

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра медіапродюсування та видавничої справи

**СТВОРЕННЯ ТА ПРОСУВАННЯ ВІЗУАЛЬНОЇ НОВЕЛИ «ПОСТАТЬ
ГОЛОСУ»**

Кваліфікаційна робота
на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри медіапродюсування
та видавничої справи

_____ Фіголь Н.М.
(підпис)

«_____» _____ 20__ р.

Оцінка з урахуванням усного захисту

Члени комісії:

«_____» _____ 20__ р.

Студента групи ВСРб-2-21-4.0д

денної форми навчання

спеціальність: 061 «Журналістика»

освітня програма: 061.00.03

«Видавнича справа та редагування»

Ніколаєнка Леоніда Олександровича

Науковий керівник

Кандидат наук із соціальних
комунікацій

Романюк Наталя Сергіївна

КИЇВ – 2025

ЗМІСТ

Частина I. ВИДАВНИЧИЙ ПРОДУКТ ТА СУПРОВІДНІ МАТЕРІАЛИ

Резюме проєкту.....	3
---------------------	---

Частина II. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

ВСТУП.....	4
------------	---

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

1.1. Дослідження ринку та особливості аудиторії проєкту.....	5
--	---

1.2. Аналіз конкурентного середовища.....	7
---	---

РОЗДІЛ 2. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВИДАВНИЧОГО ПРОДУКТУ

2.1. Загальні характеристики видавничого продукту	13
---	----

2.2. Редакційно-видавничий комплекс підготовки проєкту	14
--	----

2.3. Економічні аспекти реалізації проєкту	18
--	----

РОЗДІЛ 3. ПРОСУВАННЯ ВИДАННЯ НА РИНКУ

3.1. Шляхи розповсюдження видання.....	19
--	----

3.2. Концепція промоції видання	19
---------------------------------------	----

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	22
----------------------------------	----

ДОДАТКИ.....	24
--------------	----

ЧАСТИНА I. ВИДАВНИЧИЙ ПРОДУКТ ТА СУПРОВІДНІ МАТЕРІАЛИ

Резюме проєкту

Ніколаєнко, Леонід (mahousparkle). Постать голосу : комп'ютерна гра.

URL: <https://store.steampowered.com/app/3203430/>

«Постать голосу» – візуальна новела про дорослішання з елементами ЛГБТ-романтики. Вона сподобається творчій молоді та представникам ЛГБТ-спільноти, які побачать відображення себе чи своїх знайомих у головних персонажах новели. Гра вийде у світ українською та англійською мовами, збираючи як і вітчизняну, так і міжнародну аудиторію.

. «Постать голосу» є інклюзивною емоційною історією обсягом приблизно 25 тисяч слів. Головна героїня Ніна – невпевнена студентка мистецької академії, яка шукає себе. Скульптура, в яку вона вилила свої переживання, зникає з художньої виставки, а містичний допельгангер починає красти її життя. Ніна стикається зі знайомими багатьом проблемами: міжособистісні стосунки, майбутня кар'єра, ідентичність. У фіналі історії дівчина розуміє: її «я» знаходиться не в спогадах чи сприйнятті інших, а у виборах, які вона робить кожен день; незадоволеність собою та постійний самопошук — це головний двигун того самого «я».

«Постать голосу» видано на інтернет-платформі «Стім», що є провідним торговельним майданчиком для сучасних геймерів. Проєкт має пригорнути увагу до мого індивідуального бренду Mahousparkle — псевдоніма, під яким я публікую свої роботи.

ЧАСТИНА II. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

ВСТУП

Візуальні новели — нове та актуальне явище як і для світового, так і для українського мультимедійного ринку. Сучасний жанр на межі гри та книжки набирає все більше охоплення, перетворюючись на популярну серед молоді нішу. В індустрії, де стає все більше проєктів-титанів із багатомільйонними бюджетами, формат візуальної новели став сприйнятливим для малих незалежних розробників з обмеженими бюджетами, водночас часто не поступаючись якістю масштабнішим продуктам.

З'являються приклади візуальних новел, які популяризують українську тематику за кордоном. *Ukraine War Stories* інформує гравців про події повномасштабної війни, занурюючи аудиторію прямо в них. Майбутній проєкт *Vivere Memento* розкаже про незгоди України раннього 20-го століття крізь метафоричну детективну історію. Візуальні новели можуть стати ефективним інструментом для створення культурного образу України на світовому рівні.

«Постать голосу» має намір показати інклюзивну історію про сучасну українську молодь. Такі сюжети мають зруйнувати образ українців як абстрактної кількості жертв на карті, замість цього демонструючи їх реальними, справжніми людьми, що мають свої мрії, страхи та проблеми.

Мета проєкту — створення візуальної новели «Постать голосу» та рекламної кампанії для її просування.

Завдання проєкту:

- Написати та відредагувати візуальну новелу;
- Створити демоверсію візуальної новели;
- Спланувати та почати промокомпанію.

Розділ 1. Теоретичне обґрунтування проєкту

1.1. Дослідження ринку та особливості аудиторії проєкту

Оцінюючи ринок, я вдався до використання декількох методів його дослідження: описовий, аналіз, синтез та моделювання. До того ж, головним інструментом стало сегментування цільової аудиторії.

Найперше я звернувся до статистики найпопулярнішої платформи для дистрибуції відеоігор «Steam». Для цього я використав дані від SteamDB.info (рис. 1.1). Спостерігається чітка тенденція: кількість виданих візуальних новел зростає щороку — у 2024 видали майже вдвічі більше представників жанру, ніж у 2021. Це підтверджує зростання популярності та актуальності цієї ніші, що дає змогу перейти до детальнішого аналізу її цільової аудиторії.

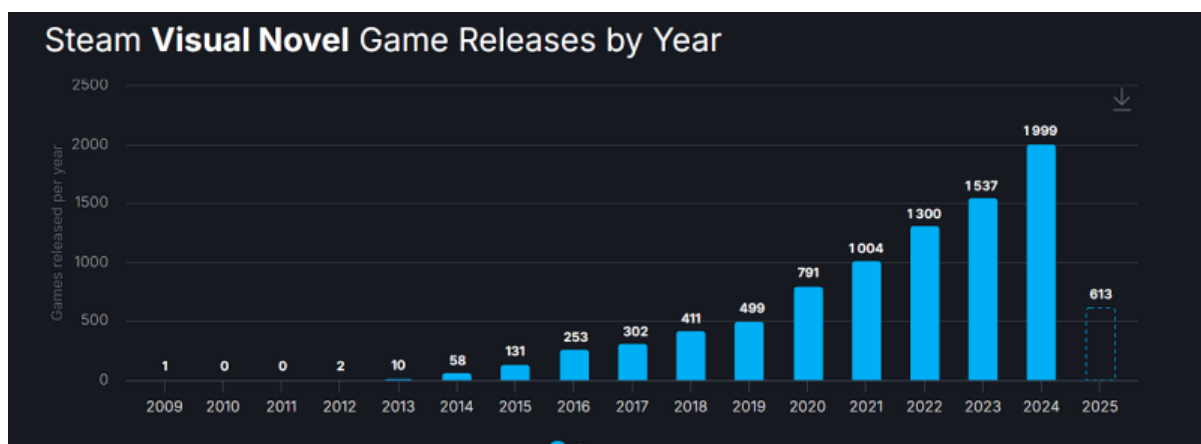


Рисунок 1.1. Кількість випущених візуальних новел у стімі за роками, статистика від SteamDB [16]

Проводити сегментацію ринку виявилось окреим іспитом під час роботи. Головним критерієм була обрана мотивація для купівлі проєкту, але також враховувалися соціальні, вікові та географічні чинники. Розділивши споживачів на групи, я проаналізував їхні потреби та болі — що їм важливо, і що викликає проблеми, які змогла б розв'язати «Постать голосу».

Хоч у сфері відеоігор рідко зустрічається поділ ігор на вікові категорії (окрім загального поділу на «дитячі» та «дорослі»), візуальні новели як представники інтерактивної літератури, можуть орієнтуватися на деякі традиції видавничої сфери. Найближчою до «Постаті голосу» віковою категорією з літературного середовища є ніша янг едалт прози — звідси і виходить перший

сегмент аудиторії, яких я назвав янг едалт (Young Adult) читачами. Їхньою потребою є відображення своїх проблем у героях: пошук ідентичності, перші кохання, самоактуалізація. Нерідко вони вподобають історії з фантастичними елементами. Всі ці аспекти є центральними складовими «Постаті голосу», тому візуальна новела може заробити прихильність у представників групи.

Другим сегментом є представники ЛГБТ-спільноти. Їхньою потребою є яскрава та якісна репрезентація без негативних стереотипів, а також інклюзивні простори для самовираження. Їхні болі включають в себе недостатнє відображення квір-героїв у медіа, дискримінація та агресія в ігровій спільноті. Гра привабить ЛГБТ-аудиторію наявністю центральної романтичної лінії між двома героїнями та другорядними героями (як Захар, колишній друг Ніни, гей) в реалістичному сетінгу, розвитком спільноти ЛГБТ-ігор.

Третьою категорією є геймери, що підтримують українське. Зазначимо, що 33.7% гравців, що додали гру у список бажаного — з України. З початку повномасштабного вторгнення нація міцно об'єдналася, і споживачі звертають додаткову увагу на національний продукт. Їхньою потребою є наявність української мови, а також якісне відображення українського сетінгу. Події «Постаті голосу» розгортаються в академії названій на честь Ольги Кобилянської, а Кіра, одна з головних героїнь, є біженкою зі сходу України — це важлива частина її арки персонажу у фінальній версії новели. Така репрезентація має задовільнити потреби цієї групи.

Четвертою категорією аудиторії є прихильники сюжетних відеоігор. Їм подобаються рольові ігри (як *Disco Elysium*), проєкти в жанрі інтерактивного кіно (*Life is Strange*, *Walking Dead* тощо), «симулятори ходіння» (*What Remains of Edith Finch* і т.д.), інтерактивної літератури (*Sunless Sea*, *BEE* тощо). Візуальні новели є піджанром інтерактивної літератури, тому теж входять у вподобання цієї групи. Їхній біль — примітивні та насильницькі сюжети, що переважають в іграх інших жанрів. Представники цього сегменту потребують ігор з цікавими історіями та подачею, очікують експерименти із сторітелінгом та режисурою. Хоча в центрі «Постаті голосу» знаходиться архетипна історія дорослішання, представники

цієї групи зможуть оцінити літературний текст, а також подачу історії (анімовані сцени та ілюстрації, креативне використання інтерфейсу для сторітелінгу).

Четвертою категорією цільової аудиторії є фанати саме візуальних новел. Доцільним виявилось проаналізувати коріння жанру, і як це може впливати на його традиції. Візуальні новели народилися в Японії, мали стилістику аніме та манга, а також переважно містили в собі романтичні сюжети. Хоча жанр вже давно вийшов за межі цих традицій, відмінності можуть відлякати його прихильників. Тому потребою сегменту є візуальні новели, які балансують нове та знайоме. «Постать голосу» відходить від «анімешної» стилістики, але містить романтичну лінію — гра поєднує традицію та власну ідентичність.

Отже, я проаналізував сегменти аудиторії та отримали чіткішу картину очікувань наших споживачів для подальшої розробки проєкту.

1.2. Аналіз конкурентного середовища

Аналізуючи конкурентів, я розділив свої дослідження на два напрями. По-перше, я дослідив комерційні показники проєктів та кореляцію різних аспектів цих відеоігор з їхнім успіхом. По-друге, я відстежив, наскільки репрезентованою є Україна в ігровому просторі, особливо дотично візуальних новел, і як це можна покращити.

Аналізуючи конкурентів, я дійшов висновку, що «Постать голосу» конкурує в таких секторах ринку, як інді-ігри (незалежні від **великих** видавництв відеоігри з малим бюджетом), візуальні новели та ЛГБТ-медіа. Найважливіше звернути увагу на тих конкурентів, що так само входять хоча б у 2 ці категорії. Наприклад, недоцільно порівнювати гру великої команди та проєкт, що був створений кількома людьми. Для аналізу комерційних показників було схвалено рішення створити порівняльну таблицю різних проєктів-конкурентів (див. таблицю 1.1 на наступній сторінці).

Назва	Clear Skye Thinking	Cage of Roses	Please Be Happy	Hazy Mind	Jusfalex
ЛГБТ	Так	Так	Так	Ні	Ні
Наявність вибору	Ні	Ні	Так	Так	Ні
Ціна, грн	163	285	415	190	80
Довжина(за Howlongtobeat , стімом)	4	8	18.5	2	1
Розробник	Ebi-hime	Ebi-hime	Studio Elan	betetiro	Shreibikus
Видавництво	Самвидав	Two and a Half Studios	Studio Elan	Самвидав	Самвидав
Наявні мови	Англійська	Англійська, спрощена китайська	Англійська	Українська, англійська, японська, турецька	Українська, англійська, турецька
Дата виходу	14.05.2024	16.02.2025	21.11.2022	04.03.2024	06.03.2024
Продажі у стімі (за SteamDB), тис.	0.9	2.5	9.5	6.8	0.63
Підписники видавця у тіктоці	2161	956 000	9909	23	—

Таблиця 1.1.

Візуальні новели приваблюють багатьох незалежних розробників, адже потребують мало ресурсів порівняно з іншими іграми. Наприклад, Ebi-hime — відома у ніші візуальних новел британська письменниця. В неї немає постійної команди: вона підбирає художників та музикантів під кожний окремий проєкт, програмує їх самостійно. Вона створює незалежні проєкти з ЛГБТ-тематиками вже багато років, але лише окремі її проєкти, такі як безкоштовна It gets so lonely

here, стають дійсно популярними. Багато її проєктів не можуть перевалити відмітку 5 тисячі проданих копій, незважаючи на авторитетність розробниці і продукти з приблизно однаковим рівнем вкладених зусиль та якості.

В таблиці я розглянув два її нещодавніх проєкти: *Clear Skye Thinking* і *Cage of Roses*. Перший авторка видавала самостійно, а другий — за допомогою ігрової студії Two and a Half Studios. Ефект на продажі є очевидним. Великим чинником є те, що в авторки немає просунутої платформи (що можна побачити на прикладі її акаунту тікток), а студія має сильну базу підписників. До того ж, переклад другої новели на китайську мову мав привабити велику частину аудиторії, адже візуальні новели популярні у Східній Азії, де і відбулося зародження жанру.

Проаналізувавши проєкти ebi-hime, я прийшов до висновку, що потенційною проблемою можуть бути неяскові концепти, які не так приваблюють читачів — в авторки наявні проблеми зі створенням таглайнів (слоганів або хуків) для своїх проєктів. Доволі часто вона не створює чітку інтригу чи цікаві питання в коротких анотаціях та трейлерах, що призводить до меншого зацікавлення в проєкті, незважаючи на вже наявну вірну аудиторію [12]. Її промоційні матеріали часто завершуються крапкою, а не знаком питання чи акцентом на невідомості результату. Прикладом є *Clear Skye Thinking*, трейлер якої завершується реченням «And a relationship between them blossoms (І між ними розквітають стосунки)».

Можна назвати кілька причин чому *Hazy Mind*, перший проєкт українських розробників, коротка візуальна новела, отримав більше уваги. По-перше, вдалий набір перекладів: до англійської та української додали японську та турецьку. По-друге, в короткому описі новели є простий, але цікавий теглайн, що навіть без знаків питань створює певну інтригу: «Ти нічого не пам'ятаєш, і все, що ти можеш бачити, це Її. Заглибтеся у свою історію та розкрийте правду про те, що сталося з вами та вашими батьками». Іншим фактором могла стати наявність виборів та інтерактивності.

Під час промоції «Постаті голосу» я звернув велику увагу на створення таглайну гри. Наразі таглайном проєкту є такий текст: «Ніна вперто уникає

важких рішень. Коли містичний інцидент трапляється в художній академії, чи зважиться Ніна обирати... або хтось інший візьме справу в свої руки?».

Мої висновки підтверджуються проведенням опитуванням (яке детальніше можна розглянути у додатку А): багато людей звертає увагу на опис, а, отже, і на слогани.

Другий аспектом аналізу конкурентів був аналіз розкриття національного питання у сюжетних відеоіграх. Подібних проєктів небагато, але нові проєкти *Vivere Memento* [18] та *Ukraine War Stories* [19] роблять велику справу в донесенні української ідентичності до міжнародної публіки. Одним з великих взірців щодо розкриття питання національного стала гра *1000xRESIST* — історія, яка розкриває тему Революції парасольок та інших протестів у сучасному Гонконзі крізь призму наукової фантастики та сімейної драми [9]. Нам потрібні історії, які так само плавно підводять читачів до українського питання крізь жанрові умовності та універсальні теми. Одна з головних героїнь «Постаті голосу», Кіра, розкриває те, що переїхала зі сходу України перед вторгненням росії, і її життя за збігом обставин перетворилося на серію переїздів — що пояснює її проблеми зі своєю ідентичністю. В центрі Кіри гуманна, універсальна історія та правда, яка транслюється крізь конкретні реалії нашого життя — я бачу це найкращим шляхом репрезентації.

Після дослідження конкурентів я провів SWOT- та PEST- аналізи щоб визначити унікальну нішу, яку «Постать голосу» займатиме на ринку.

Найбільш помітною сильною стороною «Постаті» є візуальний стиль від Валентини Олефіренко (наш договір про авторські права розміщено у додатку Б). Напівреалістичні ілюстрації вирізняють проєкт серед безлічі інших, які вдаються до естетики аніме чи західних коміксів. Скріншот нашої гри важко переплутати з якимось іншим проєктом в індустрії. Це може відлякати деяких фанатів візуальних новел, але якість ілюстрацій має переконати дати проєкту шанс.

Менш очевидною перевагою є сюжет. Це історія про дорослішання — те, що буде знайоме багатьом представникам ЦА. Поверх цього гра використовує гостросюжетні містичні елементи, щоб утримати інтерес та створити інтригу.

Іншою перевагою є відкрита українськість «Постаті». Вона додає цікавості та інтриги для іноземців, які рідко бачать репрезентацію України в поп-медіа, а для українців є чимось близьким, що є великим стимулом придбати гру.

Найгострішою слабкою стороною є короткий час проходження — «Постать голосу» триває 1-3 години, в той час як багато геймерів відмовляються платити за продукти, які займуть в них менше десятка годин. Незважаючи на це, на прикладі *Hazy Mind* можна побачити, що цю перешкоду можливо подолати.

Також бренд *Mahousparkle* ще не встиг заробити кредит довіри в широких мас — це перший великий проєкт. Люди схильні звертатися до знайомих, перевірених часом брендів.

Можливістю, яку має «Постать голосу», є колаборація з іншими українськими інді-іграми та візуальними новелами для взаємної промоції. Саме співпраця, а не пряма конкуренція, наразі є вигіднішою для цих продуктів, адже цільова аудиторія та індустрія для них ще не чітко сформована, не така велика.

Однією із загроз є онлайн-троллі проти «woke-культури», що атакують будь-які ігри, які містять інклюзивні теми, створюючи спам в обговореннях та поширюючи негативну, токсичну атмосферу.

Іншою загрозою є нішевість проєкту — багато хто за межею цільової аудиторії зовсім не резонує з продуктом.

Хорошим прикладом небезпеки цих загроз є вихід першої частини гри *Lost Records: Bloom & Rage* 18 лютого 2024 року. *Lost Records* чітко окреслює себе, як історія про жіноцтво, містить яскраву ЛГБТ-тематику. Явний фокус на цих темах відштовхнув тих, хто очікував гостросюжетну історію, орієнтовану на маси. Багато з цих людей висловили розчарування у мережі: гра не виправдала їхніх очікувань. «Постать голосу» має схожі особливості, тому важливо правильно сформувати чітку рекламну компанію, що пригорне саме заплановану аудиторію.

Щоб детальніше проаналізувати загальне середовище, в якому випускатиметься проєкт, я провів PEST-аналіз.

Найбільшим політичним чинником є повномасштабна війна. Навіть максимально віддалені від неї проєкти можуть постраждати від неочікуваних розвитків подій чи суспільної нестабільності. Спорідненим економічним фактором є потенційні зміни в оподаткуванні, що може вплинути на прибутковість «Постаті голосу».

Одним з важливих соціокультурних факторів є більше засудження піратства в Україні. Люди вважають важливим легально отримувати доступ до контенту та монетарно підтримувати його розробників.

Позитивним соціокультурним чинником є згуртованість українців під час повномасштабного вторгнення. Спільнота приділяє особливу увагу вітчизняним продуктам, активно їх купуючи, а також слідкуючи за новинами та залишаючи відгуки.

Ще одним фактором є локалізація. Під час запуску «Постаті голосу» матиме лише дві мови: українську та англійську. Багато людей зі всього світу є носіями англійської, але вузький вибір обмежує рівень успіху, який я можу очікувати поза Україною та англомовними країнами.

Технологічні чинники доволі прихильні до проєкту. Візуальні новели є дуже невибагливим до системних вимог жанром, тому гру можливо пройти практично на будь-якому ноутбучі чи комп'ютері. Проте багато представників цільової аудиторії лише казуально цікавляться іграми та готові грати лише в мобільні продукти, розміщені на сервісах Google Play та Apple Store. «Постаті голосу» доступна лише для персональних комп'ютерів.

Розділ 2. Техніко-економічні характеристики видавничого продукту

2.1. Загальні характеристики видавничого продукту

«Постать голосу» (або *The Final Fragment*) — це візуальна новела про дорослішання на 2-3 години читання. Другорядними жанрами історії є романтика та фантастика (історія базується на фантастичному припущенні, використання якого перегукується з французьким *fantastique*). Гра насамперед спрямована на таку цільову аудиторію, як молодь 15-25 років, а також на представників ЛГБТ-спільноти. Візуальна новела містить у собі понад 20 ілюстрацій з різними варіаціями.

Наразі гра перебуває у стадії демоверсії довжиною приблизно 20 хвилин, що дозволяє ознайомитися із зав'язкою історії, проте в мережі наявний прототип гри «Постаті голосу» з повною історією (але прототип не відредаговано, йому не вистачає важливих змін в сюжеті, візуалі та технічному виконанні).

Сценарій написано мною, Ніколаєнком Леонідом, а ілюстрації були створені художницею Валентиною Олефіренко.

Для створення проєкту використовувалося багато спеціалізованого програмного забезпечення.

Основним інструментом став двигун «Ren'Py» – безкоштовна програма у відкритому доступі, яка є призначеною для створення візуальних новел. Ознайомлення з нею вимагало від мене вивчення мови програмування, з якою у гру закодовуються текст, анімації, інтерфейс та звуки.

Роздільною здатністю новели було обрано 1920x1080 — одна із стандартних опцій для відеоігор. Деякі ілюстрації створювалися у подвійному розмірі для можливості наближення та віддалення під час анімацій.

«Постать голосу» має весь необхідний для візуальної новели інтерактивний функціонал: головне меню, збереження та завантаження, пропуск тексту, автоматичне читання, вибори. Двигун «Ren'Py» гарантує вбудовані функції, але весь візуал та частину коду потрібно створювати з нуля для успішного проєкту.

Adobe Photoshop використовувався для створення візуального оформлення гри та промоційних матеріалів.

Audacity знадобився для того, щоб редагувати використані за ліцензією Creative Commons аудіотреки та komponувати власні записи фонових звуків (наприклад, рухи гітари).

Окремі інструменти знадобилися для створення промоційних матеріалів.

Відеоредактор «Kdenlive» було використано для створення трейлеру, а за допомогою додатку «VN Video Editor» розроблялися відео для поширення в тіктоці.

Також знадобилося таке технічне обладнання, як ноутбук та графічний планшет, яким я користувався для елементів оформлення, що мали виглядати намальованими від руки.

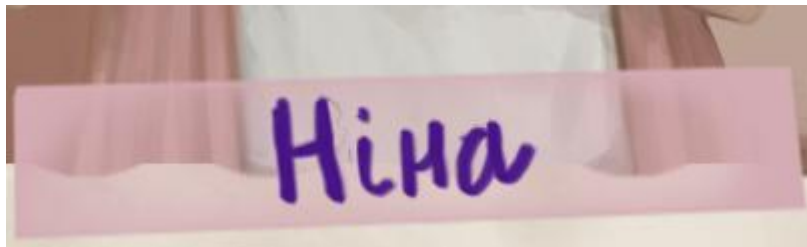


Рисунок 2.1. Приклад рукописного елемента оформлення

2.2. Редакційно-видавничий комплекс підготовки проєкту

Під час роботи над візуальною новелою процес поділився на наступні етапи:

- Написання першої версії тексту;
- Дизайн графічних елементів та створення ілюстрацій (співпраця з художницею Валентиною Олефіренко);
- Літературне редагування тексту;
- Створення трейлеру;
- Коректура тексту;
- Кодування гри;
- Тестування гри, внесення фінальних правок.

Я з великою увагою підійшов до створення айдентики гри. Вона мала відображати дух гри та приваблювати правильну аудиторію до історії. Великими частинами образної системи історії є пазл, колаж та метелики (символізуючи пошук себе та дорослішання), тому майже всі елементи гри містять в собі ці символи, об'єднуючи продукт спільною візуальною темою.



Рисунок 2.2. Логотип продукту

Обидва варіанти назви несуть велике значення в контексті історії. «Постать голосу» — натяк на паперову скульптуру, яка увібрала в себе переживання та таємні бажання Ніни, перетворюючись на її двійника; також назва підкреслює героїню в епілозі історії — таку, що нарешті знайшла свій голос та рішучість. Англійська адаптація (*The Final Fragment*) стосується образів пазлу, пошуку себе та подальшої відмови від ідеї «останнього клаптику», який довершує людину.

Основна палітра гри — це рожевий, коричневий та бежевий кольори, що передають м'яку та творчу атмосферу затишку, яку я хотів створити у роботі.

Шрифт — для легкої імітації рукописного тексту для основного тексту обрано шрифт Arsenal. Для заголовку новели я підібрав шрифт Merriweather, який передає впевнену та витриману, але все ще творчу атмосферу. Декілька написів на елементах оформлення є рукописними за допомогою графічного планшету.

Під час оформлення елементів інтерфейсу я притримувався айдентики продукту та ігрового принципу «сочності» (все має відповідати на дії гравця певною реакцією), тому кнопки підсвічуються, рухаються та видають звуки, коли користувач наводить на них мишею.

Під час співпраці з художницею новели Валентиною Олефіренко я часто підбирав допоміжні референси та описував, як мають виглядати ілюстрації; яку роль вони виконуватимуть у фінальному продукті. Іноді це означало створити прототип: наприклад, для анімації в кульмінації історії, коли допельгангер Ніни розрізають ножицями, як папір: магічна істота перетворюється на зграйку білих паперових метеликів.

Технічні вимоги для публікації на торговельному майданчику «Steam» визначали потребу в створенні різних банерів та іконок для репрезентації гри на їхньому сайті та в клієнті користувача. Це потребувало чіткого розуміння найважливіших елементів айдентики: чим можна пожертвувати у зміні формату, що треба зберегти. Наприклад, на малому баннері гри, як можна побачити на рис., замість маскоту гри, «Пазлової дами», поруч із назвою розташована головна героїня, Ніна. Більшість потенційних гравців побачить лише це зображення у великих списках ігор. Я вирішив, що доцільніше одразу передати візуальний стиль персонажів — адже за проведенням мною опитуванням (див. додаток А) для багатьох це є одним з вирішальних факторів для купівлі візуальної новели.



Рисунок 2.3. Малий баннер та іконка гри

Як типова візуальна новела «Постать голосу» дозволяє гравцю впливати на сюжет за допомогою виборів. Інтерактивні історії бувають різні, але «Постать голосу» належить до поширеної категорії «branch-and-bottleneck» [6], де основна лінія історії персоналізується виборами споживача. Наприклад, Ніна одного

гравця може посваритися зі своєю викладачкою Мариною Олександрівною та завершити гру поїздкою на навчання у Відень, а також поставити крапку на спілкуванні з другом. Ніна іншого гравця може уникнути конфлікту з Мариною Олександрівною, поїхати відвідати батьків та продовжити спілкуватися зі своїм другом.

Під час редагування першої чорнетки твору я вдався не лише до літературного редагування, але й структурного. Це означало прискіпливо оцінити наявний план сюжету:

- З яким темпом рухається історія? Чи треба щось пришвидшити або сповільнити?
- Які сцени є зайвими? Яких не вистачає?
- Чи дії персонажів є логічними? Чи розкриваються персонажі повністю?
- Чи ґрунтовно розкривається тематика твору?

Найглибшою проблемою історії стала характеристика Кіри, яка є девтерагоністкою (другим за значністю персонажем історії), а також любовним інтересом головної героїні. Перша чорнетка натякала на те, що Кіра має синдром рятівниці, але насправді персонажка не мала великого впливу на історію, залишалася нерозкритою.

Водночас я помітив, що історія недостатньо розкриває свій український контекст, є стерильною. Якщо б я змінив декілька діалогів та власні назви, цю історію можна було б і не впізнати як ту, що відбувається в нашій країні. Виникла потреба посилити цей аспект історії.

Рішення цих проблем виявилось спільним, адже найкращим способом засобом для розкриття Кіри стала її нова передисторія як біженки зі сходу України. Такий аспект народився з ідеї про серію переїздів, що змінили світосприйняття дівчини.

Під час структурного та літературного редагування мені допомогли такі ресурси, як книжка *Refuse to Be Done: How to Write and Rewrite a Novel in Three Drafts* Метта Белла [7], пости з блогу К.М. Вейланд про арки персонажів,

трюхактову та сценну структуру [10], а також роздуми про чотирьохактову структуру сюжету від Мікаели Копієвські [15].

2.3. Економічні аспекти реалізації проєкту

Прибуток надходитиме від продажів видавничого продукту на торговельному майданчику Steam. Наразі гра має приблизно 350 додавань у вішлісти. На першому тижні продажу можна прогнозувати, що гру придбають 20% користувачів, з тих, що додали її у вішлісти — а до кінця року ця кількість має сягнути 60% [17]. Враховуючи ціну 99 грн, можливо очікувати 6930 грн під кінець першого місяця продажу, а за рік є потенціал заробити 20790 грн. Проте варто розуміти, що це є лише прогнозом: відсоток користувачів, що можуть придбати гру на першому тижні може коливатися від 5% до 27% за різними ресурсами.

Проєкт робиться своїми силами на ентузіазмі мене, художниці та за допомогою ресурсів із ліцензією Creative Commons (наприклад, музики). Зовнішні інвестиції не потребуються. Витрачено лише власні кошти, а саме: 3600 грн за слот на ігровій платформі Steam. Коли гра заробляє перші 3600 грн, початкова інвестиція 3600 грн повертається розробникам. Зароблені з проєкту гроші я планую витратити на створення майбутніх проєктів: купівлю необхідного програмного забезпечення, просування, замовлення музики, ілюстрацій, оплату праці тощо.

Великим аспектом соціальної значущості «Постаті голосу» є лагідна репрезентація України для іноземної аудиторії. Враховуючи свою цільову аудиторію, гра зможе торкнутися молоді та представників ЛГБТ-спільноти за кордоном, які нерідко глибоко не занурюються в українське питання. Продемонструвати універсальні історії звичайних людей, але крізь лінзу українського контексту, може стати чудовим інструментом для просування українських наративів на широкий загал.

Розділ 3. Просування видання на ринку

3.1. Шляхи розповсюдження видання

Ми обрали декілька ключових соціальних мереж для промоції: екс (раніше твіттер), блюскай, тікток та реддіт, намагаючись охопити головні осередки нашої аудиторії.

Екс та Блюскай є спорідненими платформами, тому пости для цих соцмереж є майже ідентичними з мінімальними змінами. Це короткі текстові пости з ілюстраціями чи короткими відео, що приваблюють увагу. Ці соцмережі створюють позитивний простір для нетворкінгу.

Тікток вимагає створення окремих відеороликів, що будуть одразу захоплювати увагу читача. Один з постів про «Постать голосу» набрав тут понад 2 тисячі переглядів, 357 лайків, 55 додавань в обране та 5 коментарів від користувачів.

Реддіт — платформа, що привабить переважно іноземних споживачів. Цінністю цієї соціальної мережі є вдумлива дискусія та відсутність спаму, тому самореклама має супроводжуватися участю в спільноті. Наш пост на місцевому сабрреддіті (форумі) r/visualnovels (присвячений візуальним новелам з ЛГБТ-тематикою) зміг пригорнути увагу багатьох потенційних покупців, а також нашу гру додали на боковий баннер спільноти, де її можуть бачити всі учасники.

Звісно, сама сторінка гри на торговельному майданчику «Steam» має функціонувати як ефективний канал поширення, інакше воронка продажів не буде давати результатів. Я підібрав влучний таглайн та розробив привабливий дизайн, що підкреслює візуальний стиль художниці. Написав цікавий та зрозумілий опис, а також створив трейлер. Я доклав багато зусиль, щоб створити якісну сторінку. Декілька прикладів промоції «Постаті голосу» можна побачити у додатку Г.

3.2. Концепція промоції видання

Гра взяла участь у події «Indie Cup Ukraine '24» — українському конкурсі відеоігор в розробці, де журі обирає номінантів та переможців у різних номінаціях. Під час цього змагання можна отримати корисний зворотний зв'язок,

а також популяризувати свій проєкт. Я підготував опис нашої команди, що вимагало коротко та влучно сформулювати наші цінності, а також невелике відео ігрового процесу, щоб надати журі та гравцям уявлення про зміст візуальної новели. На прямій трансляції гру переглядала одна з учасниць журі — TouchTheGeometry і оцінила доволі високо. Також «Постать голосу» приєдналася до супутньої благодійної номінації «People's Choice Award», що збирала гроші на потреби ЗСУ.



Рисунок 3.1. Промоція благодійної номінації

Великим кроком для промоції стала розробка трейлеру для гри.

Спочатку я проаналізував, як різні видавці підходили до створення трейлерів для подібного жанру, якими засобами пригортали увагу, а також те, що виявилося помилковими рішеннями.

Наступним етапом було планування відеоряду. Я водночас працював над влучним таглайном та створював візуальну розкадровку, на яку мав орієнтуватися під час монтажу. На цьому етапі в мене були такі вимоги до розкадровки:

- Відобразити зав'язку та тему історії без сильних спойлерів того, що відбуватиметься далі — лише натяки;

- Показати всіх основних персонажів;
- Продемонструвати візуальний стиль гри.

Третім етапом стало створення аніматику — анімованої версії розкадровки. Під час цього етапу деякі початкові ідеї було вилучено, а деякі — додано.

Останнім етапом був безпосередньо монтаж трейлеру. Я працював за допомогою відеоредактора та адаптував аніматик у повноцінне відео.

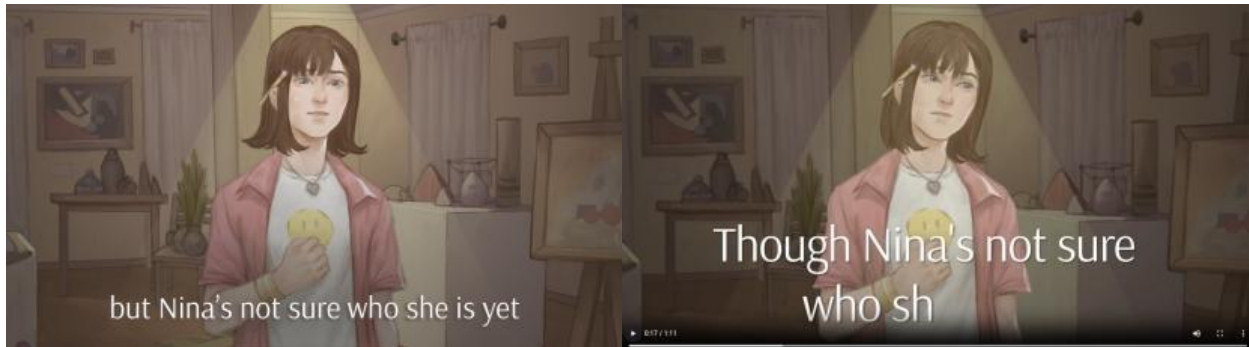


Рисунок 3.2. Прогрес від аніматика до трейлера

Планується подальша участь на фестивалях «Ukrainian Games Festival 2025» та «Steam NextFest». Фестиваль у стімі— це віртуальна вітрина відеоігор, які об’єднані певним критерієм та демонструються на центральних сторінках сайту. Це найкращий час, щоб зробити анонс, встановити знижку, запустити новий трейлер чи демо гри. Саме тому під час фестивалю українських ігор влітку я планую опублікувати трейлер, щоб підігріти інтерес, а на осінньому фестивалі «NextFest» має відбутися публікація демо. Повний реліз гри очікується у листопаді.

Фестивалі є дуже важливим аспектом промоції будь-якої відеогри, що продається у стімі [2]. Не взяти участь у події «NextFest» перед виходом гри вважається великою помилкою з боку видавця, адже розробник втрачає видимість та потенційно тисячі вішлістів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Різун В. В. Літературне редагування. Київ : Либідь, 1996. 240 с.
2. Саліков Р. (Ternox) Що робити на фестивалі новинок Steam та як до нього підготуватися?. *Куток*. URL:
https://kutok.io/indie/shcho_robyty_na_festyvali_novynok_steam_ta_yak_do_noho_pidhotuvatysya_-p34 (дата звернення: 03.06.2025).
3. Саліков Р. (Ternox) 4 критичні помилки, що робив при релізі у Steam. *Куток*. URL:
https://kutok.io/indie/4_krytychni_pomylyky_shcho_robyv_pry_relizi_u_steam-4gkm (дата звернення: 03.06.2025).
4. Саліков Р. (Ternox) Як почати розповсюджувати ігри на платформі Steam?. *Куток*. URL:
https://kutok.io/indie/yak_pochaty_rozpovsudzhuvaty_igry_na_platformi_steam_-1cc0 (дата звернення: 04.06.2025).
5. 2020 social media calendar for indie games. *Arimia*. URL:
<https://arimiadev.com/2020-social-media-calendar-for-indie-games/> (date of access: 03.06.2025).
6. Ashwell S. K. Standard patterns in choice-based games. *These Heterogenous Tasks*. URL: <https://heterogenoustasks.wordpress.com/2015/01/26/standard-patterns-in-choice-based-games/> (date of access: 03.06.2025).
7. Bell M. Refuse to be done: how to write and rewrite a novel in three drafts. Soho Press, Incorporated, 2022. 156 p.
8. Bunting G. Why are visual novels suddenly so popular?. *Eurogamer.net*. URL:
<https://www.eurogamer.net/why-are-visual-novels-suddenly-so-popular> (date of access: 03.06.2025).
9. Cole Y. 1000xResist isn't just mind-bending sci-fi – it's also an allegory for diaspora. *Polygon*. URL:
<https://www.polygon.com/2024/6/11/24173823/1000xresist-impressions> (date of access: 03.06.2025).

10. Helping Writers Become Authors. URL:
<https://www.helpingwritersbecomeauthors.com/> (date of access: 03.06.2025).
11. HowLongToBeat. URL: <https://howlongtobeat.com/> (дата звернення: 03.06.2025).
12. How to find your hook. *Blue Pencil Agency*. URL:
<https://bluepencilagency.com/how-to-find-your-hook/> (date of access: 03.06.2025).
13. How to market visual novels. *Arimia*. URL: <https://arimiadev.com/how-to-market-visual-novels/> (date of access: 03.06.2025).
14. King D., Browne R. Self-Editing for fiction writers, second edition: how to edit yourself into print. HarperCollins Publishers, 2010. 288 p.
15. Kopievsky M. Rinse & repeat – the four act novel structure. *Mikhaeyla Kopievsky*. URL: <https://mikhaeylakopievsky.com/2017/04/14/rinse-repeat-the-four-act-novel-structure/> (date of access: 03.06.2025).
16. SteamDB. URL: <https://steamdb.info/> (date of access: 03.06.2025).
17. Steam wishlists to sales calculator. *IMPRESS*. URL:
<https://impress.games/steam-wishlists-sales-calculator> (date of access: 03.06.2025).
18. Ukraine War Stories. Starni Games, 2022. URL:
<https://store.steampowered.com/app/1985510/> (date of access: 03.06.2025).
19. Vivere Memento. *Steam*. URL: <https://store.steampowered.com/app/2882690> (date of access: 03.06.2025).
20. Writing interactive with Greg R. Buchanan. URL:
<https://gregbuchanan.substack.com/> (date of access: 03.06.2025).

ДОДАТКИ

Результати опитування щодо вподобань гравців. Проведене українською та англійською мовами. У опитуванні взяли участь 52 особи.

How do you usually discover new story-based games and visual novels? (pick 1-3 options)
22 відповіді

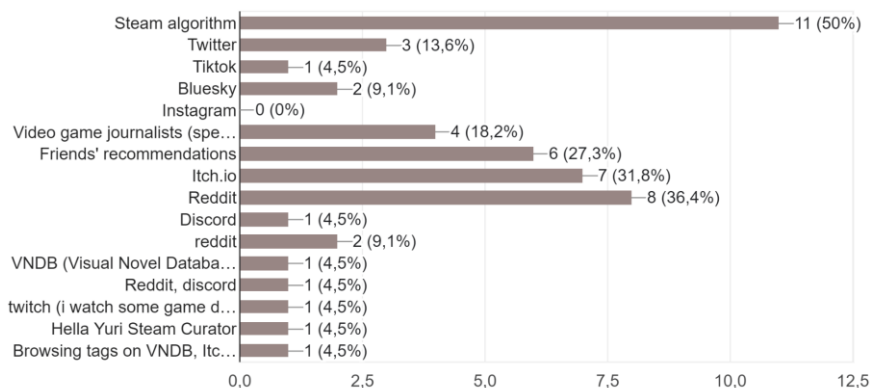


Рисунок А.1.

What's the biggest deciding factor for you when choosing a new game to buy and play?
22 відповіді

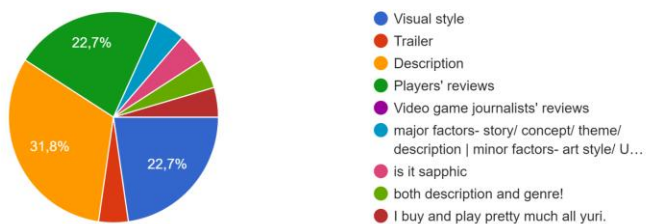


Рисунок А.2.

Do you have any special habits when you look for new games? We'd love to hear about them!

13 відповідей

I've recently not been buying very many new games because I have such a backlog >_<'''

I look for whether it is sapphic/yuri and whether it has a happy ending.

my friend recommends me almost all games i play you should ask him probably:)

I usually come across way more interesting games than I have time to play, simply by browsing gaming sites and using Reddit. So I rarely ever look for new games to play, I simply choose from my pile of shame :D LGBT-themed games are prioritized, though!

I pretty regularly check Hella Yuri's curator page for new releases. If there's a game with sapphic themes, there's a very high probability it'll end up on her list.

Strong characters and settings visible from the trailer

I like to look for playthroughs to see how long thw game is

If you give me yuri, I'll give you money.

Рисунок А.3.

Як ви переважно знаходите нові новели чи сюжетно-орієнтовані ігри? (оберіть до 3 варіантів)

30 відповідей

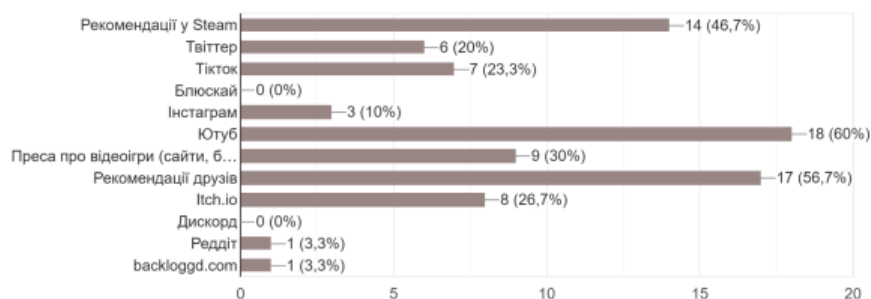


Рисунок А.4.

На що ви найбільше звертаєте увагу, коли обираєте чи придбати гру в Steam?

30 відповідей

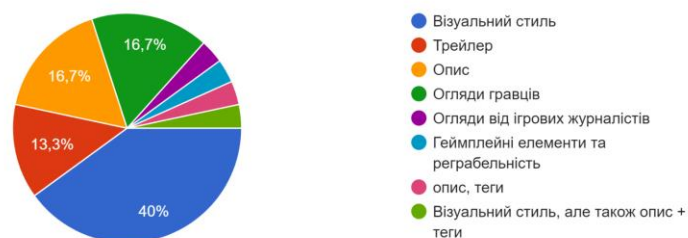


Рисунок А.5.

Чи у вас є якісь особливі звички щодо купівлі ігор? Поділіться ними тут!

10 відповідей

Купувати на розпродажах(це не особливо, АЛЕ) і там де пишуть що це воук - це означає треба брать

Обкладинка, музика та головне самі персонажі в описі як описані

немає, за покликом серця

Чекаю знижки — стімівські розпродажі - це для мене свято. Особливо зимовий і літній.

Досліджую відгуки — дивлюся кілька оглядів на YouTube, читаю Steam-рецензії, щоб точно не взяти щось «сире».

Орієнтуюся на жанр — якщо вже й купувати, то те, що точно сподобається: наприклад, сюжетні пригоди або містобудівні симулятори.

Додаю в список бажаного — і чекаю повідомлення, коли буде знижка.

завжди чекаю знижок

Рисунок А.6.

АВТОРСЬКИЙ ДОГОВІР

про передачу майнових прав на використання твору

“1” червня 2025 року

Цей Авторський договір (далі Договір) є договором, укладеним між Олефіренко Валентиною Дмитрівною (далі — Автор) та Ніколаєнком Леонідом Олександровичем (далі – Набувач), що разом іменовані Сторонами, а кожний окремо — Сторона, які керуючись законодавством України у сфері авторського права і суміжних прав, на ґрунті взаємної вигоди і при повній згоді домовилися про наступне:

1. ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНІВ

Автор – фізична особа, яка своєю творчою працею створила твір і якій належать майнові права інтелектуальної власності на твір відповідно до Цивільного кодексу України, Закону України «Про авторське право і суміжні права», іншого закону чи договору.

Твір – створені Автором у результаті творчої діяльності твори образотворчого мистецтва, ілюстрації, що представлені в електронній (цифровій) формі.

2. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

2.1. Відповідно до цього Договору Автор передає майнове право на використання Твору на весь строк чинності авторського права виключно у

продукції Набувача (зокрема у мультимедійній комп'ютерній програмі «Постать голосу», далі — відеогрі «Постать голосу») та супутніх рекламних матеріалах у соціальних мережах.

2.2. Автор передає Набувачу на безоплатній основі Твір у електронній формі. При цьому автор має право безкоштовно отримати 1 електронний (цифровий) екземпляр відеогри «Постать голосу», у якій використаний Твір Автора.

3. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

3.1. Набувач зобов'язується:

3.1.1. не порушувати особистих немайнових прав Автора;

3.1.2. чітко зазначити ім'я Автора Твору або його творчий псевдонім у продукції Набувача;

3.2. Автор передає Набувачу виключні майнові права на Твір, в тому числі:

3.2.1 на використання Твору, в тому числі, включення його до складеного чи іншого твору, на виготовлення його копій, в тому числі для комерційного розповсюдження;

3.2.2 на відтворення та розповсюдження Твору;

3.2.3 на публікацію Твору без додаткового дозволу Автора в мережі Інтернет, засобах масової інформації, зовнішній рекламі тощо.

3.3. Автор дозволяє Набувачу редагування Твору, в т.ч. ретушування, затемнення, спотворення і зміна зображення, застосування оптичних ефектів, використання в композиціях. В результаті переробки та іншого використання Твору не допускається створення порнографічних творів, а також інших дій, які будь-яким чином ганьблять честь і гідність Автора, інших осіб, і суперечать їх

правам та інтересам, і не відповідають суспільної моралі, етики та чинному законодавству України.

3.4. Автор підтверджує, що передаючи Твір, він не порушує прав третіх осіб (інших авторів або видавництв).

3.5. Автор підтверджує, що на момент передачі Твору лише йому належать виключні майнові права на Твір, що вони ні повністю, ні частково нікому не передані (не відчужені), що майнові права на твір ні повністю, ні в частині не є предметом застави, судового спору або претензій з боку третіх осіб.

3.6. Автор підтверджує, що не оскаржуватиме авторські та майнові права на твори, які створені Набувачем та використовують наданий Автором Твір. Автор має право публікувати Твір у своїх соціальних мережах та/або використовувати свій Твір у некомерційних цілях.

4. ІНШІ УМОВИ ДОГОВОРУ

4.1. Договір вважається укладеним після підписання Сторонами за допомогою системи електронного документообігу з використанням комп'ютерної програми «Вчасно».

4.2 .Підписання Договору здійснюється з дотриманням вимог законодавства України про електронні документи та електронний документообіг, в тому числі Закону України «Про електронні документи та електронний документообіг», Закону України «Про електронну ідентифікацію та електронні довірчі послуги» (зі змінами та доповненнями). Електронний документ, підписаний шляхом накладання кваліфікованого електронного підпису (надалі – КЕП), визнається оригіналом електронного документу, має повну юридичну силу та не може бути запереченим жодною Стороною, або визнаний недійсним лише через те, що цей документ має електронну форму.

4.3. Датою підписання Договору є дата накладання КЕП Автором на електронний документ, отриманий від Набувача.

4.4. Сторони підтверджують, що всі КЕП, які використовуються ними для підписання електронного документу, належать їх уповноваженим представникам.

4.5. Усі спори, що виникають у зв'язку з виконанням цього Договору, вирішуються шляхом переговорів, а у випадку недосягнення згоди – у суді відповідно до чинного законодавства України.

4.6. Даний Договір складений українською мовою на 2 (двох) сторінках в двох примірниках, що мають однакову юридичну силу, по одному примірнику для кожної зі Сторін.

5. РЕКВІЗИТИ ТА ПІДПИСИ СТОРІН

АВТОР

ОЛЕФІРЕНКО ВАЛЕНТИНА ДМИТРІВНА

Email: olefereval@gmail.com

НАБУВАЧ

НІКОЛАЄНКО ЛЕОНІД ОЛЕКСАНДРОВИЧ

Email: lonikolaienko.work@gmail.com

_____/Олефіренко В. Д./

_____/Ніколаєнко Л.О./

Назад

Авторський договір про передачу майнових прав на в...

📄📁📧📧📧📧📧

▼ Протокол підписання та погодження документу

Підписання: Підписаний всіма

АВТОРСЬКИЙ ДОГОВІР

про передачу майнових прав на використання твору

“1” червня 2025 року

Цей Авторський договір (далі Договір) є договором, укладеним між Осафіренко Валентиною Дмитрівною (далі — Автор) та Ніколаском Леонідом Олександровичем (далі – Набувач), що разом іменовані Сторонами, а кожний окремо — Сторона, які керуються законодавством України у сфері авторського права і суміжних прав, на ґрунті власної вигоди і при повній згоді домовилися про наступне:

1. ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНІВ

Автор – фізична особа, яка своєю творчою працею створила твір і якій належать майнові права інтелектуальної власності на твір відповідно до Цивільного кодексу України, Закону України «Про авторське право і суміжні права», іншого закону чи договору.

Твір – створений Автором у результаті творчої діяльності твори образотворчого мистецтва, ілюстрації, що представлені в електронній (цифровій) формі.

2. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

Підписання

Підписаний всіма

Додати підпис

Підписати Дія.Підписом

Підписати Вчасно.КЕП

Підписи вашої компанії:

✓

lonikolaenko.work@gmail.com
Ніколаско Леонід Олександр...

Ніколаско Леонід Олександр...
3777209918

20.56.01.06.25
Електронний підпис
Власник ключа: Ніколаско
Леонід Олександрович

Підписи контрагента:

✓

Осафіренко Валентина Дмитрі...

Скріншоти візуальної новели та мого дизайну інтерфейсу.



Рисунок В.1.



Рисунок В.2.

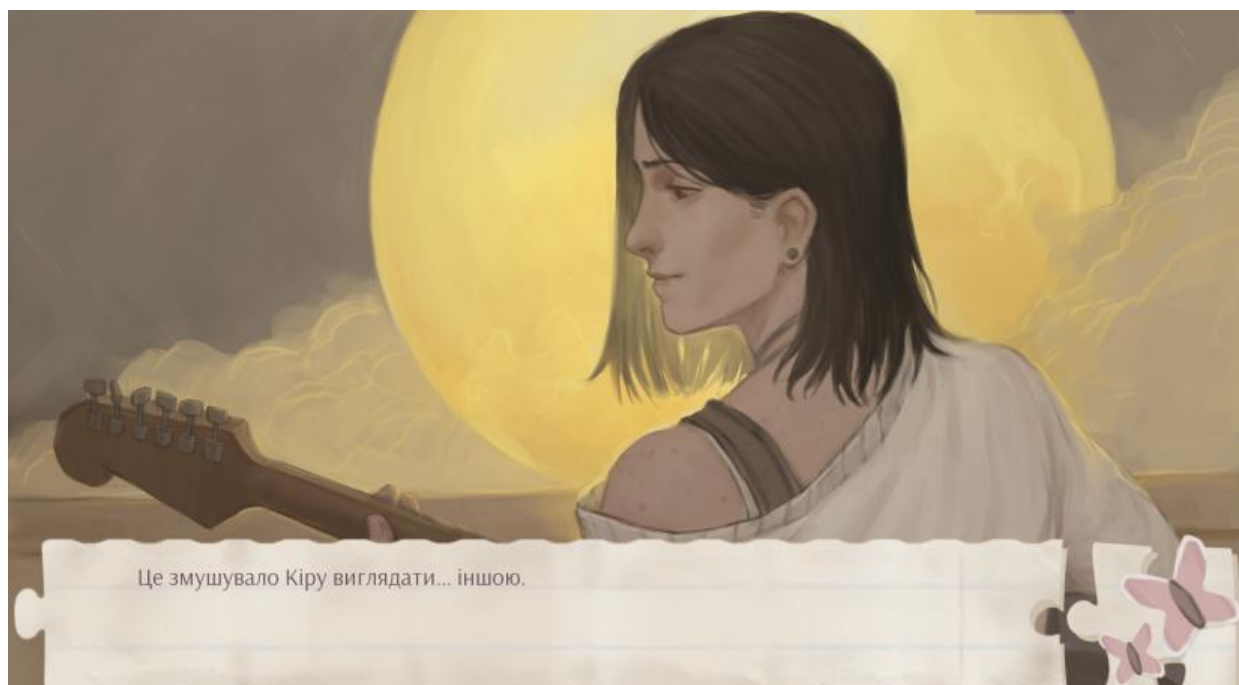


Рисунок В.3.



Рисунок В.4

Промоція «Постаті голосу».

https://store.steampowered.com/app/3203430/The_Final_Fragment_Postat_golosu/



Рисунок Г.1. Сторінка на торговельному майданчику «Steam»

<https://indiecup.net/ukraine/participants/%d0%bf%d0%be%d1%81%d1%82%d0%b0%d1%82%d1%8c-%d0%b3%d0%be%d0%bb%d0%be%d1%81%d1%83-the-final-fragment/>

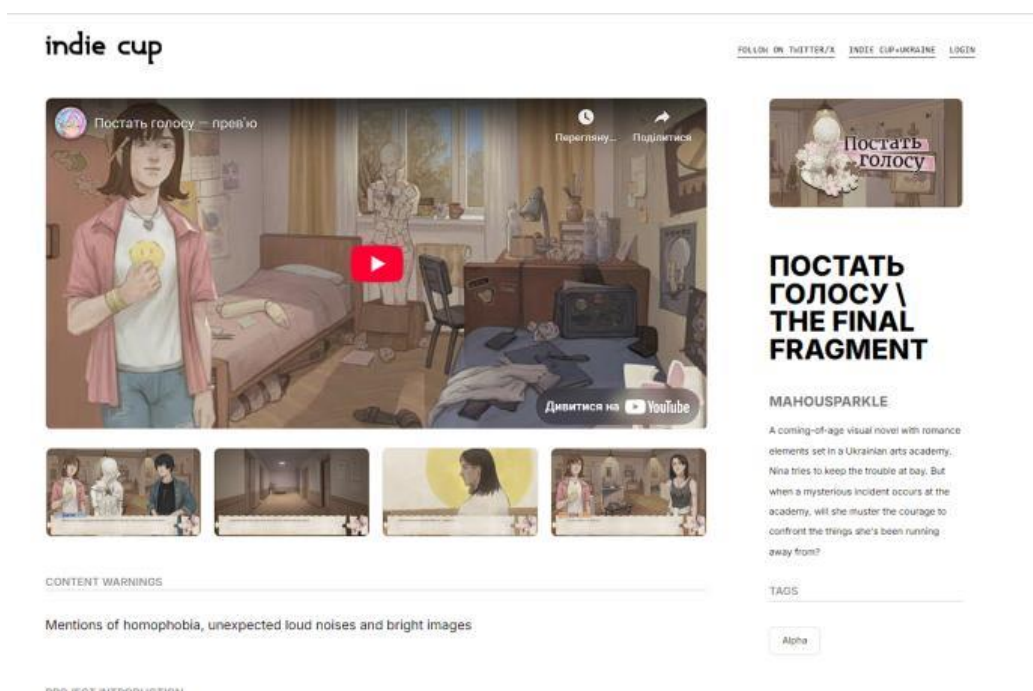


Рисунок Г.2. Участь у Indie Cup '24

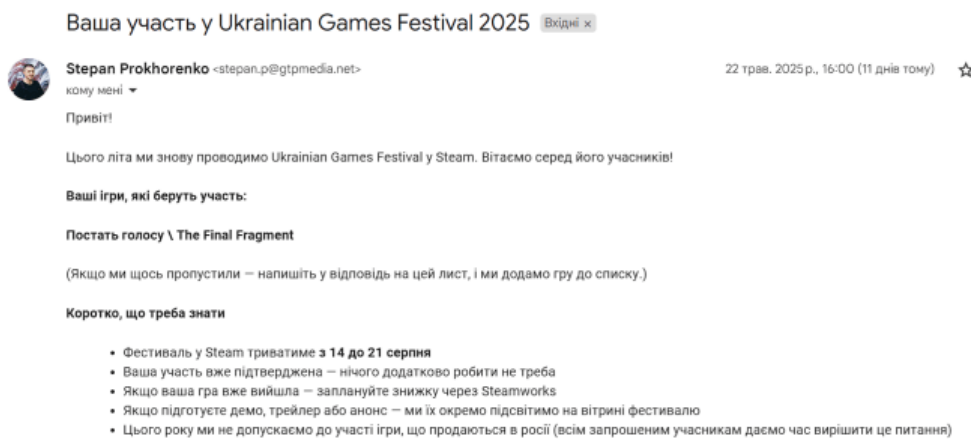


Рисунок Г.3. Підтвердження участі у майбутній події «Ukrainian Games Festival 2025»

<https://x.com/mahousparkle/status/1832046240038637621>



Рисунок Г.4. Анонс у екс (колишньому твіттері)

[https://www.reddit.com/r/yurivisualnovels/comments/1k64e72/the_final_fragment_h
as_a_steam_page_also_a_survey/](https://www.reddit.com/r/yurivisualnovels/comments/1k64e72/the_final_fragment_h_as_a_steam_page_also_a_survey/)

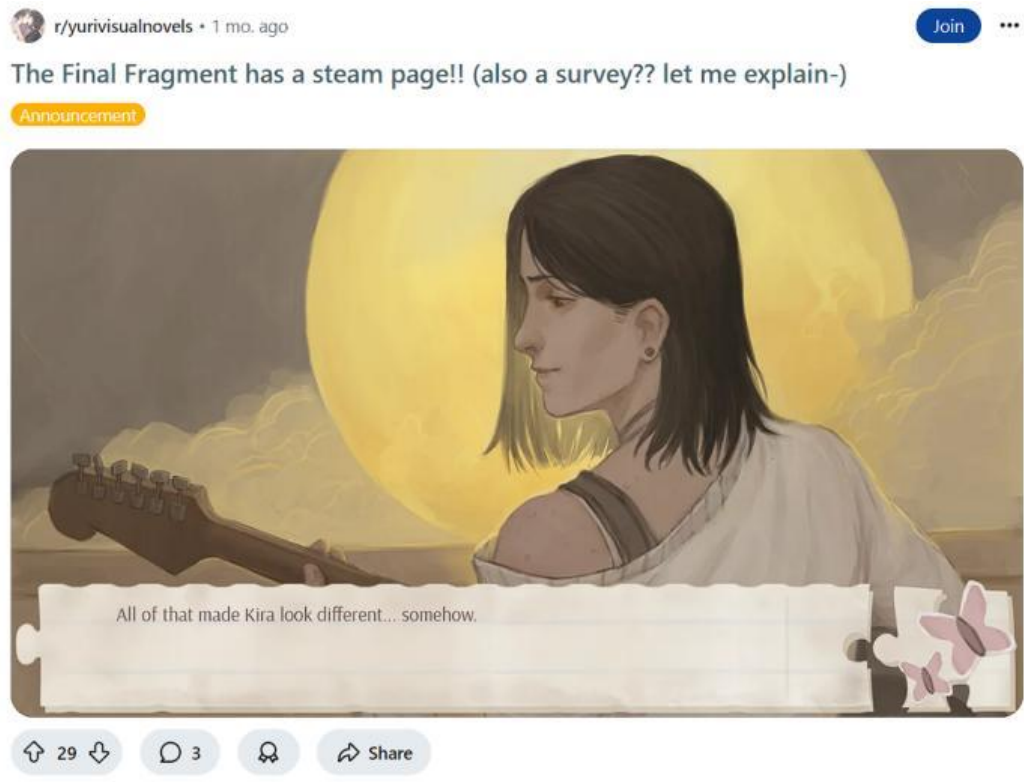


Рисунок Г.4. Промоція на реддіті

<https://www.tiktok.com/@mahousparkle/video/7453474170261867782>



Рисунок Г.4. Промоція-тизер у тіктоці