

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра медіапродюсування та видавничої справи

**СТВОРЕННЯ НАСТІЛЬНОЇ РОЛЬОВОЇ ГРИ ЗА УКРАЇНСЬКОЮ
МІФОЛОГІЄЮ**

Кваліфікаційна робота

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

завідувач кафедри медіапродюсування та
видавничої справи

Т. Г. Файчук

« ____ » _____ 2026 р.

Оцінка з урахуванням усного захисту

Члени комісії:

« ____ » _____ 2026 р.

студентки групи ВСРБ-1-22-4.0д.

денної форми навчання

спеціальність: 061 Журналістика

освітня програма: 061.00.03

«Видавнича справа та
редагування»

Івлєвої Анастасії Микитівни

Науковий керівник:

викладач кафедри

медіапродюсування та

видавничої справи

Яструбенко О. М.

КИЇВ – 2026

ЗМІСТ

ЧАСТИНА I. ВИДАВНИЧИЙ ПРОДУКТ ТА СУПРОВІДНІ МАТЕРІАЛИ.....	3
РЕЗЮМЕ ПРОЄКТУ	3
ЧАСТИНА II. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОДУКТУ.....	6
1.1. Дослідження ринку й аналіз конкурентного середовища	6
1.2. Аналіз конкурентного середовища	8
РОЗДІЛ 2. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВИДАВНИЧОГО ПРОДУКТУ	10
2.1. Концепція та структура видання	10
2.2. Технічні параметри та економічне обґрунтування	12
РОЗДІЛ 3. ПРОСУВАННЯ ПРОЄКТУ	14
3.1. Маркетингова стратегія та канали збуту.....	14
3.2. Краудфандинг та партнерська мережа.....	16
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	18
ДОДАТКИ.....	20

ЧАСТИНА I. ВИДАВНИЧИЙ ПРОДУКТ ТА СУПРОВІДНІ МАТЕРІАЛИ

РЕЗЮМЕ ПРОЄКТУ

«Вирій» – настільна рольова гра (НРГ) в жанрі містичного фентезі, натхненна українською міфологією. Гравці прокидаються посеред карпатського лісу. Вони не пам'ятають, як тут опинилися, і змушені шукати вихід, взаємодіючи з часто небезпечними істотами та древніми духами. Важливим складником ігрового процесу є комунікація гравців між собою. Саме від їхніх рішень і дій часто залежатиме розвиток сюжету.

У цій грі кожен гравець отримує таємну роль: людина, мольфар(ка), підмінок або вовкулака. Кожна з них наділяє персонажа особливими здібностями та певними недоліками. Гравцям важливо навчитися працювати в команді й розумно використовувати їхні сили. Основу ігроладу складають перевірки на успішність виконання тієї чи іншої дії за допомогою кидків кубиків, система накопичення страху та наративний підхід до бою й дослідження світу.

«Вирій» орієнтовано на дорослу аудиторію, яка цікавиться настільними рольовими іграми, українською культурою та жанром фентезі.

Проєкт переосмислює та популяризує український фольклор, поєднуючи традиційні образи мольфарів, вовкулак та різних лісових істот із механіками кооперативної гри.

НРГ може існувати як у форматі друкованого видання, так і у вигляді цифрового PDF-посібника, аби завдяки своїй доступності охопити якнайширшу аудиторію.

ЧАСТИНА II. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

ВСТУП

Настільна рольова гра – це командна розважальна гра, де учасники разом із майстром пишуть історію, керуючи вигаданими персонажами. У світі цей жанр почав набирати популярність через культову систему Dungeons & Dragons («Підземелля і дракони»), яка з'явилася ще в 1974 році й досі продовжує активно розвиватися.

В Україні ж цей жанр впродовж багатьох років не набував значної популярності. Проте останнім часом з'являються офіційні локалізації закордонних ігор та різноманітні авторські проєкти, що поступово починають виводити настільні рольові ігри з тіні. Виокремлюємо «Дике поле», «Архетерика», «Струновій», «Велет», «Космічний ковбой» та інші, що репрезентують різні жанри та сетинги, тож вибагливий український гравець має досить широкий вибір. Водночас з-поміж них він не знайде жодної гри про українську міфологію.

Українська міфологія й демонологія – дуже важлива частина української культури, але, як не дивно, вони дуже мало репрезентовані в сучасних творах. Якщо розглядати настільні ігри в цілому, то можна знайти кілька прикладів із відповідними елементами: «Арідник», «Чарівний світ», «Українська демонологія», проте серед них жодної рольової. Саме тому створення рольової гри на основі української міфології є актуальним і перспективним напрямом розвитку креативних індустрій.

«Вирій» – сучасне переосмислення української міфології та демонології у форматі настільної рольової гри. Проєкт не лише відтворює класичні образи, але й надає гравцям можливість інтерпретувати їх на власний розсуд. Усі ігрові сесії та кампанії – унікальні історії, об'єднані містичним духом карпатських лісів та любов'ю до українського фольклору.

Мета проєкту – створення настільної рольової гри «Вирій».

Завдання проєкту:

1. Проаналізувати ринок настільних рольових ігор та конкурентне середовище.
2. Дослідити цільову аудиторію проєкту та її потреби.
3. Розробити концепцію настільної рольової гри «Вирій».
4. Створити правила гри та систему персонажів.
5. Розробити візуальне оформлення проєкту.
6. Спланувати маркетингову стратегію та заходи з просування гри.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОДУКТУ

1.1. Дослідження ринку й аналіз конкурентного середовища

Глобальний ринок настільних ігор, включно з НРГ, демонструє стабільне зростання. Це чудово ілюструє успіх видавництва Wizards of the Coast, чия гра Dungeons & Dragons у 2022–2023 роках зафіксувала рекордні продажі за всю свою 50-річну історію. Паралельно набирають популярності незалежні видавці та інді-ігри, які пропонують альтернативні системи та оригінальні сетинги.

Український ринок НРГ перебуває на ранньому етапі розвитку. Проте помітно, що інтерес до таких ігор поступово зростає: збільшується кількість ігрових клубів і крамниць настільних ігор у великих містах, активізуються НРГ-спільноти в соціальних мережах, з'являються тематичні подкасти й відеоконтент українською мовою.

«Вирій» має широку цільову аудиторію завдяки простим правилам і популярному сетингу.

Для ефективного позиціонування проєкту на ринку настільних рольових ігор було визначено основні характеристики його цільової аудиторії. Аналіз аудиторії здійснено за такими критеріями: вік, географічне розташування, культурні інтереси, рівень освіти та доходу, а також мотивація до участі в настільних рольових іграх. Такий підхід дає змогу сформулювати цілісне уявлення про потенційних користувачів проєкту та врахувати їхні потреби під час розроблення гри й стратегії її просування.

Вік: переважно 16–35 років. Це покоління, яке виросло разом із популярними франшизами фентезі, добре знайоме з відеоіграми та відкрите до нових форм дозвілля. Молодші гравці (16–22 роки) зазвичай тільки знайомляться з НРГ; старші (23–35 років) – досвідчені гравці, які люблять досліджувати нові системи.

Географія: переважно Київ, Львів, Харків, Одеса, Дніпро та інші обласні центри, де наявна розвинена інфраструктура для настільних ігор – крамниці, клуби, регулярні ігрові вечори. Водночас цифровий формат дозволяє охопити аудиторію по всій Україні та в діаспорі.

Культурна ідентичність: важливим сегментом аудиторії є молоді люди з вираженим інтересом до українського фольклору, народних традицій і слов'янської містики. На тлі зростання національної самосвідомості після 2014 і особливо після 2022 року попит на культурний контент, що апелює до власних коренів, суттєво зріс.

Освіта та рівень доходу: переважно студенти вишів та молоді спеціалісти з середнім і вище середнього рівнем доходу. Вони готові платити за якісний нішевий продукт, що підкреслює їхню ідентичність і відповідає їхнім культурним цінностям.

Мотиви звернення до НРГ у цільовій аудиторії різноманітні: пошук творчого самовираження, бажання соціальної взаємодії, інтерес до спільного сторітелінгу, прагнення до культурної ідентифікації через гру. Ці мотиви посилюють один одного та формують стійкий попит на продукт з унікальним українськомовним сетингом.

Показовим є успіх краудфандингових кампаній українськомовного ігрового контенту. Такі проєкти, як локалізація Gloomhaven та видання оригінальних українських настільних ігор, зібрали значні суми, підтвердивши наявність платоспроможної аудиторії.

Проєкт «Вирій» має потенціал зайняти окрему нішу завдяки поєднанню української міфологічної тематики та механік настільної рольової гри.

1.2. Аналіз конкурентного середовища

Аналіз конкурентного середовища здійснено у двох площинах: глобальний ринок НРГ (прямі конкуренти в жанрі) та українськомовний ігровий ринок (конкуренти за увагу цільової аудиторії).

Глобальні конкуренти.

Dungeons & Dragons (Wizards of the Coast) – незаперечний лідер ринку з часткою понад 50%. Перевага – глобальне визнання, потужна екосистема матеріалів, величезна спільнота. Недолік у контексті нашої аудиторії – відсутність офіційної української локалізації та складні для початківців механіки.

Pathfinder (Paizo Publishing) – другий за популярністю продукт. Відрізняється ще більшою складністю системи, орієнтований на досвідчених гравців. Для нашої аудиторії має ті самі недоліки, що й D&D.

Blades in the Dark (John Harper) та інші інді-ігри – проекти незалежних авторів, зазвичай із простішими механіками та виразними авторськими сетингами. Саме цей сегмент є найближчим конкурентом «Вирію» за форматом і підходом. Низку таких ігор перекладено або локалізовано для ринків Центральної Європи.

Навіяно (Inspired) – польська НРГ на основі слов'янського фольклору. Є прямим конкурентом «Вирію» за тематикою. Видана польською та англійською мовами, в Україні поширюється в обмеженому обсязі. Її існування підтверджує ринковий попит на слов'янський фентезійний сетинг, проте вона не задовольняє потребу в українськомовному продукті з власним культурним контекстом.

Українськомовні конкуренти.

На момент розробки проєкту «Вирій» повноцінних українськомовних НРГ-книг правил на вітчизняному ринку практично немає. Окремі ентузіасти публікували аматорські розробки у форматі PDF, проте жоден із цих проєктів не мав комерційного масштабу та систематичного просування.

Опосередковані конкуренти – настільні ігри інших жанрів (євроігри, кооперативні ігри, детективні ігри), які конкурують за час і бюджет тієї ж аудиторії. В Україні є декілька видавців якісних українськомовних настільних ігор: «Geekach», «Ігромаг», «Розумник». Однак жоден із них не має у своєму портфелі НРГ.

Конкурентні переваги «Вирію»:

1. Унікальний українськомовний сетинг на основі карпатської містики – перший продукт такого роду на ринку.
2. Проста й доступна система механіки на основі кидків кб, яка підходить як для початківців, так і для досвідчених гравців.
3. Культурна актуальність: зростаючий інтерес до українського фольклору та ідентичності.
4. Гнучкість формату: гра розрахована на малі групи (4–6 гравців) і короткі сесії, що відповідає ритму сучасного міського життя.
5. Можливість розширення: базовий набір правил може бути доповнений окремими модулями сценаріїв, бестіарієм, картами та ілюстрованими матеріалами для майстра.

Таким чином, «Вирій» займає нішу, яка наразі є незаповненою: українськомовна НРГ з автентичним слов'янським сетингом, доступною механікою та культурно релевантним змістом. Найближчі конкуренти або є іномовними, або не пропонують НРГ-формату, що дає проєкту виразну конкурентну позицію.

РОЗДІЛ 2. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВИДАВНИЧОГО ПРОДУКТУ

2.1. Концепція та структура видання

«Вирій» виходить у форматі книги правил настільної рольової гри. Видання є самодостатнім продуктом: покупець отримує все необхідне для організації та проведення ігрових сесій, включно з правилами, системою персонажів, описом ігрового світу та авторськими сценаріями.

Формат і обсяг видання.

Формат: А5 (148 × 210 мм) – стандарт для НРГ-видань, зручний для використання за ігровим столом.

Обсяг: 96–112 сторінок основного видання (включаючи ілюстративний матеріал, таблиці та листи персонажа).

Обкладинка: тверда, повноколірний друк, матове або soft-touch ламінування.

Внутрішній блок: один-два кольори (основний текст – чорний, акценти – у фірмовому кольорі видання).

Додатковий матеріал: знімний аркуш листа персонажа формату А4, придатний для ксерокопіювання.

Структура основного видання.

Розділ «Ласкаво просимо до Вирію» (6–8 стор.) – вступний лор, що вводить читача у світ гри. Легенди карпатських лісів, моторошна атмосфера, опис природи та надприродного. Цей розділ занурює гравців у сетинг.

Розділ «Як грати» (12–14 стор.) – правила гри: базова механіка перевірок, система страху, бойові правила, ініціатива, класифікація ворогів. Правила подані коротко й доступно, з прикладами та ілюстраціями.

Розділ «Персонажі» (16–20 стор.) – детальний опис чотирьох класів персонажів (Людина, Мольфар/ка, Підмінок, Вовкулака), характеристики,

способи взаємодії. Окремі врізки – «Як відігравати клас» із рекомендаціями для гравців і прикладами діалогів.

Розділ «Майстру гри» (20–24 стор.) – поради для майстра: як готувати сесію, балансувати складність, створювати атмосферу. Система генерації локацій і NPC. Таблиці випадкових подій для імпровізованих зустрічей.

Розділ «Бестіарій» (16–20 стор.) – докладний опис істот карпатського фольклору: характеристики, слабкості, типи атак, мотиви поведінки. Кожна істота має ілюстрацію та «легенду» – короткий фольклорний текст.

Розділ «Сценарії» (20–24 стор.) – два повноцінні пригодницькі модулі для початку гри. Перший розрахований на одну сесію (3–4 години), другий – на кампанію з 3–5 сесій. Обидва сценарії містять карти локацій, списки NPC та розгалужені дерева подій.

Додаток «Лист персонажа і таблиці» (4–6 стор.) – додаткові ігрові матеріали: лист персонажа, довідкові таблиці для гравців і майстра, зведена карта механіки.

Стиль і оформлення.

Візуальна концепція «Вирію» спирається на естетику карпатського народного мистецтва: геометричні орнаменти, мотиви різьби по дереву, характерна кольорова гама (охра, темно-зелений, вохра, чорний із золотими акцентами). Ілюстрації виконані в авторській техніці, що поєднує деталізовані чорно-білі малюнки з кольоровими розворотами. Шрифти – поєднання читабельного книжкового шрифту для основного тексту та стилізованого декоративного шрифту для заголовків.

2.2. Технічні параметри та економічне обґрунтування

Формат видання: брошура (148 × 210 мм).

Обсяг: 10 сторінок.

Обкладинка: картон 300 г/м², повноколірний друк СМҮК, матове ламінування.

Внутрішній блок: офсетний папір 80 г/м², друк 4+4.

Скріплення: скоба.

Додаткові компоненти:

Картки класів (Людина, Мольфар/ка, Підмінок, Вовкулака) – друк на картоні 300 г/м², порізка, 8 шт. у наборі.

Аркуші персонажа (роздаткові) – офсет 80 г/м², чорно-білий друк.

Тираж першого видання: 300–500 примірників (залежно від результатів краудфандингової кампанії).

Калькуляція витрат (орієнтовно, тираж 500 прим.).

Переддрукарська підготовка (верстка, коректура, кольороподіл):

10 000–18 000 грн.

Ілюстрації (4–6 повноформатних + 10–15 дрібних віньєток і іконок):

25 000–45 000 грн.

Друк і палітурка (500 прим. А5, 20 стор., м'яка обкладинка + картки):

18 000–28 000 грн.

Логістика та складування: 5 000–8 000 грн.

Маркетинг і просування: 10 000–18 000 грн.

Непередбачувані витрати (10%): 6 800–11 700 грн.

Загальні витрати на виробництво тиражу 500 примірників:

орієнтовно 74 800–128 700 грн.

Ціноутворення:

Запланована роздрібна ціна – 280–380 грн за примірник. Відповідає ринковому рівню для невеликих авторських НРГ і зінів в Україні.

PDF-версія: 80–120 грн.

Пакет «Базовий»: книга правил – 300 грн.

Пакет «Повний» (книга + картки класів + аркуші персонажа): 450 грн.

Пакет «Майстер» (повний пакет + авторський постер + ексклюзивний сценарій): 650 грн.

При тиражі 500 примірників і середній ціні 330 грн потенційний виторг від друкованих видань становить 165 000 грн. Додатковий дохід від цифрових продуктів (PDF, додаткові сценарії, розширення бестіарію) може забезпечити ще 15–25% від базового обсягу.

Цифровий формат та POD:

Паралельно з традиційним друком планується реалізація цифрової версії через itch.io (міжнародний ринок) та українські платформи цифрового контенту. Розглядається друк на замовлення (print-on-demand) для міжнародної аудиторії через партнерські сервіси – це мінімізує витрати на міжнародну логістику та дозволить охопити діаспорну й іноземну аудиторію, зацікавлену в слов'янському фольклорі.

РОЗДІЛ 3. ПРОСУВАННЯ ПРОЄКТУ

3.1. Маркетингова стратегія та канали збуту

Маркетингова стратегія «Вирію» будується на трьох ключових засадах: органічне залучення через спільноту, культурна значущість продукту та поступова побудова лояльної аудиторії ще до виходу готового продукту. Такий підхід є стандартним для успішних інді-ігрових проєктів і особливо ефективний у нішевих сегментах.

Фаза 1. Прогрів (за 4–6 місяців до виходу).

На цьому етапі основна мета – сформувати аудиторію та підтвердити ринковий попит ще до початку краудфандингу. Для цього використовуються такі інструменти:

Ведення тематичного інстаграм та тікток акаунту з контентом про карпатський фольклор, процес розробки гри, візуальний стиль видання. Публікації у форматі «лор-пости», «дизайн-щоденник», «факт із карпатської демонології».

Публікація безкоштовних фрагментів – однієї-двох коротких пригод у форматі PDF – для збору бази підписників і першого фідбеку від гравців.

Партнерство з блогерами та стримерами, що спеціалізуються на настільних іграх і фентезі в Україні. Організація закритих ігрових сесій із блогерами з правом публікації огляду.

Участь у профільних заходах: ігрових конвентах (BoardGameFest, Ігросфера, локальні ігрові вечори), де можна провести демо-сесії для потенційних покупців.

Фаза 2. Краудфандингова кампанія.

Основним інструментом фінансування першого тиражу є краудфандингова кампанія. Маркетинговий супровід кампанії включає: щоденні оновлення в соціальних мережах, відео-апдейти від авторів, розкриття нових персонажів і

елементів бестіарію як «ексклюзивного контенту» для тих, хто стежить за кампанією.

Фаза 3. Постпродажне просування.

Після виходу гри важливо підтримувати активну спільноту навколо продукту. Для цього плануються:

Регулярна публікація безкоштовних розширень і додаткових сценаріїв у форматі PDF – як для утримання поточних гравців, так і для залучення нових.

Підтримка спільноти у дискорді/телеграмі: місце для обміну звітами про ігрові сесії, авторськими матеріалами та фанартом.

Ліцензія на «фанатські твори» – відкрита ліцензія для аматорів, що дозволяє їм публікувати власні матеріали на основі «Вирію», що стимулює органічне поширення продукту.

Участь у щорічних НРГ-заходах і конкурсах аматорського дизайну ігор.

Канали збуту.

Пряма онлайн-торгівля через власний сайт / магазин – основний канал із максимальною маржею.

Маркетплейси: Rozetka, Prom.ua, OLX – для охоплення широкої аудиторії.

Спеціалізовані крамниці настільних ігор у великих містах (Київ – «Geekach», «Ігровий», «Настілки»; Львів – «Кролик», «Level Up»).

Цифровий розподіл: itch.io (міжнародна аудиторія), Patreon (підписникам – ранній доступ до доповнень).

Книжкові ярмарки та фестивалі: «Книжковий Арсенал», «Forum Видавців» у Львові – для підвищення впізнаваності бренду.

3.2. Краудфандинг та партнерська мережа

Краудфандинг може стати ключовим інструментом фінансування «Вирію» і виконувати подвійну функцію: забезпечення передвиробничого фінансування та маркетингове підтвердження попиту. Успішна кампанія сама по собі є потужним PR-інструментом і сигналом для роздрібних партнерів.

Платформа та структура кампанії.

Основна кампанія планується на міжнародній платформі Kickstarter або її аналогу – у разі технічних обмежень для українських авторів – на Indiegogo або вітчизняній платформі «Спільнокошт». Орієнтовна тривалість кампанії – 30 днів. Цільова сума – 150 000–200 000 грн (що відповідає покриттю виробничих витрат тиражу 500 примірників).

Структура нагород (pledge tiers):

«Прихильник» (200–300 грн) – цифрова версія гри (PDF) + подяка в книзі.

«Мандрівник» (900–1 000 грн) – друкований примірник + PDF.

«Дослідник» (1 400–1 500 грн) – друкований примірник + PDF + роздатковий комплект.

«Майстер» (1 900–2 000 грн) – повний пакет + фізична карта + ексклюзивний сценарій + ім'я в книзі.

«Мольфар» (5 000 грн) – лімітована кількість (10 шт.): усе вище + персонаж, названий на честь бекера, + онлайн-сесія з авторами.

Додаткові цілі.

Якщо кампанія перевищує цільову суму, вводяться додаткові нагороди для всіх бекерів: при 120% – кольоровий форзац із картою карпатського регіону; при 150% – третій повноцінний сценарій у книзі; при 200% – кольоровий бестіарій (вкладний зошит).

Партнерська мережа.

Для забезпечення сталого розповсюдження після краудфіндингу планується вибудувати партнерські відносини з такими суб'єктами:

Крамниці настільних ігор – дистрибуція через оптовий продаж (знижка 35–40% від РРЦ). Пріоритетні партнери: Geekach (Київ), Level Up (Львів), Dice & Meeples (Харків).

Видавництва та книгарні – розміщення у відділах настільних ігор і подарунків. Переговори з мережею «Читайка» та незалежними книгарнями.

Ігрові клуби та кафе – угоди про демонстрацію та реалізацію. Клуби отримують ексклюзивний реквізит або демо-набір в обмін на постійне місце на полиці.

Онлайн-спільноти та блогери – програма афіліатів: 10% комісія з продажів за унікальним посиланням блогера.

Освітні установи та арт-спільноти – партнерство з університетами, де є спільноти любителів фентезі, з театральними студіями та фольклорними ансамблями для проведення спільних заходів.

Міжнародне просування.

Паралельно з основним українськомовним ринком планується розробка англійської версії «Вирію» для міжнародної аудиторії. Ринок англійських «інді»-НРГ є великим і сприйнятливим до оригінальних культурних сетингів: польські, скандинавські та японські ігри вже довели, що «локальна» тематика може мати глобальну привабливість. Для міжнародного ринку планується участь у щорічному конкурсі Ennie Awards (категорія «кращий дебют»), а також просування через профільні платформи: Reddit (r/rpg, r/OSR), DriveThruRPG, itch.io.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Булашев Г. Український народ у своїх легендах, релігійних поглядах та віруваннях. Київ : Довіра, 1992. 414 с.
2. Войтович В. Українська міфологія. Київ : Либідь, 2002. 664 с.
3. Гнатюк В. Нарис української міфології. Львів : Інститут народознавства НАН України, 2000. 264 с.
4. Грушевський М. Історія української літератури : у 6 т. Т. 1. Київ : Либідь, 1993. 392 с.
5. Жайворонок В. В. Знаки української етнокультури : словник-довідник. НАН України, Ін-т мовозн. ім. О. О. Потебні. Київ: Довіра, 2006. 703 с.
6. Скуратівський В. Т. Русалії. Київ : Довіра, 1996. 734 с.
7. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця : практичний посібник. Київ : Наша культура і наука, 2010. 560 с.
8. Шухевич В. Гуцульщина : у 5 ч. Львів, 1899–1908. Репринтне видання. Верховина, 1997.
9. Caillois R. Man, Play and Games. Urbana : University of Illinois Press, 2001. 208 p.
10. Huizinga J. Homo Ludens: A Study of the Play-Element in Culture. Boston : Beacon Press, 1955. 220 p.
11. Fine G. A. Shared Fantasy: Role-Playing Games as Social Worlds. Chicago : University of Chicago Press, 1983. 304 p.
12. Mackay D. The Fantasy Role-Playing Game: A New Performing Art. Jefferson : McFarland & Company, 2001. 232 p.
13. Bowman S. L. The Functions of Role-Playing Games: How Participants Create Community, Solve Problems and Explore Identity. Jefferson : McFarland & Company, 2010. 240 p.

14. Peterson J. The Elusive Shift: How Role-Playing Games Forged Their Identity. Cambridge : MIT Press, 2020. 336 p.
15. Tresca M. The Evolution of Fantasy Role-Playing Games. Jefferson : McFarland & Company, 2011. 240 p.
16. Harper J. Blades in the Dark. Silver Spring : Evil Hat Productions, 2017. 336 p.
17. Appelcline S. Designers & Dragons: The 1970s. Silver Spring : Evil Hat Productions, 2014. 528 p.
18. Kickstarter. Creator Handbook: Tabletop Games. URL: <https://www.kickstarter.com/help/handbook> (дата звернення: 01.05.2026).
19. Mordor Intelligence. Tabletop Games Market – Growth, Trends, COVID-19 Impact, and Forecasts (2024–2029). URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/board-games-market> (дата звернення: 01.05.2026).
20. Roll20. The Orr Report: Industry Trends in Online Tabletop Gaming. URL: <https://blog.roll20.net> (дата звернення: 01.05.2026).

ДОДАТКИ

Додаток А

Дизайн обкладинки



Приклад оформлення правил гри



Як грати?

Спершу вам необхідно отримати клас персонажа за принципом «Мафії». Майстер готує картки з персонажами, відповідно до кількості гравців, перемішує й роздає. У команді обов'язково має бути Мольфар_ка (1 – 2 на команду), Підмінок (1 – 2 на команду) і Вовкулака (тільки 1 на команду). Якщо гравців 6, серед них обов'язково має бути людина. 4 – 5 гравців — майстер обирає на свій розсуд, спираючись на свій сценарій чи побажання гравців (така команда може бути взагалі без людей).



Клас	Переваги	Недоліки
Мольфар_ка	Раз на ігрову добу може поставити майстру будь-яке запитання й отримати на нього правдиву відповідь	+1 Страх за питання
Підмінок	Гарантований частковий успіх за першого контакту з істотою (навіть якщо на кубах випадає критична невдача).	Гарантований частковий успіх за першого контакту з істотою (навіть якщо на кубах випадає критична невдача).
Вовкулака	+2 Сили в бою.	Щодоночі потрібно напасти на когось (можна на ворога або частину команди) або отримати +2 Страх / втратити контроль (вирішить к2 (або кб, де непарні значення слугуватимуть за 1, а парні — за 2). 1 – страх, 2 – втрата контролю на добу)
Людина	Немає ні суттєвих переваг, ні недоліків. Звичайна собі людина.	