

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра медіапродюсування та видавничої справи

**СТВОРЕННЯ ЛІТЕРАТУРНО-ХУДОЖНЬОГО КНИЖКОВОГО
ВИДАННЯ**

Кваліфікаційна робота
на здобуття першого (бакалаврського) освітнього рівня

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри медіапродюсування та
видавничої справи

_____ Фіголь Н. М.
(підпис)

«_____» _____ 20__ р.

Оцінка з урахуванням усного захисту

Члени комісії:

«_____» _____ 20__ р.

Студентки групи ВСРб-1-21-4.0д.

денної форми навчання

напряму підготовки: 061 Журналістика

спеціальність: 061 Журналістика

освітня програма: «Видавнича справа та
редагування»

Зозулі Валерії Вікторівни

Науковий керівник

Вернигора Ніна Миколаївна,

канд. наук із соц. комунік., доц. кафедри

КИЇВ – 2025

ЗМІСТ

ЧАСТИНА I. Резюме проєкту	1
ЧАСТИНА II. Обґрунтування проєкту	
ВСТУП	5
Розділ 1. Теоретичне обґрунтування проєкту	
1.1 Дослідження ринку та особливості аудиторії проєкту	6
1.2 Аналіз конкурентного середовища	7
Розділ 2. Техніко-економічні характеристики літературно-художнього видання	
2.1. Загальні характеристики літературно-художнього видання	9
2.2. Редакційно-видавничий комплекс підготовки проєкту	10
2.3. Економічні аспекти реалізації проєкту	11
2.4 Соціальна значущість проєкту	13
Розділ 3. Просування проєкту на ринку	
3.1. Шляхи розповсюдження видання	14
3.2. Концепція промоції видання	15
ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА	17
ДОДАТКИ	18

ЧАСТИНА І
Резюме проєкту

Анотація проєкту

Зозуля, Валерія. Мікаелла: психологічний трилер. Київ: Globe Publish, 2025. 74 с.

Видання містить в собі 18 глав мультиперспективної оповіді, 2 глави оповіді від третьої особи. Налічується 4 персонажі, які розповідають історію головної героїні. Оповідання поєднує в собі елементи напруги, загадки, та відчуття наближення небезпеки. Книга не містить ілюстрації. Кожна глава від конкретного оповідача містить на початку свій унікальний графічний елемент.

Унікальність цього проєкту в тому, що:

- Проєкт є комплексним і містить авторський текст молодого українського письменника, передбачає друкований та електронний формат видання, україномовну та англomовну версії видання.

- На сучасному книжковому ринку України жанр психологічного трилеру від українських авторів не є достатньо розповсюдженим, отже ця ніша може вважатися перспективною.

- Видання перекладається англійською мовою, що дає можливість охопити ширшу читацьку аудиторію та вийти на віжнародні ринки.

- На світовому ринку, загалом, досить рідко зустрічаються видання із мультиперспективною оповіддю історії. А саме мультиперспективний підхід оповіді допомагає сформувати різноманітність досвіду читання.

“Мікаелла” — це літературно-художнє книжкове видання в жанрі психологічного трилеру. Метою є просування сучасної української літератури на міжнародний ринок.

Проєкт передбачає створення паперового та електронного продуктів для залучення більшої аудиторії. Видання має англomовний переклад, що потенційно розширює аудиторію. Проєкт має на меті реалізацію творчого потенціалу молодого автора та привернення уваги міжнародної аудиторії до української літератури.

Особлива увага приділяється верстці, оформленню та презентації видання як завершеного літературно-художнього продукту, який здатний зацікавити потенційного читача.

Авторська робота, у контексті створення літературно-художнього книжкового видання, є потенційно важливим проєктом для популяризації та розвитку україномовних та англomовних літературних видань сучасних українських авторів.

За результатами опитування було зрозуміло, що цільова аудиторія проєкту це читачі з 18 до 45+ років. Загалом, це люди, які проживають в

Україні, Чехії, Великій Британії, Америці та поодинокі випадки з інших країн світу.

Для просування видання на ринку використовуватимуться соціальні мережі, співпраця з письменниками, книжковими блогерами, інфлюенсерами, місцями книгорозповсюджувачів, створення власного мерчу (закладки).

Такого роду проєкт має неабиякий потенціал, завдяки доступності різних форматів та мультиплатформності видання, легкій мові автора, унікальності.

ЧАСТИНА II
Обґрунтування проєкту

ВСТУП

Для реалізації бакалаврського проєкту я вирішила створити власне літературно-художнє книжкове видання.

Актуальність проєкту полягає, по-перше, в комплексному підході до реалізації.

Також, книг в жанрі психологічного трилеру в українській літературі дуже мало. Зазвичай українська аудиторія обирає перекладні видання цього жанру.

Наступне, під час воєнного стану в країні, коли в інформативному полі, українська література загалом віддзеркалює сучасність, аудиторія має високу зацікавленість, зокрема у жанрі психологічного трилера. Зацікавленість читача у роботах молодих українських авторів.

І зрештою, проведене мною опитування показало, що більшість аудиторії зацікавлена, але ніколи не читали мультиреспективні історії, тому видання несе свою цінність нового досвіду.

Також, мій проєкт допоможе читачеві розвинути критичне мислення, тому що історія розповідається з перспектив різних людей, а значить справжня історія це загадка.

Мета проєкту: Створення сучасного українського видання з перспективою виходу на міжнародний ринок.

Основні завдання проєкту:

- Розробити концепцію видання;
- Розробити обкладинку видання;
- Створити продукт, розробити верстку;
- Створити англomовну версію видання;
- Залучити бета-вчитувачів;
- Розробити концепцію поширення видання;
- Розробити концепцію збільшення читацької аудиторії;
- Розробити шляхи формування пізнаваності автора;

Розділ 1. Теоретичне обґрунтування проєкту

1.1 Дослідження ринку та особливості аудиторії проєкту

Дослідження українського ринку. Після початку повномасштабного вторгнення, попит на українську літературу значно зріс. Люди активно купують книги про історію, культуру, війну та національну ідентичність. Український книжковий ринок став більш патріотичним та орієнтованим на власного читача.

Державні ініціативи, видавництва, книжкові блогери та інфлюенсери активно підтримують молодих авторів та допомагають їм знайти свою аудиторію та підтримують у здобути мінімальної впізнаваності.

Найпопулярнішими виданнями на ринку є книжки воєнної тематики, психологічні романи, поезія, фентезі, сучасна українська проза та підліткова література.

Найбільші постачальники видавничої продукції жанру психологічного трилера в Україні це видавництва “Клуб Сімейного Дозвілля”, “Віхола”, “Видавництво Старого Лева” та “Віват”.

Читачі купляють видання у фізичних книжкових магазинах, де представлена продукція перелічених видавництв, а, також, в онлайн магазинах, таких як Yakaboo, Rozetka та Книгарня Є.

Дослідження світового ринку. Перспективно, мій проєкт матиме переклад англійською мовою, фрагмент якого є частиною мого проєкту, тому дослідження закордонного ринку теж важливе.

Для українських авторів є багато перспектив для просування на світовому ринку. Існують численні ініціативи та конкурси на переклад книжки оригіналу на більшість мов європейських країн. Європейський ринок робить велику роботу над розширенням своєї літератури, співпраці з авторами з усіх країн континенту та пошук нових імен. Видавництва в більшості країн світу шукають нові голоси та підтримують авторів з цивілізованих країн світу.

Найпопулярніші жанри на світовому ринку це фантастика, фентезі, романи, трилери, нон-фікшн та Young Adult.

Друкована книга є основною формою споживання, але наростає популярність аудіокниг та електронних видань.

Найбільші постачальники видавничої продукції жанру психологічного трилера закордоном є Penguin Random House, Choc Lit, Bloomsbury Publishing, Level Best.

Дослідження аудиторії. Цільова аудиторія – це люди віком від 18 до 25 років (проведене опитування показало, що таке видання може зацікавити читачів інших вікових категорій), які цікавляться літературою, а саме жанром психологічного трилера. Також, люди які цікавляться новинками української літератури та підтримують молодих авторів.

Для глибшого аналізу аудиторії було проведено опитування в Google forms, де були поставлені запитання для визначення сегменту, вподобань та висвітлення ряду інших аспектів (Додаток А).

1.2 Аналіз конкурентного середовища

Україномовне середовище. На вітчизняному книжковому ринку можна знайти не багато психологічних трилерів, які не включають в себе детективну лінію. Насамперед це «Танці з кістками» Андрія Сем'янова.

Представники популярних сучасних психологічних трилерів є Ілларіон Павлюк, Макс Кідрук, Юлія Чернінька, Поліна Кулакова, Ярослава Литвин, Андрій Новік та Ірена Карпа.

Видання можна придбати у книжкових магазинах, онлайн-платформах та на сайті видавництва. Книжки деяких авторів мають електронний та аудіо формат.

Англomовне середовище. Один з популярніших представників жанру психологічного трилера без детективних елементів це Фредрік Бахман, Валері Кіог, Келлі Казумі, Еджі Томсон, Колін Гувер, Еліс Фіні та інші.

Видання можна купити в книжкових магазинах та на онлайн-платформах. Більшість книжок мають аудіо та електронний формати. Також, кожен автор має перекладні видання, включаючи україномовні.

SWOT-аналіз:

Сильні сторони

- Український ринок здебільшого заповнено закордонними виданнями жанру психологічного трилера, тому знайдуться читачі, зацікавленні у вітчизняному продукті цього жанру.
- Унікальний сюжет, стиль та подача.
- Переклад англійською та перспектива виходу на світовий ринок.

Слабкі сторони

- Велика конкуренція на ринку через популярність закордонних видань жанру психологічного трилера.
- Нове непопулярне ім'я автора.

Можливості

- Можливість створення електронного видання, що є більш доступним для читацької аудиторії.
- Велике залучення аудиторії завдяки соціальним мережам.
- Залучення англомовної аудиторії.

Загрози

- Піратство може знизити продажі видання.
- Створення великої кількості конкурентних видань жанру психологічного трилера, що призведе до зниження продажів.

Розділ 2. Техніко-економічні характеристики літературно-художнього видання

2.1 Загальні характеристики літературно-художнього видання

Текст для видання та верста були створені мною. Великих складнощів для реалізації ідеї не було. Знадобилися ноутбук та такі програми як Google Documents, Adobe InDesign, Adobe Photoshop.

Основні характеристики літературно-художнього видання:

- Назва твору: Мікаелла
- Автор: Валерія Зозуля
- Тип видання: літературно-художнє
- Жанр: трилер
- Мова видання: Українська/Англійська
- Кількість сторінок: 74
- Кількість розділів: 20
- Розмір: 120×165 (70×100/32)
- Обкладинка: м'яка
- Товщина корінця: 10 мм
- Папір: офсетний
- Шрифт: Constantia
- Кегль основного тексту: 10
- Кегль підзаголовків: 11

Це гостросюжетне оповідання, написане у стилі мультиперспективної оповіді, де зображені події в невизначеному місті та описана історія вигаданих персонажів.

Проект має мету естетичного впливу через сучасний стиль обкладинки, унікальні графічні елементи та зручний розмір. Проект створюється мультиформатним та мультиплатформним.

Видання містить обкладинку, на якій ілюстровано натяк на фінал історії. Текст подано сучасною українською мовою та перекладано на англійську, було використано розмовну лексику.

Проект розраховано на широку читацьку аудиторію, а саме, підлітків та дорослих віком від 14 років та охоплює країни з україномовною та англomовною спільнотою.

Структура видання має стандартну форму: титульний лист, вихідні данні, анотація, текстовий блок, випускні данні.

2.2. Редакційно-видавничий комплекс підготовки проєкту

Під час реалізації проєкту було проведено редакційно-видавничий комплекс підготовки видання. Це є важливою частиною створення якісної продукції. Було виконано такі етапи:

- *Авторська підготовка.*

Створення художнього тексту та саморедагування, підготовка рукопису до подальшої роботи над ним.

- *Літературне редагування.*

Цей етап включає в себе перевірку стилю, мови, композиції, логіки послідовності подій, тощо.

- *Коректура тексту.*

Виправлення граматичних, орфографічних та пунктуаційних помилок.

- *Дизайн обкладинки.*

Це є один з найважливіших процесів, бо саме зовнішній вигляд книги несе за собою естетичну наповненість та має на меті привернути увагу потенційних покупців та читачів. Важливо було створити символічну обкладинку, пов'язану зі змістом та впровадити інтригу, щоб читач зацікавився та переглянув анотацію й, в ідеальному сценарії, придбав видання.

- *Верстка.*

Оформлення тексту на сторінках, підбір підходящих шрифтів, удосконалення абзаців, оформлення заголовків, створення нумерації сторінок, впровадження колонтитулів, вставка графічних елементів, створення вихідних даних для видання, оформлення титульних сторінок, тощо.

Авторська підготовка тексту проводилась мною, так само як і редагування та коректура. Для роботи з текстом мені знадобилась програма Google Documents, яка має легкий інтерфейс для написання та редагування. Після написання повного тексту українською мовою, я приступила до підготовки до перекладу англійською.

Переклад виконувався мною самостійно. Редагування та адаптація тексту під англomовного читача виконувались носієм мови.

Дизайн обкладинки було створено у Adobe Photoshop. На шляху до створення символічної обкладинки, яка несе в собі інтригу та натяк до сюжету, було створено 2 попередні варіанти, які не увійшли у робочий варіант.

Верстка тексту була проведена у програмі Adobe InDesign. Було створено макет оригінального видання, з урахуванням вихідних даних, номеру ISBN,

логотипу вигаданого видавництва та анотації. Також було створено макет фрагменту перекладного англомовного видання.

2.3 Економічні аспекти реалізації проєкту

У видавничій справі дуже важливим є економічна цінність. Я вирахувала вартість проєкту та приблизний прибуток в трьох аспектах: друк в Україні із залученням всіх фахівців, друк в Чехії із залученням всіх фахівців, самовидав із мінімальним залученням фахівців.

Друк в Україні із залученням всіх фахівців

Редакторська робота: 100 грн/1000 знаків (проєкт має 56500 знаків) = 5650грн.

Коректура: 50 грн/1000 знаків = 2825 грн.

Дизайн обкладинки: наявний. Коректура та збільшення якості = 2000грн.

Верстка друкованого видання: наявна. Коректура та збільшення якості = 2500грн.

Верстка електронного видання: наявна. Коректура та збільшення якості = 1500 грн.

Таргетована реклама в соціальних мережах: приблизно 8000 грн.

Реєстрація ISBN: 2500 грн.

Друк паперового видання: 1000 примірників = 90000 грн.

Реєстрація та розміщення електронного видання: 1000 грн.

Підсумкова вартість проєкту — 115975 грн.

Собівартість 1 примірника = 120 грн.

Якщо ціна одного примірника буде 250 гривень, то при продажу повного тиражу, прибуток становитиме 134025 грн.

Друк в Чехії із залученням всіх фахівців

Переклад: наявний.

Редагування та адаптація англійського перекладу: 75 крон/1 сторінка = 4000 крон.

Коректура: 7200 крон.

Дизайн обкладинки: наявний. Коректура та збільшення якості = 1500 крон

Верстка друкованого видання: наявна. Коректура та збільшення якості = 3000 крон.

Верстка електронного видання: наявна. Коректура та збільшення якості = 2000 крон.

Таргетована реклама в соціальних мережах: приблизно 9000 крон.

Реєстрація ISBN: 2500 крон.

Друк паперового видання: 1000 примірників = 70000 крон.

Реєстрація та розміщення електронного видання: 1500 крон.

Підсумкова вартість проєкту — 99350 крон

Собівартість 1 примірника = 99 крон.

Якщо ціна одного примірника буде 200 крон, то при продажу повного тиражу, прибуток становитиме 100650 крон.

Самовидавець із мінімальним залученням фахівців (україномовне видання)

Редагування: самостійно.

Коректура: самостійно.

Дизайн обкладинки: самостійно.

Верстка паперового видання: самостійно.

Верстка електронного видання: самостійно.

Реклама: мінімальні витрати 5000 грн.

Реєстрація ISBN: 2500 грн.

Друк паперового видання: 1000 примірників = 90000 грн.

Реєстрація та розміщення електронного видання: 1000 грн.

Підсумкова вартість проєкту — 98500 грн

Собівартість 1 примірника = 99 грн.

Якщо ціна одного примірника буде 250 гривень, то при продажу повного тиражу, прибуток становитиме 151500 гривень.

Самовидавець із мінімальним залученням фахівців (англомовне видання)

Переклад: самостійно.

Редагування та адаптація англійського перекладу: 75 крон/1 сторінка = 4000 крон.

Коректура: самостійно.

Дизайн обкладинки: самостійно.

Верстка друкованого видання: самостійно.

Верстка електронного видання: самостійно.

Таргетована реклама в соціальних мережах: мінімальні витрати 5000 крон

Реєстрація ISBN: 2500 крон

Друк паперового видання: 1000 примірників = 70000 крон

Реєстрація та розміщення електронного видання: 1500 крон

Підсумкова вартість проєкту — 83000 крони

Собівартість 1 примірника = 83 крони.

Якщо ціна одного примірника буде 200 крон, то при продажу повного тиражу, прибуток становитиме 117000 крон.

2.4. Соціальна значущість проєкту

Створення літературно-художнього книжкового видання має деякі соціально важливі аспекти.

1. *Сприяє розвитку сучасної української літератури та популяризації її у світі.*

Проєкт є творіння молодого українського автора з перспективою перекладу англійською мовою, завдяки чому буде можливість охопити не тільки україномовну аудиторію, але й англомовну, що потенційно охоплює більшість країн світу.

2. *Формує критичне мислення читача.*

Через мультиперспективну оповідь історії, читач має самотужки відповісти на деякі запитання та домислити повну картинку історії головної героїні. Також, оповідання стимулює читачів замислитись над суспільними процесами.

3. *Підвищує зацікавленість до читання.*

Сучасна форма подання історії, актуальна тематика, яка не прив'язана до часу чи місця, але може статися будь-де та з будь-ким, унікальний стиль автора це сприяє залучення нової аудиторії до читання сучасної української літератури та роботи молодих авторів.

4. *Стимулює до морально-етичних роздумів.*

Порушення тем свободи, вибору, виховання, відносин батьки-діти, шкідливих звичок змушує читача замислитись про власні та суспільні цінності.

5. *Підтримує культурну ідентичність.*

Через активну та потужну інформаційну війну, важливо підтримувати національні літературні ініціативи, які формують сучасну українську літературу та мають перспективу розповсюдження її на світовому ринку.

Розділ 3. Просування проєкту на ринку

3.1 Шляхи розповсюдження видання

Комплекс використання онлайн- та офлайн-каналів для розповсюдження видання дозволяє підвищити ефективність донесення продукту до цільової аудиторії, збільшити його вплив та популярність у суспільстві.

Розповсюдження видання відбуватиметься такими методами:

1. Книжкові магазини.

Це є найпопулярнішим місцем для придбання книги як в Україні, так і закордоном. Люди приходять туди з ціллю придбати літературу та, дуже часто, дивляться на обкладинки, а не на ім'я автора.

2. Онлайн-магазини.

Тут, читач, зазвичай, в пошуках конкретної або знайомої йому книги. Також відкривається можливість продавати електронні книжки, що матиме меншу ціну та зручність ознайомитись із доступним уривком книги та побачити відгуки користувачів.

3. Онлайн-платформи електронних книжок.

Існує багато платформ з бібліотекою електронних книжок, що може поширити аудиторію через можливість піратства та меншу ціну за продукт.

4. Літературні заходи та фестивалі.

Презентація книги на книжкових ярмарках як в Україні, так і закордоном, сприяє більшій кількості читачів стати обізнаним про існування конкретного видання та сприяє розвитку та популяризації молодого автора. Такий самий результат має участь автора у зустрічах із читачами, творчих та літературних вечорах та обговореннях.

5. Соціальні мережі.

Реклама, просування книги через Фейсбук, Інстаграм, Тік-Ток. Співпраця із книжковими блогерами, книжковим Ютубом, сторінками видавництв.

6. Засоби Масової Інформації.

Співпраця з літературними медіа, тематичними сайтами, подкастами, блогами, тощо.

7. Співпраця з громадськими організаціями.

Спільні проєкти культурного призначення з літературними фондами, культурними центрами та іншими ініціативами.

3.2 Концепція промоції видання

Мета промоції видання - залучити широку читацьку аудиторію; підвищити впізнаваність автора та книги; сформувати публічну зацікавленість до сучасної української літератури в Україні та закордоном.

Цільова аудиторія: підлітки та дорослі, 14+, які цікавляться сучасною українською літературою, психологічними трилерами та інтригою. Україномовне та англomовне населення України та Європи.

Будуть використані такі інструменти та канали промоції видання:

1. Соціальні мережі SMM-кампанія у Фейсбуці, Інстаграмі та Тік-тоці із структурованим веденням сторінок з використанням цитат з книги, представлення обкладинки, відгуки читачів, залучаючи інтерактивну комунікацію з аудиторією.

2. Співпраця з іншими письменниками. Почати спільний проєкт, інфокампанію або культурну ініціативу із сучасними письменниками, які зацікавлені у співпраці та/або працюють в такому самому жанрі.

3. Співпраця із книжковими блогерами. Відсилати копії книжок, до BookTube блогерів, організовувати огляди, конкурси, прямі ефіри у співпраці з книжковими блогерами.

4. Мерч. Створення тематичних та символічних ілюстрацій для обкладинок, карток, стікерів, тощо, та розповсюджувати їх як власний мерч через онлайн-канали зв'язку. Також, використання їх під час особистої відправки пакунку з книгою для естетичного ефекту (відправка до блогерів, критиків, тощо).

5. Презентації книги. Онлайн та офлайн презентації книжок у тематичних закладах та спеціалізованих платформах.

6. Фестивалі та ярмарки. Участь у літературних фестивалях та ярмарках книжкової тематики, які відбуваються в Україні та поза її межами з ціллю залучення ширшої аудиторії та розвитку співпраці з іншими авторами та, можливо, спонсорами.

7. Безкоштовна розсилка. Поширення безкоштовних примірників літературним критикам, книжковим блогерам, бібліотекам, інфлюенсерам, тощо.

8. Створення підґрунтя для обізнаності про видання. Участь у інтерв'ю, подкастах, просування рецензій в літературних виданнях зокрема в онлайн-форматі.

9. Розвиток інтерактиву з аудиторією. Не забуваючи про інтерактив з аудиторією в соціальних мережах, також можна брати участь в онлайн-дискусіях, обговореннях, прямих ефірах, розробити конкурси, пов'язані із виданням (наприклад, конкурс ілюстрацій, буктрейлерів, фон-обкладинок за мотивами книги, тощо). Розробляти партнерство з книгарнями або платформами для створення тематичних заходів.

Очікуванні результати від комплексу дій, що направлення на промоцію видання:

- Підвищення впізнаваності твору та автору в інформаційному просторі.
- Зростання продажів та популярності.
- Формування активної читацької спільноти навколо книги та автора.

ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА

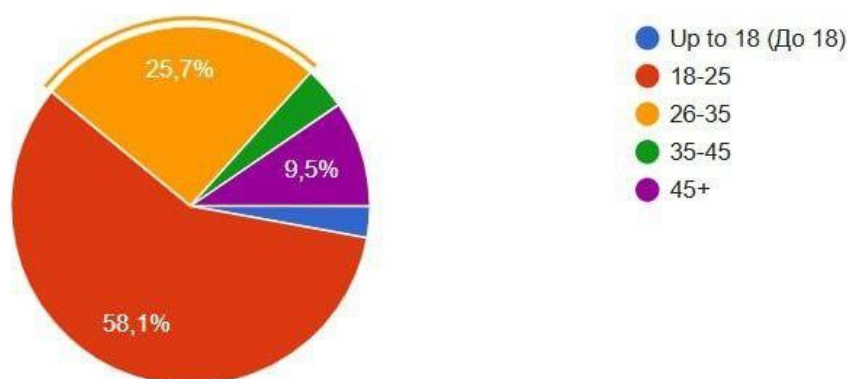
1. Сайт українського інституту книги. URL: <https://ubi.org.ua/uk> (Дата звернення: 19.05.2025)
2. Сайт видавництва Vivat. URL: <https://vivat.com.ua> (Дата звернення: 16.05.2025)
3. Сайт онлайн-магазину Книгарня Є. URL: <https://book-ye.com.ua> (Дата звернення: 16.05.2025)
4. Сайт видавництва Клуб Сімейного Дозвілля. URL: <https://ksd.ua/> (Дата звернення: 16.05.2025)
5. Сайт видавництва Віхола. URL: <https://www.vikhola.com/> (Дата звернення: 16.05.2025)
6. Сайт видавництва Видавництво Старого Лева. URL: <https://starylev.com.ua/> (Дата звернення: 16.05.2025)
7. Сайт онлайн-магазину Yakaboo. URL: <https://www.yakaboo.ua/> (Дата звернення: 16.05.2025)
8. Сайт видавництва Choc Lit. URL: <https://www.choc-lit.com/> (Дата звернення: 16.05.2025)
9. Сайт видавництва Penguin Random House. URL: <https://www.penguinrandomhouse.com> (Дата звернення: 16.05.2025)
10. Сайт видавництва Bloomsbury Publishing. URL: <https://www.bloomsbury.com/> (Дата звернення: 16.05.2025)
11. Сайт видавництва Level Best. URL: <https://www.levelbestbooks.us/>
12. Сайт Eye-Popping Book and Reading Statistics. URL: <https://www.tonerbuzz.com/> (Дата звернення: 19.05.2025)
13. Посібник Стандарти в поліграфії та видавничій справі. URL: <https://document.kdu.edu.ua/> (Дата звернення: 10.05.2025)
14. ДСТУ про вихідні відомості видання. URL: <https://library.znu.edu.ua/> (Дата звернення: 11.05.2025)

ДОДАТКИ

Додаток А

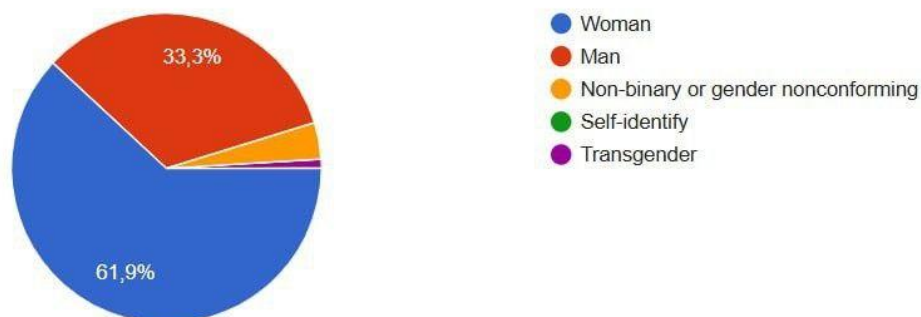
How old are you? (Скільки вам років?)

105 відповідей



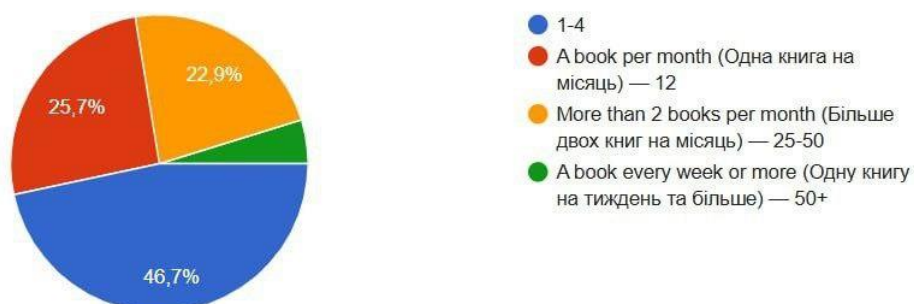
What is your gender? (Яка ваша стать)

105 відповідей



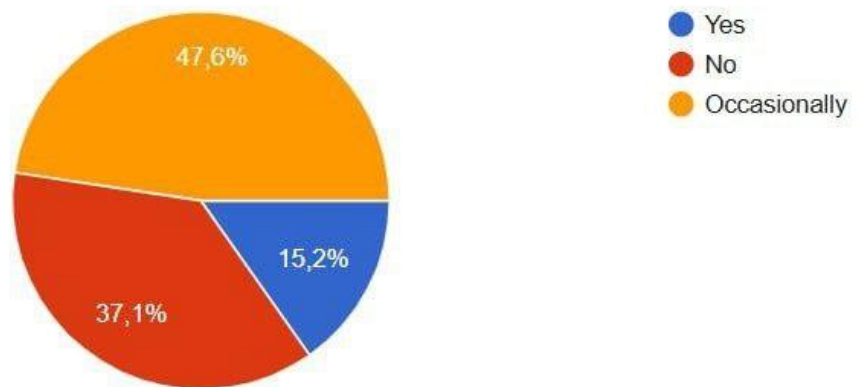
How many books do you read per year? (Скільки книг на рік ви читаєте?)

105 відповідей



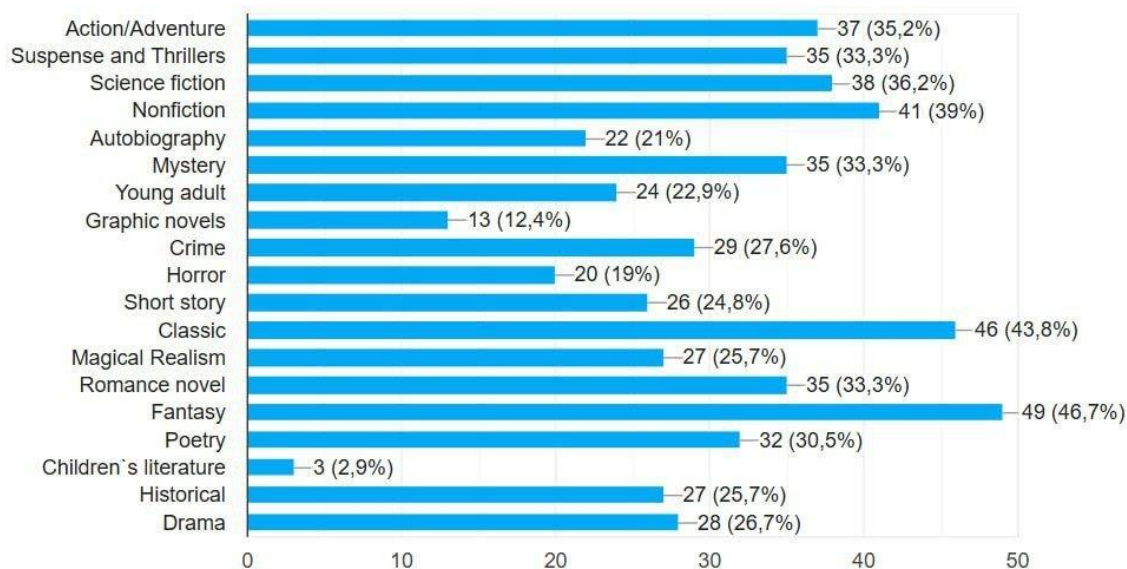
Do you mostly buy books by their cover? (Чи ви переважно купляєте книги за обкладинкою?)

105 відповідей



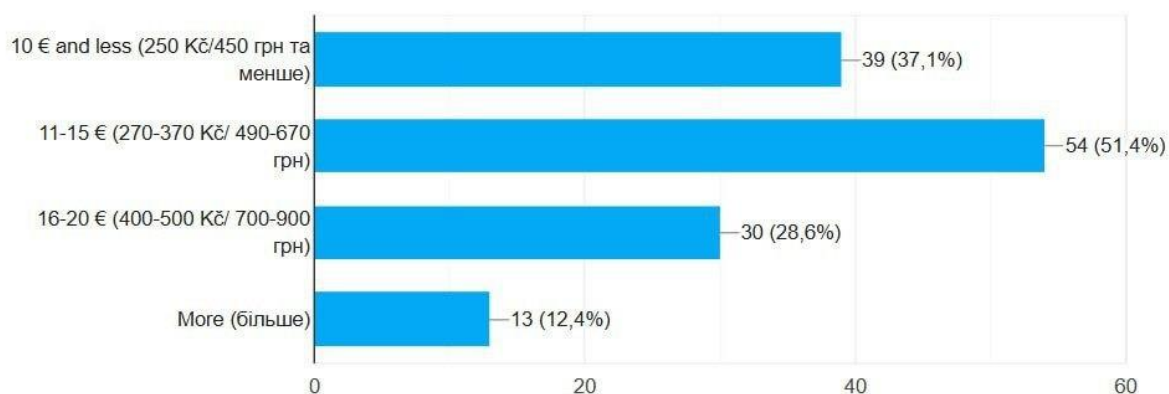
What kind of books are you interested in? (Які книги вас цікавлять?)

105 відповідей



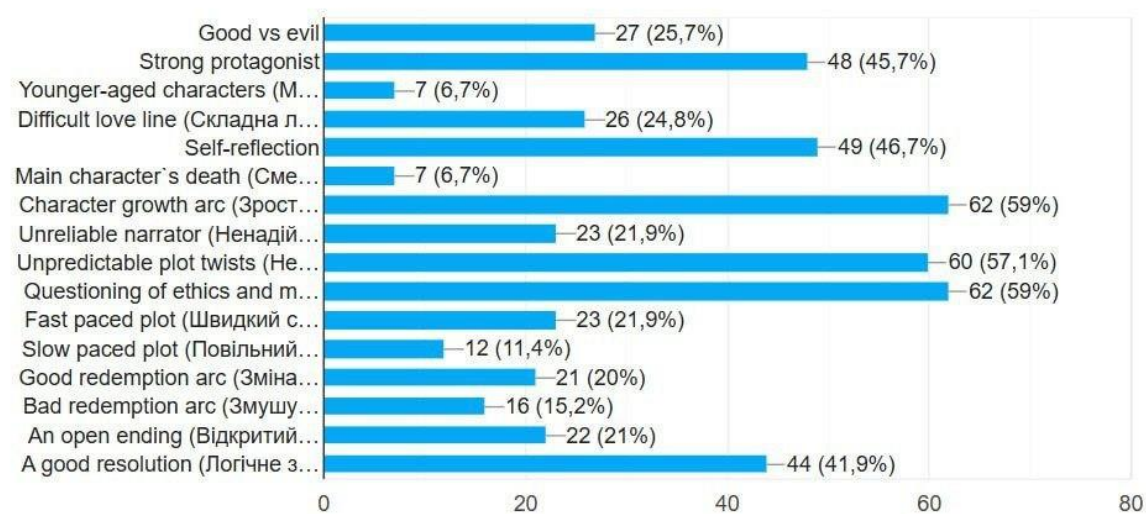
How much are you willing to spend on one book? (Скільки ви готові витратити на одну книгу?)

105 відповідей



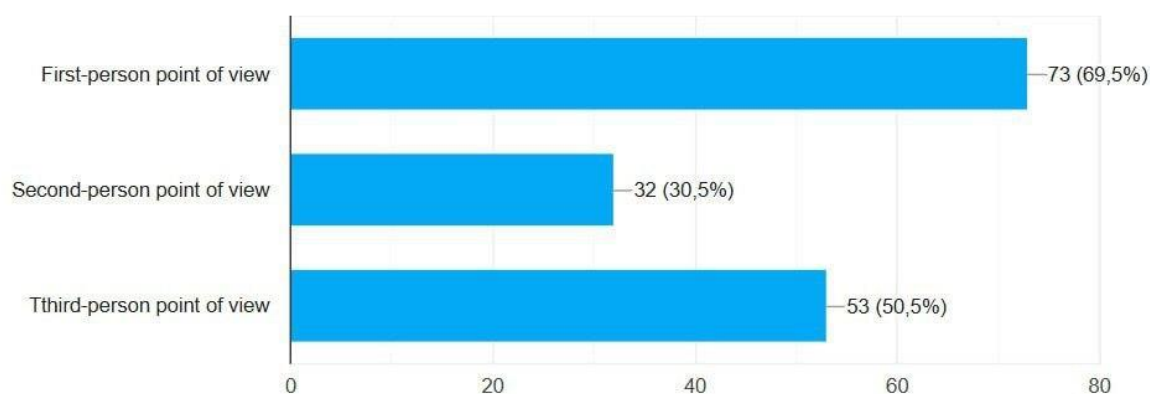
What do you like in a plot? (Що вам подобається в сюжеті?)

105 відповідей



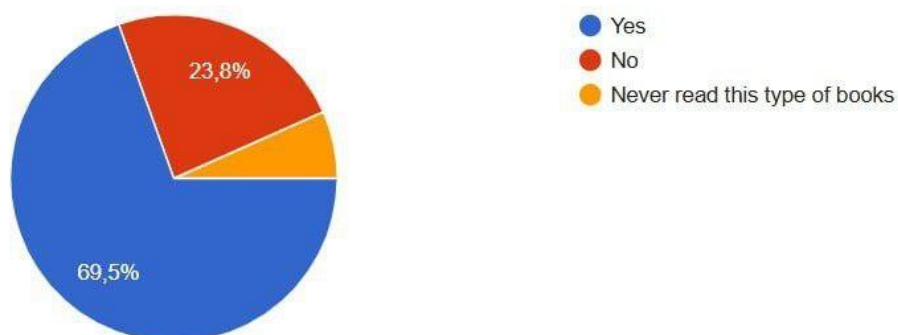
How do you prefer the story to be narrated? (Якому типу оповіді ви віддаєте перевагу?)

105 відповідей



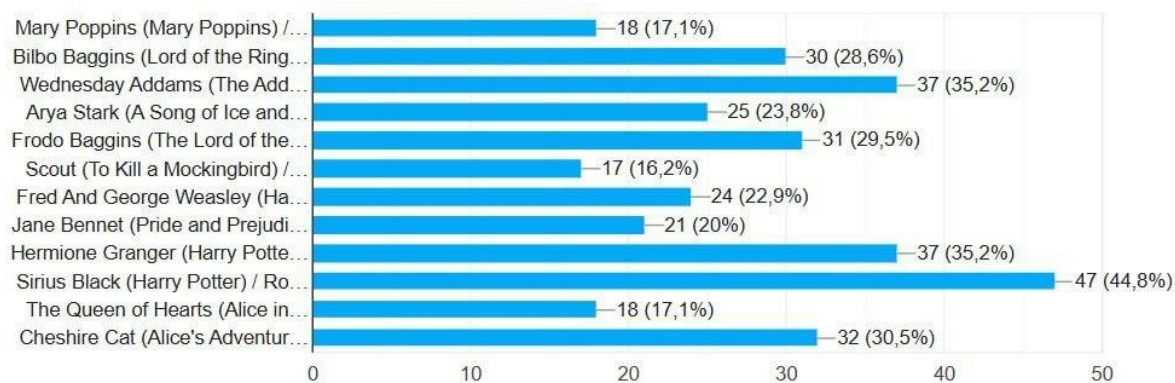
Do you like multiple narrators/multiperspectivity in the story? (Чи вам подобається багато перспективність в історії?)

105 відповідей



Which character archetypes do you enjoy the most? (Архетипи яких персонажів вам подобаються найбільше?)

105 відповідей



Додаток Б



Додаток В



Пітер

— А той питає, з чого зроблено сидр. Я кажу, яблука. А він такий, у мене алергія на яблука, можна сидр без яблук. Я такий, у нас нема сидру без яблук. А він такий, а який у вас є? А я кажу, тільки яблучний. І знаєш що він зробив?

— Що?

— Випив той сидр.

— Серйозно? — Я питально підняв брови, дивлячись на Макса. Він сидів за баром, протираючи конденсат зі своєї пивної склянки.

— Іноді запитуюсь, як такі люди доживають до 30-ти років.

Я зробив ковток свого мультивітамінного соку. Міка стояла на іншому боці бару, приймаючи оплати гостей, що засиділись після закриття. Приміщення швидко опустіло.

— Ну, — з серйозним видом повернувся до мене Макс, — де ти припаркувався?

— За кутом.

— Добре. Міко, дай знати, коли ти готова.

Міка підняла великий палець вгору, не відволікаючись від рахування грошей.



Mrs. Oriana

«Mr. Cat, what did you do to my orchid?!»

The cat sat on the windowsill, purring. I shooed him away with my hand and moved the orchid to the taller shelf.

The whistle of the kettle pierced the air. Oh right, I was making tea. Scooping up Mr. Cat, I went to the kitchen. The cat watched my movements, dancing on the table.

«Your food has run out. I will go to the store today.»

Mr. Cat rubbed his head near the cup and gently bit my hand. Then, he froze, yowled loudly and jumped off the counter in the direction of the front door.

The bell rang.

«You hear everything, Mister. Who's here? Get off the road.»

The sound of loud conversation came through the open door. Next to the adjacent apartment, two heavy set men with disgusting tattoos, dressed in black jackets, were arguing with the owner.