

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра медіапродюсування та видавничої справи

СТВОРЕННЯ ПОЕТИЧНОГО ЗІНУ

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.

Студентки групи ВСРБ-1-22-4.0д
Денної форми навчання
Спеціальність 061 «Журналістика»
Освітня програма: 061.00.03
«Видавнича справа та редагування»
Блиндар Аміни Ровшанівни

Науковий керівник
кандидат наук із соціальних
комунікацій, доцент кафедри
медіапродюсування та видавничої
справи
Вернигора Ніна Миколаївна

ЗМІСТ

Частина I. ВИДАВНИЧИЙ ПРОДУКТ ТА СУПРОВІДНІ МАТЕРІАЛИ

Опис проєкту 4

Резюме проєкту 4

Частина II. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

ВСТУП 6

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

1.1. Дослідження історії змін та сучасного ринку 8

1.2. Дослідження аудиторії та її потреб 10

1.3. Аналіз конкурентного середовища 12

РОЗДІЛ 2. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЗІНУ

2.1. Загальна характеристика та концепція 15

2.2. Редакційно-видавничий комплекс підготовки зіну 15

2.3. Економічні аспекти реалізації проєкту 17

РОЗДІЛ 3. ПРОСУВАННЯ ВИДАННЯ НА РИНКУ

3.1. Шляхи розповсюдження 19

3.2. Концепція промоції 19

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... 21

ДОДАТКИ 24

Частина I.

ВИДАВНИЧИЙ ПРОДУКТ ТА СУПРОВІДНІ МАТЕРІАЛИ

Опис проєкту:

Арматурний зін : журнал / упоряд. А. Блиндар. Київ, 2026. 32 с.

Резюме проєкту:

«Арматурний зін» – журнал, упорядкований поезіями, які були представлені на благодійних поетичних вечорах творчої спільноти «Арматура». Типологічно – це зін (від англ. magazine – журнал), оскільки проєкт є некомерційним, самвидавним, вільним від видавничих норм.

Продукт поєднує в собі яскравий впізнаваний дизайн та тексти від авторів. Обсяг – 32 сторінки, формат – 60x84/16.

Особистий вклад здобувача: ідея та концепція видання, упорядкування матеріалів, редагування творів, розроблення дизайну та його практична реалізація.

Мета проєкту – створення платформи для перших публікацій авторів-початківців та сприяння розвитку сучасної української поезії та культури.

Основна аудиторія – молодь, яка цікавиться сучасними культурними проєктами, літературою та мистецтвом. Визначальна риса цільової аудиторії – стійка громадянська позиція.

Створення та поширення поетичного зіну не лише виконає окреслену мету, а й сприятиме розширенню та формуванню спільноти довкола поетичних вечорів «Арматура».

Частина II.
ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

ВСТУП

Актуальність. Зіни є актуальними на ринку як новий формат, який розвивається. «Арматурний зін» є першим подібним проєктом у діяльності поетичних вечорів «Арматура», націлений стати майданчиком для публікації авторів-початківців та популяризувати сучасну українську поезію.

З початком повномасштабної російсько-української війни попит на український продукт, зокрема видавничий, суттєво зріс. Видавнича сфера активно розвивається і збирає довкола себе все більше аудиторії, адже люди відчували потребу заново знайомитися з власною культурою та історією, долучатися до її безпосереднього творення.

Розвивається у тому числі й напрям української сучасної поезії, яку часто використовують як інструмент осмислення колективно прожитого досвіду та спосіб висловити емоції. У публікації поезії українські видавництва переважно звертаються до класики, яка вже має впізнаваність та краще продається, і до іноземних авторів (за тим самим принципом). Це, до прикладу, поетичні серії «А-БА-БИ-ГА-ЛА-МА-ГИ» («Українська поетична антологія» та «Антологія світової поезії»), поетичні збірки «Vivat», «Meridian Czernowitz» (йдеться про більш відомих українських поетів та поеток, наприклад, Сергій Жадан, Катерина Калитко, Ірина Цілик та інші).

На сучасну українську поезію активно націлене «Видавництво Старого Лева», яке продовжує випускати маловідомих авторів, хоча це, як зазначає Микола Шейко, директор «Видавництва Старого Лева», у спільному інтерв'ю з головною редакторкою та співзасновницею Мар'яною Савкою [1], дотаційні проєкти, адже лише п'ята частина з них є комерційно успішними.

Через таку ситуацію на ринку популярності набули поетичні вечори, які дають змогу авторам поділитися власною творчістю з іншими, а також зіни та інші самвидавні формати, які часто використовують як бюджетний спосіб промоції своєї творчості. У таких випадках автор може створити власний зін або подати свої твори до публікації в будь-який інший, уже закріплений на ринку.

Мета проєкту – надати авторам-початківцям, які пишуть поезію, майданчик для першої публікації власних творів; долучитися до розвитку сучасної українською культури та літературного процесу через створення власного арт-проєкту.

Завдання проєкту. Перш за все в ході роботи вивчатиметься ринок та конкурентне середовище для поетичних вечорів «Арматура» та «Арматурного зіну», яке складається з проєктів поетичних та літературних вечорів, що мають власні видання. Наступним завданням є публікація поста-оголошення на інстаграм-сторінці «Арматури» та подальше проведення набору текстів до «Арматурного зіну». Цей етап включає в себе створення анкети в середовищі Google Forms, яку заповнюватимуть автори та авторки; тексти, що пройшли відбір, будуть проходити редакторську вичитку після попередньої комунікації з авторами та подальшою авторизацією правки.

Основним завданням є власне дизайн та верстка «Арматурного зіну», що здійснюватимуться у застосунках Adobe InDesign, Adobe Photoshop та Figma. Буде представлено макет обкладинки до друку, макет основного блоку до друку та верстка електронної версії. Також серед завдань проєкту є проведення опитування потенційної цільової аудиторії через Google Forms стосовно актуальності видання, що розробляється.

Предметом дослідження є створення поетичного зіну та представлення його як нішевого арт-проєкту на українському ринку. В описі проєкту також наведено результати дослідження історії появи зінів за кордоном та в Україні. Предмет дослідження об'єднує в собі теоретичний (аналіз особливостей дизайну зінів та їхньої специфіки, композиційних рішень та візуальної організації графічних елементів тощо) та практичний (створення видання) складники. Значну увагу приділено вивченню потреб цільової аудиторії.

У ході роботи я послуговувалася такими *науковими методами* досліджень, як системний аналіз, спостереження та опитування.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

1.1. Дослідження історії зінів та сучасного ринку

Зін (від англ. magazine – журнал) – це некомерційний видавничий проєкт, вільний від видавничих стандартів. Візуально зини можуть нагадувати журнали, брошури, буклети тощо, представлені з більш нестандартним дизайном. Зини беруть своє походження з DIY-культури (Do It by Yourself – «зроби це сам»), виготовляються часто вручну і малими тиражами, що дозволяє експериментувати не лише зі змістом, а й з формою.

Художник Мітя Фенечкін в одному з матеріалів «Sensor Media» називає зін багатофункціональною річчю, до якої можна неодноразово повертатися і повторно переглядати. Митець вважає зини хорошими для колекціонування та дарування [2].

Першими зинами вважають фанзіни, які створювали в Америці в 1930-х роках читачі фантастики. На той час це вважалося бунтарством, але приклад підхопили, тож у 1970–1980-х роках зини в Америці створювали панк-рокери, які таким чином розповідали про музику у своїх колах.

Оскільки зини вільні від видавничих обмежень, досить швидко у них почали публікувати новини, збірки авторів, окремі зини були навіть мультидисциплінарними. Прототип зину – 95 тез Мартіна Лютера – навіть засвідчив протест проти римо-католицької церкви у XVI столітті. Протестність для зинів – не рідкість, адже вони часто присвячені правам людини, соціальним явищам. До прикладу, на такі теми писали представники ЛГБТ-спільноти, феміністки, які акцентували на місці жінок у творчості, – загалом зини часто йшли поруч із різноманітними соціальними рухами [3].

У своїй науковій роботі Вікторія Приставка пише, що формування та розвиток зін-культури в Україні та Америці мало суттєві відмінності: якщо в Америці зини виникли як арт-видання і лише згодом стали способом поширювати соціальні ідеї та політичні настрої, то в Україні сталося навпаки [4].

Витоки українських зинів починаються, як вважає Назар Шешуряк, куратор проєкту «Гіпертелія» та редактор, у добу бароко, у збірках «Млеко» та «Зегар з

полузегарком» Івана Величковського, які містили зображення, курйозні вірші, паліндроми та анаграми. Назар Шешуряк також зазначає, що зін має тісний зв'язок з народним декоративно-прикладним мистецтвом. А функція зінів – «покращувати зв'язки у локальних спільнотах».

В Україні періоду Радянського Союзу зіни тісно сплелися з поняттям самвидаву, скоріше навіть саме поняття зину прийшло звідти. Для українських авторів і митців самвидав був способом уникнути цензури, висловити протест владі, поділитися своєю творчістю, нехай і підпільно, а також поширити свої твори за кордон. Таким чином розповсюджували вірші Василя Стуса, тексти В'ячеслава Чорновола та Левка Лук'яненка. До зінів у широкому розумінні можна зараховувати і самвидавні твори Івана Багряного, і листівки УПА. Зі здобуттям Україною незалежності та зникненням репресій, коли самвидав не був настільки необхідним, він трансформувався у нові формати, серед яких є і зіни, що набули ознак арт-об'єктів.

Більш наближеними до сучасних зінів були й ті, що виходили на музичні й загальнокультурні теми. До прикладу, це «Біт-Ехо» у Харкові, «Гучномовець» у Києві, «Кремніук» у Львові та інші.

У Львові у 2013 році навіть провели виставку зінів «Zineshow», яка засвідчила інтерес українців до зінів та приєднання українських тенденцій до світових. Наявність зінів в українському культурно-мистецькому просторі визначає українців як людей, зацікавлених у творчості та нових форматах, адже саме новий формат є тим, що може розширити читацький та естетичний досвід [5].

Зіни, незважаючи на те, що популярнішими стають цифрові формати, залишаються нішевими та унікальними продуктами. Саме це і стимулює їхню популярність – можливість мати в себе те, що існує в обмеженій кількості та виділяє людей, окреслює належність до певної спільноти.

Визначальна риса зінів – некомерційність, і саме це призводить до певних непорозумінь у питанні того, вважати видання журналом чи зіном. Відповідь на це у доступному форматі подають у статті медіа «Лірум», які зазначають, що

ключовим аспектом є саме спосіб реалізації, а не періодичність виходу. Йдеться про те, що зінмейкери не отримують зарплатню, а власне зіни не «працюють» так, як журнали [6].

Зіни поширюють різними способами: окремий продаж від авторів чи дистриб'юторів, у музичних магазинах, незалежних книгарнях, магазинах коміксів чи кав'ярнях. Книгарня «Readellion» має окремий розділ для зінів на своєму сайті й активно просуває їх, «Сенс» має в асортименті зін «Задивляюсь у твої зіниці» із серії «Ода любові до української поезії».

Можна виокремити навіть окремі видавництва, які займаються зінами. «Гіпертелія» уже зазначеного Назара Шешуряка, яка діє з 2017 року. Харківсько-київське видавництво trash fiction, дійсне з 2021 року, яке випускає зін із зображеннями Харкова та віршами харків'ян «Нічого вже хорошого в житті не буде». Співзасновник Андрій Несміян зауважує, що зіни переважно акцентують не на текстах, а виконують роль свого роду культурних артефактів, і саме тому вони вирішили звернутися до такого формату. Ініціатива «Так вийшло», що діяла у Львові у 2018–2020 роках, дозволяла авторам долучатися до створення зінів: зшивати примірники, роботи ручний відтиск [5].

Зіни також виходять як періодика – такий формат більше стирає межі між власне зінами і журналами. До прикладу, «Світ фентезі», «Листок» (двомовний зін), «Воно» (згодом перейшло в онлайн-формат), «Лезо», «Більше», «La Merde». Іноді зіни створюють під певний інфопривід.

За збереження та архівування зінів відповідають онлайн-платформи, такі як Ukrainian Zin Archive [7], та бібліотека самвидаву 665lib.

Зважаючи на залученість аудиторії до теми створення зінів, є нагода сподіватися, що нові проекти зустрічатимуть зі щирим інтересом.

1.2. Дослідження аудиторії та її потреб

Цільову аудиторію «Арматурного зину» можна окреслити так:

- автори-початківці, які шукають майданчик для публікації;
- підписники та відвідувачі поетичних вечорів «Арматура»;
- люди, які цікавляться поезією та мистецтвом, арт-проектами;

- свідома молодь, готова прийняти новий український продукт та підтримати його.

У ході роботи над бакалаврським проєктом мною проведено опитування до створення «Арматурного зіну». Вибірку склали люди віком від 18 до 35 років, переважна більшість серед яких (72,7%) у віці 18–21 років, а також респонденти віком 35+ років. 90,9% опитаних – жінки. Опитування проходили як підписники проєкту «Арматура», так й інші незалежні респонденти. За демографічними показниками 81,8% опитаних проживають у Києві чи Київській області, 12,1% в інших великих містах та обласних центрах, 6,1% за кордоном.

Оскільки «Арматурний зін» тісно пов'язаний з поетичними вечорами «Арматура», вивчалася також зацікавленість аудиторії в культурних подіях. Лише 21,2% відвідують їх рідко, інші – часто або інколи. Найчастіше про культурні події дізнаються із соцмереж, трохи рідше – від друзів та знайомих (93,9% та 78,8% у запитаннях з множинним вибором).

Окремий блок питань дав змогу вивчити потреби та інтереси аудиторії, які стосуються безпосередньо поезії та зінів. Фактично половина респондентів (48,5%) щомісяця купують друковані або цифрові видання, 69,7% опитаних регулярно або ж іноді читають поезію. 60,6% респондентів зазначили, що так чи інакше ознайомлені з поетичними зінами: читали і купували; чули, але не купували. 15,2% респондентів знають такий тип видань, але не знають про особливості поетичних зінів.

Важливим питанням став пункт про формати поезії, де були запропоновані такі варіанти відповідей: сучасна українська поезія, класична українська поезія, поезія іншими мовами, візуальна поезія/поетичний арт. Абсолютним лідером стала сучасна українська поезія – 87,9%. Серед опитаних 63,6% пишуть власні твори, з них 33,3% висловили бажання подавати свої твори до проєктів на кшталт зінів.

Ключовим та вагомим в межах опитування стало запитання, що для аудиторії є важливим у зині, та що могло б спонукати до придбання такого видання. У запитанні з множинною відповіддю 87,9% зазначили, що найбільше

їм важить дизайн та ілюстрації, 75,8% – якість текстів, 51,5% – можливість долучитися до спільноти, 36,4% – благодійний складник. Найменш важливим показником виявилася доступна ціна – 30,3% відповідей, тож на запитання, чи готові люди придбати «Арматурний зін» за донат, не було отримано негативної відповіді – 66,7% відповіли активною згодою, 33,3% вагаються, але називають це можливим. (Для перегляду результатів опитування див. Додаток 1)

1.3. Аналіз конкурентного середовища

«Арматура» (@armaturaa) – поетичні вечори, що беруть свій початок у 2024 році і проводяться в Києві. Формат дозволяє поєднувати промоцію своєї творчості з допомогою армії, адже вхід на захід здійснюється за донат. Про перекази всіх коштів, виручені з подій та розіграшів, «Арматура» звітує в інстаграм, де має публічну сторінку на більш ніж 300 підписників.

Своєю місією називають забезпечення нагальних потреб військових за допомогою поезії. Цінності проєкту – свобода, незалежність, боротьба за справедливість. Візія – світ, де слово стає зброєю у битві за ідейність [8].

«Арматурний зін» був запропонований як новий проєкт на сторінці поетичних вечорів «Арматура». Основними конкурентами «Арматурного зину» і «Арматури» включно є інші поетичні вечори схожого формату, які мають свої видання – журнали чи зіни.

«Легіт» (@lehit.lit) – літературний онлайн-журнал, який ставить собі за мету просувати твори письменників-початківців, некомерційний проєкт. Заснований у 2024 році, «Легіт» опублікував понад п'ять випусків поезії та прози. За час своєї діяльності проєкт набрав більш ніж 2000 підписників у мережі «Інстаграм», де веде власну сторінку. Тут вони оголошують відбори текстів до випусків та зазначають умови відбору. Обрані твори проходять етап редакторської вичитки [9].

«Так ніхто не писав» (@nepysav_zin) випускає друковані примірники свого однойменного зину та надсилає їх за донат від 300 грн на діяльність проєкту; онлайн-формат також доступний. Проєкт надає майданчик для просування авторам та авторкам віком до 30-ти років. Створюють тематичні випуски: «У

пошуках слова на полі бою», «Світ сповнений любові», «Води пам'яті». Аудиторія інстаграм-сторінки налічує більш ніж 700 підписників [10].

«Провулок графоманії» (@grafomalley) позиціонує себе як часопис, який проводить літературні вечори, лекції, публікують також про культурних та літературних діячів. Мають основну сторінку в мережі «Інстаграм», яка налічує майже 600 підписників. Визначають своєю ідеєю «поставити невідомих авторів у відомість перед читачами журналу, подарувати популярність в певних колах, аби надати їм мотивації та перспектив для подальшого розвитку». Свої випуски публікують у форматі PDF, наразі їх доступно три. Серед усіх зазначених конкурентів вирізняються найяскравішим дизайном соцмереж, але в зінах бракує дизайнерських елементів [11].

Основним конкурентом «Арматури» та «Арматурного зіну» вважається саме «Провулок графоманії», адже цільова аудиторія цих проєктів визначається дуже схожою – моніторинг соціальних мереж обох проєктів показав, що люди слідкують за обома одночасно. На цьому тлі «Арматурний зін» вирізнятиметься яскравішим дизайном та цікавими рішеннями у верстці, а «Арматура» як проєкт є більш відкритою до нової аудиторії, адже не висуває жорстких вимог до початківців.

Результати SWOT-аналізу

Сильні сторони «Арматурного зіну»:

- дизайн, який працює на впізнаваність зіну не лише серед аудиторії «Арматури», а й забезпечить створення асоціації між зінном та безпосередньо поетичними вечорами;
- майданчик для популяризації сучасної української поезії та публікації авторів-початківців;
- низька конкуренція, адже ніша поетичних зінів в Україні розвивається;
- висока лояльність аудиторії до проєкту;
- доступний електронний формат для читання та розповсюдження.

Слабкі сторони:

- недостатня промоція серед нової аудиторії, яка не є підписниками чи відвідувачами «Арматури»;
- маленька команда, що працює над зінном.

Можливості:

- випуск зінну у друкованому форматі;
- розширення команди, яка працює над зінном, що дозволить створювати його швидше, приймати більшу кількість творів тощо;
- проведення презентації «Арматурного зінну» в межах поетичного вечору «Арматури», участь у фестивалях;
- промоція в культурних медіа або запуск таргетованої реклами в мережі «Інстаграм».

Загрози:

- конкуренція з іншими поетичними зіннами;
- втрата зацікавленості в зінні серед команди, що його створює.

РОЗДІЛ 2. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЗІНУ

2.1. Загальна характеристика та концепція

Зін є проєктом, який звільнений від видавничих стандартів та обмежень. Зіну не присвоюється номер ISBN і до нього не висуваються такі вимоги, як до інших видань чи поліграфічних продуктів.

«Арматурний зін» має 32 сторінки формату 60x84/16. Такий кишеньковий формат вирізнятиме зін серед інших, які зазвичай більші за розміром, наближені до журналів. Якщо йдеться про друк зіну, то він буде виконуватися на крейдованому папері і скріплюватися скобами по лінії згину.

У дизайні зіну використано яскраві кольори, зокрема синій, який є фірмовим кольором поетичних вечорів «Арматура». Шрифт використано такий самий, який «Арматура» використовує у своїх постах. На сторінках зіну також можна натрапити на графічні елементи, які є впізнаваними серед аудиторії проєкту, а саме зображення арматури, подане в різних візуальних обробках.

У центрі уваги в зині залишається текст. Відповідно до результатів опитування, у зині дизайн часто важить людям більше, ніж зміст, проте такий варіант суперечить цінностям «Арматури», тож було ухвалено рішення використовувати у верстці дизайнерські акценти.

Створення зіну ще на етапі концепції видалося логічним кроком у розвитку проєкту «Арматура», адже це підсвітило б її серед інших поетичних вечорів, які не мають власних зинів чи журналів. Також створення зіну супроводжувалося публікаціями на Instagram-сторінці проєкту, тож це спрацювало ще і як спосіб підтримати та утримати аудиторію в перервах між проведеннями поетичних вечорів.

2.2. Редакційно-видавничий комплекс підготовки зіну

Робота над створенням зіну здійснювалась послідовно та структуровано. Першим етапом став прийом віршів до «Арматурного зіну», який проводився через інструмент Google Forms. Отримані тексти відповідали вимогам проєкту «Арматура»: обсяг не перевищував зазначеного (йдеться про кількість віршів у

заявці), вірші написані українською мовою, не використовують мову ворожнечі тощо.

Усі авторки отримали повідомлення, що вірші відібрані до зіну та проходять редакторську вичитку, яка стала наступним етапом. На цьому етапі авторки надали згоду на подальше використання та розповсюдження творів на благодійній основі. Редагування відбувалося з урахуванням норм чинного правопису та побажань авторок, адже поезія є жанром, який найчастіше використовує авторську пунктуацію.

Зін зверстано у програмі Adobe InDesign із залученням Adobe Photoshop та Figma для дизайну окремих елементів. Також я використовувала власноруч створені ілюстрації та текстури: оригінально намальовані чи створені на аркушах паперу, вони були відскановані чи сфотографовані (з подальшою обробкою) та внесені як елементи у дизайн зіну. Окрім шрифтів, доступних у середовищах Figma та Adobe InDesign, використала також від руки написані слова. Такий спосіб створювати та доповнювати дизайн став для мене новим, однак допоміг створити цілісну колірну та акцентну картинку. Основні використані кольори: синій, сірий, чорний та білий. Ілюстративні елементи були створені окремо під тематику кожного вірша. Важливим елементом також є остання сторінка, яка натякає на вихід наступного випуску зіну.

Як результат дизайнерської та верстальницької роботи представлені макет обкладинки до друку (див. Додаток 2), макет основного блоку (див. Додаток 3) до друку та онлайн-версія зіну. Основна відмінність цих версій полягає у дібраних кольорових моделях: CMYK для макетів до друку та RGB для онлайн-версії відповідно. Також у макетах до друку використано більший кегль шрифту, бо немає можливості приблизити текст, як із телефона чи інших носіїв; враховано й те, що в макетах потрібно додавати поля під обріз. У випадку з «Арматурним зіном» це не є таким видимим, як, наприклад, з книжковими виданнями, адже корінець відсутній (скріплення на скобах). Однак це потрібно враховувати, щоб дизайн не «з'їхав» під час скріплення по згину.

Електронна версія «Арматурного зіну», як я зазначала вище, виконана у кольоровій моделі RGB і у форматі PDF завантажена у Neuzine, який подає файл як фліпбук – це інтерактивний формат файлу, де його можна переглянути з імітацією гортання сторінок.

2.3. Економічні аспекти реалізації проєкту

«Арматурний зін» є некомерційним проєктом, що означає, що з його реалізації не очікується отримати прибуток і кошти на його створення не закладаються. У такому разі зрозуміти показники успішності можна за рівнем залученості аудиторії. Важливими є такі метрики, як перегляд та поширення поста про публікацію зіну, вподобання, коментарі, відгуки в особисті повідомлення чи публічні. Інструмент Neuzine також збирає статистику (перегляди, поширення, найцікавіші для читача сторінки тощо), проте ця опція доступна лише на платній підписці.

У випадку із зінами фізичний примірник не є обов'язковим елементом для закріплення на ринку чи розповсюдження, але додатково сприятиме формуванню спільноти навколо проєкту. Якщо зін друкуватиметься, з'являється стаття витрат на друк та додрукову підготовку.

Усі тексти, представлені в зіні, були надані авторами за власною згодою та на благодійній основі з можливістю подальшого редагування, що не вимагає від авторки проєкту виплачувати авторські роялті.

Уся робота над зінном була виконана авторкою проєкту, тож кошти на виконання літературного редагування текстів, розроблення дизайну, верстки не закладались. У випадку залучення найманих працівників статтю витрат можна сформуванню таким чином:

- літературне редагування та коректура – 1500–2000 грн;
- розроблення дизайну проєкту – від 2000 грн;
- верстка друкованої версії – 3000 грн;
- підготовка електронної версії – 1000 грн.

Власне друк, за актуальними цінами, складатиме від 400 гривень собівартості за один примірник зіну (50 примірників, скріплення скобами,

кольоровий друк, крейдований папір), що складає орієнтовно від 2 до 4 тис. гривень, залежно від щільності паперу та прайсу конкретної друкарні. Друкувати меншу кількість примірників є не вигідним, бо зростатиме собівартість за примірник, яку і так неможливо компенсувати через те, що проєкт некомерційний.

Розповсюджувати друкований примірник заплановано за донат від 200 гривень на банку проєкту «Арматура», звідки вони йдуть на благодійність. Така сума є оптимальною для вікової категорії аудиторії та відповідає якості запропонованого продукту.

РОЗДІЛ 3. ПРОСУВАННЯ ВИДАННЯ НА РИНКУ

3.1. Шляхи розповсюдження

Основним каналом для поширення «Арматурного» зіну є інстаграм-сторінка поетичних вечорів «Арматура». Оскільки більша частина аудиторії ознайомлена саме першочергово з «Арматурою», очікується, що саме підписники підтримають зін як перші читачі та почнуть його поширювати.

Першочергово зін був анонсований окремим постом, за яким послідував пост про набір текстів (див. Додаток 4). Аналогічним чином був опублікований пост про те, що зін уже доступний до читання, та пост-підтримання інтересу до продукту, що був представлений. Для того, щоб зін постійно був у доступі, його було додано до Linktree, яке закріплене в описі сторінки «Арматури». Такий формат не вимагає супроводу когось із членів команди, якщо читачі бажають відкрити зін та ознайомитися з ним, він завжди доступний для перегляду.

За умови друку продаж зіну за донат здійснюватиметься через інстаграм-сторінку, у спілкуванні в особистих повідомленнях.

Бажаним шляхом промоції є також репости від авторок «Арматурного зіну» на особисті сторінки, тож публікувалася сторіз, яка мала на мені залучити аудиторію до самостійного поширення зіну серед своїх підписників чи знайомих.

3.2. Концепція промоції

Окрім зазначених вище способів поширення проєкту, є стратегії та заходи, які є бажаним реалізувати в майбутньому для підвищення впізнаваності «Арматурного зіну» серед зінів конкурентів та залучення нової аудиторії до поетичних вечорів «Арматура»:

- Презентація «Арматурного зіну» з читаннями творів від авторок. Такий захід можна провести в рамках наступного поетичного вечору «Арматура» або як окремий захід. На презентації можна представити друкований варіант «Арматурного зіну» та зібрати кошти з його продажу на благодійність.
- Серія постів-інтерв'ю з авторками «Арматурного зіну» в соцмережах «Арматури», що поглибить зв'язок між поетками та їхніми читачами.

- Створення окремої сітки для інстаграм-сторінки «Арматури» у візуальному стилі зіну та з використаними в зині віршами.
- Презентація друкованого варіанту зіну на інстаграм-сторінці «Арматури» у форматі відео Reels.
- Запуск таргетованої реклами в мережі «Інстаграм».
- Співпраця з книжковими блогерами, зацікавленими в поезії, які могли б оглянути зін серед своєї аудиторії.
- Участь у книжкових фестивалях або розповсюдження зіну через незалежні книгарні.
- Створити дизайнерські картки-листівки з посиланням на видання, які можна вільно розповсюджувати.
- Запуск реклами в українських культурних медіа, таких як «Сенсор» (@sensormedia.ua), «Мус» (@mediamus_ua), «Бо Медіа» (@bomedia.com.ua), «Bestseller Media» (@bestseller.media), «Лірум» (@liroomcomua), що дозволить підсвітити не лише «Арматурний зін» та його авторок, а й саму концепцію зіну як нішевого арт-проєкту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Інтерв'ю Мар'яна Савка і Микола Шейко. *Sensormedia*. URL: <https://sensormedia.com.ua/books/kerivnyky-vydavnyctva-starogo-leva-maryana-savka-i-mykola-shejko-my-hochemo-sprobuvaty-rozchytaty-krayinu/> (дата звернення: 11.05.2026).
2. Тотальна творча свобода! Чому зіни стають популярними і хто створює їх в Україні. *Sensormedia*. URL: <https://sensormedia.com.ua/art/totalna-tvorcha-svoboda-chomu-ziny-staiut-populiarnymy-i-khto-stvoriuie-ikh-v-ukraini/> (дата звернення: 11.05.2026).
3. Що таке зіни? Конспект дискусії «Культура зінів: розмова з художниками та видавцями». *Your Art*. URL: <https://supportyourart.com/stories/shho-take-ziny-konspekt-dyskusiyi-kultura-ziniv-rozмова-z-hudozhnykamy-ta-vydavczyamy/> (дата звернення: 11.05.2026).
4. Приставка В. (2021). Хронологія розвитку зін-культури в Україні та Сполучених Штатах Америки. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*, 4(2), С. 197–209. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.4.2.2021.246833> (дата звернення: 11.05.2026).
5. Мистецтво, фан та активізм: для чого видають зіни в Україні. *Читомо : портал про культуру читання і мистецтво книговидавництва*. URL: <https://chytomo.com/ekzempliary-xx/xxi/mystetstvo-fan-ta-aktyvizm-dlia-choho-vydaiut-ziny-v-ukraini/> (дата звернення: 11.05.2026).
6. Зін, про який ти не здогадувався. Як самвидав перетворюється на культурне явище в Україні. *Лірум*. URL: <https://liroom.com.ua/articles/zin-article/> (дата звернення: 11.05.2026).
7. Ukrainian zine archive. Ukrainian Zine Archive. URL: <https://ukrainian-zine-archive.travm.space/> (date of access: 11.05.2026).
8. АРМАТУРА (@armaturaа) : Instagram photos and videos. *Instagram*. URL: <https://www.instagram.com/armaturaа/> (дата звернення: 11.05.2026).

9. Літературний журнал «Легіт» (@lehit.lit) : Instagram photos and videos. *Instagram*. URL: <https://www.instagram.com/lehit.lit/> (дата звернення: 11.05.2026).
10. Так ніхто не писав | Зін | Сучасна література (@nepysav_zin) : Instagram photos and videos. *Instagram*. URL: https://www.instagram.com/nepysav_zin/ (дата звернення: 11.05.2026).
11. Провулок Графоманії (@grafomalley) : Instagram photos and videos. *Instagram*. URL: <https://www.instagram.com/grafomalley/> (дата звернення: 11.05.2026).
12. Приставка В. (2022). Зіни як об'єкт сучасного графічного дизайну. *Грааль науки*, (11), С. 627–629. <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.24.12.2021.121> (дата звернення: 11.05.2026).
13. Подоляка Н., Швачко О. (2020). Сучасний самвидав, зін-видання як спосіб самовираження та комунікації. *Інтегровані комунікації*, (9), С. 22–27. <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2020.1.3> (дата звернення: 11.05.2026).
14. Видай сам: що таке зіни і як вони змінили світ. *bit.ua Медіа про життя і технології в ньому*. URL: <https://bit.ua/2019/08/ziny/> (дата звернення: 11.05.2026).
15. Про фензіни та історію українського самвидаву. *Друкарня*. URL: <https://drukarnia.com.ua/articles/pro-fenzini-ta-istoriyu-ukrayinskogo-samvidavu-CJOI-> (дата звернення: 11.05.2026).
16. Про що ми говоримо, коли говоримо про зіни. *SKVOT / SKBOT – онлайн-курси про рекламу, кіно та мистецтво*. URL: <https://skvot.io/uk/blog/why-self-publishing-is-alive-and-its-cool> (дата звернення: 11.05.2026).
17. 10 українських зінів та самвидавців про креатив. *SKVOT / SKBOT – онлайн-курси про рекламу, кіно та мистецтво*. URL: <https://skvot.io/uk/blog/10-ukrainian-zines-and-self-publishers-about-creativity> (дата звернення: 11.05.2026).

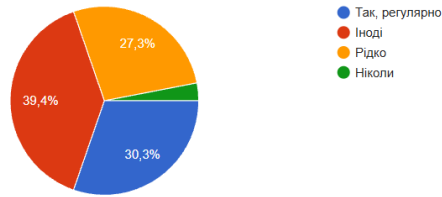
18. Українська зін-спільнота. Сергій Коффі. URL: <https://www.serhiikoffi.com/blog/zin> (дата звернення: 11.05.2026).
19. Борисов В. Особливості створення авторських зінів / В. Борисов, М. Винник. *Актуальні проблеми сучасного дизайну : зб. матер. VII Міжнарод. наук.-практ. конф., м. Київ, 4 квіт. 2025 р. У 3-х т. Київ : КНУТД, 2025. Т. 2. С. 250–253.* (дата звернення: 11.05.2026).
20. Закалюжна М. Як виглядає сучасний самвидав? *Postpaper*. URL: <https://postpaper.com.ua/city/samvudav.html> (дата звернення: 11.05.2026)
21. MATUS A. UKRAINIAN ZINES: GRAPHIC SELF-PUBLISHED WORKS IN ART. *Humanities science current issues*. 2026. Т. 2, № 97. С. 177–172 Anastasiia MATUS. URL: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/97-2-24> (дата звернення: 11.05.2026).

ДОДАТКИ

Чи читаєте ви поезію?

33 відповіді

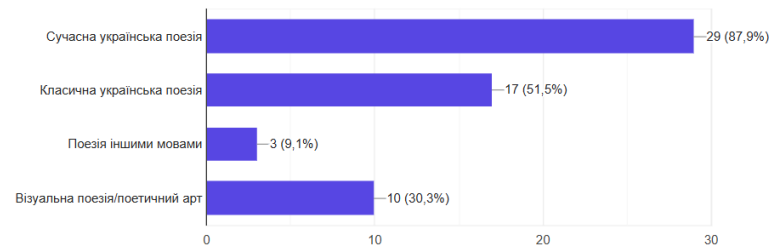
[Копіювати діаграму](#)



Які формати поезії вас найбільше цікавлять? (можна обрати декілька)

33 відповіді

[Копіювати діаграму](#)

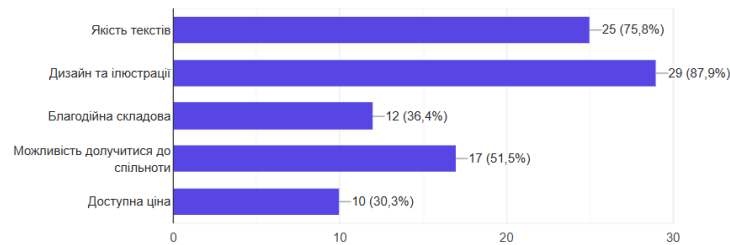


Що для вас важливо в зіні? (можна обрати декілька)

Якщо не купували, оберіть те, що спонукало б вас до придбання

33 відповіді

[Копіювати діаграму](#)



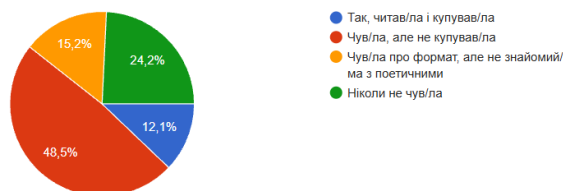
Чи знайомі ви з поетичними зінами?*

[Копіювати діаграму](#)

* «зін» походить з англійського слова «журнал», тобто «magazine».

Це некомерційні непрофесійні малотиражні видання, над якими автори працюють, а потім самостійно реалізують.

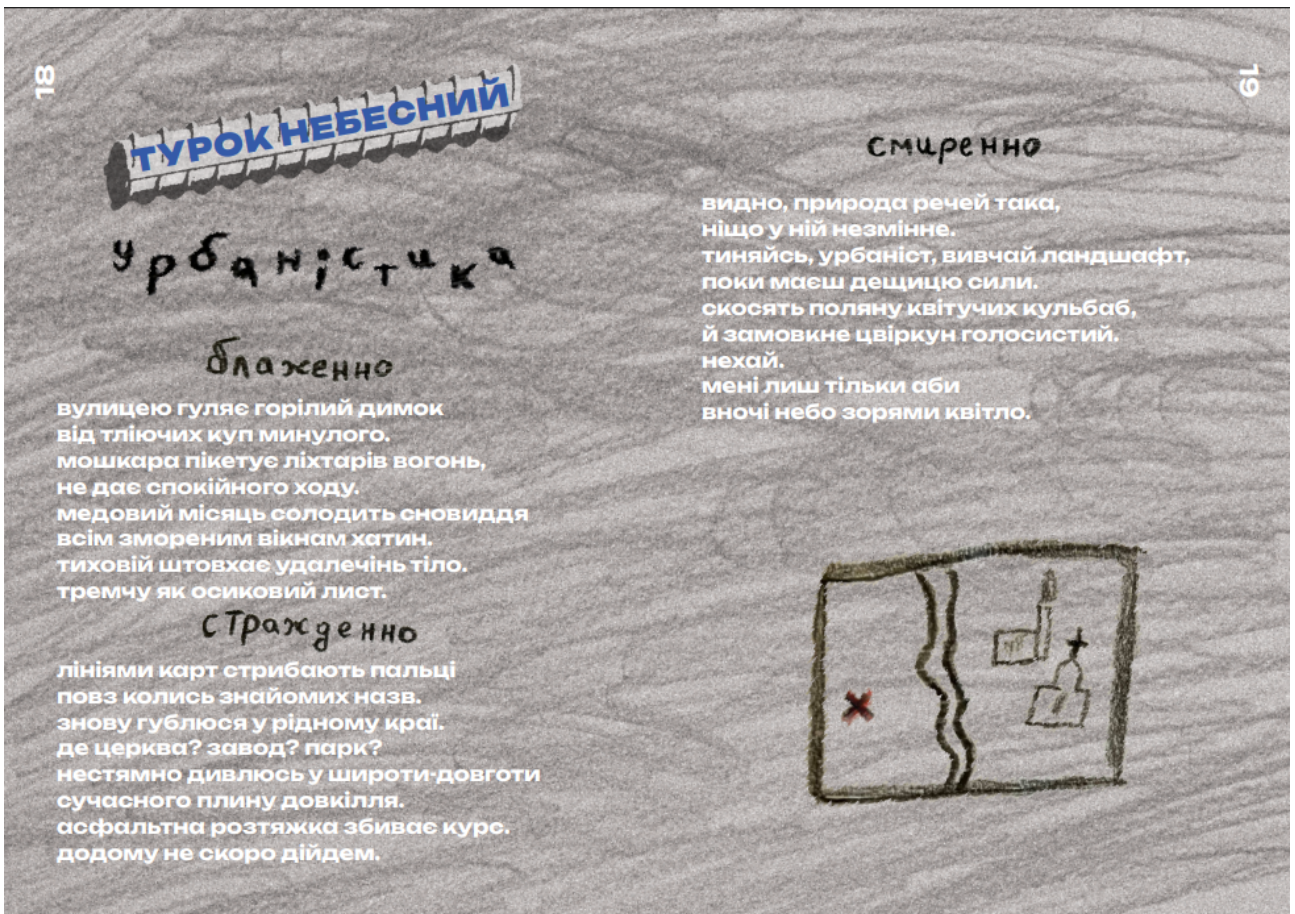
33 відповіді



Додаток 1. Результати опитування до створення «Арматурного зіну»

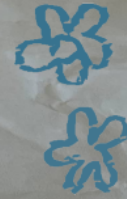


Додаток 2. Макет обкладинки «Арматурного зину»



НАДІЯ КОВАЛЬ

Мороз зумів зламати навпіл
Він ще й подрібнив усі
Однак далеко не тому
Немає провини холоду в тому, що
Легені розтинають вщент
По всьому тілу врастають
Не здатні відтяти їх загострені
Цілком свідомо відвів коханий
На самоті в зимовій млі
За те, що вірила, щомиті себе ж
Троцюся об обвіяні
Найглибші рани нам наносять



не лише мої кістки
важливі серцю сторінки
навколишки в снігах стою
квітами блюю
зальодовілі пелюстки
твої брехливі мотузки
риданнями ножі
до багряної межі
приречено в журбі горю
безжалісно корю
катабатичним вітром береги
аж ніяк не вороги



і от знову я тут
у стінах що кличуть мене нездарою
я знову їм вірю

я знову замкнена
хто мене замкнув?
викинули з літака
але де парашут?

свічадо
ох любе свічадо!
скажи!

куди зникла моя любов?
чи це завжди був самообман?

торнадо
кляте торнадо!
піді!

ти забрало в мене все
вертай мої перлини
моє каміння радості
куди ж я без прикрас?

ідуть години

чекаю

підходжу

дивлюсь у свічадо
бачу торнадо

стіни були праві?





календар

дивлюся у календар і бачу помилку -
двадцять восьмого дня нема..
моє планування у неосвітленому будинку
сягає якогось дна.

моє світло - на батках,
як, власне, і існування в зимі.
стала сонця з'явиться на світанку,
виходячи з укриттів.

на двадцять восьме мала б припаси неді-
ля.
я їх завжди лишаяю собі.
ще мій дідю казав, що неділі - святі.
хочеш робити - роби,
хочеш лежати - лежи,
хочеш нічого, то не бери,
але в цим божевільнім світі бодай щось,
та має лишитись тобі.

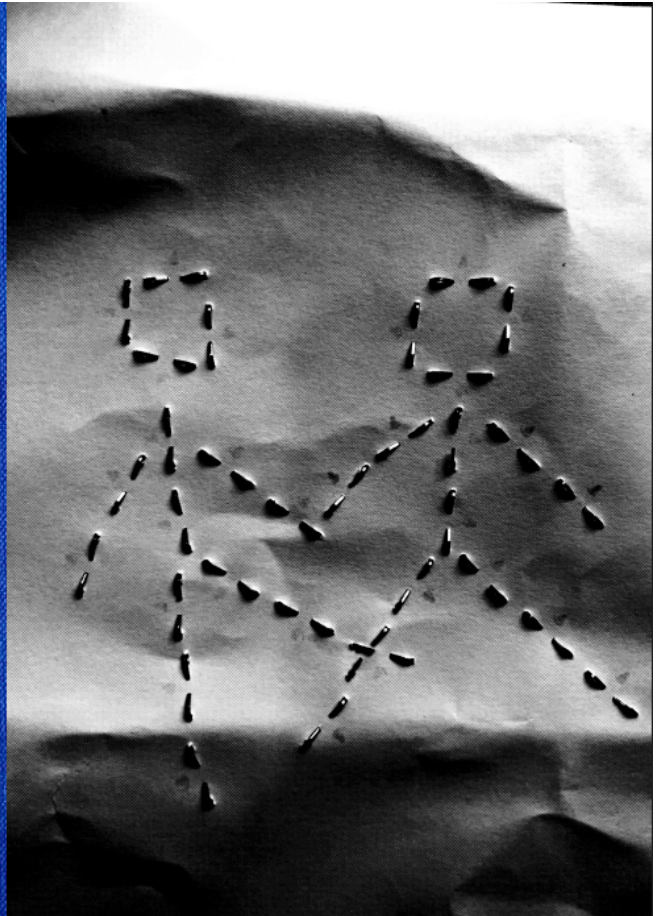
я маю двадцять дев'яте по два рази.
це не понеділки.
дідько! у мене двічі неділя!
я хочу добряче виспатись і відпочити,
бо вже немає де брати
звідки брати сили.

хай це мінімальна порція дії у Всесвіті,
розішаний мінімум, сталий квант.
сьогодні я рухаюсь по інерції,
аби завтра могла без втрат.



зимно. лютий заглядає за спину.
місяць говорить про вічність
ця вічність розтікається тілом
коли твої вуста сходяться з моїми
коли твій погляд ковзає моїм обличчям
ніби по замерзлому озеру
коли вдихаєш дим вперемішку зі смертю
і так інтимно видихаєш мені в губи
ти моя звичка, залежність, потреба
бажання стискати твій одяг
з тобою просто, безпечно, відверто
ти мій дім, мої стіни, мій простір

зимно. осінь пішла не зронивши ні слова
залишила грудню сонце й початок
початок чогось що стало любов'ю
початок того що страшно втрачати
з тобою час суттєво сповільнюється
з тобою серце відчутно швидшає
і поки лютий заграє до березня
повітря між нами поволі теплішає
і доки місяць говорить про вічність
а сніги перетікають у ріки
мої ключиці бережуть свідчення
твоеї любові, твого дихання





armaturaa APMA TVPA ...

armaturaa Творці!
Оголошуємо новину, яку довго тримали в секреті і ще довше мріяли реалізувати. На вас чекає зізнання, а ми чекатимемо на ваші твори.
Open call зовсім скоро!
11 тиж. Переглянути переклад

rohataolia 🔥🔥
11 тиж. Відповісти

rohataolia 🔥🔥
11 тиж. Відповісти

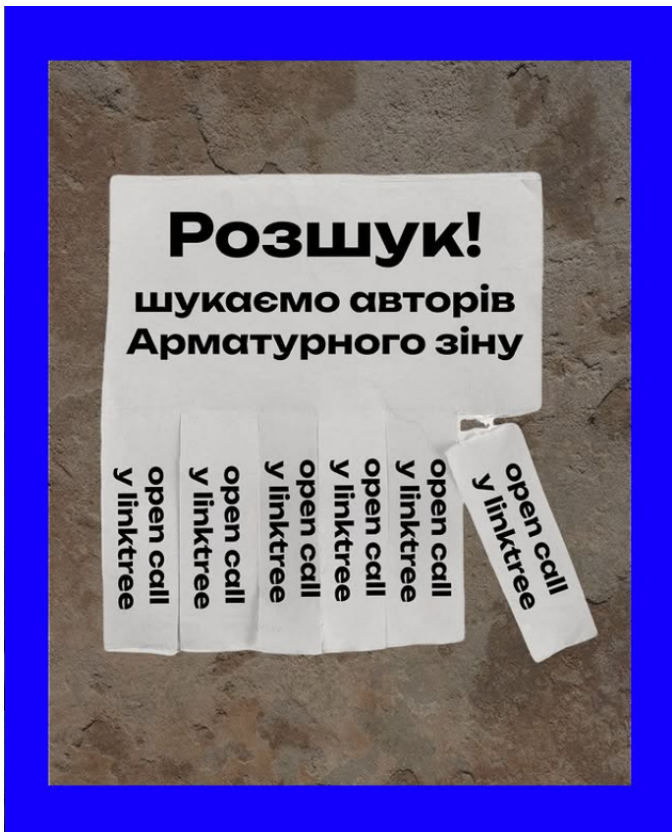
deneuwe 😱😱😱😱
11 тиж. Відповісти

napovnena Оце так новини 🍷🔥🔥
11 тиж. Відповісти Переглянути переклад

👍 🗨️ 🔄 📌

Уподобали **a.blndr** і ще 54
13 березня

😊 Додайте коментар... Опублікувати



armaturaa APMA TVPA ...

armaturaa нарешті!!
переходьте за посиланням у біо профілю та відправляйте свої твори. можливо, саме тебе ми шукаємо?
7 тиж. Переглянути переклад

Opilot хеллоу
цілком можливо що я сліпенька і не побачила в формі цього але розкажете який дедлайн для open-колу?
7 тиж. 1 вподобання Відповісти Переглянути переклад

— Переглянути відповіді (1)

👍 🗨️ 🔄 📌

Уподобали **a.blndr** і ще 33
11 квітня

😊 Додайте коментар... Опублікувати

Додаток 4. Приклади інстаграм-постів про «Арматурний зізнання»