

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ «УНІВЕРСУМ»

Циклова комісія з видавничої справи, культури та української філології

ДИПЛОМНА РОБОТА

**РОБОТА РЕДАКТОРА НАД ПРОЄКТОМ ЗБІРКИ ВІРШІВ
ВІЙСЬКОВИХ ЗСУ**

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»
Пешої Лідії Олексіївни
Керівник: Ліна ШЕНДЕРІВСЬКА,
канд. ек. наук, доцент

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 Національно технічного
університету України «Київський
політехнічний інститут імені Ігоря
Сікорського»

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

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1	5
ПОЕТИЧНИЙ ЖАНР ТА ЙОГО СПЕЦИФІКА У ВІЙСЬКОВІЙ ТЕМАТИЦІ	5
1.1 Поезія як різновид художньої літератури	5
1.2 Історіографія військової поезії	9
1.3 Стан сучасної військової поезії в Україні	13
Висновки до першого розділу	16
РОЗДІЛ 2	18
ОСОБЛИВОСТІ РЕДАГУВАННЯ ПОЕЗІЙ	18
2.1 Особливості роботи редактора над поетичними творами	18
2.2 Ідіостиль як об'єкт редакторської уваги	21
Висновки до другого розділу	25
РОЗДІЛ 3	27
ХУДОЖНЄ ОФОРМЛЕННЯ КНИЖКОВОГО ВИДАННЯ	27
3.1 Особливості ілюстрування поезій воєнної тематики	27
3.2 Верстка та композиція текстового блоку	32
Висновки до третього розділу	36
РОЗДІЛ 4	37
ПРОЄКТУВАННЯ ВИДАННЯ «ЗРОБЛЕНІ ЗІ СТАЛІ»	37
4.1 Аналіз сучасного ринку видавничої продукції у сегменті поетичних збірок патріотичного спрямування	37
4.2 Дослідження читацьких уподобань щодо військової поезії та їх вплив на формування попиту	42
4.3 Загальна характеристика збірки «Зроблені зі сталі» та її SWOT-аналіз	47
4.4 Маркетингові стратегії популяризації патріотичної поезії	51
Висновки до четвертого розділу	56
ВИСНОВКИ	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	59

ВСТУП

Актуальність дослідження зумовлена потребою в осмисленні та систематизації редакторської діяльності у контексті роботи над поетичними текстами, створеними військовими Збройних сил України. Збірки військової поезії – це не лише літературне явище, а й документ епохи, що фіксує реальні емоції, думки й переживання захисників під час воєнних дій. Такі тексти мають особливу естетичну та патріотичну вагу, потребують чутливого редагування, яке не порушує автентичності авторського висловлення, водночас забезпечуючи літературну якість і виразність.

Особливістю роботи редактора у цьому випадку є необхідність зберегти голос автора-військового, його щирість і безпосередність, але водночас зробити тексти зрозумілими та доступними широкій читацькій аудиторії. Окремої уваги потребує також питання візуального оформлення, оскільки ілюстрації, композиція, кольорова гама й типографіка можуть або підсилити загальний зміст збірки, або, навпаки, знівелювати емоційну силу тексту. В умовах сучасного інформаційного простору вагомим стає й цифровий формат поетичних видань, що вимагає редакторської участі у розробці мультимедійних версій та маркетингових стратегій популяризації.

Мета дослідження – проаналізувати специфіку роботи редактора над збіркою поезій ЗСУ, зокрема збіркою «Зроблені зі сталі», визначити особливості редагування текстового та ілюстративного матеріалу, а також розробити рекомендації щодо ефективного підготування таких видань до друку й цифрової публікації.

Завдання дослідження:

- дослідити поетичні особливості текстів, написаних військовими;
- проаналізувати редакторські підходи до редагування воєнної поезії;
- охарактеризувати типові проблеми в оформленні поетичних збірок патріотичного спрямування;

- визначити принципи взаємодії редактора з авторами, художниками та верстальниками;
- вивчити роль цифрового маркетингу у популяризації видань воєнної тематики;
- розробити практичні рекомендації для редакторів, які працюють над подібними збірками.

Об'єкт дослідження – редакційна підготовка збірки військової поезії.

Предмет дослідження – методика та практика редакторської роботи з поетичними текстами військових ЗСУ, включно з текстовим і візуальним контентом.

Методи дослідження: контент-аналіз віршів військових; порівняльний аналіз оформлення різних поетичних збірок воєнної тематики; інтерв'ювання редакторів та авторів; описово-аналітичний метод для визначення тенденцій у сучасному оформленні поетичних книжок; метод вивчення читацьких уподобань (анкетування).

Теоретичне значення дипломної роботи полягає у поглибленні розуміння особливостей редагування поезії з високим емоційним і соціальним навантаженням, а також у систематизації підходів до оформлення видань, що репрезентують події національного масштабу.

Практичне значення полягає в тому, що результати дослідження можуть бути використані у діяльності редакторів, видавців, дизайнерів, а також в освітньому процесі при вивченні дисциплін із редагування, видавничої справи та медіакомунікацій.

РОЗДІЛ 1

ПОЕТИЧНИЙ ЖАНР ТА ЙОГО СПЕЦИФІКА У ВІЙСЬКОВІЙ ТЕМАТИЦІ

1.1 Поезія як різновид художньої літератури

Художня література є важливою частиною культурного простору. Вона охоплює різноманітні жанри, що мають свої специфічні особливості. Поезія займає значне місце в художній літературі. Тож розглянемо її специфіку.

Лірика – це один із трьох літературних родів, у якому навколишня дійсність зображується шляхом передачі почуттів, настроїв, переживань, емоцій ліричного героя чи автора [7].

Її специфіка полягає в тому, що автор не описує навколишній світ та людей, а стає суб'єктом твору, його частиною. Проте лірика не завжди ведеться від першої особи, зазвичай автори наділяють певними особистими рисами персонажів чи предмети. В цьому контексті важливо пояснити значення терміну «ліричного героя».

Ліричний герой – це друге ліричне «я» поета; умовне літературознавче поняття, яким позначається коло ліричних творів певного автора, форма втілення його осяянь, думок, переживань [17].

Реципієнт, вперше читаючи ліричний твір, безпосередньо знайомиться із ліричним героєм, тобто із внутрішніми переживаннями самого автора. Проте не варто їх ототожнювати, адже ліричний герой проживає у художній площині. Це лише самостійний образ, ідеалізована сутність автора чи його переживань.

Лірика має свої підвиди [7]:

- ліричний вірш;
- пейзажний вірш;
- пісня;
- ода;
- пастораль;

- медитація;
- псалма;
- елегія;
- епіграма;
- епіталама;
- епітафія.

Розглянемо детальніше перший вид – ліричний вірш.

Вірш (з лат. *versus* - лінія, риска, рядок) – це особлива форма мовлення, де слова організовані не за логічними принципами, а ритмічними паузами. У літературному творі кожен такий рядок оформлюється окремо при написанні або друці [4].

Якщо звернутись до історії, то вірш є одним із найдавніших видів художньої літератури. Адже зародженню цього жанру передували ритм, який є вродженим у людей. Тож поступово зароджувались танці, які супроводжувались ритмічним співом, що стало основою розвитку віршування. Згодом почали з'являтися системи віршування. Охарактеризуємо деякі з них [4]:

1. Метричне (античне) віршування.

Особливістю метричної системи віршування було використання різних стоп (двоскладових, трискладових і чотирискладових), а також відсутність рими й незалежність від наголосу.

2. Силабічне віршування.

Відмінною рисою силабічної системи віршування була фіксована кількість складів у рядках (13, 11), парне римування та цезура (ритмічна пауза всередині рядка).

3. Тонічне віршування.

Тонічна система римування вирізняється побудовою на однаковій кількості наголосів у віршових рядках, при цьому рядки на стопи не поділяються. У

такій системі обов'язкова наявність рими, а членування вірша здійснюється на рядкові долі (дольник).

4. Силабо-тонічне віршування.

Ця система заснована на рівномірному чергуванні наголошених і ненаголошених складів у рядку.

Як правило, кожен вірш ділиться на стопи, які мають в собі наголошені та ненаголошені склади. Завдяки їм ми відчуваємо ритмічність віршу. Існує загалом 2 види стоп: двоскладові та трискладові. Розглянемо їх детальніше [23]:

1. Ямб (двоскладова стопа із наголосом на другому складі).
2. Хорей (двоскладова стопа із наголосом на першому складі).
3. Дактиль (трискладова стопа із наголосом на першому складі).
4. Амфібрахій (трискладова стопа із наголосом на другому складі).
5. Анапест (трискладова стопа із наголосом на третьому складі).

Проте цими правилами віршування користуються далеко не всі поети. Вони створюють вірші, які зовсім не відповідають цим системам. Такі вірші прийнято називати вільними, або верлібрами. Не менш важливу роль у ліричному вірші відіграє рима [4].

Рима (грец. *rhythmos* — мірність, сумірність, узгодженість) — суголосся закінчень у суміжних та близько розташованих словах, які можуть бути на місці клаузул або перебувати в середині віршового рядка [17].

Рима має 3 функції: утворення смислових зв'язків між рядками, посилення ритмічної організації вірша та створення милозвучності для емоційного сприйняття твору читачем. Як і віршування, вона також має певні види. Серед них [4]:

1. Чоловіча рима (закінчення вірша-рядка з наголосом на останньому складі).
2. Жіноча рима (віршове закінчення з наголосом на передостанньому складі).

3. Дактилічна рима (віршове закінчення з наголосом на третьому з кінця складі).
4. Гіпердактилічна рима (віршове закінчення з наголосом на четвертому з кінця складі).

У визначенні рими, як уже зазначалося вище, підкреслювалося, що вона може розташовуватися й всередині вірша. Розглянемо що таке внутрішня рима на прикладі уривку з вірша Григорія Чупринки «Гей, на весла!»:

*Там, на м**ОПІ**, на прост**ОПІ**,
Розігнавши млявий сон,
Вилєм м**УКИ** наші в зв**УКИ**
Буйним вітрам в унісон.*

На основі цього уривку можна зробити висновок, що внутрішня рима є стилістичним засобом, який виникає всередині віршованого рядка та сприяє посиленню його ритміко-інтонаційної організації.

Розташування рядків із співзвучними закінченнями також має значення. Науковці виділяють три основних системи римування: суміжне, перехресне, кільцеве. Втім, в одному вірші ми можемо зустріти дві, або ж всі три системи римування. Ось яскравий приклад, вірш Михайла Плосковітова «Біляве дівчатко»:

Дівчатко біляве не плаче – що візьмеш з малої. (А)
Світлина у рамці. До хати заходять сусіди. (В)
Скажи мені, мамо, а звідки беруться герої? (А)
І де це наш татко? Чому він додому не їде? (В)

І дивляться очі, маленькі дівочі зернятка,
На маму заплакану, горем прибиту бабусю.
І як їй поясниш, що більше немає вже татка,
Що татко із бою нерівного не повернувся.

І як їй поясниш, що татко від кулі загинув:
 Вона ще маленька, не знає про волю нічого,
 І з мамою плаче, в долоньку ховає сльозину,
 І просить за татка у доброго-доброго Бога.

Дівчатко біляве заплакало – серцю несила, (А)
 Сусіди та друзі втирають сльозу, за малою. (В)
 А як їй поясниш, що татко загинув героєм, (В)
 Що любого татка малесенька куля убила. (А)

У першій строфі перехресне римування, а в четвертій — суміжне. Це свідчить про варіативність римування та ритмічне розмаїття вірша.

Натомість, не варто забувати про білий вірш. Цьому виду вірша не властива рима. Та це не робить його менш ритмічним чи мелодійним.

Отже, поезія в системі художньої літератури виконує особливу функцію – через максимально концентровану форму вона здатна передавати глибокі філософські змісти, загострювати сприйняття дійсності та спонукати до естетичного переживання світу. Різноманітність поетичних жанрів – від традиційних ліричних віршів, од, елегій до модерних експериментальних форм – засвідчує її невичерпний потенціал як універсальної мови людських почуттів та думок, що робить поезію незамінним компонентом художньої літератури.

1.2 Історіографія військової поезії

Військова поезія — це унікальний літературний феномен. Її історіографія дозволяє прослідкувати, як в різні епохи люди осмислювали таке явище як війна. Також можна дослідити, як змінювалося образ воїна в різні часи.

Як зазначає Павло Савчук у своєму дослідженні, витоки військової поезії сягають глибокої давнини, коли поетичне слово було невіддільним від військових ритуалів та обрядів. Особливе значення для становлення військової поезії як жанру мали античні традиції, представлені творчістю Тіртея, чий елегій надихали спартанських воїнів на подвиги, та Гомера, чия «Іліада» стала взірцем героїчного епосу, що оспівує військові подвиги [27].

Середньовіччя. Загалом у середньовічну епоху значно поширились лицарські етоси та твори з християнськими мотивами. У цей період почав формуватись героїчний епос.

Героїчний епос – це сукупність творів про бойову, лицарську звитягу, оспівана народними співцями, яка зображає події минувшини так, як їх трактував народ у період створення цих творів. Як основу до цих творів використовували бойові гімни, створені самими бійцями. Згодом ці пісні запозичували «бродячі співці», поширювали їх і тим самим формували національну свідомість свого народу. Називали їх по-різному у різних країнах: у Британії — глеоманами, у Франції — жонглерами, у Німеччині — шпільманами, в Іспанії — хугларами, у Київській Русі — скоморохами або гусярами [9].

Цей жанр був представлений такими творами як «Пісня про Роланда», «Слово о полку Ігоревім», «Беовульф», «Пісня про Нібелунгів», «Пісня про мого Сіда» тощо. В цих творах військові події набувають глибокого символічного та моралізаторського змісту. Вони закладають важливу традицію розуміння війни не лише як фізичного протистояння, але й як духовного випробування, що знайде своє продовження в пізніших періодах розвитку військової поезії.

Перша світова війна. Особливу увагу варто приділити цьому періоду, адже ці події означеної доби спричинили справжній переворот у поетичному осмисленні війни. Якщо на початку конфлікту домінували патріотичні та героїчні мотиви, то з розгортанням бойових дій поезія наповнюється трагізмом, антивоєнними настроями та екзистенційними роздумами.

Початковий етап війни характеризувався домінуванням патріотично-мобілізаційних мотивів, що втілювались у піднесених, героїчних образах та закликах до національної єдності й самовідданості.

Упродовж серпня – на початку вересня 1914 року до призовних пунктів Великої Британії звернулося близько 500 тисяч осіб, які виявили бажання вступити до армії. До кінця того ж року кількість добровольців перевищила 1 мільйон осіб. Серед них був і англійський поет Руперт Брук.

Він написав п'ять воєнних сонетів — «Мир», «Безпека», два сонети «Мертвий» і «Солдат», які прославили його. У них поет зосередився на фізичній смерті воїна, відобразив власну рішучість, вдячність за війну і віру в оновлення понять честі та благородства. Він вважав, що війна відроджує старі цінності честі і благородства, які були для нього духовно важливими [22].

Вілфред Оуен – поет, що у 1915 році також пішов добровольцем на війну. Проте його погляди на тогочасні події зовсім відрізнялися від Бруківських. У вересні 1914 року Оуен вперше безпосередньо зіткнувся з реаліями війни, відвідавши воєнний госпіталь, де пораненим проводили операції без анестезії. Це стало певним каталізатором негативного ставлення до війни поета.

У 1917 році він отримав контузію, потрапив до шпиталю та саме там написав свої найвідоміші твори «Dulce et Decorum Est» та «Гімн для приреченої молоді».

Ця парадигмальна зміна в поетичному осмисленні війни заклала фундамент для формування модерністського світогляду з його характерною фрагментарністю, відчуженням і глибоким скепсисом щодо цивілізаційних досягнень людства. Творчість таких поетів як Вілфред Оуен, Зігфрід Сассун та Руперт Брук демонструє цю зміну ставлення до війни – від романтичного героїзму до глибокого усвідомлення її руйнівної сутності [14].

Друга світова війна. Ця війна суттєво змінила тональність військової поезії — замість героїзму і патріотизму з'явилися мотиви страху, втрат, абсурдності війни та глибокої особистої травми. Поезія цього періоду стала

більш реалістичною, емоційно стриманою й спрямованою на осмислення жахів воєнного досвіду.

Серед найвідоміших представників поезії цього періоду слід відзначити польського митця Консанти Ільдефонса Галчинського (1905-1953), німецькомовного румунського поета єврейського походження Альфреда Маргула-Шпербера (1898-1967). Творчість цих авторів демонструє різноманітність національних поетичних традицій та індивідуальних художніх стилів, водночас об'єднаних спільною антивоєнною спрямованістю та гуманістичним пафосом [10].

Консанти Галчинський (1905–1953) був і досі залишається видатним польським поетом. До початку війни він писав лише короткі гумористичні твори та був ведучим на радіо. Проте незадовго до початку війни його мобілізували, але і це не завадило йому продовжувати писати поезії. 16 вересня 1939 року він пише свій славетний вірш «Пісня про солдатів з Вестерплатте», а 17 вересня, на жаль, потрапляє в полон.

Автор описав в цьому вірші героїчну оборону міста Вестерплатте, де польський гарнізон стримував навалу нацистів, які значно переважали в чисельності особового складу. Вірш постає як поетичне вшанування оборонців, що уособлюють справжній героїзм. Твір глибоко емоційний, спонукає до роздумів про цінність життя, природу самопожертви та суть патріотичного обов'язку.

Альфред Маргул-Шпербер — німецькомовний поет і перекладач родом із Буковини, автор збірок «Болючий час», «Свідок часу» та інших. Пройшов шлях від фронту Першої світової до еміграції під час Другої. Його поезія глибоко пронизана темами війни, страждання й гуманізму.

У своїй творчості він відобразив трагедію європейського єврейства під час Голокосту. Його вірш «Про назву концтабору Бухенвальд» є глибоко символічним текстом, в якому особиста травма поєднується з колективною травмою народу. Автор використовує метафору «букових лісів» (Бухенвальд - буковий ліс) для створення трагічного контрасту між ідилічними спогадами

дитинства та жахіттями нацистського концтабору. Риторичне запитання «А чи оте біляве пасмо хмар було не димом спалених людей?» стає емоційною кульмінацією твору, втілюючи невимовний жах Голокосту [5].

Важливою рисою поезії воєнного періоду є також її психологізм та автобіографічність, адже більшість поетів були безпосередніми учасниками воєнних подій. Ці поезії стали не лише художнім свідченням історичної епохи, але й своєрідною терапією, засобом подолання травматичного досвіду як для самих авторів, так і для їхніх читачів, які знаходили в поетичному слові відгук власних переживань та віру в перемогу гуманістичних ідеалів над насильством та злом.

У контексті історіографічного дослідження військової поезії особливої уваги заслуговує її сучасний стан, зокрема українська воєнна лірика періоду російсько-української війни, яка розпочалася у 2014 році. Сучасна українська військова поезія характеризується унікальним поєднанням документальності та метафоричності, що формує нову поетичну мову для артикуляції травматичного досвіду.

Визначальною рисою сучасної військової поезії є її автентичність та безпосередній зв'язок з військовою дієвістю, оскільки значна частина текстів створюється безпосередніми учасниками бойових дій – військовими, волонтерами, медиками та цивільними з прифронтової території. Така поезія суттєво відрізняється від попередніх зразків військової лірики підвищеною документальністю, використанням спеціальної військової термінології та сленгу, а також відмовою від посиленої патетики та героїзації на застосування рефлексивності та психологічної достовірності [24].

1.3 Стан сучасної військової поезії в Україні

В лютому 2022 року Росія здійснила широкомасштабне вторгнення в Україну. Це стало переломним моментом не лише в геополітичному вимірі, але й у культурному просторі.

Стрімко почав розвиватись та поширюватись феномен військової поезії. Про те, наскільки багато людей пишуть вірші про війну, свідчить той факт, що за перші два тижні після запуску у березні 2022 року платформи «Поезія вільних» (<https://warpoetry.mkip.gov.ua/>), створеної Міністерством культури, Держагентством з питань мистецтв та волонтерами, туди надіслали понад десять тисяч віршів різними мовами — українською, англійською, французькою, польською, литовською та іншими.

Саме цей жанр найбільше говорить про емоції та почуття. В такий складний час для українців лірика стає способом висловити та пережити складні почуття [15].

«Поезія є спонтанною, швидкою реакцією, яку може мати творчість, на те, що болить, що відбувається, що вражає, вбиває. Це такий закономірний процес, який завжди супроводжував війну та подібні події», — зазначає поетка Галина Крук.

Провідними темами віршів стають не лише кулі та зброя, а й кохання, страх перед небуттям або мужність його прийняття. Поезія — це, передусім, рефлексія, тобто глибоке осмислення та переживання дійсності, яка у воєнний час набуває особливої ваги: вона дозволяє зафіксувати миттєві емоційні стани, внутрішню реакцію людини на трагедію, біль, втрату та героїзм, і тим самим трансформує особистий досвід у колективну пам'ять.

У цей період виникає феномен *«окопної поезії»* — віршів, написаних безпосередньо військовими на фронті. Ці тексти, часто позбавлені літературних прикрас, вражають своєю автентичністю. Водночас відбувається переосмислення класичних поетичних форм та мотивів у контексті війни.

Серед представників сучасної воєнної поезії можна виділити Бориса Гуменюка, Сергія Жадана, Ірину Цілик, Любов Якимчук, Юлію Мусаковську, Олену Герасим'юк, Павла Коробчука. Однак цей перелік не є вичерпним, адже сучасна українська воєнна поезія об'єднує велику кількість авторів. Також варто згадати військових поетів, які пишуть безпосередньо з фронту, серед яких Олексій Бик, Олег Каданов та інші.

Особливу увагу варто зосередити на поеті, який почав свій шлях в мілітарній поезії одним із перших і досі продовжує свій шлях як поета. Саме він став однією з ключових фігур у становленні та розвитку сучасної української військової поезії, особливо в контексті російсько-української війни.

Борис Гуменюк — український поет, прозаїк, військовик, а також автор проєкту «Українські книги — українським тюрмам», координатор проєкту «Інша література». Однією з найзнаковіших збірок у його творчості стала «Вірші з війни». З початком широкомасштабного вторгнення так званої РФ на територію України з перших днів поет став на захист своєї держави. На жаль, зараз він вважається безвісти зниклим.

Гуменюк, як учасник бойових дій, створює тексти, що відображають реалії війни, передаючи емоційний стан воїна та цивільного населення. Його поезія характеризується використанням верлібру, що надає творам динамічності та емоційної напруги. Крім того, автор активно впливає на суспільство, популяризуючи військову поезію та сприяючи формуванню національної свідомості через літературне осмислення війни.

Загалом всі поети звертаються до історичних паралелей, міфологічних образів та фольклорних традицій, шукаючи коріння національної стійкості та джерела духовного опору. Ця нова воєнна поезія не лише документує трагічні події сучасності, але й формує новий національний наратив, де травматичний досвід стає основою для глибшого розуміння української ідентичності та цінності свободи [24].

Однією з головних особливостей воєнної поезії є те, що її герої — це не абстрактні образи, а цілком реальні люди: військові, волонтери, цивільні, діти, які втратили дім, жінки, що чекають з фронту своїх близьких [33].

Ще однією важливою рисою є глибоке символічне наповнення текстів. Сучасна воєнна поезія активно використовує метафори, алюзії, асоціативні образи. Війна тут не тільки як фізична реальність, але і як стан душі, зруйнований внутрішній світ, протест проти втрати людяності. Автори часто

звертаються до образів матері, дитини, дому, світла — як до найважливіших символів надії та віри.

Не менш важливою є і мова поезії. Вона вразлива, сильна, пряма — без зайвого пафосу, але з надзвичайним емоційним навантаженням. У текстах часто з'являються військові терміни, назви міст і сіл, що стали символами опору (Маріуполь, Буча, Ірпінь), згадки про новітніх героїв. Лексика поєднує офіціоз і емоційний пласт: «вибух», «пекло», «берці», «небо», «світло», «тіло» тощо. Наприклад, уривок з віршу «Якось і ти» Михайла Плоськовітова:

*Якось і ти повернешся з цієї війни,
Берці поставиш, повісиш на стільчику втому,
І потеплішають мамині очі сумні,
Що стільки часу чекали солдата додому.*

Окрему увагу слід приділити ролі поезії у формуванні національної ідентичності. Вірші, написані на фронті чи в тилу, виконують функцію фіксації історичної правди. Поети стають своєрідними хронікерами війни. Їхнє слово зберігає пам'ять про знищені міста, про загиблих, про силу і втому, про любов до батьківщини — ту, що не потребує прикрас.

Така поезія — це не лише емоційне переживання, а й інструмент культурного опору. Вона документує трагедію українського народу, не дає можливості забути і водночас — допомагає прожити, відчувати себе не самотнім у спільному болю[33].

Висновки до першого розділу

Такий ліричний жанр, як військова (або ж мілітарна) поезія, став одним із ключових напрямів української літератури сучасного періоду. Він активно розвивається у відповідь на соціокультурні й політичні виклики та справляє потужний вплив на свідомість суспільства.

Історіографія цього жанру є глибокою й багатоаспектною, адже її витoki сягають ще античних часів. Вивчення етапів становлення та розвитку військової поезії дозволяє простежити трансформацію символів, образів, поетичних структур, а також зміну способів художнього осмислення такого драматичного явища, як війна.

Активізація сучасної мілітарної поезії зумовлена психологічними особливостями сприйняття реальності в умовах повномасштабного вторгнення: в екстремальних ситуаціях поетичне слово стає дієвим інструментом рефлексії, засобом внутрішнього опору, формування колективної пам'яті й емоційного звільнення. Саме тому поезія сьогодні набуває важливої суспільної ролі — не лише мистецької, а й терапевтичної, комунікативної та консолідуючої.

Очевидно, що за нинішніх умов попит на подібні літературні твори буде лише зростати. Військова поезія перетворюється на живий літопис епохи, в якому зберігаються й передаються голоси очевидців, учасників і свідків великої історичної події — боротьби українського народу за свободу.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ РЕДАГУВАННЯ ПОЕЗІЙ

2.1 Особливості роботи редактора над поетичними творами

Вірш є одним із найскладніших жанрів для роботи редактора. Специфіка ліричних творів полягає у їхньому емоційному наповненні. Адже кожен автор хоче по-особливому передати свої переживання. Окрім емоційної складової варто звертати увагу на специфічність форми самого твору: на риму, ритм, вид тощо.

Однак робота над віршем не є індивідуальною роботою редактора. Автор має узгоджувати правки та співпрацювати з редактором для ідеального результату. Головна мета — допомогти авторові встановити якнайтісніший контакт з читачем, а не зруйнувати його.

У 2014 році було створено каталог, що містить норми редагування поетичних текстів. Проаналізуємо їх:

1. Літературознавчі норми

Вони спрямовані на збереження ритміко-строфічної організації твору. Тут варто звернути увагу на риму, ритм, віршовий розмір твору та його поділ на стопи. Зупинимось на кожному з елементів детальніше.

Рима – це композиційно-звуковий прийом суголосся закінчень, що має фонетичне і метричне значення, об'єднує суміжні та розташовані близько слова віршових рядків (починаючи з останнього наголошеного складу) для організації їх у строфи, впорядкування поетичного мовлення, його евфонічного ритмотворення.

Кожен поетичний твір має свою схему римування, тому важливо дотримуватися її впродовж усього тексту. Слід зауважити, що існують різновиди віршів, які не підпорядковуються цьому твердженню (верлібр, білий вірш, астрофічний вірш).

Ритм – це рівномірне чергування наголошених і ненаголошених, довгих і коротких складів у реченні, у віршовій строфі та інші форми звукової організації мови. Ритм мови лежить в основі віршування, проте і проза може бути ритмізованою. Ритм, подібно до рими, має зберігатися протягом усього поетичного тексту – тут винятків немає.

Також варто зазначити, що редактор повинен виявляти порушення ритму (аритмію). При цьому треба пам'ятати, що для української поезії характерний силабо-тонічний принцип версифікації. Якщо в окремих рядках порушується кількість складів порівняно з іншими, це потребує втручання у текст.

Загалом редагування слід починати зі створення схеми ритмомелодики – визначення віршового розміру та підрахунку кількості складів у кожному рядку. Потім треба підкреслити проблемні рядки з логічними, лексичними або синтаксичними помилками, нечіткими образами, тавтологією, немелодійними збігами приголосних на стику слів [18].

Віршовий розмір – умовна одиниця, що визначає ритмомелодику поетичного твору. Протягом усієї поезії він має бути один. Винятком є білий вірш, оскільки він характеризується відсутністю регулярної ритмічної структури та рими.

Стопа – найменша складова частина вірша, утворена поєднанням довгих і коротких складів, підпорядкованих одному ритмічному наголосу. Загалом у поетичному тексті має зберігатися лише одна стопа, але у вільних віршах та у великих за обсягом творах їх може бути декілька.

2. Лінгвістичні норми

Лінгвістичні норми редагування поетичних текстів спрямовані на забезпечення правильності наголошення слів відповідно до орфоепічного словника. Однак допускаються певні винятки, коли автор може обирати варіанти наголошення слів або змінювати їх для досягнення ритмічної відповідності вірша, зокрема у верлібрі. Наприклад:

*І не бійся пліток поза **спи**ною*

*Люди з заздроців будуть судить
Я за горло візьму всіх рукою
Тільки ти б не боялась любить.*

Можна помітити, що наголос у слові «спиною» падає на 2 склад, хоча нормативним є наголос на першому складі.

3. Поліграфічні норми

Поліграфічні норми редагування поетичних текстів визначають вимоги до структурної узгодженості та чіткості оформлення віршів. Розглянемо ці правила.

По-перше, рядки в поетичних творах повинні бути вирівняні вліво, з урахуванням формату видання, і мати приблизно однакову довжину. По-друге, поділ на строфи має відповідати прийнятим стандартам і бути логічно структурованим, за винятком випадків вільного чи астрофічного вірша. По-третє, нумерація віршів, строф і рядків дозволяється за потреби, однак її може не бути в разі відсутності такої необхідності. По-четверте, розміщення авторської інформації має слідувати певному порядку: спочатку вказується прізвище автора, потім перекладача, якщо є, а також дата і місце написання твору, з можливими винятками.

Загалом редактор, працюючи з поетичними текстами, зобов'язаний не лише дотримуватися загальних норм, але й зберігати авторський стиль і настрій (емоційність) твору. Зміна слів або синтаксичних конструкцій може суттєво вплинути на загальний зміст, емоційний тон та ритм твору [23].

Однак потрібно пам'ятати, що для якісного редагування поетичних творів редактор повинен мати особливий хист, знання законів віршування, мовностилістичних засобів творення поезії, широкий словниковий запас та розуміння читацьких запитів до поетичних жанрів.

2.2 Ідіостиль як об'єкт редакторської уваги

Успішність видавничого проєкту вагомою мірою залежить від ефективності взаємодії автора і редактора, від розуміння останнім необхідності збереження і увиразнення авторського стилю.

Ідіостиль — це індивідуальний стиль; система змістовних і формальних лінгвістичних характеристик, притаманних творам певного автора [12].

В узагальненому розумінні ідіостиль становить собою сукупність глибинних механізмів створення текстового простору певним автором, які вирізняють його серед інших творців. У вужчому значенні ідіостиль пов'язується із системою мовностилістичних засобів, характерних для творчої манери конкретної мовної особистості.

Над поняттям «ідіостиллю» та його аналізом працювало дуже багато дослідників, як українських так і зарубіжних: В. Жуковська, В. Волощук., Н. Гоца та інші. Як наслідок з'явилася велика кількість наукових підходів до його тлумачення, а також різноманіття дефініцій, що відображають багатогранність цього явища та залежність його розуміння від методологічних засад і цілей конкретного дослідження.

Дослідження індивідуального стилю тісно пов'язане з такими поняттями, як «мовна особистість», «мовна картина світу» та «світобачення письменника». Розглянемо ці терміни детальніше.

Мовна особистість — це базовий, національно-культурний прототип носія певної мови. Структура мовної особистості має три рівні [8]:

1. Базовий рівень — наскільки людина знає слова, граматику, може будувати речення
2. Рівень знань — які знання про світ, культуру, традиції відображаються в її мовленні
3. Рівень цілей — навіщо людина говорить, що хоче досягти своїм мовленням

Мовна картина світу – це система уявлень про світ, які, проходячи крізь людське пізнання, стають ментальними конструкціями, віддзеркаленими на всіх рівнях мовної системи, і можуть бути передані іншим членам спільноти засобами національної мови. Мовна картина світу є основою для всіх інших способів розуміння світу, тому що людина пізнає реальність через мову. Вона формується на основі досвіду народу, який закріплений у мові, і впливає на те, як люди бачать і розуміють навколишній світ [11].

Світобачення автора – це сукупність його поглядів на світ, його ставлення до людей, їхніх відносин, моральних цінностей, ідей та ідеалів, які відображаються у його творчості

Доцільно наголосити на тому, що в лінгвістиці також виділяють поняття «ідіолекту» та «ідіостилю». Дехто з науковців ототожнює ці поняття. Наприклад, в енциклопедії «Українська мова» ці терміни пояснюються як абсолютні синоніми: «Стиль індивідуальний, ідіолект – це сукупність мовно-виражальних засобів, які виконують естетичну функцію й вирізняють мову окремого письменника з-поміж інших; своєрідність мови окремого індивіда».

Відповідно до одного з підходів, ідіолект є індивідуальним різновидом мови, що реалізується в сукупності різних ознак мовлення окремого носія мови, а в письмовому мовленні виявляє риси ідіостилю.

Ідіолект трактують як мову індивідуума, індивідуальний спосіб використання мовних засобів, який відображає не лише особистість, переконання і темперамент, а й соціолінгвістичну біографію людини — індивідуальну участь у комунікативних ситуаціях.

Проте існує й інший підхід, згідно з яким поняття ідіолекту й ідіостилю співвідносяться як норма національної мови й індивідуальна манера мовлення. За таким трактуванням, ідіостиль постає як індивідуально-творче використання національної мови.

Індивідуальний стиль письменника — складне явище, що реалізується в особливостях манери автора, використанні лексики народної мови, своєрідності образних висловів, синтаксичній будові речень. Він є виразником

творчої індивідуальності — неповторної своєрідності креативної діяльності митця, зумовленої його світоглядом, талантом, життєвим досвідом і темпераментом.

Працюючи з ідіостилем автора, редактор повинен перш за все усвідомлювати свою роль як співтворця, а не цензора літературного твору. Його головне завдання полягає у збереженні авторської індивідуальності, унікальних мовних засобів та особливостей світосприйняття, які вирізняють письменника з-поміж інших. Редактор має глибоко вивчити специфіку творчої манери автора, його особливий підхід до використання лексики, синтаксичних конструкцій, метафор та інших художніх засобів.

Проаналізуємо ідіостиль одного з авторів збірки віршів «Зроблені зі сталі», Михайла Плосковітова. Для аналізу було обрано 2 поезії:

Біляве дівчатко

Дівчатко біляве не плаче – що візьмеш з малої.

Світлина у рамці. До хати заходять сусіди.

Скажи мені, мамо, а звідки беруться герої?

І де це наш татко? Чому він додому не їде?

І дивляться очі, маленькі дівочі зернятка,

На маму заплакану, горем прибиту бабусю.

І як їй поясниш, що більше немає вже татка,

Що татко із бою нерівного не повернувся.

І як їй поясниш, що татко від кулі загинув:

Вона ще маленька, не знає про волю нічого,

І з мамою плаче, в долоньку ховає сльозину,

І просить за татка у доброго-доброго Бога.

Дівчатко біляве заплакало – серцю несила,

Сусіди та друзі втирають сльозу, за малою.

А як їй поясниш, що татко загинув героєм,

Що любого татка малесенька куля убила.

Ховали Героя

Виносили сина – а яблуні гупали літом
 На землю прогріту, на лаву, де спокій приліг.
 Ховали Героя – хилилися голови й віти,
 Прощально стогнав під ногами кленовий поріг.

Гуділа машина. Ішли побратими та люди,
 Жінки голосили, і плакав дідусь у літах,
 А щось, наче камінь, давило на горло, на груди...
 Скрипіла машина й дорога далеко-свята.

На цвинтарі тиша, на купці стужавіла глина.
 Салют. І віночки. І літери – мов золоті,
 І змучений батько, упавши на хворі коліна,
 Від горя заплакав уперше в своєму житті.

У віршах Михайла всесвіт побудований навколо трагедії війни, але не як абстрактного явища, а як конкретного людського страждання. Автор створює камерну, інтимну лірику великої війни, де епічне розкривається через особисте.

Поет тяжіє до розмовної та дещо емоційно-забарвленої лексики: дівчатко, татко, синочок, малесенька куля (зменшено-пестливі форми), що візьмеш з малої, куцому пальтечку (просторічні вкраплення) тощо.

Автор віддає перевагу точному риму, що створює музичність та наближає до фольклорної традиції. Ритм переважно силабо-тонічний, з тяжінням до народної пісенності.

Силабо-тонічне віршування (грецьк. syllabe — склад і tonos — наголос) — система віршування, в основу якої покладено принцип вирівнювання наголошених та ненаголошених складів, їх чергування, кількість та місце розташування ритмічних акцентів у віршовому рядку [28].

Також слід звернути увагу, як Михайло Плоськовітов уміло оперує контрастами у поезіях, викликаючи у читача емоційну реакцію на прочитане. Він поєднує мирне життя та воєнну реальність, дитячу невинність та дорослу трагедію. Автор досягає катарсису через співчуття, спільне переживання горя, що об'єднує автора та читача.

При роботі з такими текстами важливо, щоб втручання в текст було максимально делікатним і обґрунтованим, спрямованим на вдосконалення комунікативної ефективності твору без спотворення авторського задуму та його мовного вираження. Редактор має ідентифікувати характерні риси ідіостилю — чи то лексичні новотвори, чи специфічну ритміку речень, чи своєрідність образної системи — і зберегти їх як унікальну творчу цінність [20].

У процесі редагування тексту, що має виразний ідіостиль, професійний редактор балансує між необхідністю дотримання літературних норм та збереженням авторської автентичності. Він має розуміти, що відхилення від мовних стандартів можуть бути не помилками, а свідомими творчими рішеннями, які формують неповторність, індивідуальність твору.

Саме тому редакторська робота з текстами зі сформованим ідіостилем вимагає не тільки професійних знань з мовознавства та літературознавства, але й розвиненої інтуїції, емпатії та поваги до авторської індивідуальності. Особливо цінним у такій співпраці стає діалог між редактором та автором, у процесі якого обговорюються сумнівні моменти і знаходяться рішення, що зберігають цілісність авторського стилю та водночас покращують якість літературного твору.

Найвище мистецтво редактора полягає в тому, щоб читач не помітив його втручання, а сприймав текст як чисте й автентичне вираження авторського світобачення.

Висновки до другого розділу

Поезія є особливим видом літератури, в якому переважають емоційно-сміслові навантаження, суб'єктивність, символічність та образність. Завдання редактора у такому випадку полягає не стільки у виправленні помилок, скільки у забезпеченні гармонії між формою і змістом, дотриманні поетичних норм і водночас у збереженні індивідуального голосу автора. Особливу роль у цьому процесі відіграють ритм, рима, віршовий розмір та строфіка, які необхідно редагувати з особливою обережністю, аби не порушити художню цілісність твору.

Норми редагування, описані в цьому розділі, є основою для роботи з віршами. Проте варто підкреслити, що редактор має уникати шаблонного підходу до текстів, оскільки кожен поетичний твір є унікальним випадком. Якщо говорити про мілітарну поезію, де мова йде про досвід війни, втрати, біль та надії, технічні правки повинні підпорядковуватися емоційній достовірності. Тут редактор виступає не просто мовним фахівцем, а й посередником між автором та читачем, забезпечуючи точність передачі внутрішніх переживань, не спотворюючи їхній сенс і силу впливу.

Дослідження ідіостилю у контексті редакторської підготовки поезій дало змогу краще зрозуміти принципи, за якими варто підходити до текстів, що мають яскраво виражений авторський стиль.

Таким чином, редакторська робота зі збіркою віршів військових ЗСУ є складним і делікатним процесом. Вона поєднує традиційні підходи літературного редагування з елементами художнього аналізу, стилістичного чуття і етичної чутливості.

РОЗДІЛ 3

ХУДОЖНЄ ОФОРМЛЕННЯ КНИЖКОВОГО ВИДАННЯ

3.1 Особливості ілюстрування поезій воєнної тематики

У сучасному літературознавстві поезія розглядається не лише як текстовий феномен, що вербалізує глибокі індивідуальні та колективні переживання, а й як складний мультимодальний об'єкт, де візуальні компоненти відіграють вагомую роль у формуванні емоційного сприйняття.

Хоча вербальний рівень поетичного твору залишається основним носієм смислового навантаження, візуалізація, зокрема ілюстрування, здатна значно підсилити або ж переосмислити сприйняття тексту читачем. Це особливо актуально у випадку поезій воєнної тематики, де зображення не лише доповнюють художній образ, а й формують потужний емоційний контекст, відтворюючи досвід болю, втрати, героїзму та надії.

Отже, художнє оформлення є ключовим етапом підготовки видання до друку, оскільки визначає його візуальну концепцію та загальне сприйняття. Зовнішній вигляд, формат, естетична привабливість і зручність у користуванні безпосередньо впливають на початкову зацікавленість потенційного читача, ще до ознайомлення зі змістом твору. Головним об'єктом художнього оформлення є ілюстрація [25].

Ілюстрація (лат. *illustratio* — живий опис, освітлення, наочне зображення) — один із видів друкованої графіки; частина художнього оформлення книги з обкладинкою, заставками, кінцівками, орнаментальним декором і шрифтовим набором [13].

Загалом термін «ілюстрування» можна пояснити двома способами: це і процес створення малюнків для видання, а також це процес розміщення їх у книзі.

Під час створення будь-якого видання потрібно знати, що ілюстрації повністю залежні від текстового наповнення. Їх місце в книжці, вид, кількість, формат, верстка тощо, залежить лише від призначення і цільової аудиторії

видання. Основна мета ілюстрацій в книзі — це доповнити та підсилити емоційну складову тексту.

Малюнки в книзі мають два основні напрями:

1. Епічно-розповідний

Цей напрям передбачає відтворення малюнком подій твору, персонажів, у загальному — передає сюжет твору. Яскравим прикладом є ілюстрація Тетяни Боднар в книзі «Про бідного чоловіка та Воронячого царя» (рис.3.1).

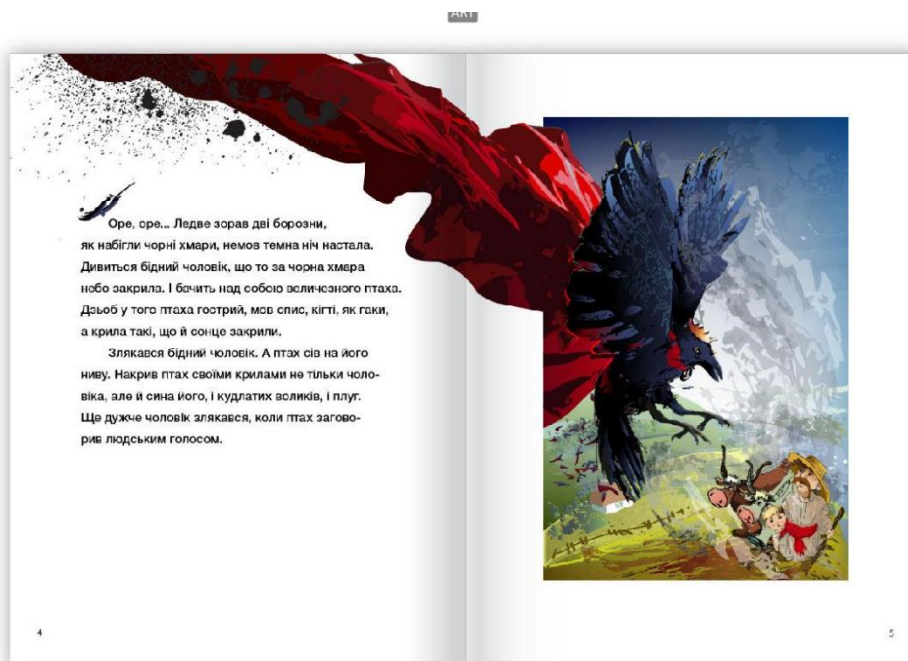


Рисунок 3.1 — Ілюстрація Тетяни Боднар в книзі «Про бідного чоловіка та Воронячого царя»

2. Символіко-метафоричний

Цей підхід має на меті зобразити символи та метафори твору, щоб читач зміг розширити інтерпретацію тексту. Репрезентативним прикладом є роботи Анастасії Стефурак у книзі «Лялечки» Оксани Куценко (рис. 3.2).



Рисунок 3.2 — Ілюстрації Анастасії Стефурак до книги
«Лялечки» Оксани Куценко

Ілюстрація, як і будь-який компонент видання, ме свої певні функції. Науковці виділяють 3 види [25].

1. Естетична функція

Естетичне призначення ілюстрацій у книжкових виданнях, зокрема в поетичних збірках, реалізується через їхнє подвійне художнє навантаження. З одного боку, ілюстрація постає як самодостатній твір мистецтва, що володіє власною естетичною цінністю, а з іншого — функціонує як невід’ємний елемент видання, органічно поєднуючись із загальною концепцією його художнього оформлення.

2. Інформаційна функція

Інформаційна функція ілюстрацій у книжкових виданнях полягає в тому, що вони доповнюють, уточнюють або візуально пояснюють зміст тексту, полегшуючи сприйняття й розуміння інформації читачем.

3. Емоційно-психологічна функція

Саме вона відіграє найважливішу роль у створенні віршів військових. Емоційно-психологічна функція ілюстрацій полягає у створенні позитивного емоційного враження та полегшенні сприйняття тексту: візуальне оформлення здатне викликати інтерес, налаштувати читача на сприйняття змісту й зробити читання комфортнішим.

Також слід зазначити, що ілюстрації мають свої жанри:

1. Концептуальна ілюстрація

Цей жанр передбачає розкриття суті та настроїв твору до того, як читач почне знайомитись із твором. Проте дослідниця Ребекка Хевнер у своїй роботі «Концептуальна ілюстрація: структури і методи» вказує на те, що недостатність ресурсів з питання не дає чіткого тлумачення цього терміну. А от Алана Мейла у своїй монографії «Ілюстрація: теоретична та контекстна перспектива» зазначає, що концептуальне зображення має намір передати поняття (концепцію) на відміну від буквального зображення-відображення.

В часи Радянського Союзу мистецтво концептуалізму в книжкових ілюстраціях не сприймалось суспільством та у загальному видавничою справою. Однак, нині мистецтво концептуалізму у книжкових ілюстраціях має все більше прихильників та активно розвивається.

Цей напрям ілюстрування отримав значне поширення у світовій видавничій практиці, де концептуальні зображення активно використовуються для створення глибших смислових рівнів у сприйнятті тексту. Особливо показовими в цьому контексті є роботи зарубіжних художників, які заклали основи візуального концептуалізму в книжковому оформленні. До прикладу роботи Адама Квеста (рис. 3.3):

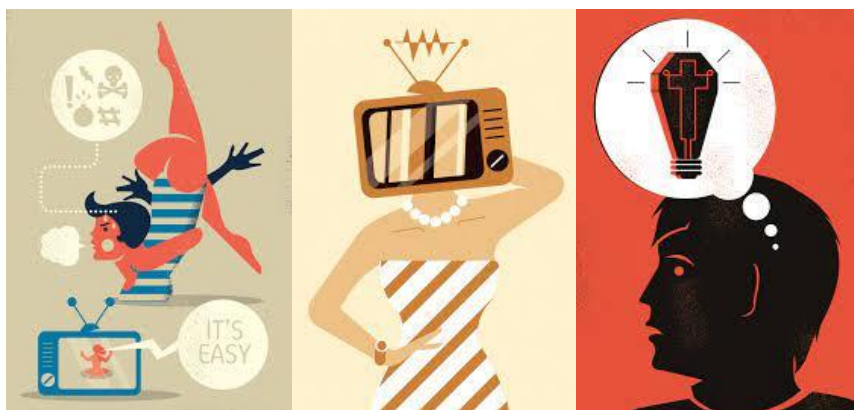


Рисунок 3.3 — Сучасні концептуальні ілюстрації ілюстратора Адама Куеста

Водночас і в Україні з'являється дедалі більше митців, які орієнтуються на концептуальну подачу художнього змісту, адаптуючи світові тенденції до національного контексту. Це такі художники-графіки та графічні дизайнери, як А. Базилевич, І. Вишинський, Г. Галинська, В. Гарбуз, Г. Гармидер, В. Гордійчук, О. Губарєв, О. Данченко, М. Дерегус, та багато інших (рис. 3.4).

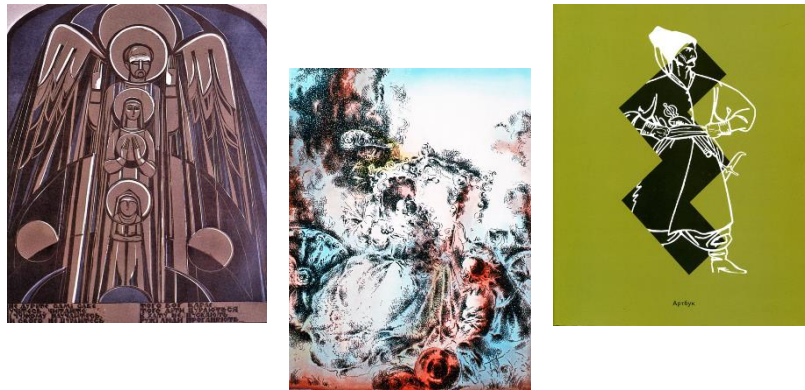


Рисунок 3.4 — Приклади робіт концептуальних ілюстрацій вітчизняних художників та ілюстраторів (зліва направо): А. Базилевича, І. Вишинського та В. Гарбуза

2. Оповідальна ілюстрація.

Цей підхід до ілюстрування передбачає передачу сюжету, тобто карикатури, комікси, мальовані анімації, мультиплікація і т. ін.

Такий вид видавничої продукції як комікс все більше стає популярним серед читачів, про це свідчать матеріали Spring Comics Максима Курінного про підсумки 2020 року на українському ринку коміксів [30].

3. Портретна ілюстрація.

Живописні, графічні та фотографічні портретні зображення, що слугують ілюстративним матеріалом для художньої літератури, історичних праць та мистецтвознавчих видань.

4. Декоративна, або орнаментальна ілюстрація.

Ці ілюстрації слугують лише для оздоблення самого видання. Зазвичай використовують елементи із вкраплення чогось фантастичного.

5. Гумористична ілюстрація.

Даний жанр оформлення видання використовують для сатиричних чи гумористичних творів. Зазвичай це шарж або ж карикатура.

Карикатура — це жанр образотворчого мистецтва, що є основною формою образотворчої сатири і що володіє ясною ідейною соціально-критичною спрямованістю [34].

Шарж — це вид карикатури, що має на меті зобразити людину дружньою, добродушною [36].

Отже, можемо зробити висновок, що ілюстрації мають велике значення для передачі емоційної складової самого тексту. А це має вирішальний аспект при створенні збірки поезій військових. Жанри та види ілюстрацій мають чітко відповідати текстовому матеріалу: доповнювати його та допомагати побудувати зв'язок із читачем.

3.2 Верстка та композиція текстового блоку

Аналізуючи сучасні тенденції видавничої галузі, можна констатувати помітне зростання попиту на друковані книги. Річні показники випуску книжкової продукції демонструють стабільне підвищення, що закономірно посилює змагання між видавничими домами. За таких обставин створення оригінального візуального оформлення перетворюється з додаткової опції на критично важливу стратегію для забезпечення конкурентоспроможності видання на ринку.

Сфера поліграфічного дизайну переживає період динамічних змін, пристосовуючись до актуальних напрямів та інтегруючи прогресивні підходи до проєктування. Книжковий дизайн — це цілісна система візуального оформлення, що охоплює як зовнішню презентацію обкладинки, так і художнє вирішення внутрішніх сторінок — створює неповторний образ публікації, здатний зацікавити цільову аудиторію.

Професійна верстка потребує спеціалізованих навичок: здатності акцентувати важливі елементи як у текстовому, так і в візуальному контенті,

оптимально організовувати їх розміщення на площині сторінки, максимально продуктивно використовуючи доступний простір та надаючи виданню естетичної цінності й виразності. Дотримання цих стандартів безпосередньо впливає на якість фінального результату.

Варто наголосити, що верстка – це не просто механічний складальний процес, а творча діяльність, що суттєво впливає на формування цілісного образу видання. Тому стиль оформлення разом із текстом та ілюстраціями слід розглядати як фундаментальний компонент верстки [26].

Загалом етап верстки будь-яких видань складається з декількох етапів.

1. Підготовка тексту

Перед початком роботи над виданням дуже важливо зробити загальну підготовку тексту: перевірити його на комплектність, помилки тощо.

2. Вибір шрифтів і типографічне оформлення.

Шрифт (походить від німецького *schrift* — письмо, що корениться в дієслові *schreiben* — записувати) являє собою комплекс графічних знаків конкретної писемної традиції, створених у межах єдиної стилістичної концепції.

Типографічні системи відрізняються двома основними характеристиками: присутністю чи відсутністю серифів та ступенем контрастності.

Серифи (також відомі як підсічки або зарубки) — це декоративні елементи, що завершують головні лінії букв. Їхня конфігурація може варіюватися від трикутної до лінійної чи квадратної форми.

Контрастність типографічного елементу залежить від пропорційного співвідношення між основними та допоміжними лініями літер. Відповідно до графічних особливостей, шрифти систематизуються у родини.

Шрифтова родина (з французького *garniture*) представляє колекцію типографічних варіантів, об'єднаних спільною візуальною концепцією, що містить різноманітні стилі та розміри. Різноманітність опцій у межах однієї

родини визначається кількістю доступних стилістичних варіацій та розмірних градацій.

При виборі типографічної родини, її стилю, масштабу та накреслення враховуються такі аспекти: жанрові особливості матеріалу, його композиція та обсяг, специфіка цільової читацької групи, габарити та формат публікації, технологічні умови компонування, спосіб виготовлення, властивості носія, а також функціональні якості шрифту, включаючи зручність читання та ефективність застосування [26].

3. Оформлення титульної сторінки та змісту.

Створення обкладинки та внутрішнє художнє оформлення створюють первинне враження про публікацію і здатні суттєво вплинути на споживчий вибір майбутнього читача. Ретельно розроблена естетична концепція не просто привертає зорову увагу, але й оптимізує процес сприйняття матеріалу, генеруючи адекватний емоційний контекст для специфічного контенту.

Зовнішня презентація являє собою той первинний візуальний стимул, який фіксує споживацьку увагу. Тому принципово необхідно досягти змістовної кореляції між естетичним вираженням та внутрішнім наповненням, одночасно забезпечуючи конкурентну диференціацію на ринковому просторі. Доцільно акцентувати такі параметри:

1. Кольорова гама.

Всі кольори обкладинки повинні відповідати емоційній складовій тексту.

2. Шрифтове рішення.

Необхідно досягти композиційної синергії між типографікою головного титулу та тексту, враховуючи жанрові стандарти.

3. Іконографічні елементи

Застосовані візуальні компоненти або фотоматеріали мають демонструвати технічну досконалість та змістовну релевантність до тематики.

4. Конструктивні характеристики

Вид книги може варіюватися між м'якою (з картонною основою) та жорсткою (з ламінованим захистом) палітуркою. Вибір спирається в основному на бюджет видавництва та тематику видання. Наприклад, «жіночі романи» зазвичай друкують в м'якій обкладинці та малого формату задля зручності. Тверда палітурка зазвичай демонструє вищий престижний статус видання, однак вимагає збільшених фінансових інвестицій.

У контексті перенасиченого ринкового середовища з багатотисячною пропозицією, стратегічне візуальне позиціонування функціонує як механізм конкурентного виокремлення. Професійна дизайнерська концепція, що синхронізується з тематичною специфікою та гарантує ергономічність читання, в комбінації з магнетичним зовнішнім ефектом — являє собою успішну формулу для мобілізації цільової читацької спільноти.

4. Розстановка зображень і ілюстрацій.

Якщо книга містить ілюстрації, важливо правильно розставити їх на сторінках. Ілюстрації повинні бути високої якості та оптимально розташовані, щоб не порушити читацьке сприйняття тексту.

За місцем розташування ілюстрації поділяють на: ті, які розташовані на обкладинці самого видання, на початку тексту (заставки), в кінці тексту як завершальний елемент (кінцівка) та в ініціалі, як заголовній орнаментованій літері, з якої починається книга чи розділ.

Проте, найчастіше ілюстрації розташовують в самому тексті. Тут також варто виділити декілька видів верстання.

Залежно від розміщення в тексті, ілюстрації поділяються на кілька типів: повносторінкові (що займають всю сторінку, також називаються смуговими або полосними); напівсмугові — ті, що займають половину сторінки, зазвичай у верхній або нижній її частині; розворотні — розміщені на двох суміжних сторінках; середтекстові — такі, що вбудовані в текстову частину: в оборку, коли текст обрамляє ілюстрацію з трьох боків, або у форматі глухої верстки, коли зображення стикається з текстом з усіх чотирьох сторін. Ілюстрації також можуть бути винесені на поля (береги) сторінки [13].

5. Нумерація сторінок і колонтитули.

Нумерація сторінок є стандартом для більшості видань, але є особливості, які варто враховувати. Наприклад, на перших сторінках книги, таких як титульна, зміст або вступ, сторінки можуть не нумеруватися. Колонтитули — це текст, що розташовується вгорі чи внизу кожної сторінки, і може містити додаткову інформацію, таку як назва книги чи ім'я автора.

Підсумовуючи, вище наведену інформацію, можна зробити висновок, що верстка видання є творчим і водночас технічним процесом, який вимагає індивідуального підходу до кожного окремого видання, оскільки кожна книга є унікальним поліграфічним об'єктом. Наведені вище рекомендації розглядаються як загальні орієнтири, однак у практиці книговидання нерідко трапляються винятки, що потребують гнучких і нестандартних рішень з боку верстальника.

Висновки до третього розділу

У цьому розділі розглянуті понятійно-категоріальний апарат ілюстрацій та загальні тенденції оформлення книжкових видань. Як засвідчив аналіз, ілюстрації у збірках воєнної поезії виконують не лише декоративну роль, а є повноцінною складовою художнього осмислення твору. Вони здатні концептуально доповнити думки автора, задати емоційний настрій читача, створити контекст для глибшого розуміння тексту. Зокрема, актуальності набуває використання концептуальних ілюстрацій, що задають інтерпретаційний вектор сприйняття ще до прочитання тексту.

Ще одним критично важливим елементом є верстка та композиція тексту. В сучасному видавничому процесі верстка розглядається як поєднання технічного та творчого підходів, які потребують індивідуального рішення для кожного окремого видання. Рекомендації щодо верстки, які були розглянуті, є загальними орієнтирами, однак практика показує, що кожна збірка — це унікальний видавничий випадок, який вимагає виняткового дизайнерського і змістового підходу.

РОЗДІЛ 4

ПРОЄКТУВАННЯ ВИДАННЯ «ЗРОБЛЕНІ ЗІ СТАЛІ»

4.1 Аналіз сучасного ринку видавничої продукції у сегменті поетичних збірок патріотичного спрямування

Аналіз ринку — це комплексна оцінка ринкових характеристик, включаючи визначення його масштабів у кількісному та грошовому вимірі, вивчення споживчих груп та їхньої купівельної спроможності, а також дослідження конкурентного ландшафту та економічних умов, зокрема перешкод для виходу на ринок та регуляторних обмежень [1].

Ключова мета ринкового дослідження в рамках бізнес-плану полягає в демонстрації інвесторам двох критично важливих аспектів:

- 1) глибоке розуміння підприємцем специфіки свого ринку;
- 2) достатній потенціал ринку для створення життєздатного та прибуткового бізнесу.

Для досягнення цієї мети варто провести детальний аналіз трьох основних складових:

1. Галузевий аналіз

Проєкт «Зроблені зі сталі» вміщує в собі збірку мілітарної поезії учасників бойових дій. Тобто це видання доречно додати до сегменту художньої літератури. Після початку повномасштабної війни в лютому 2022 року український книговидавничий ринок зазнав значних трансформацій, особливо в сегменті патріотичної літератури.

За даними Українського інституту книги, до 2022 року український видавничий ринок складав близько 2,5 млрд грн на рік. Проте війна суттєво вплинула на галузь [31]:

- 1) 2022 рік: падіння обсягів виробництва на 40-50% через руйнування поліграфічних потужностей та логістичні проблеми;
- 2) 2023 рік: поступове відновлення з акцентом на цифрові формати та військову тематику;

3) Сегмент поетичних збірок традиційно становить 3-5% від загального ринку художньої літератури.

2. Дослідження цільової аудиторії.

При аналізі цільової аудиторії для початку варто зробити демографічний зріз аудиторії. Вік є необмеженим, адже збірка віршів «Зроблені зі сталі» має універсальну привабливість для різних вікових груп з різних причин.

Стать: чоловіки й жінки приблизно в рівних пропорціях. Серед жінок переважають ті, хто має сімейні або родинні зв'язки з учасниками бойових дій. З огляду на географічний фактор, до основної частини потенційних читачів належать мешканці великих і середніх міст, зокрема таких як Київ, Львів, Харків та Дніпро. У цих урбаністичних центрах традиційно зосереджено більшість точок продажу книжкової продукції, проводяться літературні заходи, презентації та зустрічі з авторами. Водночас активну читацьку спільноту формують регіональні громади західних і центральних областей України, де літературно-мистецьке середовище, волонтерський рух і громадянська активність відіграють помітну роль у суспільному житті.

З психографічної точки зору, аудиторію проєкту становлять передусім патріотично налаштовані громадяни, які прагнуть підтримувати Збройні сили України та зберігати пам'ять про реалії війни через культурні продукти. Ці читачі шукають твори, що правдиво й емоційно відображають військовий досвід. Серед споживачів також вирізняється емоційно чутлива публіка, яка сприймає поезію як засіб особистісної рефлексії, співпереживання або навіть психологічної підтримки. Окрему групу формують шанувальники сучасної літератури, які надають перевагу новаторським художнім формам, зокрема верлібру, поєднанню тексту з ілюстраціями, а також сильним індивідуальним авторським голосам.

У поведінковому вимірі аудиторія проєкту характеризується високим рівнем онлайн-активності. Це користувачі соціальних мереж, які слідкують за діяльністю письменників, волонтерських ініціатив, культурних платформ (наприклад, PEN Ukraine, «Видавництво Старого Лева», проєкту «Поезія

вільних»). Вони є учасниками культурних подій — презентацій, читань, благодійних ярмарків. Також цю аудиторію відрізняє інтегроване споживання контенту: вони читають як друковані, так і цифрові формати (електронні й аудіо-версії).

Таким чином, основні цільові сегменти включають:

- ветеранські й волонтерські спільноти, які шукають поезію, що резонує з їхнім досвідом, і активно поширюють подібний контент у соціальних мережах;
- молоду інтелектуальну аудиторію, яка цікавиться сучасною літературою, соціально-культурними трансформаціями та інноваційними видавничими підходами;
- широку громадськість, що зацікавлена в українській культурі, прагне підтримати ЗСУ та звертає увагу на благодійний і суспільно важливий характер проєкту.

3. Конкурентний аналіз

Конкурентне середовище для збірки віршів «Зроблені зі сталі» формується в межах кількох пересічних сегментів українського видавничого ринку. Основну конкуренцію становлять видання військової тематики, поетичні збірки сучасних українських авторів та мемуарна література учасників бойових дій. Після початку повномасштабної війни цей сегмент зазнав значної активізації, що призвело до появи численних видань різного формату та якості.

За даними моніторингу провідних книжкових мереж України, включаючи YakaBoo, «Наш формат» та «Лабораторію», протягом 2022-2024 років на ринку з'явилося понад 150 видань патріотичної тематики, з яких близько 30% становлять поетичні збірки або містять значну поетичну складову. Цей показник свідчить про високу насиченість ринку та необхідність чіткого позиціонування для успішної конкуренції.

Найбільш близьким конкурентом є збірка «Вірші з війни», опублікована видавництвом «Ярославів Вал» у 2023 році (рис. 4.1). Ця збірка об'єднала поетичні твори тридцяти військовослужбовців різних підрозділів ЗСУ та отримала широке медійне висвітлення завдяки підтримці Міністерства оборони України. За даними видавництва, тираж склав 5000 примірників, з яких було реалізовано 78% протягом перших шести місяців після видання. Успіх цього проєкту демонструє наявність стійкого попиту на автентичну військову поезію серед української аудиторії [29].

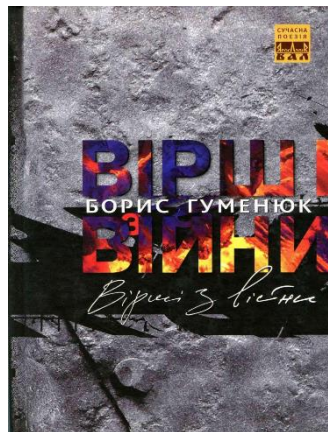


Рисунок 4.1 – Збірка «Вірші з війни» Бориса Гуменюка

Серед конкурентів можна також зазначити поетичну збірку «Тільки не пиши мені про війну» (2023), авторства Павла Вишебаби (рис. 4.2). Вона демонструє виняткові комерційні результати на українському книжковому ринку. Видання досягло статусу бестселера завдяки реалізації першого тиражу обсягом 15 тисяч примірників протягом двох тижнів після публікації.

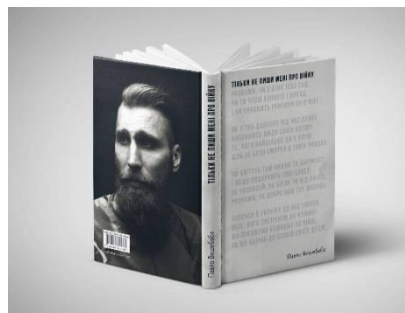


Рисунок 4.2 – Поетична збірка «Тільки не пиши мені про війну» Павла Вишебаби

Комерційний успіх збірки значною мірою обумовлений багатогранною особистістю автора та його активною суспільною позицією. Павло Вишебаба поєднує у собі ролі літератора, військовослужбовця, музиканта та екологічного активіста, що створює унікальний авторський імідж. Його статус лауреата Всеукраїнської літературної премії імені Василя Симоненка підтверджує професійне визнання творчості. Систематична присутність автора у цифровому просторі та регулярна участь у культурних заходах і громадських акціях формують стійкий емоційний зв'язок з читацькою аудиторією, що безпосередньо впливає на популярність його літературних творів.

Візуальне оформлення видання відіграло важливу роль у його ринковому успіху. Обкладинка містить оригінальне дизайнерське рішення, де розміщено поетичний твір автора, перший рядок якого співпадає з назвою збірки. Таке рішення створює безпосередній зв'язок між зовнішнім виглядом книги та її змістом, привертаючи увагу потенційних покупців.

Внутрішнє оформлення збірки доповнюють акварельні ілюстрації, які гармонійно корелюють з поетичними текстами та несуть символічне навантаження (рис. 4.3). Цей художній елемент підвищує естетичну цінність видання та створює комплексний мистецький досвід для читача.



Рисунок 4.3 – Ілюстрації в книзі «Тільки не пиши мені про війну»

Цінова політика видання відповідає середньому сегменту українського ринку книжкової продукції. Вартість примірника становить 300 гривень, що належить до типового діапазону 300-400 гривень для подібних видань. Така

цінова стратегія забезпечує оптимальний баланс між доступністю для широкої читацької аудиторії та збереженням сприйняття якості продукту на ринку.

Отже, проаналізувавши ринок та цільову аудиторію видання можна зробити висновок, що видання «Зроблені зі сталі» є цілком конкурентоспроможним.

4.2 Дослідження читацьких уподобань щодо військової поезії та їх вплив на формування попиту

В ході написання дипломної роботи було проведено опитування під назвою «Військова поезія в сучасному культурному просторі», де досліджувались читацькі уподобання різних категорій споживачів. На основі результатів можна зробити кілька важливих висновків про сприйняття військової поезії в сучасному українському суспільстві.

Передусім серед респондентів переважали жінки, що може свідчити про вищу зацікавленість або готовність долучатися до культурних ініціатив саме з їхнього боку. Найбільша частка опитаних — це молодь віком від 18 до 25 років. Це надзвичайно важливий сегмент, адже саме молоде покоління формує запит на новий культурний продукт і активно споживає його через сучасні медіа. Люди цієї вікової категорії часто є активними користувачами соціальних мереж, що відкриває широкі можливості для промоції поетичних видань через онлайн-канали.

Вкажіть ваш вік
33 відповіді

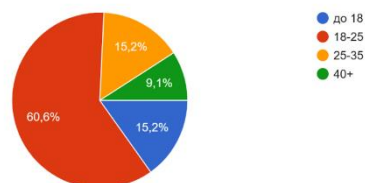


Рисунок 4.4 — Розподіл респондентів за статтю

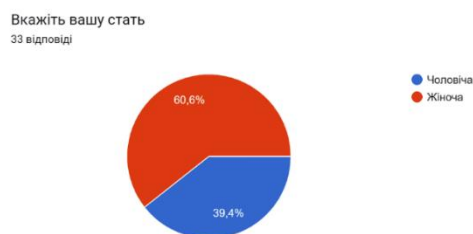


Рисунок 4.5 — Розподіл респондентів за віковими категоріями

Щодо загального ставлення до поезії, то результати показали, що регулярне читання (щодня або хоча б раз на тиждень) є радше винятком, ніж нормою. На питання «Як часто ви читаєте поезію загалом?» 48,5% респондентів надали перевагу відповіді «Дуже рідко». Проте це не означає низький інтерес — швидше йдеться про певну фрагментарність літературного дозвілля. Багато хто читає рідко або епізодично, що ще раз підкреслює важливість якісної презентації та промоції творів, щоб заохотити потенційного читача (рис. 4.6).

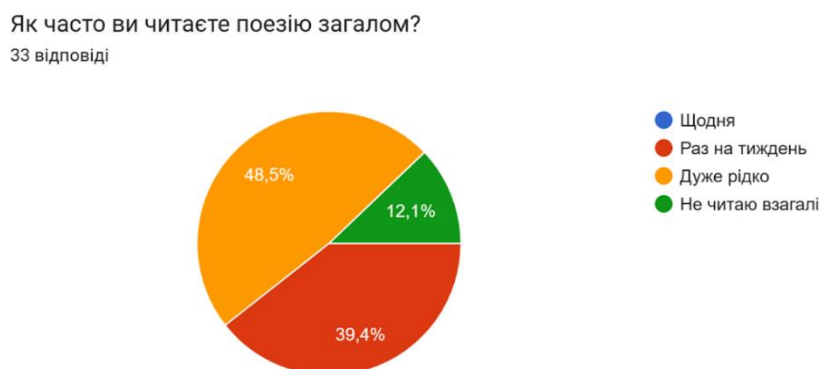


Рисунок 4.6 — Регулярність читання поетичних творів
серед учасників опитування

Окремо варто відзначити рівень обізнаності з військовою поезією. Лише невелика частка респондентів добре знайома з творами військових ЗСУ, більшість — або частково, або лише щось чула. Це демонструє, що хоч поезія на воєнну тематику й існує в публічному просторі, однак вона ще не стала частиною масового культурного споживання. Отже, є значний потенціал для розширення аудиторії, особливо якщо подати тексти у доступній та емоційно відкритій формі (рис. 4.7).

Чи знайомі ви з сучасною українською військовою поезією (зокрема, віршами військових ЗСУ)?
33 відповіді

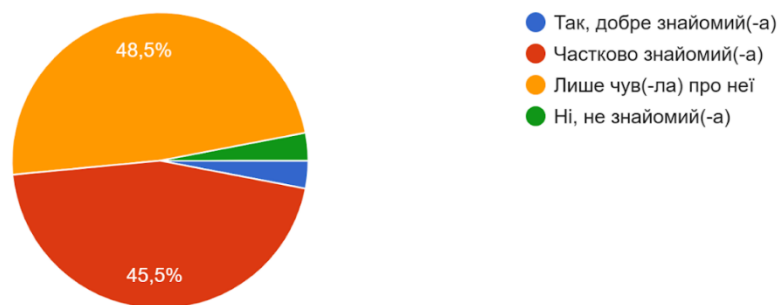


Рисунок 4.7 — Ступінь поінформованості опитаних про сучасну військову поезію в Україні

На запитання про теми, які найбільше зачіпають у військовій поезії, більшість респондентів відзначили «втрату, біль, пам'ять», а також «особисті переживання військових». Це свідчить про запит на щирість, глибину, емоційний контакт. Тема героїзму, хоч і традиційно асоціюється з патріотичною поезією, виявилася менш популярною. Це важливий сигнал для авторів: сучасний читач шукає не пафосу, а правди — інтимної, людяної, навіть болісної. (рис. 4.8)

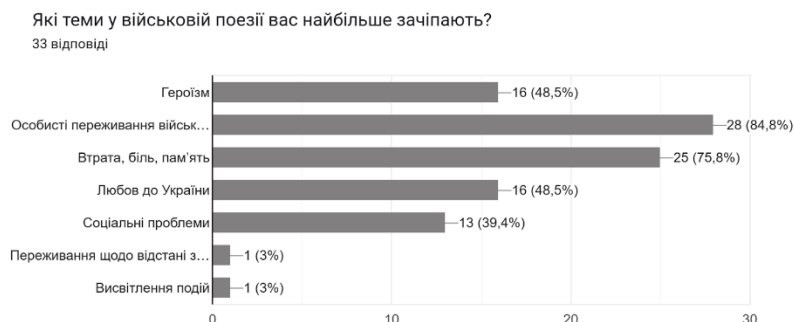


Рисунок 4.8 — Тематичні пріоритети респондентів у сприйнятті військової поезії

Найпопулярнішими джерелами ознайомлення з поезією є соціальні мережі та онлайн-платформи. Друковані збірки читають рідше, але не зневажають. Публічні читання також мають свою аудиторію. Цей багатоканальний підхід — добра новина для укладача збірки, адже свідчить про те, що твір може існувати одночасно у кількох форматах і досягати різних цільових груп (рис. 4.9).

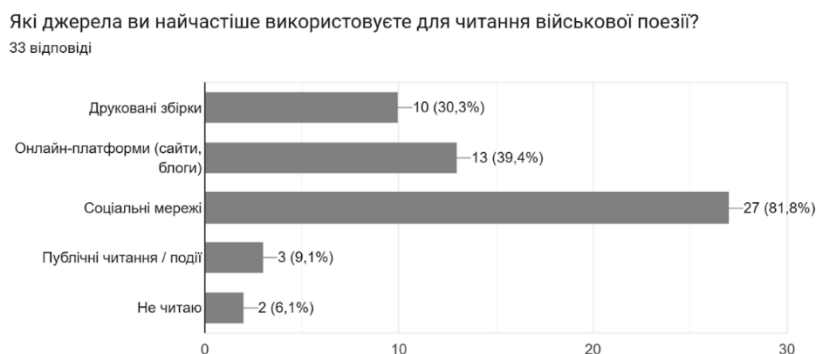


Рисунок 4.9 — Джерела ознайомлення респондентів з поезією військових ЗСУ

Ще один важливий результат: переважна більшість учасників опитування зазначили, що вірші військових впливають на їхнє ставлення до війни, а також виявили готовність купити друковану збірку. Це підтверджує,

що такий продукт не тільки має емоційну цінність, а й потенціал до реальної підтримки — як культурної, так і матеріальної (рис. 4.10).

Чи впливає прочитане у віршах військових на ваше ставлення до війни та оборони України?
33 відповіді

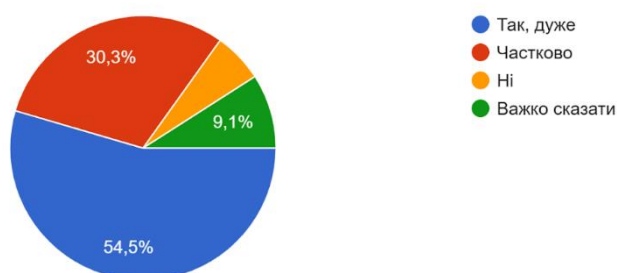


Рисунок 4.10 — Рівень впливу прочитаної військової поезії на формування громадянської позиції

Щодо бажаного формату — традиційна друкована книга залишається у пріоритеті, однак аудіо та відео також викликали значний інтерес. Таким чином, ідеальним рішенням буде мультимедійна подача: книга, доповнена читанням віршів наживо або у відеоформаті, можливо — з авторськими коментарями чи інтерв'ю (рис. 4.11).

Який формат подачі вам найбільше підходить для сприйняття поезії?
33 відповіді

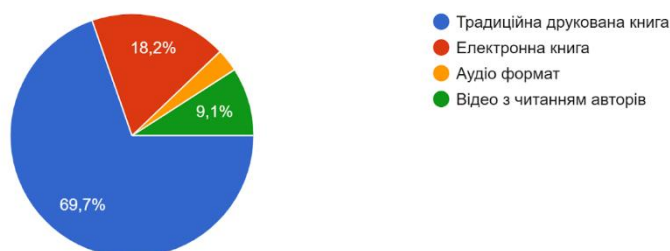


Рисунок 4.11 — Популярність різних форматів подачі поезії серед опитаних

У відповідях на запитання про те, що могло б заохотити читати більше військової поезії, лідирували особисті історії авторів. Це ще раз підтверджує: сучасний читач шукає живого голосу, щирості та контексту — не абстрактного патріотизму, а конкретного людського досвіду.

Отже, результати опитування показали чіткий запит на поезію, яка не лише говорить про війну, а й дає змогу її пережити разом із автором, побачити її людське обличчя. Це має стати основною орієнтацією для укладачів і промоутерів збірки «Зроблені зі сталі».

4.3 Загальна характеристика збірки «Зроблені зі сталі» та її SWOT-аналіз

Збірка «Зроблені зі сталі» потребує детального вивчення її основних характеристик та особливостей як цілісного літературного твору. Тож для початку варто розглянуто особливості верстки та дизайну цього видання.

Створення макету збірки «Зроблені зі сталі» відбувалося за допомогою програми Adobe InDesign, яка є стандартом у сфері комп'ютерної верстки. Підготовчий етап включав збір необхідних матеріалів: текстів, оброблених у Microsoft Word, та ілюстрацій, створених в Adobe Illustrator та Adobe Photoshop. Використання векторної графіки забезпечило високу якість зображень для поліграфічного виробництва, а растрова обробка дозволила якісно підготувати фотоматеріали.

При розробці макету було обрано формат 210x210 мм (квадрат), що поєднує зручність читання та економічність виробництва. Поля встановлено рівномірно по 12 мм з усіх сторін, враховуючи особливості скріплення блоку. Для забезпечення візуальної єдності видання створено систему стилів з використанням трьох типів шрифтів: Montserrat для обкладинки, Times New Roman для службових елементів та Century Gothic для основного тексту [26].

Технічний процес верстки включав використання колірної моделі СМУК, призначеної спеціально для друку, та дотримання поліграфічних стандартів. Завершальний етап передбачав ретельну перевірку макету на відповідність технічним вимогам та підготовку файлів для передачі до друкарні. Для комплексної оцінки отриманого результату та визначення

перспектив розвитку проєкту доцільно застосувати аналітичний підхід, що дозволить систематизувати всі аспекти створеного видання.

SWOT-аналіз представляє собою широко застосований інструмент стратегічної оцінки бізнес-середовища, назва якого походить від англійських термінів «Strengths» (сильні сторони), «Weaknesses» (слабкості), «Opportunities» (можливості) та «Threats» (загрози). Цей метод ґрунтується на систематичному класифікуванні чинників операційного середовища організації за двома основними критеріями: розподілом на внутрішні та зовнішні фактори, а також визначенням їхнього позитивного або негативного впливу на корпоративну діяльність.

Методологія SWOT-аналізу передбачає комплексний підхід до стратегічного планування, при якому організація одночасно проводить внутрішню та зовнішню діагностику. Внутрішній аналіз зосереджується на ідентифікації та об'єктивній оцінці власних конкурентних переваг і організаційних недоліків компанії. Паралельно здійснюється зовнішній аналіз, спрямований на виявлення сприятливих ринкових тенденцій і потенційних ризиків, які формуються у макро- та мікросередовищі функціонування підприємства.

Практичне застосування цього аналітичного інструменту дозволяє керівництву сформувати цілісне розуміння стратегічного становища організації та створити основу для прийняття обґрунтованих управлінських рішень щодо подальшого розвитку бізнесу [2]. На рисунку 4.12 зображено схематично структуру SWOT-аналізу.



Рисунок 4.12 — Схема SWOT-аналізу

Отже, створення SWOT-аналізу є критично важливим етапом стратегічного планування, який забезпечує комплексне розуміння внутрішніх можливостей та зовнішніх умов реалізації проєкту. Цей аналіз дозволяє об'єктивно оцінити реальні конкурентні переваги збірки, зокрема унікальність автентичного військового досвіду та високу суспільну актуальність тематики.

Сильні сторони. Найвагомішою сильною стороною проєкту «Зроблені зі сталі» є автентичність та унікальність авторського досвіду. Поетичні твори, створені безпосередніми учасниками бойових дій, володіють неперевершеною емоційною силою та достовірністю, які неможливо відтворити штучно. Ця автентичність створює глибокий емоційний резонанс з читачами та формує унікальну конкурентну перевагу на ринку військової літератури.

Актуальність тематики становить другу ключову сильну сторону проєкту. В умовах тривалого воєнного конфлікту українське суспільство демонструє стійкий попит на літературу, яка допомагає осмислити та пережити травматичний досвід війни. Збірка відповідає глибокій психологічній потребі суспільства у розумінні та інтеграції воєнного досвіду через призму мистецтва.

Потенціал для міжнародного розповсюдження представляє ще одну суттєву перевагу проєкту. Світова спільнота проявляє значний інтерес до української культури та досвіду протистояння агресії, що створює сприятливі умови для просування збірки на міжнародних ринках через переклади та культурні обміни.

Слабкі сторони. Основною слабкою стороною проєкту є потенційна нерівномірність літературної якості творів. Оскільки автори є передусім військовослужбовцями, а не професійними літераторами, існує ризик значних відмінностей у художньому рівні різних віршів у збірці. Це може негативно вплинути на загальне сприйняття видання літературними критиками та вибагливими читачами.

Також обмежені фінансові ресурси для масштабного промоційного супроводу становлять серйозну слабкість проєкту. На відміну від великих

видавництв, які мають значні маркетингові бюджети, цей проєкт може зіткнутися з труднощами.

Можливості. Зростаючий міжнародний інтерес до українського досвіду війни відкриває перспективи для виходу на світові ринки. Численні міжнародні видавництва та культурні організації активно шукають автентичний український контент для своїх програм солідарності та культурного обміну.

Слід зазначити, що партнерство з волонтерськими організаціями та військовими спільнотами може забезпечити ефективні канали розповсюдження та промоції. Такі організації мають довіру цільової аудиторії та розвинені мережі комунікації, що може суттєво підсилити маркетингові зусилля проєкту.

Потенціал для створення серії або франшизи на основі успішного першого видання може забезпечити довгострокову комерційну перспективу.

Загрози. Висока конкуренція у сегменті військової літератури становить найбільш серйозну загрозу для проєкту. Ринок насичений подібними виданнями, і нові публікації можуть швидко втратити увагу читачів, особливо без потужної маркетингової підтримки.

Економічна нестабільність та зниження купівельної спроможності населення становлять значну загрозу для книжкового ринку загалом. В умовах економічних труднощів книги часто стають предметами розкоші, від яких люди відмовляються на користь базових потреб.

Таким чином, проведений SWOT-аналіз демонструє, що проєкт «Зроблені зі сталі» володіє унікальними конкурентними перевагами завдяки автентичності та актуальності контенту, проте стикається з серйозними викликами у сфері маркетингу та позиціонування. Успішна реалізація проєкту потребує стратегічного підходу, який максимізує природні переваги автентичності та символізму, одночасно мінімізуючи ризики через партнерства та інноваційні підходи до промоції та розповсюдження.

4.4 Маркетингові стратегії популяризації патріотичної поезії

Із проголошенням незалежності України видавнича справа почала активно розвиватися. Попри активну популяризацію книг, радянські ідеологічні підходи мали деструктивний вплив на формування незалежного читацького середовища. З початком повномасштабного вторгнення так званою росією книжковий ринок став стрімко розвиватись: позбуватися радянського впливу та видавати українську літературу, поширювати її культуру та традиції. Значно зріс попит на вітчизняну літературу.

Також слід звернути увагу, що видавництва все більше почали розвиватись у сфері маркетингу і такі поняття як «промоція», «маркетингові стратегії», «реклама» стали вже не новими для української видавничої справи. У сучасних дослідженнях, присвячених розвитку книговидавничої галузі, особливу увагу приділяють застосуванню саме маркетингових стратегій у діяльності видавництв. Це питання ґрунтовно розглядається в роботах А. Бужбецької, З. Григорової, О. Скібан та інших авторів [6].

Маркетингова стратегія — це цілісна система заходів, спрямованих на конверсію потенційної аудиторії у реальних споживачів та реалізацію як короткострокових, так і довгострокових цілей підприємства. Вона базується на глибокому розумінні потреб цільової аудиторії, раціональному виборі каналів комунікації та формуванні стійкої конкурентної переваги [19].

Основними складовими маркетингової стратегії є такі елементи [21]:

1. Визначення цільового ринку.

Кожне видавництво, перед тим як друкувати книгу, має розуміти, для кого цей продукт буде цікавий. У світі дуже багато споживачів, що мають різні потреби. Завдання маркетолога поділити їх на підгрупи, тобто сегментувати ринок.

Сегментація ринку — це процес розподілу цільової аудиторії на окремі групи на основі спільних характеристик і потреб, таких як географічне розташування, вік, стать, інтереси, професійна діяльність тощо [35].

Оцінивши цільовий ринок видавництва краще розуміє, кому пропонувати товар, що сприяє ефективнішим продажам та задовольняє потреби читача.

2. Позиціонування

На цьому етапі варто аналізувати сам товар та виділяти унікальні для споживча переваги. У будь-якій сфері є конкуренти, тому необхідно мотивувати споживача до покупки саме вашого товару, для цього і потрібен брендинг.

Цей складний процес охоплює створення образу бренду, його представлення на ринку, налагодження емоційного зв'язку з певною аудиторією, збереження основних цінностей бренду та відповідність між тим, що обіцяє компанія, і тим, що реально отримує клієнт. Один із головних плюсів брендингу — це здатність додавати продукту або послугі додаткову цінність. Люди часто готові платити більше за відомі бренди, бо вважають їх якіснішими, надійнішими й престижнішими [16].

3. Товарна політика, яка охоплює:

- забезпечення відповідного рівня якості продукції;
- розширення або оптимізацію асортиментного ряду;
- розробку привабливої упаковки;
- створення та просування торгової марки;
- орієнтацію на зручність споживання;
- інші товарні характеристики, що підвищують цінність для

споживача.

4. Цінова політика, що включає:

- формування єдиної цінової стратегії;
- застосування гнучкої системи знижок залежно від каналів розподілу;
- інші механізми ціноутворення.

5. Система розподілу, яка передбачає:

- вибір оптимальних каналів дистрибуції;

- визначення умов реалізації товару;
- навчання торговельного персоналу;
- визначення функціональних завдань для персоналу;
- інші елементи організації збуту.

6. Маркетингові комунікації, до яких належать:

- рекламна діяльність;
- заходи зі стимулювання збуту;
- використання методів мерчандайзингу;
- налагодження зв'язків з громадськістю (PR);
- інші форми просування.

7. Гарантійне та післягарантійне обслуговування

Саме завдяки цьому етапу видавництво забезпечує підтримку споживача після придбання товару з метою підвищення лояльності та задоволеності клієнтів.

Теоретичне обґрунтування маркетингової діяльності створює підґрунтя для практичного застосування — зокрема, у межах проєкту видання збірки віршів «Зроблені зі сталі», який потребує чіткої стратегії позиціонування та просування.

Визначення цільового ринку. «Зроблені зі сталі» — це збірка віршів, які написали військові. Отже, цільова аудиторія видання — це люди, які цікавляться воєнною тематикою, патріотизмом, а також ті, хто шукає нові погляди на досвід війни через лірику. На рисунку 4.13 зображено потенційних споживачів видань воєнної тематики [26].

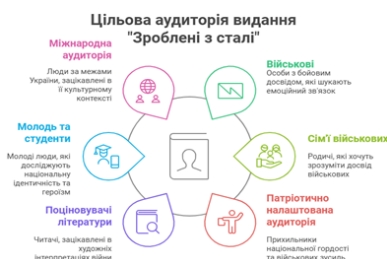


Рисунок 4.13 — Цільова аудиторія видання «Зроблені зі сталі»

Географічно стратегія охоплює всю Україну з особливим акцентом на регіони з високою концентрацією військових та їхніх родин. Важливим є

також врахування української діаспори за кордоном як потенційних споживачів. Головною метою проєкту є донесення до більшої кількості людей жахливості явища війни, тому при просуванні варто також залучати іноземних читачів.

Позиціонування. Унікальність цього видання полягає в тому, що це не стороннє осмислення війни, а безпосереднє свідчення учасників воєнних подій. Кожен вірш несе в собі живий досвід, емоційну правду та непідробну щирість, що створею унікальний зв'язок із читачем. Конкурентна перевага полягає в автентичності авторів та актуальності тематики.

Товарна політика. Проєкт виготовлений із щільного паперу та має глянцеvu палітурку. Формат книги — квадрат, що забезпечує зручність читання та мобільність. Компактність такого формату відповідає сучасним запитам аудиторії на зручне використання друкованої продукції в динамічному ритмі повсякденного життя.

Цінова стратегія. На цьому етапі варто враховувати собівартість видання та середню ціну на ринку за екземпляр. Провівши моніторинг сайтів *Укабоо*, *Книгарні Є* та *Лабораторії* було встановлено, що середня ціна на ринку за екземпляр збірки віршів патріотичного характеру становить 350-400 грн.

Також для покращення репутації та створення позитивного іміджу продукту частина коштів із прибутку будуть перераховуватись на допомогу української армії.

Канали розподілу товару. Система дистрибуції має бути максимально різноманітною та доступною. Традиційні книжкові магазини залишаються важливим каналом розповсюдження товару. Також онлайн-продажі через власний сайт та соціальні мережі можуть значно полегшити купівлю товару для споживачів.

Маркетингові комунікації. Оскільки ця книга орієнтована на молодих і дорослих читачів, основна увага буде зосереджена на просуванні через медіа — насамперед через соціальні мережі, як-от *Instagram*, *Facebook*, *TikTok* та *X*

(колишній Twitter). Через активне ведення сторінок у соцмережах, привабливе оформлення, інтерактиви та рекламу, можна швидко зацікавити потенційних читачів. Реклама буде налаштована на тих, хто найбільше зацікавлений у темі книги — завдяки цьому інформація потрапить саме до потрібної аудиторії.

Оскільки одна з цілей проєкту — підтримка Збройних Сил України, планується проводити розіграші книги за символічну пожертву, а зібрані кошти — передавати на допомогу армії чи родинам загиблих. Це дозволить поєднати просування видання з благодійністю, що посилить інтерес і довіру до проєкту.

Прикладом ефективного просування є «Видавництво Старого Лева», яке завдяки активним соцмережам має широку аудиторію. Також планується використовувати YouTube — публікувати відео за участі відомих блогерів, військових або волонтерів, що додасть проєкту емоційної сили та впізнаваності. Такий підхід називають *influence-маркетингом* — просуванням через лідерів думок.

Крім онлайн-просування, важливо проводити й живі зустрічі — презентації в бібліотеках, книгарнях, військових частинах, на благодійних подіях. Це допоможе не лише знайти читачів, а й встановити партнерські зв'язки. Також важливою є медійна підтримка — публікації в пресі, інтерв'ю з авторами чи уривки з книги у відомих ЗМІ сприятимуть створенню довіри до видання [26].

Після-продажна підтримка та лояльність. Створення облікових записів в соцмережах може допомогти створити певну спільноту, в якій люди зможуть обмінюватись думками. Це чудовий спосіб отримувати фідбек від аудиторії. Програма лояльності може включати ексклюзивний доступ до нових творів авторів, запрошення на закриті заходи або знижки на майбутні видання.

Отже, за допомогою цієї маркетингової стратегії видавець матиме чіткий план з просування збірки «Зроблені зі сталі». Це допоможе значно збільшити попит серед читачів.

Висновки до четвертого розділу

Проведене дослідження маркетингових аспектів просування військової поезії та аналіз ринкових умов для реалізації проєкту «Зроблені зі сталі» дозволяє сформулювати ключові висновки щодо перспектив та стратегічних напрямів розвитку даного видавничого проєкту.

Дослідження читацьких уподобань виявило стійкий інтерес української аудиторії до військової поезії, що обумовлено потребою суспільства в осмисленні травматичного досвіду війни через призму мистецтва. Формування попиту значною мірою залежить від автентичності контенту, емоційної глибини творів та їх здатності створювати емпатійний зв'язок з читачами.

Застосування методології SWOT-аналізу до планування просування збірки «Зроблені зі сталі» продемонструвало наявність значних конкурентних переваг проєкту, зокрема автентичність контенту та високу суспільну актуальність тематики, при одночасному існуванні викликів у сфері маркетингових ресурсів та конкурентного позиціонування.

ВИСНОВКИ

При написанні цієї дипломної роботи виконано основні завдання, що дозволило зробити низку важливих висновків. По-перше, специфіка редагування поетичних творів воєнного часу вимагає врахування особливого контексту, де кожен вірш не лише несе емоційне навантаження, а й є важливим документом історичної пам'яті. Редактору необхідно зберегти автентичність авторського слова, водночас уважно ставлячись до виразності і чіткості меседжу, що має бути зрозумілим та доступним широкій аудиторії.

Редагування поетичних творів має свою унікальну специфіку, яка відрізняється від роботи з прозаїчними текстами. Передусім редакторові слід розрізняти явні мовностилістичні помилки, які виходять за межі правописних норм, і особливості індивідуальної манери письма автора. Редактор поезії повинен особливо уважно ставитися до збереження ритмомелодики тексту, оскільки будь-яке втручання може порушити музичність та гармонію віршованого твору. Особливо важливим є збереження авторського стилю та поетичного голосу, адже поезія є найбільш особистісним видом літературної творчості, де кожне слово має глибоке значення та емоційне забарвлення.

Слід додати, що вивчення впливу ілюстрацій на сприйняття поетичних текстів показало, що правильний вибір ілюстративного матеріалу здатний значно посилити емоційний вплив віршів, додати глибини й підсилити їхній символічний зміст. Ілюстрації не лише доповнюють текст, а й допомагають сформувати у читача візуальний образ, який співвідноситься з ідеями, закладеними в поезії. У свою чергу, технологічні аспекти виготовлення таких видань вимагають особливої уваги до якості друку, вибору матеріалів та продуманого дизайну, що відповідає серйозності та важливості теми. Це включає використання сучасних друкарських технологій, які забезпечують довговічність і якість видання.

Дослідження процесу взаємодії редактора з авторами та ілюстраторами підкреслило важливість комунікації та командної роботи. Важливою

складовою цього процесу є врахування думок та побажань усіх учасників, що допомагає створити цілісне та гармонійне видання, яке відповідає вимогам часу та очікуванням цільової аудиторії. Інноваційні методи просування таких видань через цифрові платформи, соціальні мережі та участь у літературних заходах стали важливими інструментами для популяризації поетичних творів воєнної тематики. Завдяки таким підходам можна не лише привернути увагу до книги, а й підвищити її доступність для широкої аудиторії, що, в свою чергу, сприяє культурному збереженню історії та підтримці морального духу суспільства.

Отже, видання «Зроблені зі сталі» є не лише об'єктом видавничої продукції, а і важливим соціальним феноменом, що відображає дух часу, акцентуючи увагу на реаліях війни. Завдяки такому виданню читач отримує можливість через поезію не лише емоційно пережити події війни, а й співпереживати героям, тим самим посилюючи роль літератури як інструменту емоційного і культурного відновлення нації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз ринку для написання бізнес-плану. Ощадбанк. URL: <https://www.oschadbank.ua/blog/analiz-rynku-dlya-napysannya-biznes-planu> (дата звернення: 15.05.2025).
2. Багорка М. О., Білоткач І. А. Swot-аналіз як основа формування маркетингових стратегій підприємств. *Агросвіт*. 2010. № 6. С. 17–23.
3. Белічко Н. Ю. Ілюстрація. *Енциклопедія Сучасної України*, Том 11. URL: <https://esu.com.ua/article-13244> (дата звернення: 26.05.2025).
4. Білоус П. В. Вступ до літературознавства. Психологія літературної творчості: лекції. Житомир : Рута, 2009. 336 с.
5. Волощук Є. В. Зарубіжна література: підручник. Київ : Генеза, 2015. 272 с.
6. Вовк Н. Моніторинг відкритих джерел інформації. *Бібліотекознавство, документознавство, інформологія*. 2022. № 2. С. 39–44.
7. Галич О. А. Теорія літератури : підручник. Київ : Либідь, 2001. 486 с.
8. Голик С. В. Мовна особистість як об'єкт лінгвокультурологічних досліджень. *Вісник львівського університету*. Серія: іноземні мови. 2013. № 21. С. 258–264.
9. Дмитро Д. Середньовічний героїчний епос. *Львівський історичний клуб*. URL: <https://lvivmedievalclub.wordpress.com/2017/04/01/середньовічний-героїчний-епос/> (дата звернення: 15.05.2025).
10. Друга світова війна в європейській поезії. *Світ літератури*. URL: https://svitliteraturu.com/load/zarubizhna_literatura/7_klas/druga_svitova_vijna_v_evropejskij_poeziji/16-1-0-1220 (дата звернення: 15.05.2025).
11. Заремська І. М. Мовна картина світу як об'єкт лінгвістичних досліджень. *Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова*. Серія 10. 2011. № 7. С. 396–402.
12. Ідіостиль. *СЛОВНИК - тлумачний словник української мови, орфографічний словник онлайн*. URL: <https://slovnyk.ua/index.php?swrd=ідіостиль> (дата звернення: 15.05.2025).

13. Ілюстрація. *Українська бібліотечна енциклопедія*. URL: <https://ube.nlu.org.ua/article/Ілюстрація> (дата звернення: 15.05.2025).
14. Історична правда. Гімн для приреченої молоді: британські поети Першої світової. URL: <https://www.istpravda.com.ua/articles/2021/12/7/160611/> (дата звернення: 07.05.2025).
15. Козар О. Як поезія допомагає впоратися зі стресом. *Куншт*. URL: <https://www.kunsht.com.ua/articles/yak-poeziya-dopomagaye-vporatisya-zi-stresom> (дата звернення: 14.05.2025).
16. Крук О. М., Борисова С. Є. Створення унікального бренду сучасного суб'єкта підприємництва в умовах цифровізації бізнесу. Запоріжжя, 2024. С. 88–90.
17. Літературознавчий словник-довідник. 2-ге вид. Київ : Акад., 2007. 751 с.
18. Логвиненко О. Особистості підготовки до друку творів поетичних жанрів. *Освіта регіону*. 2012. № 29. С. 169.
19. Маркетингова стратегія. *SendPulse*. URL: <https://sendpulse.ua/support/glossary/marketing-strategy> (дата звернення: 15.05.2025).
20. Мраков В. Етика редагування: межі втручання у авторський текст. *Ямбус*. URL: <https://yambus.com.ua/etika-redaguvannya-mezhi-vtruchannya-u-avtorskij-tekst> (дата звернення: 09.05.2025).
21. Надь Н. М. Суть і класифікація маркетингових стратегій. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2006. № 19. С. 122–129.
22. Нечаєва-Юрійчук Н. В. Перша світова війна у творчості англійських поетів-фронтовиків. *Історична панорама*. 2011. № 12. С. 31–43.
23. Партико З., Бевзюк С. Галузеві норми редагування поетичних творів. *Вісник Книжкової палати*. 2014. № 10. С. 1–3.
24. Поезія в час війни. *Збруч*. URL: <https://zbruc.eu/node/112014> (дата звернення: 15.05.2025).
25. Пушкар О. І., Андрющенко Т. Ю. Ілюстрування. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 128 с.

26. Пешая Л. О. Робота редактора над ілюстративним матеріалом при підготовці збірки віршів військових ЗСУ: курсова робота. Київ : КСУ ім. Бориса Грінченка, 2024. 35 с.

27. Савчук П. Війна і поезія. *ЛИТОПИС НЕЗЛАМНОСТІ*. URL: <https://litopys.info/articles/vijna-i-poeziya-zvytyaga-j-tragediya-v-hudozhnih-obrazah-yevropejskoyi-kultury-mynulogo-j-sogodennya-pavlo-savchuk> (дата звернення: 15.05.2025).

28. Силабо-тонічне віршування. *Українська поезія та література*. URL: <https://onlyart.org.ua/dictionary-literary-terms/sylabo-tonichne-virshuvannya> (дата звернення: 15.05.2025).

29. Скотнікова О. Поезія з окопів: у Києві представили збірку віршів військових. *Вечірній Київ*. URL: <https://vechirniy.kyiv.ua/news/91460/> (дата звернення: 17.05.2025).

30. У 2020-му обсяг українського ринку коміксів склав 69 млн грн – дослідження. *Читомо*. URL: <https://chytomo.com/u-2020-mu-obsiah-ukrainskoho-rynku-komiksiv-sklav-69-mln-hrn-doslidzhennia/> (дата звернення: 26.05.2025).

31. Український інститут книги. URL: <https://ubi.org.ua/uk> (дата звернення: 16.05.2025).

32. Українська правда. Життя. 80% – оптимістичні. *Портал «Поезія вільних»...* URL: <https://life.pravda.com.ua/%20culture/2022/04/6/248129> (дата звернення: 06.05.2025).

33. Фіялка С. Зображально-виражальні засоби в українській поезії. *Синопсис*. 2023. № 29.

34. Що таке карикатура? Види і етапи розвитку образотворчої сатири. URL: https://www.seotm.com/ua/blog/chto_takoe_karikatura.html (дата звернення: 08.05.2025).

35. Що таке сегментація ринку та яка її роль у маркетингу. *SendPulse*. URL: <https://sendpulse.ua/blog/what-is-market-segmentation> (дата звернення: 15.05.2025).

36. Що таке шарж? *Mishenin Art*. URL: <https://mishenin-art-studio.com/shcho-take-sharj.php> (дата звернення: 15.05.2025).