроблені на основі української культури [13].

Артбук «Українська магічна академія» (додаток В) є провідником у світ магічної спільноти України. Це благодійний проєкт, 75% з прибутку якого віддається фонду «Повернись живим».

Благодійне видання від команди «Мальовій» має високий рівень концептуального підходу до оформлення та дизайну. Поєднання графічних та

стильових деталей оформлення допомагає читачу краще пізнати магічний світ на території України, що розвивався протягом багатьох століть [13]. Текстова частина артбуку є двомовною: українська та англійська. Завдяки цьому у видання з'являється цільова аудиторія не лише в Україні, а на зарубіжних книжкових ринках.

Другий проєкт від команди має назву «Український бестіарій» (додаток Г). В його основі лежать міфи та легенди про магічних істот України. Бестіарій розповідає характеристики міфологічних створінь, підкреслюючи текст тематичними графічними елементами природи, яскравими ілюстраціями та 3D-елементами для кращої візуалізації концепції.

Для більшого заохочення читачів придбати книгу, до кожного створіння створена віртуальна карта їх зони поширення у різних областях. Текст також перекладений двома мовами, що робить артбук актуальним продуктом для продажу закордон [13].

Окрім цього, видавництво перекладає популярні артбуки міжнародних партнерів, оскільки заохочення до читання зображальних видань щороку зростає серед українців.

Наприклад, манга-артбук «Чудернацька антикварна крамниця. Збірка робіт Макури Курами» (додаток Д) стала одним з найбільш продаваних видань в 2023 році на зарубіжному ринку.

Збірка містить ілюстрації японської художниці Макури Курами, яка зобразила відвідувачів чудернацької антикварної крамниці у різноманітних інтерпретаціях негативних людських почуттів: горе, туга, страх, тривога тощо [13]. Власники закладу через призму прекрасного та витонченого допомагають їм пережити ці відчуття та позбутися проблем. Відтворення готичного стилю в таємничих образах скелетів, ляльок, природи створює атмосферу загадковості для поціновувачів темної естетики. Химерні зображення супроводжуються оповідками, наповнюючи артбук таємничістю й трагізмом.

Артбук «Створення світу гри Hogwarts Legacy» викликав чималий ажіотаж у фанатів серії книг про Гаррі Поттера. Видання зображає деталі створення відомого всесвіту, його персонажів, локацій та предметів [13]. Художній та ігровий редактори відтворили до найменших дрібниць світоустрій, надавши кожному персонажу виразності й особливості.

Створення рольової гри потребувало багато ресурсів, тому її розробники хотіли припинити процес, оскільки не були впевнені у масштабах виконання роботи. Згодом гру таки анонсували й одразу повідомили про майбутній вихід артбуку [13].

Коли він надійшов у продаж 2024 року, то став одним з найбажаніших видань для поціновувачів творчості Джоан Роулінг. Особливістю артбуку є таємні посилання й підказки гравцям: ці повідомлення спрямовані на покращення навичок проходження гри й дають підказки, яким чином можна виконати всі завдання, завершивши рівень [13].

Видавництво «Mal'opus» виступає провідним видавцем артбуків в Україні, проте не є єдиним у цьому сегменті видавничого ринку.

Видавництво «Bookchef» в кінці 2024 року анонсувало вихід артбуку «Мистецтво й душа “Того, хто біжить по лезу 2049”». Книга розповідає про офіцера Кея, який відкриває таємницю, що може зруйнувати звичний лад суспільства й перетворити все на хаос [25]. Авторка артбуку, Таня Лапойнт, більше двох років спостерігала за процесом зйомок та брала участь у створенні певних епізодів фільму, тому вона ділиться із читачами унікальною інформацією про режисерську та знімальну діяльність.

На сторінках видання зібрано ексклюзивні концепт-арти, ілюстрації, розкадровки, а також фотографії зі знімального майданчику. Ключовою особливістю такого артбуку є передмова від режисера фільму Дені Вільнева [25]. Загалом книга відіграє роль путівника для шанувальників кіноіндустрії, де вичерпно описуються персонажі, місця, події й технології фільмування.

На відміну від видання, що вийшло у світ 2017 року й не було перекладено українською, «Мистецтво й душа “Того, хто біжить по лезу 2049”» містить 20 сторінок з доповненим контентом, де розкрито технологічний аспект відтворення ключової сцени фільму [29].

У 2021 році авторка продемонструвала свій новий проєкт за фільмом «Дюна» під назвою «Мистецтво й душа “Дюни”», який був перекладений українською 2022 року. Таня Лапойнт мала обов’язки виконавчої продюсерки й одночасно збирала матеріали для створення артбуку [29]. У книзі представлена хроніка знімального процесу фільму, що надає реципієнту цілісне уявлення про унікальні кадри проєкту: від формування ландшафту й образів до пошиття костюмів і проєкції цифрових елементів. Артбук є змістовним доповненням до основної концепції фільму й відкриває для аудиторії приховані мотиви та ідеї сюжету [29].

Не менш вражаюче видання було представлено від видавництва «ArtHuss» у 2023 році – «Мистецтво “Любові, смерті + роботів”». В артбуці розповідь про позакадрові моменти анімації ведеться від головних героїв серіалу, надаючи історії ефекту самотійності [30]. Незвичною деталлю створення анімації є те, що над кожним епізодом працювали художні майстри з усього світу. Тому артбук охоплює багатогранне поєднання стилів. На сторінках 2D й стопмоушн межують із 3D та графікою.

Також у кінці видання можна знайти інтерв’ю з провідними художниками та творцями й дізнатися про їх перші спроби й невдачі у створенні серіалу [39].

Таким чином український книжковий ринок артбуків демонструє позитивну динаміку розвитку та заохочення до придбання творчих книг з боку української аудиторії. Серед популярних тем фігурують ідеї щодо культурної та національної спадщини, ігрової та кіноіндустрії.

3.2 Артбуки на зарубіжному ринку

Зарубіжний ринок артбуків розвивається прогресивніше з боку впровадження модерних технік мистецтва. Він вирізняється незвичністю форми, різноманітністю підходу до створення й поєднання стилів, технологічними розробками щодо обкладинки, змісту, додаткових елементів, таких як тематичний бокс, віртуальні доповнення, 3D конструкції й голограми тощо.

За кордоном артбуки виступають головним чинником поширення видання не лише як комерційного продукту, а й твору мистецького спрямування для поціновувачів вишуканої краси. Такі книги раніше були популярні лише у колах колекціонерів, мистецтвознавців, шанувальників певної тематики.

Проте старий устрій змінився завдяки зростанню зацікавленості до творчого продукту серед звичайної аудиторії, яка також хоче отримати свій примірник з дизайнерським задумом.

Артбуки перестали бути об'єктом виключно конкретної цільової аудиторії. У кінці XX століття їх концептуальна будова та виразність оформлення стали ключовою основою для того, щоб артбуки мали розголос серед видавничого ринку, де їх зможе придбати охочий, або на мистецьких виставках, фестивалях та заходах, де видання будуть суто артоб'єктами [30].

Наприклад, німецьке видавництво «Taschen» спеціалізується на виданні книг із гостро соціальними темами щодо мистецтва живопису, фотографії, моди, архітектури, історії, передаючи реципієнту важливу інформацію через призму творчості.

Однією з найпопулярніших серій книг є «Basic Art», заснована в 1985 році. Це колекція унікальних книжок про різні теми мистецтва та його творців [12]. Кожне артвидання вирізняється стислою біографією певного митця, ілюстраціями його творчого періоду життя та незвичними концептуальними задумами, які поєднують усі твори в один доробок.

Особливу увагу варто звернути на частину артбуку, де описується важливість внеску діяча у світову культуру та історію [12]. До прикладу, видання про Ернста Людвіга Кіршнера розкриває постать художника як найвизначнішого діяча європейського мистецтва XX століття.

Артбук «Rose, C'est Paris» (додаток Е) став визначним проєктом видавництва. Видання особливе тим, що продається у футлярі-валізі з додатковим тематичним наповненням: журнали, арти, листівки, троянди, парфуми тощо [39, 41].

Суть відтворення відомого фільму полягає у демонстрації чорно-білих фотографій, показуючи сюрреалістичний Париж та художній фетиш у поєднанні з фотомонографічними кадрами.

Видання відомого бренду «Rizzoli» (додаток Є) часто стають об'єктами колекціонування завдяки сучасним підходам до візуального наповнення. Артбук «Maison Martin Margiela» зображає весь процес становлення відомого дизайнера Мартіна Маргієла як ікони й творця у світі моди й мистецтва [22]. Покривний матеріал палітурки зроблений з тканини, видання виконане у стилі мінімалізму: непримітне тиснення на обкладинці, концептуальні рухливі арти на сторінках, мінімум тексту. Однак видання має шість лясе. Для чого така кількість закладинок, розробники не пояснювали, проте шанувальники зазначали, що це надає виданню певного вираження серед мінімалістичного стилю.

Бренд також відомий іншими модними виданнями, такими як «Tom Ford», «John Galliano for Dior», «Peter Lindbergh. A Different Vision on Fashion Photography», «Kelly Wearstler: Synchronicity» та інші [22].

Незважаючи на те, що артбуки про модні тенденції й творчі напрями стали актуальними, вони не зможуть обігнати в популярності видання на основі ігор, фільмів або серіалів.

У 2021 році видавництво «Dorling Kindersley» анонсувало вихід артбуку «Star Wars Year By Year: A Visual History». У книзі детально досліджені всі феномени історії «Зоряних війн», які раніше не афішувалися на публіку, тому

матеріал є досить ексклюзивним [29]. Візуальна інформація містить культурні основи від ідеї створення до культових кадрів фільму, ігор, коміксів тощо. Це оновлене та розширене видання охоплює дев'ять епізодів оригінальної, приквелової та сиквельної трилогій, телесеріал й окремі фільми щодо фантастичного всесвіту [29].

З виходом у світ першого сезону мультсеріалу «Аркейн» у 2021 році за всесвітом «League of Legends» зріс попит на купівлю гри й її масове поширення в Америці та Європі [13]. Серіал був створений з нагоди десятиліття існування всесвіту, що й принесло масштабне світове визнання лише після виходу анімації. Франшиза настільки сподобалася аудиторії, що у грудні 2024 року видавництво «Insight Editions» випустило артбук «The Art and Making of Arcane» (додаток Ж).

Видання акцентує увагу на якісній поліграфії, відомих художниках та унікальних концепціях. Кожна сторінка відзначається креативністю та незвичністю розміщення матеріалів [13]. Артбук присвячено тематичній спрямованості саме серіалу, а не гри, проте містить схожі концепт-арти, що стали основою візуальної стилістики зображень.

Розгорнуто описується становлення та візуальний розвиток головних і другорядних персонажів: від початкових начерків до остаточно затвердженого дизайну [13]. Чітко пояснено світобудову, яка мала на початку зовсім інший принцип будови, ніж реципієнт бачив вже на екрані. Детально пропрацьовано локації та фоновий бар'єр.

У вигаданому світі технологічний розвиток межує із магічними властивостями предметів, тому в розробників виникало немало проблем щодо поєднання двох різних частин у єдиний візуальний концепт та пояснення його функціонування [13].

У артбуці, окрім гарного компонування графічних, ілюстраційних та анімаційних елементів, є особлива інформація про створення «Аркейну»: про процес формування серіалу розповідають провідні спеціалісти анімації, режисери, дизайнери, художники, сценаристи, що безпосередньо брали

участь у його створенні [13]. Книга має більш ніж двадцять інтерв'ю, які допоможуть реципієнту краще зрозуміти перебіги та нюанси зйомок і стати учасником подій.

Також проаналізовано техніку виконання ключових сцен, для яких використовували унікальний анімаційний стиль «Fortiche» – міксування 2D і 3D анімацій для більшого занурення аудиторії у фантастичний світ [13]. До того ж артбук містить невелику кількість мерчевої продукції для фанатів гри або серіалу. Серед сторінок можна знайти постер з героями, що відривається, карту світу, внутрішньоігрове креслення, тематичні листи, фан-арти тощо. У комплекті до видання йде ацетатна суперобкладинка, що захищає продукт від пошкоджень та привертає увагу реципієнта.

Таким чином «The Art and Making of Arcane» є одним із найпопулярніших артбуків на закордонному видавничому ринку, що пояснюється його високими оцінками та таких платформах, як Amazon (4.6/5) та Goodreads (4.8/5) [13].

Завдяки візуальній унікальності, якості, спеціальним доповненням, мерчевій продукції, що йде у комплекті до артбуку, видання популярне не тільки серед фанатів серіалу та гри, а й для тих, хто не знайомий із вигаданим всесвітом і його особливостями [13].

Отож, зарубіжний ринок артбуків вирізняється великим вибором підходів до формування дизайну та різноманітністю способів, які сприяють появі нових творчих стилів і жанрів. Артбуки стали частиною культурного розвитку, що підкреслює соціальні й естетичні аспекти мистецьких напрямів.

3.3 Порівняльний аналіз українських і зарубіжних артбуків

У кожній країні видавничий ринок вирізняється своєю поліграфічною, редакторською та маркетинговою специфікою, що відіграє ключову роль у становленні видавництва як окремих підприємницьких установ для популяризації книг.

Видавництва змагаються за увагу аудиторії, шукаючи нові методи оформлення, креативний підхід, нестандартний формат, специфічні матеріали та багато інших шляхів. Пересічного читача дедалі складніше здивувати золотим або срібним тисненням, доповненою реальністю, шкіряною палітуркою й модним дизайном. Щороку видавці намагаються знайти новий спосіб для залучення якомога більшої аудиторії, підбираючи незвичні матеріали, ілюстрації, ефекти, які у книзі набувають додаткового значення й контрасту.

Тож в українських та зарубіжних артбуках спільні й відмінні риси зумовлені певними умовами: історичними, економічними, культурними, традиційними тощо.

Видання українських творчих книг акцентує увагу на національній ідентичності, традиціях, актуальних соціальних темах українського суспільства, побуті, міфології, віруваннях, що відіграє важливе значення самоіндетифікації нації.

До прикладу, артбук «Українська магічна академія» не тільки розповідає реципієнту про магічний український світ, а й оповідає про історію відомих постатей, які повпливали як позитивно, так і негативно на подальше становлення й розвиток України.

При цьому багато уваги приділяється мові вираження характерів персонажів, їх цитатам, зображенню українських локацій. Інше видання, «Український бестіарій», присвячене традиційній українській міфології для збереження та передачі нащадкам знань про культурні особливості та містичних створінь кожної області.

У книзі представлена характеристика кожної істоти, легенди про них, місце поширення, звички, можливості, про яких колись наші предки переповідали один одному містичні історії. Незважаючи на те, що в такі легенди мало хто вірить із сучасних українців, насамперед це наша культурна спадщина, про яку не варто забувати.

Експерименти молодих художників і дизайнерів зі змістом та формою надають артбуку візуальної привабливості, а реципієнтам естетичного задоволення від читання.

В Україні активно просуваються проекти, що поєднують декілька стилів, жанрів та тематик в одній структурі. Артбук «The Art Of Ukrainian Sixties» від видавництва «Osnovu» є прикладом відтворення шістдесяти років українського мистецтва XX століття через призму голограмних зображень картин відомих митців [31]. Основу видання складають п'ятнадцять історіографічних текстів про найбільш впливових художників-шістдесятників з усіх областей.

Монографічний текст доповнює візуалізацію об'ємних картин на сторінках книги, утворивши ефект присутності реципієнта в музеї або на виставці [31]. Це особливий доробок, що розглядає роботи художників з боку впливу концепції, контексту та історичних подій на загальні тенденції в українському мистецтві того періоду.

Понад чотириста репродукцій творів монументальної творчості, графіки й скульптури створюють естетичне враження в аудиторії, що підкреслено додатковими інноваціями [31].

На відміну від українського, зарубіжний ринок артбуків демонструє більш сучасні методи впровадження щодо сміливіших експериментів, якісніших матеріалів, технологічних складових. Використання тканини, механізмів, 3D ілюстрацій, віртуальних доповнень вже давно не можуть здивувати сучасного читача, проте досі залишаються потрібними інноваціями на ринку.

Наприклад, артбук «This book is a planetarium» від американського видавництва «Chronicle Books» є втіленням прямої взаємодії читача з книгою на рівні відтворення інтерактивних елементів [29]. Видання, всупереч усім очікуванням і сталим правилам, якою має бути звичайна книга, може перетворюватися на шість повнофункціональних інструментів.

Використовуючи звичайний папір, художниця Келлі Андерсон створила аналоги відомих наукових предметів для дослідження космосу, звуку й руху на сторінках артбуку, що функціонують не гірше справжніх приладів [29]. Вона доповнює кожен розворот цікавим текстом, обґрунтовуючи наукові принципи, які застосовувалися в конструкціях.

«This book is a planetarium» є інтерактивним доробком не тільки для дитячої, а й для дорослої аудиторії, що може перетворюватися на: динамік, який підсилює звук; безкінечний календар; декодер повідомлень, музичний інструмент зі струнами; проєктор сузір'я на стелі або стінах; генератор геометричних малюнків [29]. У 2017 році, коли видання було опубліковано, книга стала довершеним проєктом сучасної друкованої продукції та робочих технологій, що створені лише з паперу, картону та ниток.

Також не менш захопливою у своєму підході до структури й креативності стала серія «Pop-up» від британського видавництва «Thames & Hudson», що спеціалізується на випуску видань візуально-креативного спрямування на різноманітну тематику: від моди й кіно до архітектури й ландшафту [29]. Серія складається з чотирьох книг на різну тематику (планета Земля, місяць, вулкани, ліси), які при розгортанні сторінок автоматично утворюють складні 3D моделі місць, локацій, подій та людей.

Творчі конструкції доповнені коротким текстом та загальною інформацією про особливості будови Землі, роботи вулканів або функціонування місяця [29]. Артбуки демонструють ідеальне поєднання креативної концепції та подачі інформації з мистецького боку видавничого ринку. Окрім цього, до кожного видання в подарунок – тематичний предмет: уламок місяця або вулканічна порода. Звичайно, усі ці предмети несправжні, проте таким чином розробники залучили більше аудиторії, орієнтуючись на захоплення школярів та підлітків [29].

Зарубіжний та український ринки артбуків не схожі у декількох чинниках. По-перше, фінансова спроможність на проєкти у країнах різна. Тому якщо, наприклад, британське видавництво зможе профінансувати

інтерактивне видання, то для українського це займе більше часу для вирішення певних питань [21].

По-друге, аудиторія ринків відрізняється у своїх культурних поглядах, судженнях та захопленнях. Якщо для американського читача 3D графіка – це вже не новизна, то для українця цей процес лише почав викликати зацікавлення [21].

До того ж такі видання коштують вище середньої вартості будь-якої іншої книги, тому не кожен в Україні може собі дозволити придбати його.

По-третє, у зв'язку з повномасштабним вторгненням український видавничий ринок на деякий час припинив свою роботу, як й інші важливі галузі країни, в той час як за кордоном видання книг не припинялось [21].

Тож це істотно повпливало на розвиток книговиробництва загалом, не кажучи про здорожчання матеріалів, постійні обстріли поліграфій, загальний стан в країні.

Незважаючи на відмінності, ринки мають й спільні риси: прагнення до якісного та доступного продукту для реципієнтів, технологічні інновації та нові творчі підходи, експерименти зі змістом, формою й структурою [21].

Таким чином порівняльний аналіз зарубіжних та українських артбуків розкриває важливі аспекти книговидання в Україні та на зарубіжних ринках. Попри низку відмінностей у створенні, поширенні та можливостях видань, видавничі процеси мають і спільні риси. Обидва ринки характеризуються якістю, креативністю та особливими мистецькими засобами.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі виконано аналіз ринку артбуків в Україні та за кордоном. На українському ринку щораз збільшується інтерес до творчих видань, які мають за основу національну культуру й мистецтво. Це помітно у виданнях, що акцентують увагу на соціальних аспектах життя та суспільному розвитку, порушують питання культурного спадку та духовного збагачення українців. Аудиторія прихильно ставиться до такої тематики, як

сучасна література, кіно, відеоігри, міфологія, історія України, творчість українських митців.

Артбуки на зарубіжному ринку приваблюють аудиторію більшою різноманітністю, охопленням міжнародних тенденцій та комерційною доступністю. Вони розкривають важливий процес становлення творчого жанру як окремого напрямку в сучасному книговидаванні.

Порівняльний аналіз зарубіжних та українських артбуків демонструє як спільні, так і відмінні риси в процесі створення, розповсюдження, фінансування та популярності продукції. Вони стали важливим інструментом самовираження митців, збереження культурної спадщини, комунікації між авторами й реципієнтами.

РОЗДІЛ 4

ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ ВИДАННЯ

4.1 Загальна характеристика артбуку «Світові знаменитості українського походження»

Видання «Світові знаменитості українського походження» – це винятковий проєкт, що поєднує елементи культурології та творчого процесу в одне ціле. Він розповідає про відомих особистостей українського походження, які здобули славу на світовій арені мистецтва, кіно, музики й літератури.

Структура артбуку складається з текстової частини (фрагменти з короткою інформацією про знаменитостей та їх цитатами українською і англійською мовами), ілюстраційних фрагментів (створені художником), концептуальних фотоколажів, комбінації різних видів шрифтів (для основного тексту, цитат і заголовків), QR-кодів до кожного розвороту та окремих сторінок для нотаток. Такий добір матеріалів допомагає аудиторії краще пізнати й отримати глибше уявлення про особистостей, які мають українське коріння.

Кожен розворот присвячений окремій зірці. На розворотах артбуку гармонійно поєднано колажі та малюнки, що асоціюються із постаттю, цитати (українською, англійською) про підтримку України у воєнний час, стисла інформація про причини й події, які змусили сім'ї покинути країну, факти про визначні успіхи у житті зірок, QR-код із посиланням на офіційну сторінку, а також нотатки для особистих думок і записів читача.

Колажі, що супроводжуються текстом, містять графічні елементи, фотографії та авторські малюнки художника. Усе це разом утворює візуальну привабливу композицію, що привертатиме увагу аудиторії.

Артбук «Світові знаменитості українського походження» виконаний за певними технічними характеристиками:

Формат видання: 84x108 1/16.

Кількість сторінок: 42.

Тираж: 500 примірників.

Гарнітура, що була використана при верстанні: у текстових блоках цитат «Minion Pro» (кегли 19, 23, 24, пт), у текстових блоках інформації – 19 пт. У заголовках – Bready hand (30 пт), у підзаголовках – Palatino Linotype (26 пт). На палітурці застосовано такі шрифти: American Typewriter (60 пт), Corbel (28 пт).

У процесі виконання проєкту було опрацьовано такі видавничо-поліграфічні стандарти:

1. ДСТУ 8302:2015. Інформація та документація. Бібліографічне посилання.
2. ДСТУ 7.84:2008. Видання обкладинки та палітурки (34034).
3. ДСТУ 3814:2013. Інформація та документація. Видання. Міжнародна стандартна нумерація книг. Київ: Мінекономрозвитку України, 2014.
4. ДСТУ 3017:2015. Інформація та документація. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять. На заміну ДСТУ 3017–95. Чинний від 2016.07.01. Київ, 2016.
5. ДСТУ 8299:2015 «Інформація та документація. Знак охорони авторського права. Правила подання у виданнях».

Для створення колажів у артбуці взято фотографії із додатку «Pinterest». Це платформа для опублікування фото та відео з метою пошуку ідей для візуального натхнення аудиторії.

Щоб скомпонувати візуальний дизайн видання, застосовано такі програми, як Procreate, Adobe Illustrator, Adobe InDesign, Instagram.

Adobe Illustrator – це програма для професійної роботи з векторною графікою, завдяки якій можна редагувати або створювати векторні складові.

Procreate – застосунок для графічної та растрової творчості, виконання художніх задач щодо малюнків або ілюстрацій.

Adobe InDesign – додаток для професійного макетування та верстання книг, журналів, газет та іншої друкованої продукції.

Instagram – соціальна мережа, в якій можна обмінюватись світлинами, робити фото із додатковими фільтрами та поширювати їх через інші платформи.

Завдяки QR-кодам, які розміщено для зірок, реципієнт має можливість швидко, без додаткового витрачання часу на пошук, перейти на офіційну сторінку знаменитості в Instagram.

Артбук призначений не тільки для ознайомлення аудиторії зі світовими знаменитостями українського походження, а й щоб продемонструвати їх підтримку Україні у воєнний час. Він зазначає причини переїзду родичів відомих осіб до інших країн, при цьому акцентуючи увагу на становленні людини як особистості у своїй провідній професії.

Таким чином видання стане важливим джерелом для дослідження культурної ідентичності українців на глобальному рівні.

Місія артбуку – показати не лише українцям, але і світу багатство талантів України, глибину і розмаїття її культури, прагнення нації до постійного прогресивного розвитку та удосконалення, шану до свого походження і толерантність до інших миролюбних націй і форм організацій. Книга має всі підстави стати творчим натхненням для молодих поколінь і заохотити їх цінувати й пишатися своїм походженням.

Артбук «Світові знаменитості українського походження» є цінним надбанням для культурного розвитку та досягнень українців, які ввійшли в історію поза межами України. Він характеризує багатство української спадщини через відомих постатей, які прославили свою батьківщину на міжнародному рівні. Проєкт вирізняється концептуальним підходом до викладу матеріалу, подачею ілюстраційної частини та емоційною наповненістю, яка допомагає читачу пережити напругу та біль.

Тому актуальність і важливість такого видання не втрачатиметься, адже реципієнт буде радий дізнатися, що всесвітньо відома зірка або його кумир –

українець. Артбук також відзначається своїм соціальним аспектом, оскільки сприяє розширенню уявлень про українську діаспору та її вплив на світову культуру. Читачі можуть ознайомитися з історіями успіху світових зірок кіно, мистецтва, літератури, які завдяки своїй праці і таланту змогли досягти визнання.

Таке видання сприяє формуванню позитивного іміджу України на міжнародній арені. У часи, коли українська культура стикається з численними викликами, такі видання допомагають підкреслити значущість українських особистостей у світовій культурі, сформувати позитивний імідж України, посилити протидію лавині московських наративів, у тому числі антиукраїнських.

Артбук може стати цінним ресурсом для організації культурних заходів, виставок чи презентацій, що підкреслюють важливість внеску знаменитостей українського походження у світову культуру. Ним зацікавляться не тільки поціновувачі гарного візуального оформлення, а й шанувальники представлених зірок, колекціонери, дизайнери або митці. Дизайн артбуку ретельно продуманий, що підкреслює сучасний підхід до оформлення та візуального представлення інформації.

Використання яскравих кольорів, оригінальних шрифтів, колажу і тематичних графічних елементів робить видання привабливим для реципієнтів різного віку.

Таким чином артбук «Світові знаменитості українського походження» виконує декілька функцій: пізнавальну, творчу, естетичну, інформаційну, що об'єднує мистецтво і соціальні аспекти. Він сприяє усвідомленню та формуванню культурної спадщини України, визначенню її місця у світі. Це надає можливість читачам пізнати видання та взаємодіяти з ним, додаючи свої думки та судження. Такий артбук стане популярним об'єктом на українському та зарубіжному видавничих ринках.

4.2 Особливості роботи над артбуком про зірок

Робота, яка проводиться під час створення творчого видання, потребує особливих підходів, що відрізняються від принципів виконання щодо будь-якого іншого виду або жанру літератури.

Артбук про зірок об'єднує в своїй структурі мистецькі, текстові та дизайнерські елементи, тому варто дотримуватися єдиного стилю подачі цих матеріалів на кожній сторінці для ліпшого сприйняття та засвоєння аудиторією.

Коли читач бачить обкладинку, у нього формується певне очікування від наповнення всередині. Він може це робити мимовільно, проте якщо обкладинка не виправдає очікувань, то й реципієнт не отримає позитивного враження від книги.

Тож дизайн обкладинки – це обличчя будь-якого видавничого продукту. Артбук має чітко зображати осіб, про яких він містить інформацію й точно відповідати загальному тематичному задуму.

Якщо розмістити на обкладинці лише декількох постатей, то у читача виникне питання: чому саме вони? Можна було б це пояснити більшою впізнаваністю однієї зірки від іншої, проте тоді чому не виділяють й менш відомих. У такому випадку варто відобразити рівну кількість людей на обкладинці у визначеному стилі, при цьому урівноваживши кількість жінок і чоловіків.

Ключовою особливістю є проведення ретельного аналізу, який включає пошук і збір інформації про знаменитостей та їх українське коріння. Основними джерелами цього пошуку стали офіційні соціальні мережі зірок та їх інтерв'ю для медіа, оскільки загальної інформації у вільному доступі або досить мало, або й взагалі немає. Також до кожної постаті додано загальну інформацію про її діяльність та цікавий факт для того, щоб реципієнт зміг ліпше ознайомитись із зіркою.

Створення візуального наративу включає процес співпраці з художниками, дизайнерами або фотографами, які допоможуть втілити цілісний задум.

Вибір графічного наповнення для підкріплення тексту виконувався за порадами дизайнерки (студентки 4 курсу ОМ Фахового коледжу «Універсум» Ірини Добровольської) щодо фонового оформлення, підбору кольорової гами, створення графічних елементів. У надвипускних відомостях артбуку вона зазначена як художниця й дизайнерка. Це підкріплено авторським правом на художнє ілюстрування у вихідних відомостях.

Від ретельності відбору фото або ілюстрацій залежить, наскільки влучно через візуальну складову автор зможе передати читачу повноту та значення доробку: унікальність кожної зірки, її культурний та соціальний вплив, внесок у певну сферу діяльності.

Наприклад, на сторінках про відомого співака буде доречним розмістити фото, ілюстрації з його відомих виступів, пісень, альбомів, тематичних елементів (мікрофон, сцена, квиток, гітара або інший музичний інструмент). Якщо робити колаж для актора, то варто скомпонувати частини з найвідоміших кінострічок, які принесли йому світове визнання.

Завдяки правильному вибору шрифтів, колірної палітри, доречного подання пошуково-довідкового апарату художньо-технічне оформлення позитивно вплине на загальне сприйняття й опрацювання артбуку реципієнтом.

Не менш важливим чинником для покращення читання книги виступає баланс між функціональністю й естетикою, оскільки видання має не лише приваблювати аудиторію, а й бути комфортним у використанні.

Врахування цільової аудиторії також відіграє важливу роль. Потрібно проаналізувати віковий сегмент артбуку й для кого він буде цікавим та актуальним. Це необхідно для того, щоб адаптувати текстову частину й стиль оформлення відповідно до читачів.

До прикладу, для старшої вікової групи видання може видатися занадто яскравим та екстравагантним, проте для молодого покоління проявлятиме сміливість і модерний прояв сучасності.

Будь-яке неправильне поєднання може кардинально змінити загальний вигляд, стиль чи тематику артбуку, повпливати на сприйняття знаменитості та його образу, чим спантеличить реципієнта.

Щоб удосконалити видання й зробити його більш інтерактивним для взаємодії з аудиторією, до кожної зірки (окрім Джека Пеланса, що пов'язано з його смертю у 2006 році) додано QR-код із посиланням на офіційну сторінку в Instagram.

У сучасному світі, де більшість справ замість людини автоматично виконує техніка, будь-яка додаткова дія для здійснення мети спонукає до зниження мотиваційної діяльності. Реципієнт відмовиться від взаємодії з виданням, якщо для цього йому доведеться виконувати ряд дій, навіть найпростіших. Щоб знайти знаменитість в соціальній мережі, потрібно відкрити додаток, вписати в пошуку ім'я, перейти на сторінку.

А інколи бувають випадки, коли офіційні акаунти знайти довше й складніше, тому читач може надто швидко відмовитись від цієї ідеї. Завдяки QR-коду кожен має змогу з легкістю перейти на відповідну сторінку зірки, не виконуючи додаткових дій пошуку.

Отож, особливості створення артбуку «Світові знаменитості українського походження» сприяють формуванню виняткового видавничого продукту, який популяризує українську культуру на світовому рівні. Видання про зірок українського походження залишатиметься актуальним і цікавим, тому що висвітлює важливі питання у креативному підході.

4.3 Особливості художньо-технічного та змістового оформлення видання

У створенні оригінального й нового візуального впливу на аудиторію в поєднанні з інформаційним блоком найвагомішими елементами виступають художньо-технічне та змістове оформлення видання.

До художнього оформлення належать естетичні складові, які вдало поєднують шрифтовий стиль, кольори, композиційні рішення й графічні малюнки, наповнюючи артбук символічними ідеями, щоб читач зміг поринути в тематичну спрямованість книги не лише як паперовий виріб, а як окремий творчий задум, який потрібно розгадати й переосмислити.

Такі елементи мають взаємодіяти між собою, об'єднувати зміст та концепцію для привернення уваги реципієнта й спонукати його до придбання книги. Наприклад, на сторінках артбуку «Світові знаменитості українського походження» постать відомого музиканта Ленні Кравіца зображено як індивідуальний образ, що закликає до свободи, бунту й скасування будь-яких правил.

Застосування переважно червоного, чорного, сірого та білого кольорів передає вольовий стиль зірки у музиці й виголошення свого власного «Я». Нестандартність шрифтів підкреслює емоційний настрій та художні рішення, а абстрактні форми у колажах додають візуального ефекту, демонструючи музичний творчий дух Ленні Кравіца.

Або образ Міли Куніс, який випромінює наполегливість та завзяття у прагненні до своєї мрії. Кар'єра жінки починалася з модельної справи, якою вона не надто захоплювалася, проте працювала заради професійного зростання. Завдяки ролі Лілі у фільмі «Чорний лебідь» Міла отримала світове визнання й була номінована на премію «Гільдії акторів» за найкращу жіночу роль другого плану. Для відтворення її тематичного колажу було використано елементи з цього фільму й додаткові зображення створено художницею.

Щодо змістового оформлення артбуку «Світові знаменитості українського походження» варто зазначити те, що особлива увага приділяється стилістичним особливостям тексту, його структурі й загальній організації.

Інформаційну текстову складову можна умовно поділити на дві частини: цитати українською та англійською мовами й блоки із найважливішими фактами про зірок (чим вони вирізняються, завдяки чому стали відомими, причини переїзду їх предків до інших країн).

Текст допомагає реципієнтам стисло, проте ефективно познайомитись зі знаменитостями ближче, дізнатись щось нове й стати частиною доробку. Усі цитати присвячені підтримці України у воєнний час й заклику до боротьби проти московського панування.

Мовою оригіналу вони краще передають колоритність, настрій та бойовий дух зірок, а для тих, кому складно перекласти, цитати наведено й українською.

До прикладу, фраза Сильвестра Сталлоне «Bless all of the incredibly brave men, women and children ... This nightmare and vicious tragedy Has to stop!» (Благослови усіх неймовірно сміливих чоловіків, жінок і дітей... Цей кошмар і жахлива трагедія мають припинитися!) демонструє підтримку Україні й всім, хто її захищає.

Загалом текстове наповнення артбуку «Світові знаменитості українського походження» вимагає старанного планування з урахуванням місії, завдань та мети проєкту.

Тому під час пошуку джерел інформації про зірок українського походження виник ряд труднощів, що були зумовлені як культурними, так й інформаційними аспектами.

По-перше, обмежена документованість і дослідження історії української діаспори в різних країнах ускладнюють пошук достовірних джерел про знаменитостей, які не мають міжнародного визнання: митці, науковці, автори, громадські діячі, діяльність яких не загальновідома у глобальному

плані. Це може стосуватися й відомих осіб, чий родовід не розголошується у вільному доступі [19, 20].

По-друге, не всі джерела є перевіреними й надійними, тож процес верифікації займає більше часу. Наприклад, тривалий час ширилась новина, що Ленні Кравіц має російське коріння, а не українське. На концерті у Києві в 2008 році він повідомив, що його дідусь народився в Україні, проте російські ЗМІ переробили цю інформацію під їх вподобання і досягнення співака були представлені вже в іншому контексті.

По-третє, значною перешкодою виступає мовний бар'єр. Більшість корисних текстів доступна лише мовою оригіналу (не завжди англійською), і це обмежує дослідників щодо їх роботи.

Якщо говорити про широку аудиторію, то велика частина інформації залишається прихованою або недоступною, тому отримати її набагато складніше. Як приклад можна навести письменника Чака Поланіка: він лише раз зазначав у інтерв'ю про своє українське походження.

Також обмежує аналіз та пошук відсутність систематизованих архівів і досліджень про українську діаспору, в той час як інформаційні ресурси зосереджують увагу на загальних досягненнях та вкладі в історію зірок, не згадуючи про їх культурні впливи чи зв'язки з Україною. Саме через це в аудиторії виникає хибне або поверхнєве сприйняття щодо походження таких осіб.

Одна з найважливіших задач – логічно структурувати текстові блоки та полегшити їх сприйняття реципієнтом. Зважаючи на те, що у виданні ілюстративний матеріал переважає над текстовим, інформаційний блок має певні обмеження.

Артбук як окремий літературний напрям характеризується мінімальною кількістю текстової інформації й більшою наповненістю візуального контенту, розкриваючи ідею й суть саме з допомогою зображень, графіки та ілюстрацій. Йому притаманна простота викладу й доступність, які спонукають читача до кращого опрацювання тексту.

Для ліпшої взаємодії реципієнта з виданням у кінці артбуку є спеціальні сторінки для особистих нотаток та висловлення думок.

Не можна забувати про технічні аспекти оформлення, такі як якість друку, вид паперу, типографічні рішення. Якісні матеріали збільшують вартість книги, але й роблять її довговічним продуктом, а текстурний або кольоровий папір підвищує тактильні відчуття, що посилює у читача естетичну насолоду.

Отож, художньо-технічне та змістове оформлення артбуку мають свої особливості, які потрібно врахувати ще на початковому етапі створення, щоб випустити повноцінну книжкову продукцію й забезпечити комфортне читання, натхнення та взаємодію з артбуком.

4.4 Розробка маркетингової стратегії для просування артбуку

Розробка маркетингової стратегії просування видання є не менш важливим етапом ніж його формування, пошук і створення матеріалу та виготовлення. Адже без належної реклами й чіткого плану розповсюдження книги навряд чи вдасться досягнути високих показників продажу. З допомогою ґрунтовної розробки маркетингової стратегії для просування артбуку «Світові знаменитості українського походження» можна буде залучити якомога більшу аудиторію й підвищити популярність видання на видавничому ринку. Ключова мета стратегії – привернення уваги до книги, формування позитивного іміджу й стимулювання активних продажів.

Спочатку потрібно визначити цільову аудиторію та її масштаб. До неї належатимуть митці, колекціонери, шанувальники представлених постатей віком від 16 років (переважно молодь), а також людей, яких цікавить культурна спадщина України. За цими даними відбуватиметься адаптування маркетингових матеріалів та комунікації до відповідних груп: за їхніми потребами, інтересами та зацікавленістю.

Щоб активно популяризувати видання й охоплювати різний віковий сегмент, важливо просувати його через такі канали комунікації, як вебсайти, соціальні мережі, блоги, що поширюють культурний та мистецький контент.

Створення відео, постів, статей, що акцентують увагу на творчості автора й особливості артбуку, може залучити реципієнтів швидше, ніж будь-який інший вид реклами [21].

Споживачів цікавить не лише значення та мета видання, а й закадрові моменти створення: початкові варіанти колажів, начерки ілюстрацій, процес розробки, інтерв'ю з людьми, що були залучені до проєкту.

Коли артбук вийде на стабільний рівень прибутку й впізнаваності серед інших видань, організація презентацій та виставок буде головним елементом маркетингової стратегії. На спланованих заходах артбук презентуватимуть основні учасники проєкту: автор, художник, дизайнер. Таким чином з'явиться можливість налагодити контакти з покупцями або познайомитись із потенційними партнерами, з якими можна домовитись за подальшу співпрацю й просування книги.

Щоб більше зацікавити та порадувати аудиторію варто влаштувати залучення відомих знаменитостей до маркетингового процесу, а саме: запросити їх як спікерів або учасників заходів, провести з ними інтерв'ю, пов'язані із українською культурою. Це підвищить інтерес до артбуку й створить додатковий резонанс у медіа, оскільки фанати зірок скористаються можливістю побачити й поспілкуватися зі своїм кумиром.

Як подарунок для покупців можна розіграти артбук із автографами від знаменитостей, надаючи можливість отримати підписи від світових постатей в одному виданні.

Необхідною буде співпраця з книгарнями, бібліотеками та культурними центрами. Розміщення артбуку на полицях книгарень, участь у книжкових ярмарках та фестивалях підвищить популяризацію цього видання. Також варто зазначити можливість реалізації артбуку через онлайн-магазини та платформи не лише в Україні, а й за кордоном.

Не менш важливим буде використання стратегій просування, а саме: акції, знижки або спеціальні пропозиції для перших покупців. Такий підхід заохотить аудиторію до швидкого та вигідного придбання, стимулюватиме радити артбук серед знайомих. Участь у культурних ініціативах, що просувають українську ідентичність, може підвищити інтерес до артбуку.

Для досягнення максимальної ефективності у просуванні артбуку «Світові знаменитості українського походження» слід використовувати соціальні мережі: Twitter, TikTok, Instagram, Facebook тощо, де візуальний контент, цитати, короткі відео будуть залучати якомога більше читачів.

Використання платних рекламних кампаній на цих платформах дозволить рекламувати публікації навіть для тих, хто не цікавиться культурою або мистецтвом. Важливим є і створення окремого вебсайту чи блогу, де публікуватимуться новини, статті, інтерв'ю з авторами, різні пропозиції щодо купівлі видання.

Оптимізація контенту для пошукових систем (SEO) сприятиме залученню активного трафіку. Email-маркетинг стане ще одним засобом популяризації та продажу [21]. Завдяки Email-маркетингу формуються списки підписників через вебсайт або соціальні мережі для постійної розсилки новин, акцій або спеціальних пропозицій.

Проведення презентацій та виставок артбуку в культурних центрах, бібліотеках або книгарнях, участь у книжкових ярмарках та фестивалях дозволить безпосередньо контактувати з аудиторією та залучати нових читачів. Необхідно також налагоджувати співпрацю з блогерами, які рекламуватимуть артбук своїм підписникам.

Таким чином розробка маркетингової стратегії для артбуку «Світові знаменитості українського походження» повинна розвиватись у багатьох напрямках та за допомогою різних платформ, інструментів, щоб досягти якнайбільшої ефективності. Зростання попиту на видання й велика кількість проданих примірників створюватимуть інтерес до України, її культури та представників.

Висновки до розділу 4

У четвертому розділі виконано аналіз проєкту «Світові знаменитості українського походження», на основі якого можна зробити висновок, що важливо дотримуватись комплексного підходу до формування художньої, технічної та змістової складових у виданні.

Артбук вирізняється чітко продуманою ідеєю та концепцією. Протягом робочого процесу створено художні елементи, які доповнюють інформацію для текстових блоків, знайдено ілюстраційний матеріал, що підкреслює емоційну естетику кожної знаменитості.

Розробка проєкту вимагала сконцентрованості та уважності до всіх етапів і деталей. Також довелося долати ряд викликів, які поставали на шляху до створення цілісної книги. Вони були пов'язані з: недостатньою документованістю інформації про зірок щодо їх українського походження, необхідністю перевірки джерел на їх правдивість та достовірність, врахування особливостей створення артбуку, що відрізняється від подібних видань.

Завдяки застосуванню дизайнерських технік, вдалому художньо-технічному та змістовому оформленню, якісному виконанню, сучасним творчим рішенням вдалося зробити оригінальний видавничий продукт.

А розробка маркетингової стратегії для успішного продажу видання, яка включає використання різних каналів комунікації, забезпечує поширеність артбуку в книгарнях, бібліотеках, на виставках, фестивалях тощо.

ВИСНОВКИ

Загалом артбук – це видання, яке вимагає творчого підходу на всіх етапах його створення й до більшості елементів, концепції зокрема. Досить часто артбук плутають з такими поняттями, як «комікс», «зін», «графічний роман» тощо, проте це різні зображальні жанри, які мають і спільні, і відмінні риси.

Завдяки історії створення артбуків можна простежити розвиток цього жанру від початкових книг художників до витворів мистецтва, що об'єднують стандартні книжкові тенденції із сучасними трендами й технологіями.

Формування структури видання включає врахування змістових особливостей, що безпосередньо впливають на зручність читання реципієнтом. Вона має логічно організовувати зміст.

Оскільки в артбучі зображальна частина переважає над текстовою, правильно структурувати усі його частини є ключовим завданням для досягнення максимальної зручності користування. Редактор у процесі роботи над артбуком не тільки відповідає за редагування тексту, а й виступає координатором процесу, фігурою, яка комунікує з авторами, художниками та іншими учасниками видавничої діяльності для чіткої організації всіх задач. Його рішення суттєво впливають на формування концепції й загального настрою видання.

Концепція артбуку має відображати усі особливості ідеї, яка закладена в основу книги. У зв'язку з тим, що таке видання як артбук не має чітких стандартів, структура базується на творчому підході автора. Компонування графічних складових вимагає дотримання колірної відповідності та візуальної цілісності, щоб артбук приваблював читача.

Ілюстративна частина спрямована на ідентифікацію знаменитостей як окремих персон, що мають українське коріння та зробили свій вклад у світову історію кіно, музики, письменства й інших сфер.

Не варто забувати про шрифтове наповнення, яке відображає стильову єдність тексту не лише з інформаційного боку.

Аналіз українського та зарубіжного ринків артбуків демонструє значне заохочення до популяризації творчих і нестандартних видань. Вони стали інструментом для самовираження авторів, документування культурної спадщини різних країн та поширення творчих практик для широкої аудиторії.

Українські та зарубіжні артбуки мають як спільні, так і відмінні характеристики щодо їх тематики, створення й розповсюдження. В Україні спостерігається тенденція до артбуків на тематику, що пов'язана з культурою, традиціями, суспільною ідентичністю, історією та міфологією. Зарубіжні артбуки популярні завдяки технологічній креативності, різноманітності тем і матеріалів, оригінальності дизайну.

Обґрунтування проєкту «Світові знаменитості українського походження» характеризує артбук як потрібний та актуальний видавничий продукт, що стане ключовим виданням для збереження й поширення знань про світових зірок із українським походженням.

Слід також враховувати особливості формування артбуку, основна тема якого недостатньо розкрита або частково подана у доступних джерелах.

Можуть виникати ситуації, коли пошук інформації про знаменитостей з українським корінням не дає очікуваних результатів через недостатню документованість даних про еміграцію їх родин або великий акцент на їх загальну діяльність. У такому випадку варто перевіряти інформацію на офіційних сторінках зірок у соціальних мережах або інтерв'ю.

Художньо-технічне та змістове оформлення видання є елементом, що підкреслює унікальність артбуку. Використання сучасних дизайнерських рішень приваблює читачів оригінальністю.

Розробка маркетингової стратегії забезпечує ефективне просування артбуку з допомогою різних каналів комунікації: електронна пошта, соціальні мережі, традиційна реклама, виставки, фестивалі тощо.

Будь-яка взаємодія читача з виданням робить його співтворцем та поліпшує зв'язок автора з аудиторією. А організація подій та презентацій видання утворює контакт реципієнтів з професіоналами, що були залучені до процесу створення книги. Це підвищуватиме зацікавленість й формуватиме спільноту навколо артбуку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ДСТУ 7.84:2008. Видання обкладинки та палітурки.
2. ДСТУ 3814:2013. Інформація та документація. Видання. Міжнародна стандартна нумерація книг. Київ: Мінекономрозвитку України, 2014.
3. ДСТУ 3017:2015. Інформація та документація. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять. На заміну ДСТУ 3017–95. Чинний від 2016.07.01. Київ, 2016.
4. ДСТУ 8302:2015. Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання. Чинний від 2016.07.01. Київ, 2015.
5. ДСТУ 8299:2015 «Інформація та документація. Знак охорони вторського права. Правила подання у виданнях».
6. 5 феміністичних зінів та артбуків про війну. URL: <https://chytomo.com/5-feministychnykh-ziniv-ta-artbukiv-pro-vijnu/> (дата звернення: 02.03.2025).
7. Артбуки та з чим їх можна сплутати. URL: <https://skvot.io/uk/blog/artbooks-and-how-to-recognize-them> (дата звернення: 13.03.2025).
8. Артбук як художня практика: що важливо знати про цей медіум. URL: <https://supportyourart.com/columns/artbook/> (дата звернення: 18.04.2025).
9. Артпогляд: різниця між артбуком і артбуком. URL: <https://nc.ua/tvorchakramnychka-artbuku-ne-ziny/> (дата звернення: 22.03.2025).
10. Бідун А. В. Артбук. Велика українська енциклопедія. URL: <https://vue.gov.ua/%D0%90%D1%80%D1%82%D0%B1%D1%83%D0%BA> (дата звернення: 14.03.2025).
11. Бідун А. В. Артбук у теоретичному вимірі й у системі практик редактора. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2019. № 1, т. 2. С. 82–90.

- 12.Бідун А. В. Типологічна специфіка артбуку як особливого виду книжкового контенту. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2019. № 7, Вип. 32. С. 58–61.
- 13.Видавництво Mal'opus : офіційний вебсайт. URL: <https://malopus.com.ua/artbooks/artbuk-stvorennya-svitu-gri-hogwarts-legacy> (дата звернення: 16.04.2025).
- 14.Відмінності між графічним романом і коміксом. URL: <https://uk.uniprojecta.com> (дата звернення: 15.04.2025).
- 15.Вільям Блейк. URL: <https://www.ukrlib.com.ua/bio-zl/printit.php?tid=10348> (дата звернення: 11.04.2025).
- 16.Віммельбух: що це і навіщо потрібно? URL: <https://surl.li/bgbvgn> (дата звернення: 06.04.2025).
- 17.Вплив шрифту на сприйняття друкованих книг. URL: uss.com.ua/vpliv-shriftu-na-spriynyattya-drukovanih-knig-psihologichni-aspekti-dizaynu/ (дата звернення: 03.04.2025).
- 18.Глущенко Д. С. Робота редактора над художнім оформленням артбуку (на прикладі видання про світових знаменитостей українського походження): курсова робота. Київ, 2024. 42 с.
- 19.Дзира О. І. Післяреволюційна політична імміграція українців до Канади: історико-біографічний вимір. *Українська біографістика*. 2017. Вип. 15. С. 245–259.
- 20.Дзира О. І. Українська міжвоєнна імміграція до Канади в зарубіжній історіографії. *Рукописна та книжкова спадщина України*. 2020. Вип. 26. С. 185–196.
- 21.Кайдрович Х. І. Особлива ніша маркетингу у видавничо-поліграфічній справі. *Наукові записки Львівського університету бізнесу і права*. 2019. С. 39–44.
- 22.Книги з дизайну, архітектури та фотографії. URL: <https://designbook.com.ua/ua> (дата звернення: 22.03.2025).

23. Костюченко О., Михайлова Р. Стратегії кольору в сучасному бренд-дизайні. *Науковий журнал «Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну»*. Київський національний університет культури й мистецтва. 2022. Вип. 2. Т. 5. С. 227–238.
24. Мільчевич С. І. Комерційний артбук: виокремлення терміну та стилістичні особливості продукту. *Молодий вчений*. 2020. № 4, Вип. 80. С. 78–94.
25. Підпригора С. Артбук у просторі літератури: художні особливості. *Науковий часопис НПУ ім. Драгоманова*. 2018. Вип. 10. С. 44–48.
26. Про історію коміксу. URL: https://irbis-comics.com.ua/articles/pro_istoriju_komiksu (дата звернення: 05.03.2025).
27. Просування української книги у світі – що радять автори, видавці та менеджери. URL: <https://www.irf.ua/prosuvannya-ukrayinskoyi-knygy-u-sviti-shho-radyat-avtory-vydavczi-ta-menedzhery/> (дата звернення: 09.04.2025).
28. Соціокомунікаційні тенденції в медійному та науково-освітньому дискурсах: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції / упоряд. Н. М. Вернигора. Київ: Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, 2024. 246 с.
29. Статті про мистецтво й живопис : офіційний вебсайт. URL: <https://lihtaryk.com.ua/statti/statti-mystetstvo-zhyvopysu/> (дата звернення: 12.04.2025).
30. Стенд мистецьких видань: які видавництва представлять артбуки на Франкфуртському книжковому ярмарку. URL: <https://suspilne.media/culture/595759-stend-misteckih-vidan-aki-vidavnictva-predstavlat-artbuki-na-frankfurtskomu-knizkovomu-armarku/> (дата звернення: 01.04.2025).
31. Творчий опір. Співпраця Kyivgallery з The café review. URL: <https://kyiv.gallery/statii/tvorchyi-opir-spivpracia-kyivgallery-z-the-cafe-review> (дата звернення: 08.03.2025).

32. Три артбуки про сучасні романтичні стосунки. URL: <https://suspilne.media/culture/81970-kudi-znikla-lubov-tri-artbuki-pro-sucasni-romanticni-stosunki-tinder-ta-sirist/> (дата звернення: 11.03.2025).
33. Хмельовська О. Від потворного до злого: як змінився книжковий дизайн в Україні за 30 років. URL: <https://chytomo.com/vid-potvornoho-do-zloho-iak-zminyvsia-knyzhkovyj-dyzajn-ukrainy-za-30-rokiv/> (дата звернення: 14.03.2025).
34. Шульська Н., Манюхіна А. Ілюстративна культура сучасної дитячої книги: видавничі норми й читацькі вимоги. *Scripta manent: молодіжний науковий вісник інституту філології та журналістики*. Одеса. 2019. С. 152–154.
35. Що таке артбук? URL: <https://optimize-il.com/shho-take-artbuk/> (дата звернення: 08.03.2025).
36. Що таке віммельбух? URL: <https://kalamar.ua/shho-take-vimmelbuh/> (дата звернення: 23.03.2025).
37. Що таке зіни? Конспект дискусії «Культура зінів: розмова з художниками та видавцями». URL: <https://supportyourart.com/stories/shho-take-ziny-konspekt-dyskusiyi-kultura-ziniv-rozmova-z-hudozhnykamy-ta-vydavczyamy/> (дата звернення: 10.03.2025).
38. Як вибір шрифту впливає на сприйняття. URL: <https://marketer.ua/ua/how-font-choice-affects-perception/> (дата звернення: 26.03.2025).
39. Bettina Rheims, Serge Bramly, Rose, C'est Paris. URL: <https://designbook.com.ua/ua/book/bettina-rheims-serge-bramly-rose-c-est-paris-7250> (Accessed 10 March 2025).
40. Color assignment. Joe Hallock. URL: <https://www.joehallock.com/edu/COM498/index.html> (Accessed 14 March 2025).

41. Rose, C'est Paris. URL: <https://www.amazon.com/Rose-cest-Paris-Bettina-Rheims/dp/3836527855> (Accessed 09 March 2025).
42. Why We Prefer Certain Colors. URL: <https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-new-brain/201104/why-we-prefer-certain-colors> (Accessed 11 March 2025).

ДОДАТКИ

Додаток А



Рисунок А.1 – Гістограма розподілу преференцій (у %) в американських (непарні стовпчики) та українських (парні стовпчики) досліджуваних щодо колірних асоціацій категорій: «довіра», «якісно», «безпека», «задоволення», улюбленого та найменш улюбленого кольору.

Джерело: [23]

Додаток Б

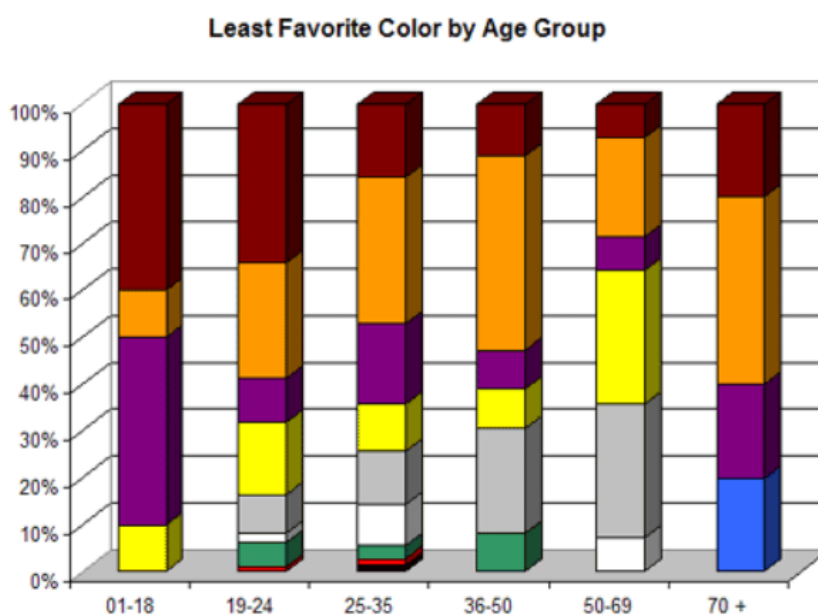


Рисунок Б.1 – Розподіл найменш улюблених кольорів серед вікових груп.

Джерело: [40]

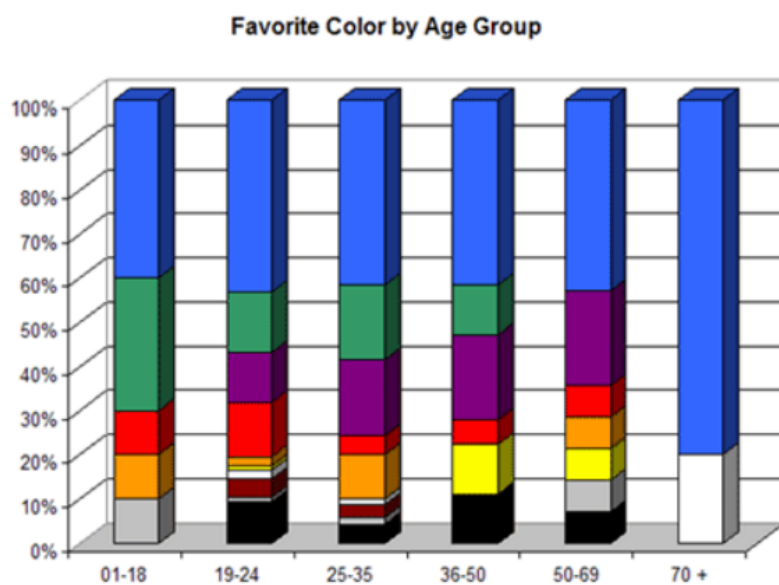


Рисунок Б.2 – Розподіл улюблених кольорів різних вікових груп.

Джерело: [40]

Додаток В



Рисунок В.1 – Артбук «Українська магічна академія» (обкладинка). 2024 р.

Джерело: [13]



Рисунок В.2 – Артбук «Українська магічна академія» (вигляд всередині). 2024 р.

Джерело: [13]

Додаток Г



Рисунок Г.1 – Артбук «Український бестіарій» (обкладинка). 2023 р.

Джерело: [13]



Рисунок Г.2 – Артбук «Український бестіарій» (вигляд всередині). 2023 р.

Джерело: [13]

Додаток Д

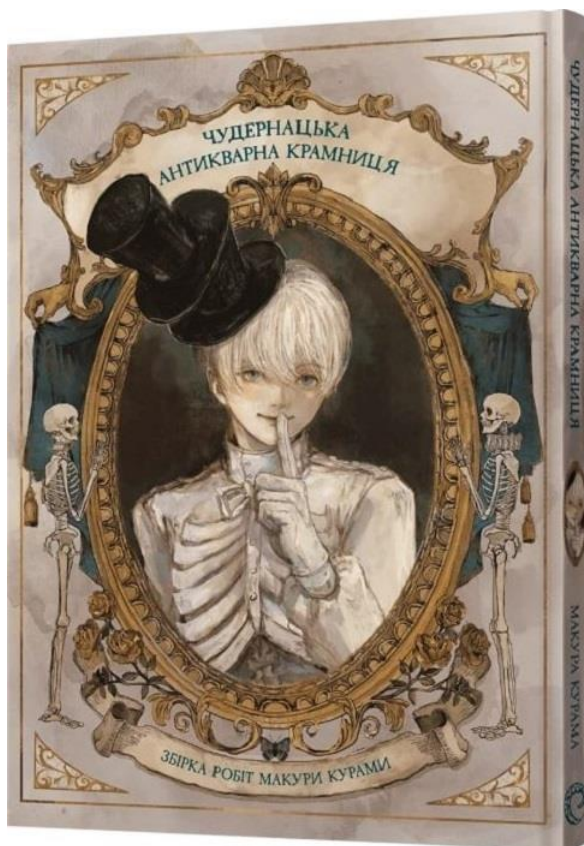


Рисунок Д.1 – Манга-артбук «Чудернацька антикварна крамниця. Збірка робіт Макури Курами» (обкладинка). 2024 р.

Джерело: [13]

Додаток Е



Рисунок Е.1 – Артбук «Rose, C'est Paris» (вигляд ззовні). 2010 р.

Джерело: [39]



Рисунок Е.2 – Артбук «Rose, C'est Paris» (вигляд всередині). 2010 р.

Джерело: [39]

Додаток Є

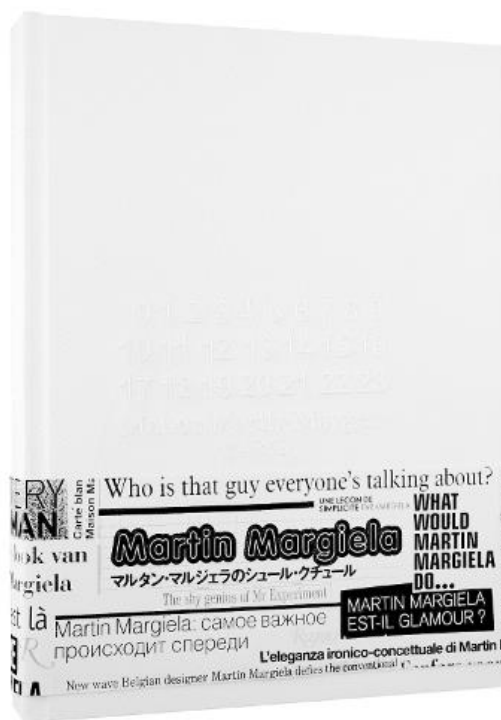


Рисунок Є.1 – Артбук бренду «Rizzoli» (обкладинка). 2009 р.

Джерело: [22]

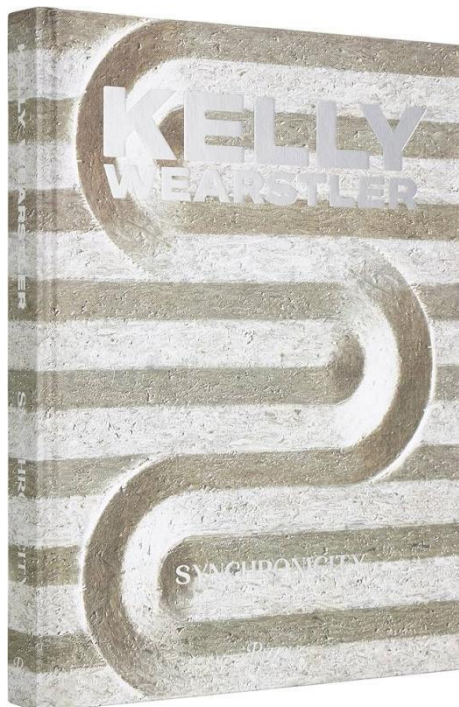


Рисунок Є.2 – Артбук бренду «Rizzoli» (обкладинка). 2023 р.

Джерело: [22]

Додаток Ж

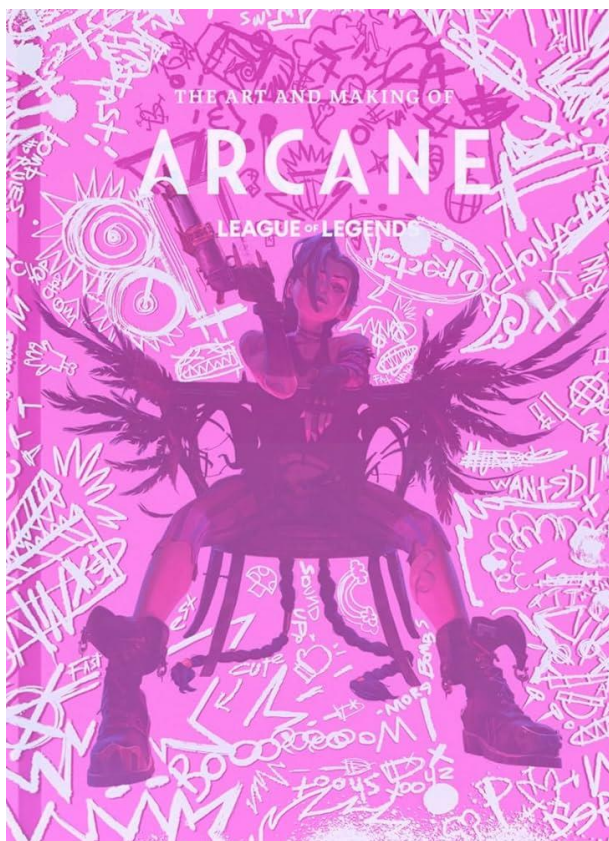


Рисунок Ж.1 – Артбук «The Art and Making of Arcane» (обкладинка). 2024 р.

Джерело: [13]



Рисунок Ж.2 – Артбук «The Art and Making of Arcane» (вигляд всередині).

2024 р.

Джерело: [13]