

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра медіапродюсування та видавничої справи

## СТВОРЕННЯ І ПРОСУВАННЯ ДИТЯЧОГО ВИДАННЯ

Кваліфікаційна робота

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

\_\_\_\_\_

Завідувач кафедри медіапродюсування  
та видавничої справи

\_\_\_\_\_

(підпис)

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2026 р.

Оцінка з урахуванням усного захисту

\_\_\_\_\_

Члени комісії:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2026 р.

Студентки групи ВСРБ-1-22-4.0д.

денної форми навчання

спеціальність: 061 Журналістика

освітня програма: 061.00.03

«Видавнича справа та редагування»

***Шпак Наталії Миколаївни***

Науковий керівник:

*доктор історичних наук, професор*

*кафедри медіапродюсування та*

*видавничої справи*

*Факультету журналістики*

*Київського столичного університету*

*імені Бориса Грінченка*

***Шпак Віктор Іванович***

## **Зміст**

<b>ЧАСТИНА I. РЕЗЮМЕ ПРОЄКТУ</b> .....	3
<b>ЧАСТИНА II. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ</b> .....	5
<b>ВСТУП</b> .....	5
<b>Розділ 1. Теоретичне обґрунтування проєкту</b> .....	6
<b>1.1 Дослідження ринку та особливості аудиторії проєкту</b> .....	6
<b>1.2 Аналіз конкурентного середовища</b> .....	9
<b>Розділ 2. Техніко-економічні характеристики видавничого продукту</b> .....	13
<b>2.1. Загальні характеристики видавничого продукту</b> .....	13
<b>2.2. Редакційно-видавничий комплекс підготовки проєкту</b> .....	14
<b>2.3. Економічні аспекти реалізації проєкту</b> .....	15
<b>Розділ 3. Просування видання на ринку</b> .....	17
<b>3.1. Шляхи розповсюдження видання</b> .....	17
<b>3.2. Концепція промоції видання</b> .....	19
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	20
<b>ДОДАТКИ</b> .....	25

## ЧАСТИНА I. РЕЗЮМЕ ПРОЄКТУ

### АНОТАЦІЯ

**Країна без парканів : оповідання. Київ : «Метелик», 2026. 48 с.**

Видання подане у формі оповідання, яке поєднує дитячу пригодницьку історію та роздуми про різність людей. Через буденні ситуації видання знайомить читачів із цінністю доступного середовища та різноманітним способів взаємодії у суспільстві.

У оповіданні розповідається історія хлопчика, який потрапив до незвичного міста без парканів. Він звертає увагу на кожну дрібничку, яка відрізняє це місто від звичного. Помічає, як уважність людей та продумані деталі можуть робити світ по-справжньому відкритим для кожного, а нові друзі показують йому, якою різною може бути взаємодія у суспільстві.

Унікальність полягає у поєднанні художньої історії з елементами соціально-освітнього видання. Проєкт створений з метою підвищення рівня обізнаності дітей щодо теми різності серед людей та зумовлений актуальністю цих знань у реаліях життя під час війни.

«Країна без парканів» – видання для читачів віком 5-9 років, присвячене ознайомленню з прикладами безбар'єрності та взаємоповаги у міському середовищі через призму буденних ситуацій та пригодницької історії.

Показниками соціально-економічної ефективності є кількість згадок у соціальних мережах, медіа, батьківських спільнотах та освітніх осередках. А також кількість проданої продукції та відповідна можливість реалізації більшого накладу видання, створення додаткових тематичних матеріалів, проведення тематичних заходів та реалізація відповідної серії видань на інші актуальні для цільової аудиторії теми.

Видання сприяє формуванню толерантності та розвитку емоційного інтелекту, що робить продукт актуальним у практичному застосуванні як для домашніх читань, так і для освітніх просторів. До прикладу, книга може бути використана для домашніх читань з батьками у якості поєднання звичного

формату пригодницької історії та інструменту для початку розмови про різність серед людей. І може бути використана для читань або проведення тематичних занять у школах, дитячих бібліотеках або закладах позашкільної освіти. Або ж, так само, в якості інструменту для розмови про різність та важливість толерантного ставлення.

## ЧАСТИНА II. ОБГРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

### ВСТУП

Актуальність проєкту зумовлена потребою у формуванні толерантного та безбар'єрного суспільства змалечку, оскільки в умовах війни активно зростає кількість тих, кого це стосується безпосередньо. Наразі на українському ринку бракує видань для дітей дошкільного та молодшого шкільного віку, які б у доступній, художній та візуально привабливій формі знайомили дітей із темами безбар'єрності та толерантності.

Особливістю проєкту є поєднання художньої історії з елементами соціально-освітнього видання. Через образ міста без парканів книга демонструє не лише відсутність фізичних бар'єрів, таких як паркан, а й важливість відсутності психологічних бар'єрів та наявність відповідної взаємоповаги і рівного ставлення до усіх. Завдяки такому поєднанню видання містить елементи новизни, які вирізняють цей проєкт на ринку.

Метою проєкту є розроблення та створення сучасного дитячого видання «Країна без парканів», у якому через призму пригодницької історії порушуватиметься тема різності серед людей.

Основні завдання проєкту:

- Розробити сюжетну лінію та персонажів видання;
- Написати текст видання, виконати редагування;
- Створити ілюстрації та обкладинку видання;
- Підібрати шрифтове та композиційне оформлення відповідно до санітарних вимог зазначеної вікової категорії читачів;
- Створити макет та верстку дитячої книги;
- Виконати коректуру макету;
- Розробити концепцію популяризації книги серед дитячої аудиторії та батьківських спільнот;
- Реалізувати певні з видів промоції.

## **Розділ 1. Теоретичне обґрунтування проєкту**

### **1.1 Дослідження ринку та особливості аудиторії проєкту**

**Дослідження ринку дитячої літератури.** Для дослідження був використаний метод аналізу, зокрема асортименту літератури для дітей дошкільного та молодшого шкільного віку в онлайн та фізичних книгарнях.

Після початку повномасштабного вторгнення асортимент ринку дитячої літератури набув змін. Збільшилася кількість літератури з патріотичними мотивами, книг про війну та історію України. Часто у дитячій літературі почали фігурувати невідомі раніше персонажі, які безпосередньо пов'язані з війною. Як, до прикладу, Пес Патрон у виданні «Пес Патрон і Шкарпетковий монстр» Юліти Ран. В основі цього коміксу – класичне протиставлення добра та зла, яке не втрачає актуальності серед дитячої літератури. А завдяки вдалому поєднанню цього протиставлення із пригодницькою історією, де у якості головного героя відомий усім дітям пес, видання здобуло неабиякої популярності серед маленьких читачів.

Також активно з'являються книги про актуальні для сучасних дітей проблеми: еміграцію, адаптацію у новому середовищі, подолання страхів. Серед таких можна відзначити книгу Слави Світової «Гудзик, який хотів повернутися додому», де авторка через історію загубленого гудзика запевняє, що дім – це не про фізичну будівлю, а про емоційний стан. Такі видання є інструментом для допомоги в адаптації дітей у новому для них середовищі.

Зростає кількість книжок щодо розвитку емоційного інтелекту та про соціальні навички. До прикладу, про розвиток емоційного інтелекту є серія книг «Мистецтво мислити» Оскара Бреніф'є, у яких розповідається про почуття, взаємини, повагу до інших та вміння розпізнавати свої емоції.

У незначній кількості можна відзначити появу видань на «складні» для розмови з дитиною теми. Однією з таких є книга Світлани Ройз «Таємниця Життя та смерті», у якій через формат роздумів маленької дівчинки про життя порушується тема смерті. Така форма подання матеріалу створює безпечну атмосферу та не викликає страху. Крім того, книга містить детальну передмову

для батьків, яка допоможе зробити спільне читання максимально ефективним та комфортним.

**Дослідження аудиторії.** Для дослідження було проведено опитування в Google forms, де були поставлені запитання для визначення демографічних сегментів, вподобань, цінностей та звичок аудиторії (див.: Додаток А) .

Цільова аудиторія – діти віком від 5 до 9 років, їхні батьки та педагоги. Опитування проводилося серед дорослої аудиторії, переважно батьківської спільноти. Проте, серед опитуваних були й люди, які не мають власних дітей, але регулярно купують дитячу літературу в якості подарунків. Результати опитування наведені нижче:

- Вік більшості респондентів 36-45 років (49,2%) (див. Додаток А, рис. А.1.1);
- Вік більшості потенційних читачів 6-10 років (42,4%) (див. Додаток А, рис. А.1.1);
- 49,2% опитаних купують книги 1-3 рази на місяць (див. Додаток А, рис. А.1.2);
- Серед тем та жанрів дитячих книг найчастіше обирають казки (58,5%), книги з повчальними творами (55,4%) та збірки віршів/коротких історій (52,3%) (див. Додаток А, рис. А.1.3);
- Ключовими чинниками при виборі дитячої книги є такі: актуальність тематики (75,4%), якість ілюстрацій (73,8%) та вартість видання (56,9%) (див. Додаток А, рис. А.1.4);
- Нові дитячі книги найчастіше шукають самостійно через сайти книгарень (69,2%), а також дізнаються з реклами у соцмережах (61,5%) (див. Додаток А, рис. А.1.5);
- Серед відповідей на питання з відкритою формою «Яких дитячих книг бракує на українському ринку?» повторювалися відповіді про книги на різні соціально значущі та «складні» теми (див. Додаток А, рис. А.1.6);

- 49,2% опитаних зазначають, що брали би участь в офлайн заходах для дітей (див. Додаток А, рис. А.1.7);

За результатами проведеного опитування цільову аудиторію було сегментовано для кращого розуміння їхніх вподобань та потреб.

*Таблиця 1.1. Сегментування цільової аудиторії видання*

Демографічне сегментування	Вік: 18-24 (молодь); 25-35 (молоді дорослі); 36-45, 45+ (дорослі); Стать: переважно жіноча Освіта: фахова передвища, незакінчена вища, вища; Сімейний стан: одружені, неодружені, розлучені; Зайнятість: офлайн робота, онлайн робота, декретна відпустка, навчання/пошук своєї справи;
Географічне сегментування	Україна: переважно Київ та Львів Також окремі міста закордоном
Психографічне сегментування	Цінності: сім'я, материнство, освіта; Інтереси: виховання дитини, саморозвиток;
Поведінкове сегментування	Мотивація до купівлі: потреба мати інструмент для обговорення різності людей, прагнення виховувати в дитині толерантність та взаємоповагу;

На основі проведеного аналізу можна виокремити такі основні сегменти аудиторії, які потенційно матимуть інтерес та потребу у придбанні видання «Країна без парканів»:

- Молодь 18-24 років: обирають книги на подарунок і хочуть, щоб це був корисний подарунок, який допоможе як дитині, так і батькам;
- Молоді дорослі 25-35 років: купують книги для своїх дітей або близьких родичів, прагнуть бути обізнаними в актуальних темах та трендах;
- Дорослі 35-45, 45+: купують книги так само для своїх дітей, онуків, близьких родичів, дітей друзів, тощо. Прагнуть дати усе найкраще та обирають літературу з повчальним змістом;

## 1.2 Аналіз конкурентного середовища

«Країна без парканів» позиціонується як сучасне дитяче видання, яке поєднує в собі художню пригодницьку історію з елементами тем безбар'єрності та різності.

Для кращого розуміння позиціонування продукту була розроблена мапа ціннісної пропозиції (Value Proposition Canvas). У ній відображено потреби, страхи та болі аудиторії, а у мапі цінності зазначається, які переваги ця аудиторія отримає за умови придбання книги та які фактори це підкріплюють:

Таблиця 1.2 Профіль клієнта (Customer Profile)

Потреби клієнта	<ul style="list-style-type: none"><li>• знайти якісну дитячу літературу про різність та безбар'єрність, яка не буде суто теоретичною;</li><li>• мати інструмент для розмов про повагу та ставлення до інших;</li><li>• проводити час разом із дитиною з користю;</li></ul>
Страхи	<ul style="list-style-type: none"><li>• страх «неправильно» пояснити дитині складні теми;</li><li>• стурбованість щодо того, що книга може не зацікавити дитину;</li><li>• недостатня обізнаність у темі безбар'єрності;</li></ul>
Болі	<ul style="list-style-type: none"><li>• відсутність розуміння як легко та цікаво обговорити з дитиною важливі теми;</li><li>• бажання отримати позитивні емоції від спільного читання;</li><li>• потреба у відчутті, що дитина здобуває важливі знання та навички;</li></ul>

Таблиця 1.3 Карта цінності (Value Map)

Товари й послуги	<ul style="list-style-type: none"><li>• ілюстрована книга з цікавою сюжетною лінією;</li><li>• наявність елементів повчального змісту, які можуть бути корисними й батькам;</li></ul>
Фактори допомоги	<ul style="list-style-type: none"><li>• книга порушує складні теми зі сторони дитини, що робить їх простішими до сприйняття;</li><li>• дружній tone of voice та теплі ілюстрації привертають увагу дітей;</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• готовий інструмент для розмов з дитиною та спільного проведення часу;</li> </ul>
Фактори вигоди	<ul style="list-style-type: none"> <li>• підтримка батьків у формуванні свідомого та толерантного світогляду дитини;</li> <li>• підтримка того, що батьки роблять «правильну» інвестицію у розвиток дитини;</li> <li>• розширення знань дітей про світ та різність серед людей;</li> </ul>

Хоч на українському книжковому ринку й бракує дитячих художніх видань, які би розкривали тему безбар'єрності та взаємоповаги, певну літературу все ж потрібно відзначити. Зокрема, «Зайчик-нестрибайчик та його смілива мама» Оксани Драчковської, «Диваки моєї школи» Анастасії Лавренішиної, «Різні і круті» Анастасії Мозгової-Степаняк, «Рі(з)дні люди» Тані Стус і Марти Кошулінської, «Світ без меж» Анастасії Степулої.

Деякі з цих видань вже недоступні до купівлі, оскільки була реалізація лише одного накладу. У той же час, книга «Світ без меж» Анастасії Степулої є у вільному доступі для завантаження, а фізичні примірники можна знайти у шкільних бібліотеках. Видання було створене за ініціативи першої леді Олени Зеленської та громадської організації «Безбар'єрність». Вихід книги став можливим завдяки підтримці Міністерства культури та інформаційної політики України та Українського інституту книги. Фактично видання є соціальним проектом, який пояснює дітям правила толерантної мови та формує в них гідне ставлення до людської унікальності. Книга виконана у форматі науково-популярного видання з використанням простої лексики та великої кількості ілюстрацій у стилі дитячих малюнків, що робить книгу цікавою як для дітей, так і для дорослих.

Серед найновіших видань варто відзначити книгу Анастасії Лавренішиної «Диваки моєї школи», яка порушує тему інклюзії через цілком реалістичну історію – перехід у нове шкільне середовище, де перебувають зовсім різні діти. Книга містить велику кількість термінології щодо інклюзії та пояснює її по мірі

розкриття сюжету. У виданні поєднується шкільна історія з елементами інклюзії, з більшим акцентом на вживання коректної термінології та прийняття.

Із зростанням попиту на подібну дитячу літературу, почали з'являтися й відповідні номінації книг. До прикладу, простір української дитячої книги «VagaBooka» у кінці 2025 року серед інших номінацій відзначив таку: «Інклюзивна книжка 2025 року: «Леся Булка і магічні вушка» Марії Сердюк (видавництво «Крокус»)). Ця книжка-картинка розповідає про прийняття й толерантність, допомагає зрозуміти, що різність – це не привід для сміху, а привід для гордості. Поява такої номінації може стати поштовхом до реалізації видавництвами більшої кількості видань на тему інклюзії та відповідної популяризації таких книг.

Серед більшості конкурентів видання «Країна без парканів» вирізняється тим, що не присвячене виключно інформації про безбар'єрність, а має в основі пригодницьку історію. Такий спосіб подання інформації може містити меншу кількість теоретичних знань, але натомість створювати глибший емоційний зв'язок із читачем завдяки сюжетній лінії та наявності персонажів. А також стати інструментом для початку розмови між батьками та дитиною щодо різності та толерантного ставлення у суспільства.

Для кращого розуміння конкурентної спроможності видання був проведений SWOT-аналіз:

Таблиця 1.4 SWOT-аналіз видання «Країна без парканів»

<u>Сильні сторони:</u>	<u>Слабкі сторони:</u>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Порушення актуальної теми – безбар'єрності;</li> <li>• Поєднання пригодницької історії з освітнім змістом;</li> <li>• Широкий спектр використання – як для сімейного читання, так і для ознайомлення в освітніх просторах;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Наявність повчального змісту в художньому творі може сприйматися аудиторією як щось складне та надлишкове;</li> <li>• Обмежена кількість подібних українських дитячих для порівняння та аналізу ринку;</li> <li>• Залежність емоційного сприйняття книги від якості ілюстративного оформлення;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Дебютне видання;</li> </ul>
<p><u>Можливості:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Подальше створення серії книг на соціально значущі теми;</li> <li>• Можливість співпраці з освітніми та соціальними ініціативами;</li> <li>• Збільшення обізнаності щодо безбар'єрності серед дітей та їхніх батьків;</li> </ul>	<p><u>Загрози:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Висока конкуренція серед дитячих ілюстрованих книг, ризик «загубитися» серед інших видань;</li> <li>• Ризик того, що через порушення соціальної теми книгу сприйматимуть як суто повчальну;</li> <li>• Конкуренція з відеоконтентом для дітей.</li> </ul>

## **Розділ 2. Техніко-економічні характеристики видавничого продукту**

### **2.1 Загальні характеристики видавничого продукту**

«Країна без парканів» – це друковане дитяче видання, яке виконане у форматі 60x90/8. Такий формат було обрано з огляду на інші ілюстративні видання, які представлені на книжковому ринку. Квадратна форма видання дає змогу розміщувати ширші ілюстрації, які доповнюватимуть оповідання.

Видання налічує 48 сторінок, що в умовних друкованих аркушах дорівнює 6. У авторських аркушах це 0.25, а в обліково-видавничих 0.4 аркуша. Така кількість сторінок є оптимальною для друку, з огляду на раціональне використання умовних друкованих аркушів.

Текстова частина книги була оформлена за допомогою безкоштовних шрифтів. На другій сторінці обкладинки для тексту використано шрифт «Fixel Text», кегль 16 пт. На титульній сторінці текст оформлено шрифтом «Times New Roman», кеглем 24 пт для назви та 16 пт для іншого тексту. Для вихідних відомостей на початку книги використано шрифт «Times New Roman» кегль 14 пт для анотації та 12 пт для іншого тексту. Основна текстова частина видання оформлена українським шрифтом «Fixel Text», кегль розміром 20 пт. Виноски у тексті оформлені шрифтом «Fixel Text», кегль 14 пт. Для прикінцевих вихідних відомостей видання використано шрифт «Times New Roman», кегль 12.

Шрифт для основної частини видання був обраний відповідно до Державних санітарних норм і правил «Гігієнічні вимоги до друкованої продукції для дітей», де зазначається, що для дитячих видань першої (до 6 років) та другої (6-10 років включно) вікової групи варто використовувати рублені шрифти.

Друк фізичних примірників відбувався у друкарні. Видання надруковане на білому папері щільністю 120 г/м<sup>2</sup>. Для твердої палітурки використано папір щільністю 300 г/м<sup>2</sup> та виконано матову ламінацію. Сторінки скріплено за допомогою клею, так само й обкладинка прикріплена до основного блоку за допомогою клею.

Видання складається з таких структурних частин: титульна сторінка, контритул, сторінка з назвою книги в кольорі, основної частини тексту та

вихідних відомостей. На цей час видання перебуває на стадії готового проєкту та відповідає усім нормам та вимогам для друкованої дитячої продукції.

## **2.2 Редакційно-видавничий комплекс підготовки проєкту**

Написання тексту здійснювалося авторкою на основі попереднього плану тексту видання і потребувало використання такого ресурсу як «Довідник безбар'єрності», оскільки важливо вживати правильну термінологію та якісно її розтлумачити відповідно до вікової категорії читачів. Після написання тексту відбувалося перечитування та його літературне редагування. Також відредагований текст видання був надісланий дитячому психологу, для отримання рекомендацій та правок щодо пояснення термінології безбар'єрності та вдалої інтерпретації цієї теми у текст.

Для створення якісного дитячого видання було досліджено наявний в фізичних та онлайн книгарнях асортимент ілюстрованих дитячих видань. Відбувалося порівняння шрифтів, стилів ілюстрацій, дизайну обкладинок, якості паперу.

Після візуального ознайомлення із художніми особливостями сучасних видань, авторкою було прийняте рішення про створення видання, у якому ілюстрації будуть створені за допомогою штучного інтелекту OpenAI.

Неймережі були задані запити на створення кожного із зображень у стилі малюнків восковими олівцями, таке оформлення робить їх візуально приємнішими для ока та викликає асоціацію з дитячими малюнками. Також був заданий прямокутний формат ілюстрацій, який вдало розміщуватиметься на квадратному форматі видання.

Оформлення обкладинки здійснювалося авторкою у програмі Adobe Photoshop за допомогою наявних у програмі інструментів та попередньо згенерованого штучним інтелектом зображення паркану. Також у цій програмі було створено текст логотипу, що розміщується на обкладинці (*див. Додаток Б*). Напис промальований доступними у програмі пензлями та нанесений на макет обкладинки (*див. Додаток В*).

Верстка видання відбувалася послідовно авторкою у програмі Adobe InDesign із врахуванням усіх норм та вимог щодо дитячих видань. Попередню верстку видання було надіслано коректорці Ульяні Глевацькій, вона внесла певні правки і далі відбувалося обговорення можливих шляхів виправлення, після чого правки вносилися.

Послідовність підготовки друкованого видання «Країна без парканів»:

- Дослідження потреб цільової аудиторії, визначення чіткої теми та вікової категорії потенційних читачів;
- Розроблення концепції видання, створення образів персонажів, визначення із стилем ілюстрацій;
- Написання та редагування тексту;
- Створення ілюстрацій та оформлення обкладинки видання;
- Виготовлення макету видання: верстка тексту та розміщення ілюстрацій відповідно до Державних санітарних норм і правил «Гігієнічні вимоги до друкованої продукції для дітей»;
- Коректура, обговорення правок та їх внесення;
- Друк сигнального примірника;
- Фінальний друк видання;

### **2.3 Економічні аспекти реалізації проєкту**

Основні етапи підготовки друкованого видання авторка виконувала самостійно, що дало змогу значно зменшити кількість витрат. Зокрема, авторка виконала такі етапи: розроблення концепції, написання та редагування тексту, підбір формату та шрифтів видання, виготовлення макету. Коректура макету відбувалася за попередньою домовленістю на безоплатній основі, що також зменшило загальну кількість витрат.

Для розроблення ілюстрацій був задіяний штучний інтелект OpenAI, який має ліміт для кількості створення ілюстрацій на добу та обмежений пробний період використання безлімітної версії. Для ефективної роботи та уникнення

обмежень необхідно придбати тариф, який не матиме ліміту, його вартість 890 грн на місяць.

Для початку планується друк видання в кількості 300 примірників, вартість друку такого накладу в друкарні коштуватиме 46 134 грн.

Промоція книги у соцмережах на початку можлива без купівлі платних послуг, так само як і промоційні заходи в освітніх осередках, а також як і публікації в невеликих книжкових медіа. У висновку собівартість примірника складає 232 гривні.

$$\frac{890 + 46\,134}{300} = 232 \text{ грн}$$

Орієнтовна ціна готової книжки «Країна без парканів» 350 гривень, з продажу накладу отримана сума складатиме 105 000 грн. Після вирахування частки, яка була витрачена на реалізацію, дохід складатиме 58 866 грн.

Для створення першого накладу планується використання власних коштів. Додаткові джерела фінансування можуть бути такими: отримання стипендії від Українського культурного фонду в секторі «Література та видавнича справа», отримання фінансової підтримки від ГО «Безбар'єрність». Також можливий вихід книги через видавництва, шляхом надсилання їм на розгляд макету з рукописом.

Соціальна значущість книги «Країна без парканів» полягає у підвищенні рівня обізнаності щодо різності людей серед дітей дошкільного, молодшого шкільного віку, а також дорослих. Під час повномасштабної війни це вкрай важливий аспект виховання дітей, формування свідомого й толерантного суспільства.

## **Розділ 3. Просування видання на ринку**

### **3.1 Шляхи розповсюдження видання**

Для популяризації видання «Книга без парканів» можуть бути використані такі канали: соцмережі «Тікток» та «Інстаграм», фестивалі «Книжковий арсенал» та «Книжкова країна», промоція книги в дитячих бібліотеках міста Києва, партнерство із проєктами від ГО «Безбар'єрність», публікація про анонс книги на вебресурсах «Барабуки» та «Читомо», проведення промоційних занять у закладах дошкільної освіти.

У соціальних мережах «Тікток» та «Інстаграм» можливе створення окремого акаунту, якщо буде прийнято рішення про реалізацію цілої серії видань. Це дозволить популяризувати одразу серію видань, а не окрему книгу, що матиме більшу ефективність. У іншому ж випадку можлива публікація відео на сторінках видавництва чи особистих сторінках авторки.

Вдалим рішенням буде публікація короткого буктрейлера та огляду на видання, які соцмережі зможуть просувати самостійно, якщо формат відповідатиме алгоритмам просування тієї чи іншої мережі. Оскільки формат коротких відео автоматично потрапляє у стрічки аудиторії, на відміну від текстових публікацій, то робити акцент потрібно саме на ньому. До того ж, у наведених соціальних мережах є багато дитячих та батьківських книжкових блогів. У майбутньому з ними можна співпрацювати по бартеру і надсилати видання їм на огляд.

Якщо ж відео публікуватимуться на сторінці авторки, то крім публікації відео безпосередньо про книгу можлива публікація ще й розмовних відео про її створення: короткі та динамічні розповіді про вибір ідеї книги, про значення таких книг, про етапи створення. Крім того, можна зробити кілька відео з акцентом на тому, що ця книга першочергово створювалася в межах бакалаврського проєкту. Це може зацікавити нову аудиторію та привернути увагу тих, кого потенційно не цікавить дитяча література, але соціальна значущість таких проєктів їм відгукується. Тим самим більша аудиторія дізнається про проєкт.

На фестивалях «Книжковий арсенал» та «Книжкова країна» можлива організація презентації видання, проведення лекції для батьків або дитячого майстер-класу за підтримки видавництва, ГО «Безбар'єрність» або інших партнерів. Можлива організація спільного заходу із ветеранськими спілками, до прикладу, з Ветеранським корпусом Третього армійського корпусу. Серед варіантів проведення: фестиваль «Книжковий арсенал» може надати місце для проведення, а Ветеранський корпус може запросити тих, кого тема безбар'єрності стосується безпосередньо. Залучення ветеранів війни до проведення майстер-класу чи лекції може дати дітям та дорослим досвід взаємодії з тією самою різністю, про яку йдеться в книжці. У той же час, ветерани почуватимуться залученими до формування свідомого та толерантного юнацтва.

Промоцію книги також можна організувати у дитячих бібліотеках міста Києва. Зокрема бібліотека імені Ганни Чубач, яка позиціонує себе як сучасний багатофункціональний простір та має значну кількість відвідувачів, через вдале розташування на території Ліцею №3 та відновлене й осучаснене приміщення. У цьому освітньому осередку можна провести презентацію книги, майстер-клас для дітей або розмістити буктрейлер на сторінках бібліотеки у соцмережах, які працівники активно ведуть.

Партнерство з ГО «Безбар'єрність» можливе, якщо плануватиметься проведення заходу для дітей або пов'язаного з дітьми. Оскільки станом на зараз подібних заходів не проводилося, то можливе внесення пропозиції про проведення спільного заходу для дітей та батьків.

Вебресурси «Читомо» та «Барабуки» регулярно публікують анонси виходу різної дитячої літератури. Можливе надсилання пресрелізу про вихід книги «Країна без парканів» та посилення на опублікований буктрейлер. Такі публікації можуть стати гарним варіантом додаткового просування видання.

Також можливе проведення гостьових промоційних занять у закладах дошкільної освіти. Такі заходи матимуть ефективність, оскільки діти віком 5-7 років ще часто обмежені у використанні цифрових гаджетів, що передбачає більшу зацікавленість до літератури. Промоційні заходи можуть відбуватися у

форматі коротких гостьових занять, де відбуватиметься зачитування фрагменту книги, огляд ілюстрацій та обговорення з дітьми дій головного героя. Діти такого віку вже гарно сприймають сюжетні лінії та вміють аналізувати дії персонажів. Сам захід не передбачатиме продаж книг у закладі дошкільної освіти, але анонс проведення такого заходу можна розмістити за попередньою домовленістю у батьківських чатах. Тоді батьки будуть проінформовані, про яку ж книгу розповідали дітям і охочі матимуть змогу замовити її.

### **3.2 Концепція промоції видання**

Станом на зараз, серед вищезазначених варіантів промоції, найбільш доступними до реалізації є просування через соціальні мережі та організація промоційного заходу у закладі дошкільної освіти. Такі промоційні заходи не потребують додаткових фінансових витрат і не залежать від схвалення організаторами фестивалів чи керівниками громадських організацій.

Основна частина публікацій розміщуватиметься у тіктоці, оскільки там легше отримати більшу залученість аудиторії та в подальшому ділитися посиланнями на інші соціальні мережі.

Відео опубліковані на сторінці особистій сторінці авторки (*Див.: Додаток Г, рис. Г.1.1*). Серед публікацій є інтерактивне відео із закадровим голосом, де акцент на тому, що книга реалізована у межах бакалаврського проєкту і аудиторії потрібно відгадати тему книги (*Див.: Додаток Г, рис. Г.1.2*). Така ідея відео у якості промоції має ефективність, оскільки станом на зараз студенти різних освітніх ступенів створюють свої проєкти та пишуть дипломні роботи, саме тому це актуальна тема, яка потенційно потрапить у стрічку рекомендацій. І може зацікавити нову аудиторію, яка хотіла би дізнатися як відбувається реалізація таких проєктів.

Наступне опубліковане відео – «Топ 3 причини, чому варто говорити із дитиною про безбар'єрність». Такий формат відео передбачає потенційне потрапляння у стрічку рекомендацій представникам батьківської спільноти, їхню зацікавленість та відповідне обговорення у коментарях, що допоможе у просуванні відео.

Ще планується публікація короткого буктрейлеру, який приверне увагу глядачів та допоможе скласти уявлення про сюжетну лінію видання. Його також можна буде розмістити і у інших соціальних мережах. А також створення серії відео, які згенеровані штучним інтелектом. У таких відео графічні персонажі звертатимуться до глядачів або розігруватимуть сценки між собою. Відповідно до тематики видання головний герой зможе «ожити» та звернутися до глядачів. Таким же чином можна оживити інших героїв книги, а також, якщо у майбутньому реалізуватиметься серія видань, персонажів з інших книг. Такий формат відео ще є відносно новим, тому часто приваблює глядачів, що робить його ефективним для промоції.

Проведення промоційного заняття у закладі дошкільної освіти №1 міста Києва відбувалося за попередньою домовленістю із директором закладу та вихователем відповідної групи. Було обговорено формат проведення та тривалість.

Оскільки старша група вже готується до формату шкільних занять, але ще має складність у довгій концентрації уваги, було прийнято рішення про коротке заняття тривалістю до 25 хвилин. Формат проведення дозволили обрати на власний розсуд.

На початку було коротке знайомство, для кращої майбутньої комунікації. Після чого дітям на столики були розкладені роздруківки із фрагментами видання, для візуального ознайомлення із героями книги (*див. Додаток Д, рис. Д.1.1*). Далі авторка зачитала кілька абзаців та почалося обговорення персонажів, їхніх особливостей та того, як правильно називаються ті чи інші елементи безбар'єрності (*див. Додаток Д, рис. Д.1.2*).

Діти охоче відповідали на питання та ставили їх самі, цікавилися щодо продовження сюжету. Обговорювали між собою персонажів, згадували приклади зі свого життя, що бачили подібного та ділилися цим. Також їх зацікавило створення книжки, і вони запитували про те, як це робиться і чи авторка сама це все робила (*див. Додаток Д, рис. Д.1.3*).

Маленьким слухачам було цікаво почути та побачити щось нове, діти такого віку легко засвоюють інформацію, особливо, якщо її озвучила нова для них людина. Тому певні знання, отримані під час цього короткого заняття, беззаперечно відкладуться у їхній пам'яті.

Такий промоційний захід безсумнівно мав ефективність, оскільки про видання дізналася ціла група маленьких потенційних читачів, і якби у батьківській групі був розміщений анонс та посилання для замовлення, то ймовірно що це би збільшило продажі. До того ж, такі заходи можна проводити у різних закладах дошкільної освіти, а також у школах, серед учнів молодших класів. Проведення подібних заходів має не лише промоційне значення, а й соціальне, оскільки з дітьми відбувається пряме обговорення теми різності.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бібліотека імені Ганни Чубач для дітей. *Вікіпедія*. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Бібліотека\\_імені\\_Ганни\\_Чубач\\_для\\_дітей#Посилання](https://uk.wikipedia.org/wiki/Бібліотека_імені_Ганни_Чубач_для_дітей#Посилання) (дата звернення: 13.05.2026).
2. Богданець-Білоskalенко Н. Дитяча література як важливий складник у вихованні толерантності дітей дошкільного віку. *Acta Paedagogica Volynienses*. 2023. № 1. С. 10–17. URL: <https://doi.org/10.32782/apv/2023.1.2> (дата звернення: 13.05.2026).
3. Вздутьська В., Медвідь В., Макарик В. *Читомо*. URL: <https://chytomo.com/shcho-vidbuvalosia-v-ukrainskij-dytiachij-literaturi-holovni-zdobutky-ta-vyklyku-2024-roku/> (дата звернення: 13.05.2026).
4. Гресько М. В. Стратегії популяризації дитячої літератури: вплив цифрових трансформацій на читацький досвід. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2023. № 4. С. 118–123. URL: <https://doi.org/10.32461/2409-9805.4.2023.294090> (дата звернення: 13.05.2026).
5. Гудзик, який хотів повернутися додому. *Kalamar*. URL: <https://kalamar.ua/product/gudzik-yakij-hotiv-povernutisya-dodomu/?srsltid=AfmBOoqA3beoWKJt8BYMvzi-dK7OehFfEE7yXT99tS00B8sTGlc8IwiZ> (дата звернення: 13.05.2026).
6. ДСТУ 29-62002 Видання для дітей. Поліграфічне виконання. Чинний від 2002–08–01.
7. Як і що читати дітям від 7 до 11 років. *Головна сторінка Національної бібліотеки України для дітей*. URL: <https://chl.kiev.ua/default.aspx?id=7140> (дата звернення: 13.05.2026).
8. Купріян О. Різні люди, або Яка така толерантна дитяча література?. *Varabooka*. URL: <https://www.barabooka.com.ua/rizni-ljudi-abo-yaka-taka-tolerantna-dityacha-literatura/> (дата звернення: 13.05.2026).
9. Макарик В. М. Дитяча література воєнного часу: 11 нових видань для малюків і підлітків. *Читомо*. URL: <https://chytomo.com/dytiacha-literatura->

- voiennoho-chasu-11-novykh-vydan-dlia-maliukiv-i-pidlitkiv/ (дата звернення: 13.05.2026).
10. Набір дитячих книжок серії Мистецтво мислити. URL: <https://www.mamino.store/product/seriya-mystetstvo-myslyty-5-knyg/> (дата звернення: 13.05.2026).
  11. Пес Патрон і Шкарпетковий монстр. *Видавництво Ранок*. URL: <https://www.ranok.com.ua/> (дата звернення: 13.05.2026).
  12. Про затвердження Державних санітарних норм і правил "Гігієнічні вимоги до друкованої продукції для дітей" : Наказ МОЗ України від 18.01.2007 № 13 : станом на 8 квіт. 2025 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0077-07#Text> (дата звернення: 13.05.2026).
  13. Різні та рівні: книги про інклюзивність. *Видавництво Ранок*. URL: <https://ranok-portal.com.ua/publikatsii/rizni-ta-rivni-knygy-pro-inklyuzyvnist/> (дата звернення: 13.05.2026).
  14. Садовенко С. М. Ілюстрація дитячої книжки кінця ХХ – початку ХХІ століття в Україні як засіб візуальної комунікації. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал*. 2026. № 1. С. 145–151.
  15. «Світ без меж»: книжка про інклюзію доступна онлайн. *Barabooka*. URL: <https://www.barabooka.com.ua/svit-bez-mezh-knizhka-pro-inkluziju-dostupna-onlajn/> (дата звернення: 13.05.2026).
  16. Словник безбар'єрності. *Без бар'єрів*. URL: <https://bf.in.ua/glossary/> (дата звернення: 13.05.2026).
  17. Тараторіна С. «Дитяча книжка часів війни має вберегти дитину». *Barabooka*. URL: <https://www.barabooka.com.ua/dityacha-knizhka-chasiv-vijni-maie-vberegiti-ditinu/> (дата звернення: 13.05.2026).
  18. Ткаченко К. О., Сушко А. В. Дитяча література як засіб формування особистості учнів початкових класів. *Імідж сучасного педагога*. 2023. № 3

- (210). С. 104–109. URL: [https://doi.org/10.33272/2522-9729-2023-3\(210\)-104-109](https://doi.org/10.33272/2522-9729-2023-3(210)-104-109) (дата звернення: 13.05.2026).
19. Топ БараБуки: найкращі дитячі та підліткові видання 2025 року. *Barabooka*. URL: <https://www.barabooka.com.ua/top-barabuki-najkrashhi-dityachi-ta-pidlitkovi-vidannya-2025-roku/> (дата звернення: 13.05.2026).
20. Шпак В. І. Видавничий бізнес: книга редактора : навч. посіб. К. : ДП «Експрес-об’ява». 2022. 2-ге вид. доп. і перероб. 292 с.
21. Шпак В. І. ПОЛІГРАФІЯ: книга редактора : Навч. посіб. Київ : ДП «Експрес-об’ява», 2017. 336 с.

## ДОДАТКИ

### Додаток А

Анкета для дослідження особливостей цільової аудиторії:

<https://forms.gle/SWagdCoSGGhbdADU6>

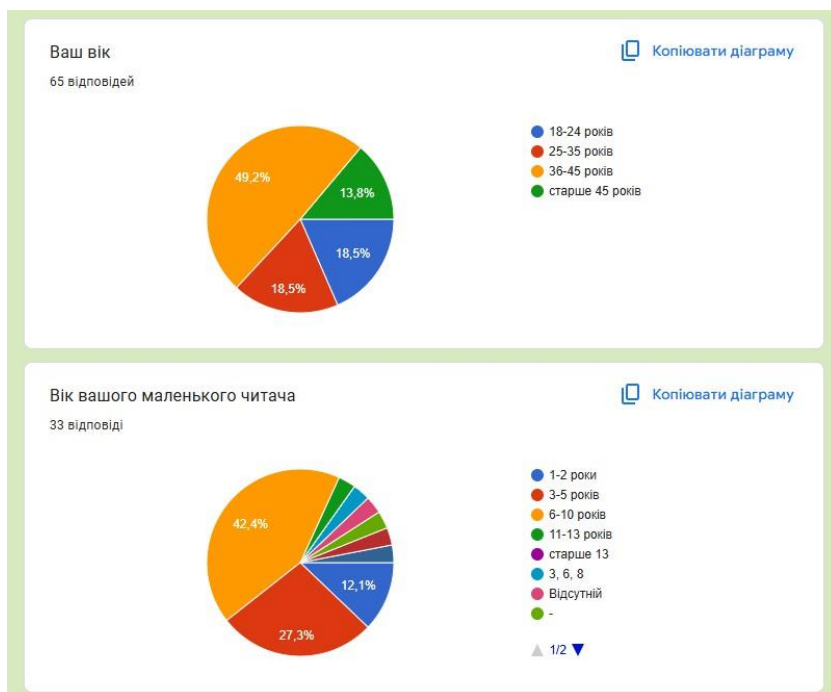


Рис. А.1.1

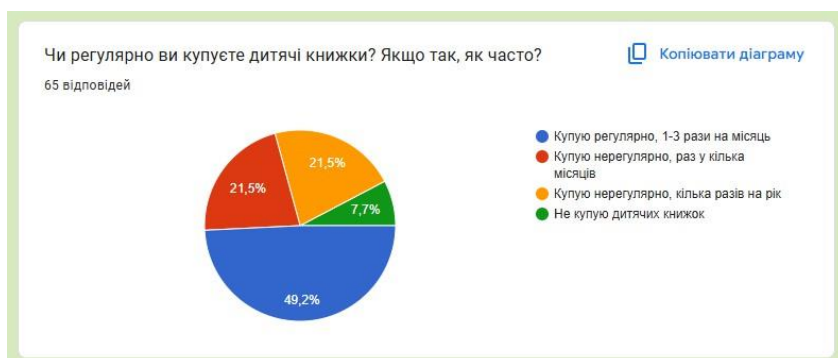


Рис. А.1.2

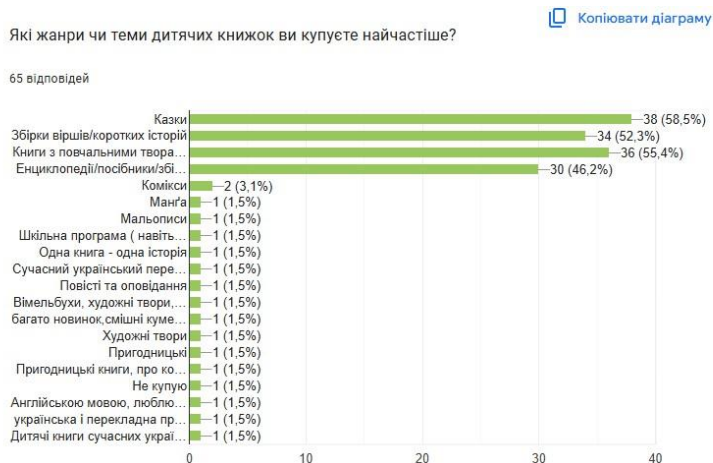


Рис. А.1.3

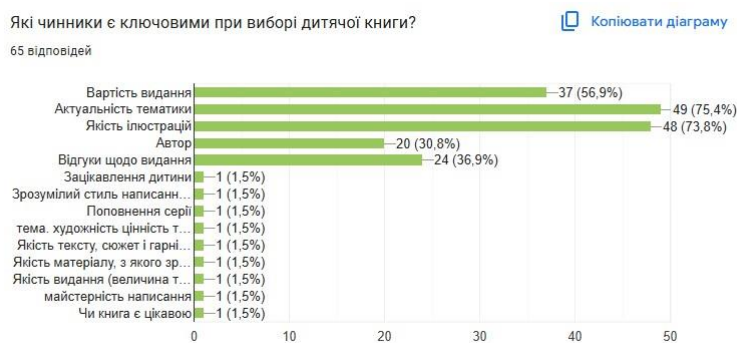


Рис. А.1.4

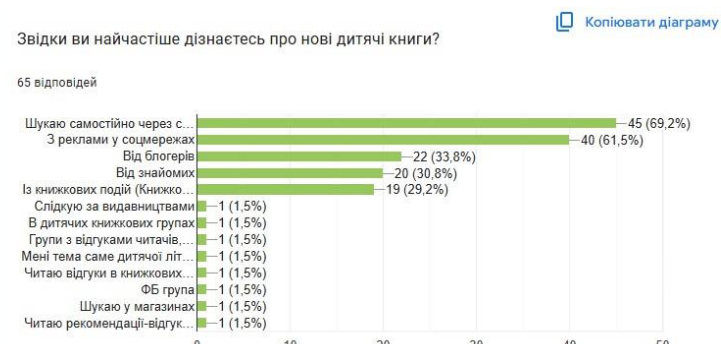


Рис. А.1.5

За бажанням, коротко опишіть свою думку:  
 Яких дитячих книг бракує на українському ринку? Тематика/проблематика/жанр

32 відповіді

Дуже хотілося б більше видань про інклюзію/різність. Хотілося б мати якусь гарне видання про тему орієнтації.

Смішних коміксів/історій на кшталт Детектив дупка або про Інспектора Цапа (злочин на фермі)

Народних казок

Дитячих книг для найменших з англійськими словами.

Висвітлення теми війни, ВПО, людей з травмами, протезуванням і тд (у максимально до речному стилі для дитини)

Мені бракує книг А.К.Вестлі Лори Інглз Уайлдер, Скандинавських казок гарно ілюстрованих, ілюстрованих Лінчем, Крісом Данном

Їжа, здорове харчування ( дуже мало, або застарілі) здоровий спосіб життя

1. книга "інклюзивних". 2 про різність і різноманітність цього світу. 3. книга для усиновлених дітей. 4. книга про складні "важкі" теми: смерть, розлучення, втрата близьких, друзів, стонків і тд. 5. книга для

Рис. А.1.6

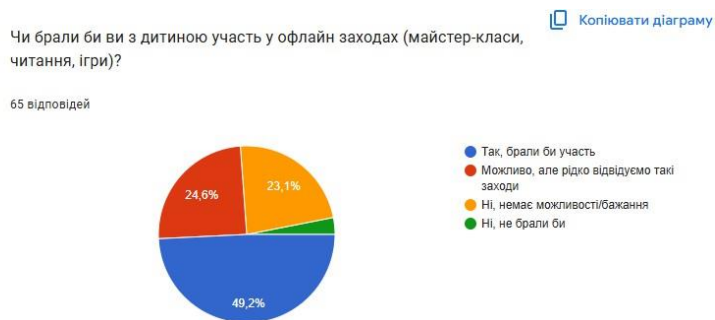


Рис. А.1.7

Додаток Б



Додаток В



Додаток Г

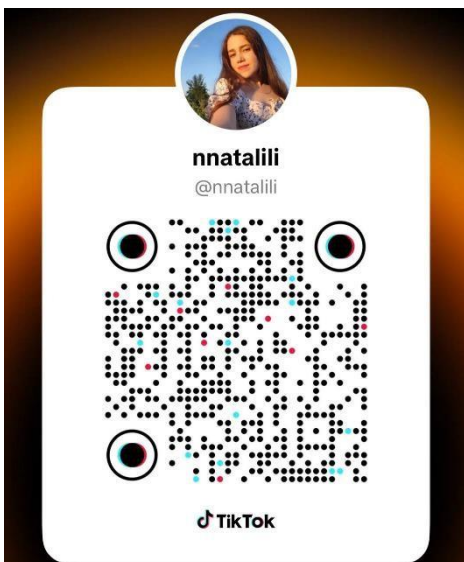


Рис. Г.1.1

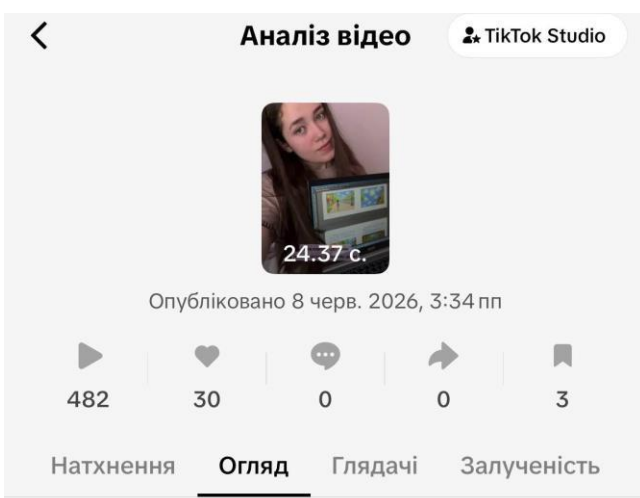


Рис. Г.1.2

(Результати за добу після публікації)



Рис. Д.1.1



Рис. Д.1.2



*Рис. Д.1.3*