

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра медіапродюсування та видавничої справи

СТВОРЕННЯ КНИЖКОВОГО ПРОЗОВОГО ВИДАННЯ ДЛЯ ДОЗВІЛЛЯ

Кваліфікаційна робота

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри медіапродюсування та
видавничої справи

_____ **Фіголь Н. М.**

(підпис)

« » _____ 2025 р.

Студентки групи ВСРб-2-21-4.0д.

денної форми навчання

спеціальність: 061 Журналістика

освітня програма: 061.00.03

«Видавнича справа та редагування»

Волинець Євеліна Валентинівна

Оцінка з урахуванням усного захисту

Науковий керівник:

канд.філол.наук,

доцент кафедри медіапродюсування
та видавничої справи

Файчук Т. Г.

Члени комісії:

« » _____ 2025 р.

КИЇВ – 2025

ЗМІСТ

Частина I. ВИДАВНИЧИЙ ПРОДУКТ ТА СУПРОВІДНІ МАТЕРІАЛИ.....	3
Резюме проєкту.....	3
Частина II. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ	5
ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ	8
1.1. Дослідження ринку та особливості аудиторії	8
1.2. Аналіз конкурентного середовища	10
РОЗДІЛ 2. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВИДАВНИЧОГО ПРОДУКТУ	14
2.1. Загальні характеристики видавничого продукту.....	14
2.2. Редакційно-видавничий комплекс підготовки	15
2.3. Економічні аспекти реалізації проєкту.....	16
РОЗДІЛ 3. ПРОСУВАННЯ ВИДАННЯ НА РИНКУ	19
3.1. Потенціал просування у соціальних мережах	19
3.2. Унікальне офлайн-просування	22
Список використаних джерел.....	24
ДОДАТКИ	26

Частина I. ВИДАВНИЧИЙ ПРОДУКТ ТА СУПРОВІДНІ МАТЕРІАЛИ

Резюме проєкту

Назва проєкту: «Створення прозового книжкового видання для дозвілля».

Ключові слова: книга, підліткова література, новела, романтична драма.

Формат: паперова книжка.

Мета – створити макет друкованого прозового видання для дозвілля, що поєднує розважальний сюжет із глибоким емоційним змістом, сприяє особистісному зростанню, розвитку емоційного інтелекту та усвідомленню цінності самопізнання.

Основна ідея – доповнити наявний книжковий контент змістовнішими, глибшими виданнями, що відображають актуальні внутрішні запити юної аудиторії.

Створення прозового книжкового видання для дозвілля є **актуальним** у контексті сучасних читацьких запитів підліткової аудиторії. Видання сприятиме розвитку емоційного інтелекту, саморефлексії та особистісної зрілості молоді. Такий підхід відповідає сучасним трендам українського книговидавництва, зокрема зростаючому інтересу до літератури, яка допомагає краще розуміти себе та долати емоційні виклики. Проєкт є прикладом синтезу естетики, просвітництва і терапевтичного потенціалу книжки для молоді.

Проєкт «(не)Ідеальна історія» відповідає запитам сучасного ринку літератури для молоді та наслідує загальний тренд, що фокусується на психологічній прозорості, самопізнанні та внутрішньому зростанні. У творі порушуються актуальні для юної аудиторії теми емоційної вразливості, відмови від соціальних шаблонів та поступового становлення особистості. Книга має потенціал не лише як художній текст, а й як інструмент емоційного діалогу, придатний до використання в освітніх, мотиваційних і соціально-психологічних ініціативах.

Місія проєкту. Книга Поліни Ковшацької «(не)Ідеальна історія» покликана сприяти емоційному розвитку молоді, формуванню особистісної зрілості та саморозумінню.

Команда проєкту.

Волинець Евеліна – верстка, розробка концепції, редагування тексту, візуальне оформлення, промоційні заходи.

Ковшацька Поліна – автор оригінального тексту.

Потенціал проєкту (подальше практичне застосування). Окрім звичайного використання книги як художнього твору для особистого читання, проєкт має соціально-освітній потенціал:

Інтеграція до програм позакласного читання у старшій школі – як приклад сучасної підліткової прози.

Застосування у практиці шкільних психологів і соціальних педагогів – для ініціювання розмов про емоції, самооцінку, стосунки, виклики дорослішання.

Використання у діяльності молодіжних читацьких клубів для обговорень, обміну думками, формування критичного мислення.

Підтримка реалізації державних культурно-освітніх ініціатив, зокрема: концепції розвитку читання в Україні; заходів із розвитку емоційного інтелекту, соціальної емпатії, психоемоційної стійкості.

Частина II. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

ВСТУП

Актуальність проєкту. Проєкт «Створення прозового книжкового видання для дозвілля» («(не)Ідеальна історія») відповідає запитам ринку, спрямованого на масового читача. Особливої актуальності в контексті сучасного світу набувають теми саморефлексії, набуття зрілості та адаптації особистого досвіду. Українська література активно реагує на запити молодого покоління, пов'язані з самопізнанням, пошуком власного голосу та внутрішньої гармонії. У світі, де молодь постійно перебуває під тиском соціальних мереж, очікувань суспільства та особистих переживань, потреба в історіях, що демонструють реалістичний шлях становлення значно зростає. Загалом, фокус поп-культури не тільки в Україні, а й у світі змістився в спостереження за власним емоційним і психічним станом – психологія проникла у всі види медіаконтенту і з надлишком споживається аудиторією.

Особливість твору, що є об'єктом проєкту, полягає в наслідуванні тренду так званої «психологічної прозорості» персонажа, що ґрунтується на максимальній відкритості емоційного світу героя. Дівчина Діана не є ідеалізованим персонажем з передбачуваною поведінкою, вона не має надможливостей чи вродженого внутрішнього стержню, який допомагав би їй у проблемних ситуаціях; як, до прикладу, часто відбувається у популярній підлітковій літературі Японії та Кореї. Цей персонаж набуває позитивних якостей поступово, відповідно до пережитого досвіду.

Новизна «(не)Ідеальної історії» полягає в спробі подати знайомий сюжет романтичного пошуку через призму внутрішньої трансформації й відмови від соціальних шаблонів. Тут не нав'язують «успішних сценаріїв», а натомість пропонують чесну розмову про вразливість, недосконалість та силу бути собою.

Сучасне українське книговидання активно розвиває напрям художньої літератури для юної аудиторії, зокрема, ту, що працює з темами емоційного інтелекту, ментального здоров'я, стосунків. За даними дослідження аналітичної агенції Factum Group на замовлення Українського інституту книги, 68% молодих читачів надають перевагу книгам, що «дають змогу краще розуміти себе», а серед

мотивацій до читання понад 50% назвали «можливість відчувати підтримку і дізнатися, що я не один/одна у своїх переживаннях».

Окрім того, у звіті PEN Ukraine за 2023 рік зазначено, що книжки, які порушують теми особистісного зростання, ідентичності та внутрішнього діалогу, зокрема серед молодих авторів, демонструють стабільний читацький інтерес, що свідчить про формування нового покоління літератури – щирої, терапевтичної й соціально активної. Таким чином, «(не)Ідеальна історія» може стати не просто новелою, а інструментом ментального діалогу між читачем і автором.

Саме тому сфера її застосування може бути ширшою ніж, наприклад, пригодницький роман. Такі сюжети вдало б поєдналися з концепцією позакласного читання серед старшокласників; читацьких клубів для молоді; роботи соціальних педагогів у освітніх програмах або мотиваційних лекціях. До того ж, за чинною Концепцією розвитку читання в Україні (2023), серед пріоритетів державної політики у сфері книговидавництва є підтримка літератури, яка «сприяє розвитку критичного мислення, емоційного інтелекту та особистісної зрілості молоді».

Мета проєкту – створити макет друкованого прозового видання для дозвілля, що поєднує розважальний сюжет із глибоким емоційним змістом, сприяє особистісному зростанню, розвитку емоційного інтелекту та усвідомленню цінності самопізнання. **Основна ідея** – доповнити наявний книжковий контент змістовнішими, глибшими виданнями, що відображають актуальні внутрішні запити юної аудиторії.

Завдання:

- розробити концепцію художнього видання на основі авторського рукопису;
- провести редакторське опрацювання тексту;
- створити макет друкованої книги з урахуванням видавничих стандартів;
- оформити дизайн обкладинки та внутрішніх сторінок;
- визначити цільову аудиторію та позиціонування видання на ринку;
- запропонувати стратегії промоції з орієнтацією на підліткову читацьку аудиторію.

Структура роботи. Перший розділ – теоретичне обґрунтування проекту – міститиме дослідження ринку та особливості аудиторії проекту, аналіз конкурентного середовища. Другий розділ передбачає техніко-економічну характеристику видавничого продукту, а саме його загальні характеристики, редакційно-видавничий комплекс підготовки, економічні аспекти реалізації. Третій розділ окреслює шляхи розповсюдження видання та його промоції.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

1.1. Дослідження ринку та особливості аудиторії

Загальні показники книговидавання в Україні (2024)

- Кількість виданих книжок і брошур: 11 607 найменувань, що на 23,6% менше порівняно з 2023 роком (15 187 найменувань).
- Загальний наклад: 24,8 мільйона примірників, що на 0,2% більше, ніж у 2023 році (24,66 мільйона примірників).
- Видань українською мовою: 10 122 найменування з накладом 23,58 мільйона примірників.

Підліткова література

- Частка дітей, які читають щодня: зросла з 16% у 2023 році до 25% у 2024 році.
- Частка дітей, які читають щотижня: зросла з 36% у 2023 році до 41% у 2024 році.
- Основні жанри, які читають: фантастика (39%), підручники (35%), дитячі книжки (32%).

Війна значно вплинула на формування читацьких звичок українців, свою роль також зіграли соціальні та економічні фактори. Однак, література продовжує бути важливою частиною дозвілля і забезпечує підтримку в складні часи. Про це говорять результати всеукраїнського соціологічного дослідження рівня читання дітей і дорослих у 2024 році. Серед дітей спостерігається позитивна тенденція: 52% дітей у 2024 році читали виключно для задоволення, що є значним зростанням порівняно з попереднім роком [7].

Важкі часи також впливають на вибір літератури. Зокрема, останнім часом зросла популярність книг, що висвітлюють теми стійкості, виживання та національної ідентичності. У цих творах аудиторія знаходить розраду та відповіді на складні питання. Також, поступово збільшується тенденція читання саме українських авторів, що зумовлено фокусом на всьому українському. Прикладом можна назвати бестселери: «За перекопом є земля» (у романі переплелися кримськотатарська культура, українська література і родинні таємниці. Разом з

головною героїнею читач проходить довгий шлях від дитинства дівчат аж до анексії Криму Росією.), «Спитайте Мієчку» (захоплююча історія, яка розгортається навколо головної героїні Мієчки). Книга майстерно занурює читача в життя цієї молодой жінки, яка зіштовхується з багатьма життєвими викликами і знаходить себе в сучасному світі), «Драбина» (про сімейні непорозуміння, знайомі кожному) та ін.

Підліткова література посідає спеціальний пласт на книжковому ринку. Це зумовлено тим, що аудиторія вразлива, ці книги можуть стати найважливішими у формуванні підростаючого покоління. Роки юності – час, коли у свідомості встановлюються глобальні поняття про життя, соціум, несправедливість, біль і, звичайно ж, кохання. Читаючи твори, де ці поняття розкриваються з позиції героїв, людина може отримати відповіді на хвилюючі питання, розібратися зі своїм внутрішнім світом. Підліткова література включає багато аспектів. Сучасні автори пишуть про самих підлітків, про їхні проблеми на шляху дорослішання, про ще не зміцнілий дух. Сюжети таких книг розгортаються на тлі вірної дружби, першого кохання, розкриття внутрішнього світу героїв. Ця література покликана показати все різноманіття нашого світу в людських стосунках. Інші ж автори розповідають про пригоди та подвиги головних героїв, це дозволяє ширше дивитися на дійсність, що оточує, прагнути досконалості. Зазвичай, навіть у пригодницьких романах є місце душевним переживанням і трансформаціям, що підтверджує раніше написане.

Команда вчених з університетів Кембриджу та Ворвіка у Великій Британії та Університету Фудань у Китаї проаналізувала широкий спектр даних, включно з клінічними інтерв'ю, когнітивними тестами, психічними та поведінковими оцінками та скануванням мозку, порівнюючи молодих людей, які почали читати для задоволення у відносно ранньому віці (від двох до дев'яти років), з тими, хто почав це робити пізніше або взагалі не почав. Аналіз враховував багато важливих факторів, у тому числі соціально-економічний статус. Команда виявила тісний зв'язок між читанням для задоволення в ранньому віці та позитивними показниками в когнітивних тестах, які вимірювали такі фактори, як вербальне

навчання, розвиток пам'яті та мовлення, а також навчальні досягнення в школі [10].

Загалом, читання у підлітковому віці є надзвичайно важливим, а тим паче, якщо література спеціалізована і відповідає баченню аудиторії, задовольняє її бажання і допомагає формувати власну думку. Саме тому формат young adult потрібно безупинно насичувати новими історіями, випускати якомога більше новинок і слідкувати, щоб ці новинки заохочували молодь купувати і читати книжки.

1.2. Аналіз конкурентного середовища

Основними конкурентами проєкту в обраній ніші – підліткова література – є романтичні новели (зокрема, бестселери останнього року «І зійде крига», «Якби він був зі мною»), фентезі («Прокинутися на Шибуй»), містичні трилери («Посібник з убивства хорошої дівчинки», «Брехун серед нас»).

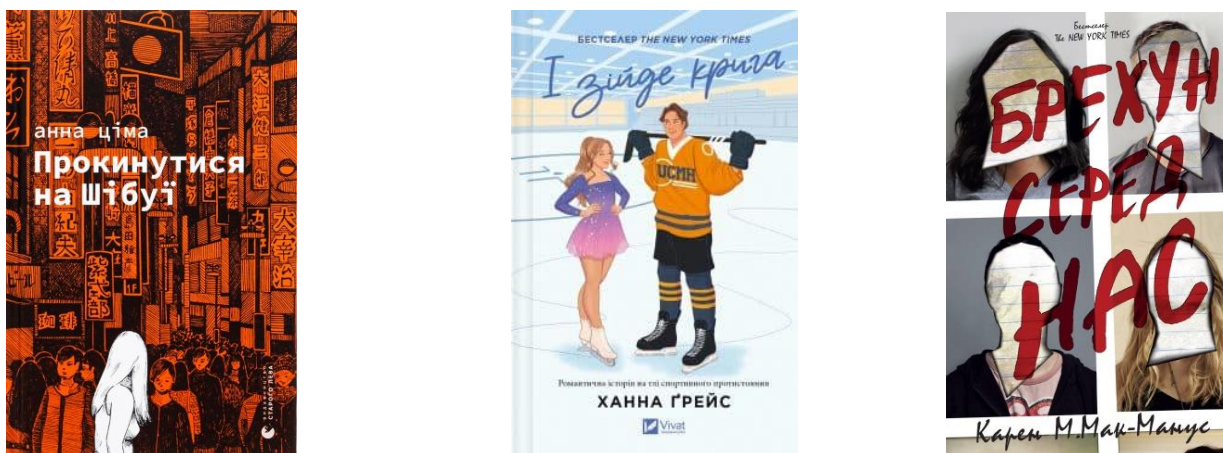


Рис. 1.2.1. Обкладинки книг конкурентів

Ці жанри є добре продаваними, їх люблять читати і пропозиція дозволяє обирати історію на свій смак. Разом із тим, це відкриває можливості зайняти вільний сегмент у соціально-психологічній літературі для цієї аудиторії. Якщо порівняти, романтичні історії захопливі, але часто ідеалізовані і клішовані, у підлітковому віці це може створювати спотворене уявлення про стосунки; фентезі розвиває уяву, але не готує до реальності, світ фентезі – це часто умовна

реальність, де багато чого існує поза рамками повсякденного досвіду підлітка, тому не завжди забезпечує ідентифікацію; а трилери тримають у напрузі, але не розкривають людські стосунки, не створюють умови для рефлексії або осмислення особистих переживань. Не дивлячись на досить широке різноманіття, таку літературу об'єднує одне – акцент на емоції. Інтенсивність переживань головних героїв часто така ж, як і в юних читачів.

Таким чином, виокремлюємо особливості конкурентного контенту:

- вони емоційні, динамічні, але часто клішовані або далекі від реальності підлітка;
- часто не дають простору для рефлексії та самопізнання.

Натомість соціально-психологічна література – як-от «(не)Ідеальна історія» – вирізняється здатністю не лише описати переживання, а й дати читачеві інструмент для осмислення себе. Така проза:

- не нав'язує готових рішень, а допомагає знайти внутрішні опори;
- показує живих, суперечливих персонажів у реалістичних обставинах;
- створює емоційно безпечний простір для саморефлексії;
- сприяє розвитку емоційної зрілості, емпатії та самоприйняття.

Саме тому соціально-психологічний роман має більший трансформаційний потенціал: він не просто розважає, а супроводжує читача в процесі дорослішання, дозволяючи переосмислити себе через досвід героя.

Отже, ніша проєкту «(не)Ідеальна історія»: соціально-психологічна література – актуальна, недозаповнена категорія; пропонує реалістичні історії без шаблонів; живих, емоційно прозорих персонажів; простір для самоусвідомлення та розвитку емоційного інтелекту.

Розглянемо також бестселер минулого року «Танці з кістками» Андрія Сем'янкова, заявлений як трилер і детектив. Водночас варто додати, що основним акцентом видання є психологічний портрет героя, який змінюється протягом сюжетної лінії. В анотації вказано, що це «проста, на перший погляд, історія про патологоанатома-невдаху». Крок за кроком, рішення за рішенням, патологоанатом

змінюється, трансформується – зневажений, зломлений чоловік на межі алкоголізму

поступово набуває впевненості в собі, а разом із нею – і безпринципності. Скоївши один злочин, він легше йде на наступний, а потім і ще один. Те, що вчора для Северина здавалося неприпустимим, сьогодні вже сприймається як нова норма. Зрештою постає питання: чи здатен він зупинитися і як далеко може зайти?

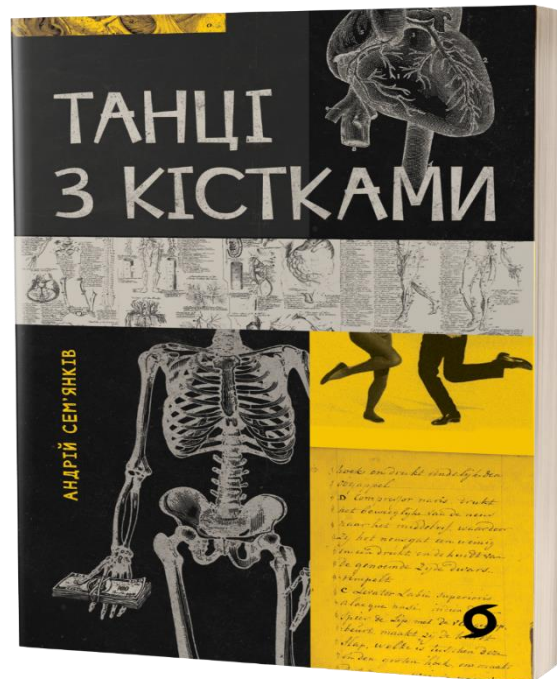


Рис 1.2.2. Обкладинка книги конкурента

«Танці з кістками» занурюють читача в психологічний лабіринт головного героя. Етичні дилеми, з якими стикається Северин, створюють напруження і змушують замислитися над межами людської моралі та відповідальності за власний вибір. Це твір, у якому головним героєм є антигерой – той, кому хочеться поспівчувати, але неможливо виправдати. За рефлексію стосовно гострих моментів в сюжеті відповідає сам читач, автор дає матеріал для роздумів, але прямих настанов або застережень не прописує ні від імені оповідача, ні як репліки героїв.

Отже, хоча роман «Танці з кістками» орієнтований на дорослу аудиторію, він є яскравим прикладом психологічної драми. Основною проблемою таких творів є їхня орієнтація на сформованого, зрілого читача, якому притаманне критичне мислення, здатність до самостійного осмислення складних тем, а також сприйняття сюжетів із відкритими сценами жорстокості. Утім, підлітки прагнуть читати

реалістичні, психологічно напружені історії з неочікуваними поворотами. Наразі український книжковий ринок лише частково задовольняє цей запит. Саме тому проєкт «(не)Ідеальна історія» успішно заповнює нішу соціально-психологічної прози для підлітків та категорії *young adult*: крім динамічного сюжету, він акцентує увагу на наслідках кожного вчинку головних героїв – як позитивних, так і негативних.

РОЗДІЛ 2. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВИДАВНИЧОГО ПРОДУКТУ

2.1. Загальні характеристики видавничого продукту

Планується випуск друкованого художнього книжкового видання у м'якій палітурці. Такий варіант є оптимальним для невеликих за обсягом видань, оскільки дозволяє знизити кінцеву вартість продукту, зробити його доступнішим для цільової аудиторії та зручнішим у повсякденному користуванні.

Формат видання – 84×108/32. Передбачається офсетний друк у чорно-білому варіанті без ілюстрацій, що дозволить сконцентрувати увагу читача саме на текстовій частині. Основний шрифт – нейтральний, 12 кегль, підібраний для зручного читання без зайвого втомлення зору.

Попри загальну стриманість дизайну, можливе використання кольорових елементів для акцентування – наприклад, оформлення форзаців в одному кольорі відповідно до стилістики обкладинки або розміщення одного ілюстративного елементу, що підтримує атмосферу тексту.

Загальний дизайн книги планується компактним, лаконічним та ергономічним, щоб видання легко вміщувалося в сумку або рюкзак, а отже, було зручним для читання в дорозі чи у вільну хвилину.

Запланований обсяг – 100–120 сторінок. Такий формат сприяє кращому сприйняттю серед молодшої аудиторії, яка часто уникає об'ємних романів на кілька сотень сторінок. Книга складатиметься з коротких оповідань, які можна прочитати за один вечір. Це дозволяє швидко захопити увагу читача і підтримувати її до кінця, що є важливим чинником для популяризації читання серед молоді.

Підготовка макету до друку здійснюватиметься у програмі Adobe InDesign, яка є зручною у використанні, містить необхідний інструментарій для верстки книжкових видань і відповідає сучасним професійним стандартам видавничої справи.

Особливою родзинкою видання стане музичний плейлист, укладений авторкою. Він буде розміщений на початку книги та слугуватиме емоційним прологом до тексту. Такий прийом є сучасним трендом у молодіжній літературі та

сприяє глибшому зануренню в атмосферу твору. Мелодії з плейлиста передають емоційний стан головної героїні: спочатку звучатимуть мінорні композиції, які відображають внутрішню кризу, а з розвитком сюжету — більш динамічні треки, що підкреслюють трансформацію її особистості.

2.2. Редакційно-видавничий комплекс підготовки

Оригінальний текст авторка надала безоплатно після підписання угоди про співпрацю. Рукопис надійшов у форматі документа Word – це був єдиний текстовий файл, який потребував комплексного опрацювання. Виокремлюємо низку етапів:

Підготовчий етап. Першим кроком стала первинна вчитка матеріалу, розбиття тексту на логічні розділи та зміна форматування відповідно до видавничих стандартів. Після перегляду структури тексту розпочалося літературне редагування (Додаток А).

Літературне редагування. Рукопис містив численні лексичні, стилістичні та пунктуаційні помилки. Редагування здійснювалося у програмі Microsoft Word із використанням режиму рецензування, що дало змогу зберегти прозорість змін і погодити їх з авторкою.

Верстка. Відредагований текст був імпортований у програму Adobe InDesign для подальшої верстки. Основні завдання на цьому етапі включали:

- вибір шрифту (зупинилися на лаконічному шрифті із засічками);
- формування загального стилю оформлення (мінімалістичний дизайн розділів);
- створення титульної сторінки, сторінки подяки та внесення вихідних відомостей (Додаток Б).

Формування візуального стилю видання. Для визначення загального настрою майбутньої книги був створений мудборд у застосунку Canva. До нього увійшли 10 зображень, які передавали емоційний настрій і сюжетну атмосферу тексту.

Матеріали для мудборду були натхненні візуальними платформами на кшталт Pinterest. Додатковим джерелом натхнення став плейлист, укладений авторкою.

Створення обкладинки. На основі сформованого візуального образу було розроблено декілька варіантів обкладинки. Остаточний вибір припав на варіант із темною палітрою кольорів і романтичним зображенням двох людей – цей концепт найточніше передавав настрій сюжету. Готовий розворот обкладинки був представлений у вигляді мокапу (створеного в Adobe Photoshop), що дозволило ефективно візуалізувати майбутнє видання. Цей мокап також заплановано використати в медіапублікаціях (Додаток В).

Фінальна вичитка. Завершальним етапом стала кінцева вичитка – перевірка верстки на наявність одруків, технічних неточностей та загальної узгодженості оформлення.

2.3. Економічні аспекти реалізації проєкту

У процесі підготовки та реалізації видавничого продукту важливо враховувати не лише творчі й змістові аспекти, але й економічну доцільність. Ефективне планування бюджету дозволяє раціонально розподілити ресурси та забезпечити конкурентоспроможність книжки на ринку.

У випадку з виданням «(не)Ідеальна історія», основним завданням було досягнення балансу між якістю поліграфічного виконання та доступною ціною для кінцевого споживача.

Вихідні параметри видання:

- Формат: 84×108/32
- Обсяг: близько 100 сторінок
- Тираж: 1000 примірників
- Папір блоку: офсетний, 80 г/м²
- Обкладинка: крейдований картон 250–300 г/м², друк 4+0, глянцева або матова ламінація
- Тип друку: чорно-білий (1+1)

- Скріплення: термобіндер (клейове скріплення)

Орієнтовні витрати на виробництво

Стаття витрат	Орієнтовна сума (грн)
Друк та виготовлення	45,000 – 64,000
Верстка та дизайн обкладинки	2,500 – 4,000
Присвоєння ISBN	500 – 1,250
Резерв на логістику та пакування	3,000 – 5,000
Загальна сума	51,000 – 74,250
Собівартість за 1 примірник	51 – 74

Вибір друкарні також є критичним моментом: на ринку працює чимало підприємств, що спеціалізуються на мало- й середньотиражних виданнях. Кожна з них пропонує різний підхід до розрахунку вартості залежно від обсягів, матеріалів, термінів і супровідних послуг. Було проведено попередній моніторинг трьох провідних українських друкарень, що спеціалізуються на виготовленні книжкової продукції. Ціни варіюються, однак середня собівартість одного примірника не перевищує 50–65 грн, що є прийнятним показником у нинішніх ринкових умовах.

Порівняльна таблиця вартості друку в друкарнях

Друкарня	Параметри	Тираж	Ціна за 1 шт. (грн)	Загальна сума (грн)	Джерело
Хамелеон	84×108/32, 100 стор., м'яка палітурка	1000	33.28	33,280	xprint.com.ua
СКД Друкарня	84×108/32, 100 стор., м'яка палітурка	1000	від 45	від 45,000	skd-druk.com
Ice Print	84×108/32, 100 стор., м'яка палітурка	1000	63.69	63,692	ice-print.com.ua

Економічна частина видавничого проєкту повинна не лише обґрунтовувати витрати, а й забезпечувати потенційну рентабельність видання. В умовах високої конкуренції на книжковому ринку важливо враховувати не лише якість продукту, а і його доступність для читача.

У випадку «(не)Ідеальної історії» завдяки виваженому підходу до бюджетування, поєднаному з якісною редакційною та дизайнерською підготовкою, видання має високі шанси стати привабливим як для читачів, так і для видавців.

РОЗДІЛ 3. ПРОСУВАННЯ ВИДАННЯ НА РИНКУ

3.1. Потенціал просування у соціальних мережах

Сьогодні соціальні мережі є основним джерелом інформації для підлітків. Приділяючи час віртуальному простору, зокрема месенджерам та відео-хостингам, підлітки все менше звертають увагу на читання. Соціальні мережі та книжкові блогери відіграють важливу роль у формуванні нової читацької культури серед підлітків. Завдяки тому, що електронний варіант книг доступний у різних форматах та доступний на всіх електронних пристроях, залежність підлітків від читання значною мірою зумовлена тим, які літературні новинки найшвидше потрапляють у віртуальний простір. Крім того, рекомендації від книжкових блогерів також мають значний вплив на літературні вподобання підлітків, оскільки, слідкуючи за їхніми порадами, молодь формує власне уявлення про книжкову культуру.

Особливої уваги заслуговують ресурси БукТок (BookTok на основі TikTok) та БукТюб (BookTube на основі YouTube). Згідно з даними NPD BookScan, у 2021 році завдяки Буктоку було продано понад 20 мільйонів книжок, а в 2022 році ця цифра зросла ще більше [12]. Конкретно цьому посприяли лідери думок у соціальних мережах, чий контент тісно пов'язаний з тематикою літератури. Відео, зроблені під позитивним враженням від прочитання книги створюють ефект «вау» у глядача, підживлюють попередню прихильну думку про видання і спонукають до покупки, адже аудиторія схильна купляти те, що вже перевірено, про що вже є відгук.

Існує чимало кейсів успіху видання завдяки платформам Букток, серед них:

Роман Коллін Гувер «Покинь, якщо кохаєш», який став бестселером завдяки популярності в тіктоці. Хоча книжка була вперше видана українською у 2018 році, справжній успіх прийшов у 2022 році, коли вона стала вірусною в мережі. У тіктоці відео з хештегом #ColleenHoover зібрали понад три мільярди переглядів, що сприяло зростанню попиту на її книги в Україні. Видавництво Vivat зазначає, що отримувало численні запити на додаткові тиражі, а книжка стала справжнім феноменом серед українських читачів.



Рис 3.1.1. Фрагмент вірального відео Річардса

Виходячи з цього, одним з масштабних варіантів промоції буде просування через мережу Тікток: співпраця з блогерами, молодими письменниками та психологами, що публікують свою діяльність на відповідній платформі. Тим, у кого велика аудиторія, надішлють примірник для чесного огляду.

Додатково буде створено тематичний хештег #МояНеідеальнаІсторія, де користувачі можуть висловити свої особисті історії з життя, поділитись переживаннями та рефлексією, до яких їх підштовхнула розповідь головної героїні. Такий віральний контент може дати поштовх впізнаваності авторки, підвищить цікавість до книги і гарантовано забезпечить продаж.

Інстаграм, зокрема спільнота #Bookstagram, є потужним інструментом для просування книжок завдяки своїй візуальній природі та активній читацькій аудиторії. Станом на березень 2025 року, хештег #Bookstagram використовувався у понад 116 мільйонів публікацій, що засвідчує значний потенціал цієї платформи для охоплення читацької аудиторії. Крім того, дослідження, підкреслюють важливість використання Букстаграму як сучасного методу просування книжок, що дозволяє видавцям та авторам взаємодіяти з потенційними читачами та

Роман «Stone Maidens» Ллойд Деверо Річардс через 11 років після публікації став бестселером завдяки 15-секундному відео в тіктоці, яке набрало 48 мільйонів переглядів. Автором відео є донька Ллойда, яка дуже чуттєво розповіла, якими зусиллями батько створив свій твір (Рис 3.1.1). Матеріал розчулив глядачів. Зрештою книжка продана тиражем понад 100000 примірників за місяць.

збільшувати видимість своїх продуктів. Конкретно це доведено на прикладі дослідження «Переосмислення маркетингу в соціальних мережах у видавничій галузі Румунії» у 2023 році.

Саме тому, другим аспектом промоції буде розвиток проєкту в інстаграмі. Для цього пропонується створити офіційну сторінку авторки або книги. Контент у форматі: «думки героїні»; меми про персонажів; челендж «Я (не)ідеальний – і це нормально». У якості заохочення активності – розіграші примірників серед підписників або простого в реалізації мерчу (футболки, закладини тощо). Тут ключовим моментом є заохочення для створення спільноти (фан бази) і платформа Інстаграму для цього підходить найбільше. Такі тематичні сторінки зустрічаються часто, особливо про книги-бестселери. До прикладу, сторінка @porru.war про трилогію Реббеки Кван «Макова війна», де публікуються меми про головних героїв книги, основні сюжетні повороти та додаткові історії. Англomовна сторінка налічує 700+ підписників, що є вагомим показником, адже це лише один зі схожих акаунтів.

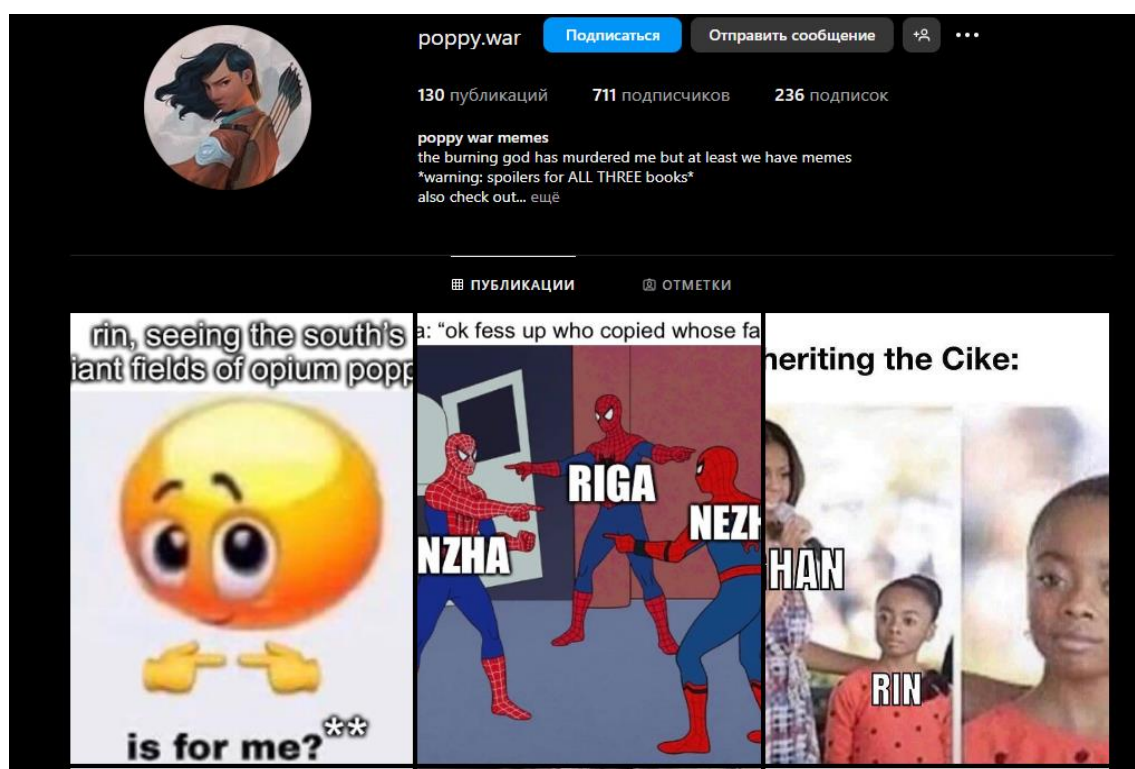


Рис 3.1.2. Приклад фан-сторінки популярної трилогії

Хоча хвиля популярності вже пройшла, сюди додаються і надалі нові читачі, а публікації з певною періодичністю оновлюються. Такий формат підійшов би для проєкту «(не)Ідеальна історія».

Інтерактивним елементом можуть стати конкурси серед підписників: написання фан-есе, арт конкурс на власне бачення головних героїв, створення відео на тематику книги. У якості призів – підписані авторкою примірники, закладини (Додаток Г), листівки тощо.

3.2. Унікальне офлайн-просування

Оскільки видання проєкту «(не)Ідеальна історія» має виражений соціально-освітній потенціал, доцільно інтегрувати його в живу читацьку культуру через офлайн-активності. Пріоритетними напрямками просування є читацькі клуби, публічні дискусії та локальні ініціативи з освітньо-культурним акцентом.

У рамках промоційної стратегії передбачено надання друкованих примірників книжки до незалежних читацьких клубів, що спеціалізуються на психологічній літературі, темах дорослішання та самопізнання. Це сприятиме формуванню стійкої читацької аудиторії та «сарафанного радіо» – органічного поширення інформації про видання.

Потенційні майданчики для розповсюдження та співпраці:

- молодіжні клуби при міських бібліотеках (наприклад, Urban Library у Львові, Бібліохаб у Києві);
- університетські та коледжеві ініціативи (зокрема, читацькі клуби факультетів психології та філології);
- незалежні читацькі спільноти на базі книгарень («Книгарня Є», «Сенс» тощо).

Особливою складовою частиною офлайн-просування стане серія публічних зустрічей за участю авторки та кваліфікованого психолога, який спеціалізується на роботі з підлітками та молоддю. Такий формат дозволить:

- глибше розкрити сенси, закладені в творі;

- створити безпечний емоційний простір для обговорення важливих особистих тем;
- посилити зв'язок між автором і читачем;
- сприяти формуванню емпатичної спільноти.

Зустрічі можуть проходити у форматі відкритих розмов у книгарнях або в рамках тематичних фестивалів, наприклад «Книжкова країна». Крім обговорення сюжету, передбачається формат Q&A із зачитуванням анонімних запитань від учасників. Такий підхід дозволить порушити теми, важливі для підлітків, наприклад:

- «Я не можу себе прийняти»;
- «Як розпізнати синдром самозванця?»;
- «Як подолати тривожність?».

Відповіді надаватиме психолог, що підвищить якість і глибину дискусії, а також довіру аудиторії. Для додаткового ефекту до співпраці можна залучити експертні платформи з ментального здоров'я, такі як Rozmova, Pleso, Nedepu. Синергія між літературним продуктом і професійною підтримкою дозволить проєкту вийти за межі книжкової сфери та впливати на суспільний дискурс.

Прикладом результативної інтеграції літературного й психологічного компонентів є захід у межах Першого обласного фестивалю дитячої книги «Є книга», що відбувся у місті Фастів у грудні 2024 року. Під час панельної дискусії «Дитяча книга – вклад у здоров'я та силу нації» спільно виступили автори, психологи, видавці й представники місцевої влади. Психологиня Валентина Возна поділилася досвідом роботи з дітьми з різних регіонів України, акцентуючи на ефективності нових методик.

Цей кейс демонструє потенціал поєднання літературного змісту з експертними коментарями для глибшого осмислення книжки та залучення аудиторії до обговорення важливих соціальних питань.

Список використаних джерел

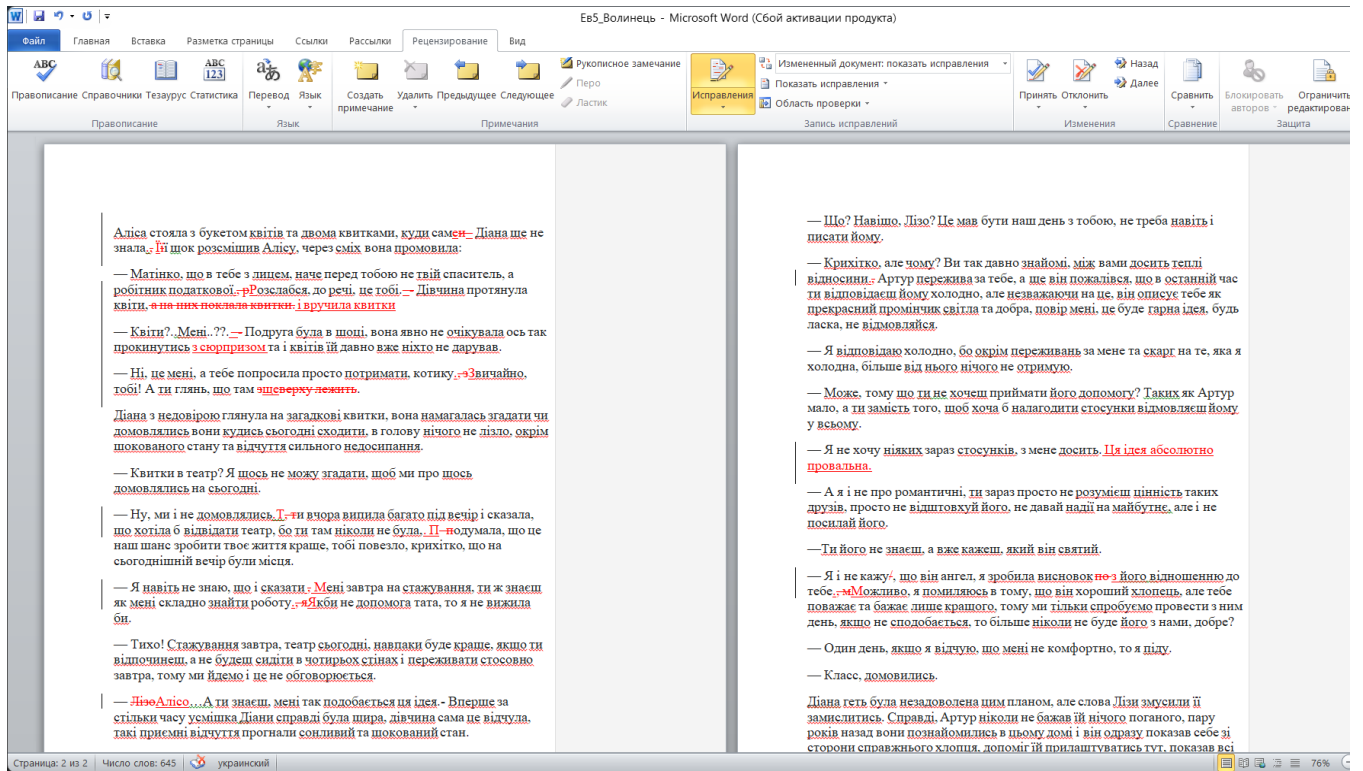
1. Міністерство культури та інформаційної політики України. Концепція розвитку читання в Україні на 2023–2032 роки. Київ, 2023. URL: https://mkip.gov.ua/files/pdf/Koncepciya_chytannya_2023-2032.pdf (дата звернення: 01.05.2025).
2. PEN Ukraine, 2023. URL: <https://pen.org.ua/publications/literaturnyj-proczes-v-ukrayini-2022-2023> (дата звернення: 01.05.2025).
3. Український інститут книги. Аналітичний звіт за результатами дослідження «Читання в контексті медіаспоживання» / Factum Group Ukraine. Київ: УІК, 2021. URL: <https://book-institute.org.ua/resources/reading2021.pdf> (дата звернення: 01.05.2025).
4. Український інститут книги. Презентація дослідження рівня читання дітей та дорослих у 2024 році. URL: <https://www.ubi.org.ua/uk/news/kategoriya-2/prezentaciya-doslidzhennya-rivnya-chitannya-ditey-ta-doroslih-u-2024-roci> (дата звернення: 01.05.2025).
5. Центральна дитяча бібліотека м. Києва. Перший обласний фестиваль дитячої книги «Є книга!» URL: <https://child-library.kiev.ua/bibliotechni-budni/5419-pershij-oblasnij-festival-dityachoji-knigi-e-kniga> (дата звернення: 01.05.2025).
6. Шмига Ю. І. Читацькі звички підлітків у соціальних мережах: результати опитування. URL: <https://dspace.hnpu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/7eee1fb0-773b-4962-ad25-cbe01778f067/content> (дата звернення: 01.05.2025).
7. Інститут соціальних досліджень «Sapiens». Дослідження щодо впливу літератури на підлітків. URL: <https://www.sapiens.com.ua/ua/publication-single-page?id=329> (дата звернення: 01.05.2025).
8. Oatley, K. (2016). Fiction: Simulation of Social Worlds. Trends in Cognitive Sciences, 20(8), 618–628. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2016.06.002>
9. Rejournal. Bookstagram Tours: Redefining Social Media Marketing in the Publishing Industry in Romania. URL: <https://rejournal.eu/article/bookstagram-tours-redefining-social-media-marketing-publishing-industry-romania> (дата звернення: 01.05.2025).

10. Sun, Y.-J., Sahakian, B. J., et al. (2023). Читання в ранньому дитинстві для задоволення: асоціації з кращими когнітивними можливостями, психічним благополуччям і структурою мозку в підлітковому віці. *Psychological Medicine*, 28 червня 2023. DOI: 10.1017/S0033291723001381
11. Writers Digest. BookTok Success 11 Years After Publication? URL: <https://www.writersdigest.com/getting-published/booktok-success-11-years-after-publication> (дата звернення: 01.05.2025).
12. Forbes. How TikTok Helped Fuel The Best-Selling Year For Print Books. URL: <https://www.forbes.com/sites/annakaplan/2022/01/28/how-tiktok-helped-fuel-the-best-selling-year-for-print-books> (дата звернення: 01.05.2025).
13. Informer. TikTok влаштував переполох на книжковому ринку. URL: <https://surl.li/rttzfu> (дата звернення: 01.05.2025).

ДОДАТКИ

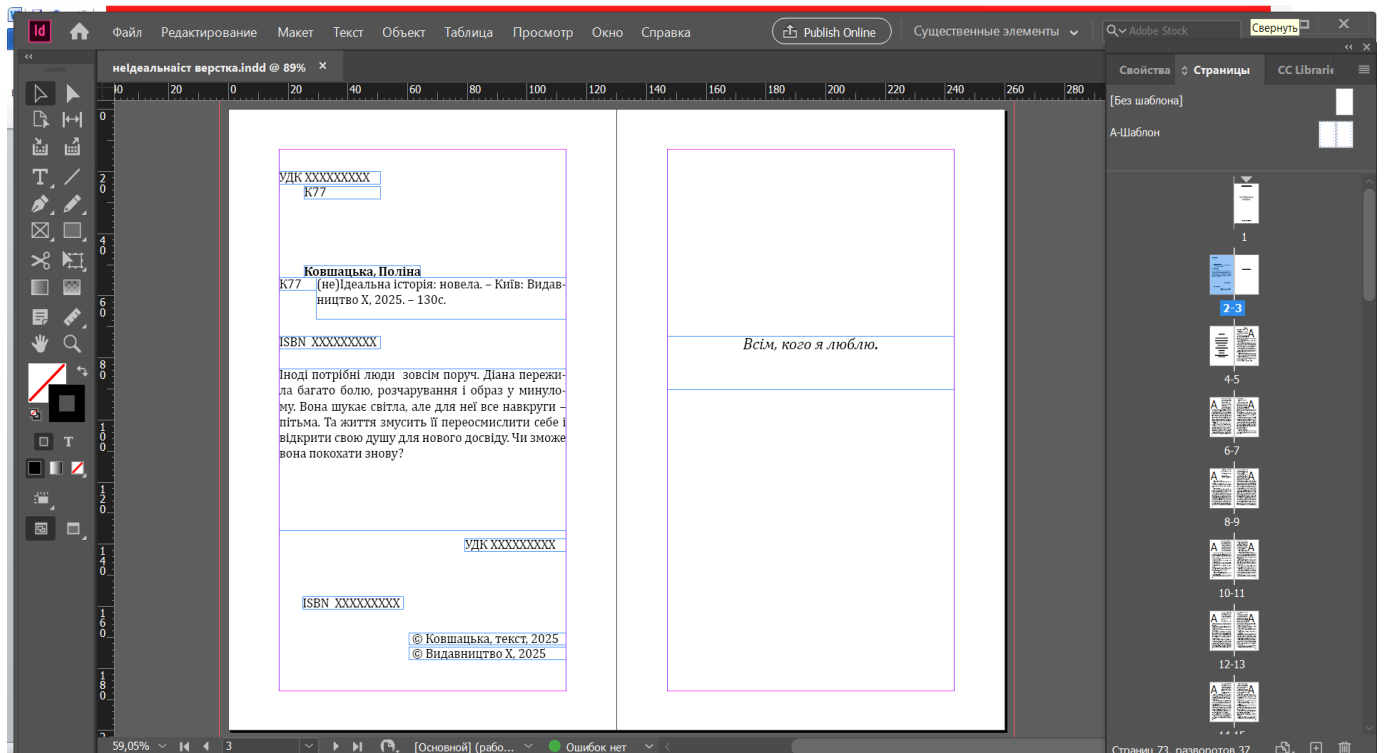
Додаток А.

Літературне редагування тексту



Додаток Б.

Верстка тексту



Обкладинка книги



Закладки

