

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА
ГРІНЧЕНКА
ФАКУЛЬТЕТ ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТНЕЦТВА ТА ДИЗАЙНУ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

«Допущено до захисту»

Завідувач кафедри дизайну

Карпов В. В.

Протокол засідання кафедри

№ _____ від «___» _____ 2026 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

ДИЗАЙН ДВОМОВНОГО АВТОБІОГРАФІЧНОГО ЗІНУ
« UNMADE / ДЕКОНСТРУКТ »

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма 022.00.01 «Графічний дизайн»

Освітній рівень перший (бакалаврський)

Здобувач вищої освіти:

Заярська Валерія Денисівна

група ГДб-2-22-4.0д

Науковий керівник та куратор дизайн проєкту:

старший викладач, кандидатка педагогічних наук, доцентка

Радько Катерина Володимирівна

Рецензент:

Заслужений художник України,

Доцент, доцент кафедри графіки НН ВПІ

НТУУ «КПІ» ім. І. Сікорського

Пшеничний Ю. В.

Київ – 2026

АНОТАЦІЯ

Випускний кваліфікаційний дизайнерський проєкт за спеціальністю 022 освітньої програми графічний дизайн присвячений розробці дизайну двомовного автобіографічного зіну «Unmade (Деконструкт)», що містить інформацію про творчий шлях автора, власні очікування від дизайну як професії, з якими труднощами та розчаруваннями може стикнутися молодий дизайнер, і рефлексію на тему власного творчого шляху, сенсу та значення креативності, та боротьбу в сфері з великою конкуренцією за право створювати.

За структурою робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Перший розділ присвячений аналізу передпроектної ситуації: вивченню сучасного значення самвидавчої та газетно-журнальної продукції, історії її створення та розвитку, актуальності персональних дизайнерських проєктів та артбуків, дослідженню аналогів та прототипів періодичних друкованих видань. У другому розділі здійснено розкриття концепції дизайну проєкту, визначення потенційної цільової аудиторії, соціально-культурного значення, пошук візуальних образів, композиційне та графічно-колірне рішення.

У дипломній роботі представлено графічний ілюстрований журнал, що може бути виданий у декількох примірниках в якості цілком функціонуючого творчого продукту та персонального артбуку.

Ключові слова: періодичне видання, зін, цифрова графіка, мішана техніка, графічний дизайн, автобіографія, типографія, підпільна преса, самвидав, альтернативні медіа

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

ANNOTATION

Graduation qualification design project in the specialty 022 educational program graphic design is dedicated to the development of the design of the bilingual autobiographical zine "Unmade (Deconstruct)", which contains information about the author's creative path, one's own expectations from design as a profession, what difficulties and disappointments a young designer may encounter, and a reflection on one's own creative path, the meaning and significance of creativity, and the struggle in a highly competitive field for the right to create.

The structure of the work consists of an introduction, two sections, conclusions, a list of used sources and appendices. The first chapter is devoted to the analysis of the pre-project situation: the study of the modern meaning of self-published newspaper and magazine products, the history of its creation and development, the relevance of personal design projects and art books, the study of analogues and prototypes of periodicals. In the second section, the concept of the project is revealed, the design of the identified target audience, socio-cultural significance, the search for visual images, compositional and graphic and color solutions are defined.

The thesis presents a graphic illustrated magazine that can be published in several copies as a fully functioning creative product and a personal artbook.

Keywords: periodic, zine, digital graphics, mixed media, graphic design, autobiography, typography, underground press, samizdat, alternative media

The qualification work contains the results of one's own research. The use of ideas, results and texts of scientific research by other authors must be referenced to the appropriate source.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ: ВСТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК САМВИДАВІВ	8
1.1 Історія виникнення та розвитку самвидавів у європейському та українському просторі.....	8
1.2. Сутність, поняття самвидаву: характеристика та види.....	12
1.3. Дослідження аналогів та прототипів видань автобіографічного/персоналізованого напрямку.....	15
1.4. Висновки до розділу 1.....	20
РОЗДІЛ 2. ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЄКТУ ПЕРІОДИЧНОГО ВИДАННЯ АВТОБІОГРАФІЧНОГО НАПРЯМКУ	21
2.1. Аналіз періодичних видань та артбуків на автобіографічну тематику в Україні.....	21
2.2. Розробка концепції проєкту автобіографічного зіну.....	24
2.3. Визначення основних параметрів проєктування журнального видання.....	29
2.4. Етапи реалізації проєкту двомовного автобіографічного зіну «Unmade/Деконструкт».....	32
2.5. Висновки до розділу 2.....	36
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	38
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	40
ДОДАТКИ.....	45

ВСТУП

Актуальність теми обумовлена тим, що журнальні видання були і є важливою частиною нашого повсякденного життя сьогодні і, ймовірно, залишатимуться в майбутньому. Останні п'ять років демонструють що, не дивлячись на стрімкий розвиток цифрових технологій, видавнича індустрія наразі сильна як ніколи, і люди досі тяжіють до друкованих видань. Враховуючи те що за останні роки кількість видавництв тільки зростає [1], так само як і кількість журналів на найрізноманітніші теми, ми можемо зробити висновок що процес видання книги, артбуку, газетно-журнального видання чи зіну став набагато більш доступним до опанування кожній особі, яка захоче зануритись глибше в цю сферу.

Особливістю розвитку та збільшення кількості періодичних видань став сам їхній характер. Наразі, ми можемо побачити що за останні роки помітно збільшилась кількість саме андерграудних та персональних проєктів, які є більше методом вираження власної творчості та креативного бачення, замість того, щоб мати визначене призначення. Такі виключно текстові видання та журнальні артбуки як Solomiya [2], ПОТОП [3], Нога [4], та інші, дають зрозуміти що сучасні споживачі бажають бачити не тільки розширення кордонів уявлення того, яким маж бути журнал, але й бажання бачити у друкованому виданні конкретний персональний відгук, що вибудує міцний емоційний зв'язок або відповідь на подану інформацію. Це може бути видання на тему реалій життя українського громадянина в умовах повномасштабної війни [2] або це може бути просто персональний індивідуальний проєкт, такий як Kristina 18 [5], однак факт залишається фактом – люди бажають бачити щирі історії та емоції на сторінках обраних друкованих видань.

З огляду на стрімкий розвиток штучного інтелекту, та зростаюче використання різноманітних ШІ-інструментів майже у кожному аспекті дизайнерської роботи сьогодні [6], все більший відсоток споживачів бажає натомість бачити продукт, зроблений без залучення штучного інтелекту в процес його створення.. Тому основним завданням розробки двомовного зіну

є максимально автентична передача особистого досвіду, думок і творчого самовираження автора, що забезпечує щирість кінцевого продукту та підкреслює його створення виключно засобами людської творчості.

Розробка креативного зіну з унікальним дизайном та викладенням персонального досвіду не тільки робить цей проєкт цінним для виконавця, а також дає змогу видати цей персональний продукт невеликим обмеженим тиражем

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами:

Кваліфікаційну дипломну роботу було виконано на кафедрі дизайну, факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка.

Робота передбачає створення двомовного автобіографічного зіну. Окрім публікацій у фахових виданнях та участі в науково-практичних конференціях, важливою складовою процесу є безпосереднє занурення у творчу й дослідницьку роботу — зокрема через глибоке дослідження наукової теми та дотичних до неї сфер та використання різних програм та методик у процесі виконання наукової роботи, що дозволило глибше сформувані необхідні професійні компетенції.

Метою кваліфікаційного дипломного проєкту є створення дизайну двомовного автобіографічного зіну «Unmade/Деконструкт». Дизайн зіну повинен бути створений повністю у авторському стилі, із унікальним оформленням для кожного розвороту, та експериментальним оформленням тексту та верстки, яке втім відповідатиме вимогам сучасної поліграфії. Робота сприяє популяризації українського друкованого дизайну та андерграундних журналів/зінів.

Завдання дослідження:

1. Дослідити історію виникнення та розвитку самвидавців та зінів у європейському та українському просторі;
2. Розкрити сутність, поняття самвидаву та зіну: характеристика та види; схожості та відмінності

3. Дослідити аналоги та прототипи журнальних видань персоналізованої тематики;
4. Розкрити основну мету та проблематику зіну, його історичне походження і теперішню значущість
5. Створити загальну концепцію персонального зіну, розробити концепт, текст та верстку, дизайн, стилістичне рішення; створити проєкт автобіографічного журналу

Об'єктом дослідження є друковані та цифрові видання у галузі графічного дизайну, та той осередок видань цього типу які написан, або читаються з художньою або невизначено-дослідницькою метою.

Предметом дослідження є процес розробки індивідуальних та андерграундних журнальних видань, виконаних однією людиною, які передбачають внутрішнє текстове наповнення яке стосується автобіографії автора, або роздумів на тему графічного дизайну, та місця автора в цій сфері.

Матеріали та методи: У ході аналізу обраної тематики, було оброблено широкий спектр джерел, які є дотичними, або безпосередньо стосуються як історії розвитку самвидавців у європейському та українському просторі, так і сучасних тенденцій друкованих видань самвидавчого типу, переважно на українському дизайнерському ринку та зацікавленість суспільства до цієї галузі.

Було приділено велику увагу до дотримання специфічного авторського стилю під час виконання та розробки дизайну кваліфікаційної роботи. Окрім відточення власних технік у дизайні та оптимізації виконання проєкту, із використанням різних програм та функцій, стиль також повинен був витримувати конкретний настрій та мати взаємозв'язок із тематиками, які було піднято у науковому проєкті.

Теоретичне значення розробки дизайну двомовного автобіографічного зіну «Unmade / Деконструкт» полягає в узагальненні та систематизації отриманих знань щодо особливостей та специфіки розробки періодичного або загально багатосторінкового друкованого видання, принципів побудови

макету та сітки, композиційної організації вмісту сторінок, правильній з точки зору графічного дизайну верстці, дотриманні поліграфічних вимог та розвиток авторської стилістики у форматі багатосторінкового друкованого видання. Проект демонструє можливості використання авторської стилістики із експериментальним та нелінійним форматом внутрішнього структурного наповнення зіну, формуючи довершений естетичний образ сучасного поліграфічного продукту.

Практичне значення: визначення місця персональних зінів та андерграундних періодичних видань у сучасному видавничому процесі й соціокультурному просторі; розробка готового продукту орієнтованого на подальше видання та споживання цільовою аудиторією.

Наукова новизна полягає у дослідженні та пошуку зінів та журналів конкретних тематик – персональних та тих, що досліджують власні стосунки з графічним дизайном, і у подальшій розробці власного неповторного дослідження, яке ґрунтується на цих пошуках та на власних роздумах і досвіді, у форматі друкованого видання. Завдяки поєднанню персонального досвіду з унікальним авторським стилем, такий зін матиме вагомість та актуальність в очах сучасних дизайнерів, людей суміжної вікової категорії, та поціновувачів графічного дизайну та видавничої справи.

Апробація результатів. Матеріали кваліфікаційного дипломного проекту були представлені на засіданнях кафедри дизайну факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка. Основні положення й результати кваліфікаційної роботи було викладено у повідомленні на всеукраїнській науково-практичній конференції «Сталий розвиток суспільства та дизайн-діяльність у просторі територіальної айдентики» (Київ, Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, 16 квітня 2026 року).

Заярська Валерія. Місце зінів на сцені сучасного українського видавничого дизайну. Сталий розвиток суспільства та дизайн-діяльність у просторі територіальної айдентики. Всеукр. наук.-практ. конф. (16 квітня 2026 року).

Київ: Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, 2026. С. 94-95.

Структура. Наукова робота складається зі вступу, двох розділів та висновків до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи складає 52 сторінки.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ: ВСТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК САМВИДАВІВ

1.1. Історія виникнення та розвитку самвидавів в європейському та українському просторі

Жити в епоху надлишку інформації — парадоксально складніше, ніж жити в епоху її дефіциту. Кожного дня людина стикається з тисячами заголовків, відео, дописів і рекламних повідомлень, що надходять одночасно з десятків джерел. Стрічки соціальних мереж та алгоритмічні рекомендації створюють ілюзію проінформованості, хоча насправді лише поглиблюють відчуття інформаційного шуму. У такому середовищі справді відфільтрований, осмислений і створений людиною контент набуває особливої цінності — адже за ним стоїть не алгоритм, а персональні погляди, досвід і думки.

Саме тому в останні роки помітно зріс інтерес до форматів, які повертають читача до автентичного людського голосу та творчості, створеної поза впливом автоматизованого й штучно згенерованого контенту. Одним із таких форматів стали, наприклад, персональні блоги — невеликі авторські майданчики в інтернеті, де окрема людина пише про те, що її справді цікавить: мандрівки, кулінарію, технології, мистецтво чи власне повсякденне життя. Блог виходить нерегулярно, не зобов'язаний бути актуальним у новинному сенсі і не розрахований на масову аудиторію — він звертається до тих, кому близька саме ця тема і саме цей автор. Його головна перевага — щирість і вузька зосередженість, яку рідко можна знайти у великих медіа.

Втім, є формат ще більш особистий та матеріальний, відчутний на дотик — «зін». Якщо блог існує у цифровому просторі, то зін є маленькою саморобною друкованою книжкою, створеною від початку до кінця однією людиною або невеликою групою однодумців. Він не має ISBN, не потребує видавця і не орієнтується на широкий ринок. Зін виходить тоді, коли автор має

що сказати, тиражем від кількох десятків до кількох сотень примірників, і розповсюджується серед тих, хто готовий слухати. У світі, де контент виробляється промислово, зін — це майже демонстративно ручна робота: свідомий вибір повільності, особистості та незалежності.

Феномен незалежного, позацензурного видавництва має значно глибше історичне підґрунтя, ніж може здаватися на перший погляд. Разом із зародженням друкарства — а саме винаходом друкарського верстата Гутенберга 1450 року — виникла й цензура, що обмежувала поширення інформації як на релігійному, так і на державному рівнях [7]. Відтоді прагнення людини говорити поза межами дозволеного не зникало — воно лише змінювало форму залежно від технічних можливостей та ступеня суспільного тиску.

У широкому культурному сенсі традиція малотиражних незалежних видань, які вже пізніше стали називати «зінами» (від англ. *zine*, скорочення від *magazine*), бере початок у першій половині ХХ століття. Зіни спираються на велику історію незалежних, альтернативних і часом радикальних видань, яка розпочалася задовго до того, як перші зіни з'явилися в 1930-х роках [8]. Термін «фанзін» ввів в обіг у 1940 р. Руї Рассел Шовене — журналіст-аматор, який дав назву аматорським малотиражним виданням [8]. У Сполучених Штатах саме фанатські спільноти наукової фантастики сформували першу хвилю зін-культури, яка згодом охопила панк-рух, феміністичні кола та DIY-субкультуру («зроби сам»).

Паралельно в Європі, по інший бік «залізної завіси», розвивалося явище, яке в радянському просторі отримало назву *самиздат/самвидав*. «Самиздат» — це форма дисидентської діяльності по всьому Східному блоку, за якої окремі особи відтворювали цензуровані й підпільні публікації, часто вручну, і передавали їх від читача до читача. Практика ручного відтворення була поширеною, оскільки друківані тексти можна було відстежити до джерела [9].

Явище поширилося на країни Східного блоку, однак у кожній із них набувало різних форм прояву залежно від політичного, культурного та

соціального контексту. Такі історичні події, як хрущовська «відлига» в СРСР і «Празька весна» 1968 року в Чехословаччині, надихнули частину письменників, митців і дисидентів наважитися на виробництво матеріалів поза межами державної преси [10]. У Чехословаччині самвидав набув особливого значення після придушення «Празької весни»: після того як у грудні 1976 р. чехословацький уряд ув'язнив учасників психоделічного гурту Plastic People of the Universe, опозиціонери на чолі з майбутнім президентом Вацлавом Гавелом об'єдналися довкола руху «Хартія 77», а самвидав став прихованою організаційною структурою для поширення вільних рукописів і неофіційних газет [11].

Самвидав не обов'язково мав політичний зміст, але мав політичне значення вже самим фактом свого існування в умовах репресивного режиму. Він зародився у складних і репресивних умовах 1950-х років, коли в багатьох країнах Східного блоку свобода слова, друку та творчого самовираження перебувала під жорстким контролем держави, і став важливим інструментом для інтелектуалів, дисидентів та підпільних митців [12]. У Польщі незалежна преса, відома як *bibula* («другий обіг»), мала навіть ширший масштаб: у 1980-х роках у Польщі одночасно діяло близько ста незалежних видавців, що становило надзвичайно динамічний сегмент підпільної культури [13]. Після революцій 1989 року частина польських підпільних видавництв трансформувалась у легальні друковані медіа.

В українському контексті витоки самвидаву пов'язані із ще давнішою традицією. Термін «самвидав» виник завдяки зусиллям Івана Багряного, який у 1929 році видав окремою книжкою поему «Ave Maria». Замість назви видавництва він написав «Сам» — сам зробив, сам поширив [14]. Таким чином, можна стверджувати, що саме з українського письменництва походить цей принцип — і сам термін.

Перший етап масового українського самвидаву — «літературний самвидав» початку 1960-х — був стимульований хрущовською «відлигою» та активною діяльністю шістдесятників, які творили нову художню літературу

[15]. Відтак, у середині 1960-х, основний масив праць становила вже політична публіцистика: автори критикували марксизм, офіційну більшовицьку історію, радянську національну політику [15]. Найгучніші самвидавні публікації — «Інтернаціоналізм чи русифікація» Івана Дзюби, «Лихо з розуму» В'ячеслава Чорновола, «Приєднання чи возз'єднання?» Михайла Браїчевського — передавалися у вигляді машинописних або рукописних копій.

У 1970 році у Львові починає виходити позацензурний підпільний журнал «Український вісник», засновником і редактором якого став В'ячеслав Чорновіл. У журналі друкувались твори самвидаву й хроніка національного спротиву, а серед авторів були Іван Світличний, Євген Сверстюк, Василь Стус, Ігор Калинець [16]. Чорновіл став першим, хто наважився відкрито підписати своє ім'я на обкладинці підпільного видання. За самвидав суворо карали: видавці ризикували ув'язненням, звільненням із роботи [17].

Поряд із самвидавом існувало і споріднене явище — *тамвидав*: тексти, які не могли бути офіційно опубліковані в країнах СРСР та Східного блоку через цензуру, нелегально передавалися за кордон і видавалися у країнах Західної Європи або Північної Америки, де не діяли радянські обмеження на свободу слова, або ж вже були видані на цих територіях місцевими митцями – через це використовується префікс «там». Така збірна назва дісталась загально забороненій літературі, виданій за кордоном, а потім підпільно поширеній на теренах СРСР [16].

1 травня 1989 року відбувся парад, на якому вперше, хоч і нелегально, замайоріли жовто-блакитні прапори. За декілька днів у Львові з'явилися перші примірники нових газет «Поступ» і «Голос відродження», згодом вони стали джерелами масової інформації [18]. У 1989–1991 роках, на думку дослідників, вийшло понад 1300 найменувань підпільних видань [8].

Із здобуттям незалежності самвидав поступово позбувся своєї підпільності та трансформувався у явище творче й мистецьке. Сьогодні зін — це маленька саморобна арт-книжка або самвидавний проєкт. Перевага зінів полягає в повній творчій свободі: над автором немає ні видавців, ні редакторів. Формат

може бути будь-яким — від восьми сторінок колажу до збірки віршів із провокативними фотографіями [19]. Сьогодні слово «самвидав» вже майже втратило асоціацію з радянськими правозахисними журналами і заборонена літературою та асоціюється з молодими авторами, які роблять лімітовані й малоформатні видання на цікаві для них теми [8].

Таким чином, траєкторія самвидаву — і в Україні, і в ширшому європейському просторі — демонструє показову еволюцію: від рукописних аркушів, що передавалися пошепки та з рук у руки під загрозою ув'язнення, — до сучасних мистецьких зінів, виданих мінімальними тиражами вже з цілком іншої, визвольної мотивації: не від страху мовчати, а навпаки — від бажання говорити.

1.2. Сутність, поняття самвидаву: характеристика та види

Попри те, що терміни «самвидав» і «зін» нерідко вживаються як синоніми, між ними існує важлива змістова різниця — і водночас очевидна спорідненість. Обидва поняття описують позасистемне, некомерційне, самостійно вироблене й поширюване видання. Проте якщо самвидав виник як явище передусім політичне й вимушене — відповідь на цензурний тиск, — то зін є поняттям ширшим і культурно нейтральнішим, що охоплює будь-яке малотиражне авторське видання незалежно від його суспільного контексту.

Самвидав у його класичному розумінні — непідконтрольний державі засіб поширення позацензурної літератури: заборонених художніх, філософських, суспільно-політичних творів вітчизняних та зарубіжних авторів, передруків релігійних книг, заяв, петицій і листів учасників національно-визвольних рухів [20]. Це визначення чітко окреслює функцію явища — не просто творча самореалізація, а опір системі через слово. Самвидавні тексти відтворювалися вручну, під копірку, на друкарських машинках або шапірографах і передавалися з рук у руки — часто анонімно і під загрозою ув'язнення.

Зін (від англ. zine, скорочення від magazine) — вже є ширшим поняттям і за своєю природою не обов'язково політичним. Зін — це самвидавний проєкт, у

якого відсутні УДК і ISBN. Як правило, це аматорські часописи, хоч над ними часто працюють і професійні ілюстратори й автори. Видання бувають як авторськими — індивідуальні збірки поезій, прози, фотографії — так і колективними, разовими або ж і регулярно-періодичними [21]. Американська ілюстраторка Аланна Степлтон влучно формулює головний принцип: «Єдине правило зінів у тому, що правил немає» [22].

Ключові спільні риси самвидаву та зіну:

1. Малий тираж
2. Відсутність комерційної мети
3. Незалежність від видавничих інституцій і редакційних обмежень.

Американський дослідник Стівен Данкомб окреслює зіни як некомерційні, непрофесійні, малотиражні видання, які автори створюють і самостійно поширюють [23]. Втім, навіть ця характеристика сьогодні не є абсолютною: деякі проєкти, як-от український еротичний зін «Грішниця» [24], чи загальнокультурний «Saliut» [25], поширюються платно, а тираж британського феміністичного часопису «Votes for women» на початку ХХ ст. досягав понад 10 000 примірників [21].

Втім, попри принципову відсутність жорстких форматних правил, у зін-культурі склалася певна типологія за тематикою та змістовим наповненням:

- *Фензін* (або фанзін): найстаріший різновид, присвячений певному жанру, виконавцю або фандому. До цього різновиду відносяться ранні збірки, присвячені науковій фантастиці, горору, коміксам, рок-н-ролу — такі як *The Comet* (1930), *Journal of Frankenstein* (1958), *Crawdaddy!* (1966) [21].

- *Панк-зін* виник у 1970-х і став платформою для вираження контркультурних ідей. Серед найпопулярніших — *Sniffin' Glue*, *Chainsaw*, *Artcore Fanzine*. Їх поширювали на концертах, нерідко розкидаючи зі сцени [21].

- *Персонелзін*, або *перзін* — видання, присвячене конкретній особі або авторській саморефлексії.

- *Фотозін*: зін, у якому основним змістом є фотографія. Саме таким форматом користується, наприклад, львівський фотограф Тарас Бичко, чие перше видання — фотокнига про Сихів — виходило тиражем близько 200 примірників [25].

- *Квір-зін* (або *квір-кор*) — для ЛГБТК+ спільноти формат зіну довгий час був єдиним можливим для висвітлення як культурних явищ, так і дискримінаційних тем, що були табуйовані в офіційних ЗМІ [21].

- *Ньюсзін* — видання, наближене до газети за функцією: поширення актуальної інформації в межах певної спільноти.

- *Активістський зін*: самвидавні проекти, що супроводжували партизанські, пронаціоналістичні, феміністичні рухи. До активістських видань відносять часописи 80–90-х років — Riot Grrrl zines, в яких можна було знайти есеї на тему гендерної рівності та сексуальної свободи [21].

- *Е-зін* (електронний зін) — цифровий різновид, який набуває популярності в останні десятиліття. Через пандемію 2020 р. е-зіни набрали нових обертів, зокрема почали з'являтися е-зіни із застосуванням анімації [8].

За **стильовим підходом** до виробництва також виокремлюють два умовних напрями. *Перший* — традиційний «гранжовий» стиль: саморобні, панківські видання, що втілюють дух DIY-культури. *Другий* — професійні видання: глянцеві, кольорові, якісно надруковані, часто створені колективами художників [19].

Попри цю різноманітність, усі перелічені різновиди об'єднує одна спільна риса: зін — це медіум, за допомогою якого можна висловлювати те, що резонує. Доступний інструмент для всіх, для якого не потрібна велика кар'єра митця — зін може бути простим, навіть створеним вручну на одному аркуші паперу, без великих тиражів і дорогих видавництв [27]. Саме ця демократичність форми і є тією рисою, що з'єднує сучасний зін із класичним самвидавом через десятиліття — незважаючи на всі відмінності у мотивації, контексті та технологіях виробництва.

1.3. Дослідження аналогів та прототипів видань автобіографічного/персоналізованого напрямку

Дизайн журналу відрізняється від звичного прояву графічного дизайну, а якщо порівнювати із журналом, оформлення зіну вже є відмінним від журнальної специфіки. Перед дизайном зіну не стоїть так багато правил та обмежень, як перед дизайном журналу. Текст не обов'язково повинен мати чітку структуру а то й читабельність, а тема має право бути виключно персональною. Для зіна найважливішими факторами є достатня автентичність – по тексту, формату розробки макету, матеріалу та дизайну – яка матиме змогу виділити його серед інших аналогічних робіт, та змусити потенційного читача звернути увагу саме на цей друкований продукт.

Перш ніж окреслити концепцію власного видання, варто дослідити, як інші автори — як у форматі класичного персонального зіну, так і у форматі самостійно виданих авторських видань — поєднували особисте висловлювання з рефлексією над роллю дизайну та власною позицією в межах цієї сфери. Перетин цих двох зазначених тематик є відносно вузькою нішею, однак саме у ній народжуються найцікавіші приклади — видання, де власна ідентичність і дизайнерська практика нерозривні, де щоденник і портфоліо зливаються в одне. Головний акцент проекту зосереджений на демонстрації невизначеності та професійного пошуку, з якими стикається молодий спеціаліст на початку своєї діяльності у сфері дизайну, передавши це через стилістику наповнення видання, а також через вибір кольору та шрифтів – бо усі ці елементи впливають на сприйняття настрою продукту. Унікальність зіну «Unmade/ Деконструкт» - повністю самостійне та персональне дослідження не тільки власного неповторного досвіду, але також необмеженість в демонстрації власного стилю в дизайні та письмі, що демонструє максимальну відкритість та автентичність.

В контексті дослідження розглянуто наступні аналоги:

1. «Emigre» — Руді ВандерЛанс та Зузана Ліко (США, 1984–2005)

Emigre — щоквартальний журнал, виданий у Берклі, присвячений візуальній комунікації, графічному дизайну, типографіці та дизайн-критиці. Виробляли, редагували і оформлювали його Руді ВандерЛанс та Зузана Ліко на комп'ютері Macintosh [28]. Починаючи як неформальний самвидав з тиражем 500 примірників, видання дуже швидко стало культурним явищем. ВандерЛанс описував зміст *Emigre* як те, що виходить «від нас самих»: книги, які вони видають, теми, які їх особисто цікавлять, шрифти, які створює Зузана [29]. Ліко описувала зустріч з Macintosh так само, як і свою дизайнерську кар'єру — як щось «дивовижно невідкрите», і це збіг став ключем до всього, що вона робила далі [30]. *Emigre* — ідеальний приклад того, як особиста творча ідентичність і дизайнерський пошук є неподільними, а видання стає щоденником власного розвитку.

2. «Cometbus» — Аарон Елліот (США, з 1981)

Cometbus — зін, заснований Аароном Елліотом у Берклі у 1981 році, що складається з особистих щоденникових записів, інтерв'ю, малюнків і спостережень за панк-субкультурою [31]. Те, що робить *Cometbus* унікальним аналогом, — це навмисно рукописна верстка: ручний шрифт Аарона використовується в кожному випуску від самого початку, перетворюючи кожную сторінку на безпосередній відбиток особистості автора [32]. *Cometbus* одним із перших просував перехід від тематичних фанзінів до особистої території — і цей зсув вплинув на цілу генерацію авторів перзінів [33]. Для дизайнера-автора особливо цікавий урок *Cometbus*: форма видання сама є висловлюванням.

3. «Korea Travel Zine» — Джованна Крізе (Італія, 2024)

Джованна Крізе — мультидисциплінарний дизайнерка із Торіно, яка створила свій зін як спосіб зафіксувати враження від поїздки до Кореї: суміш travel-фотографії, motion-дизайну та друку [34]. Але за формою туристичного зіну тут ховається глибша особиста рефлексія. Авторка зізнається, що її покоління, можливо, останнє, яке пам'ятає, яким є нефільтрована творчість без ШІ; що зіни для неї — це спосіб нагадати собі: створювати тому, що можеш, а

не тому, що маєш [35]. Зін існує одночасно у друкованому та цифровому форматах, а його концепція побудована навколо відчуття руху і несфокусованого погляду з вікна потяга — метафора, яка стосується не лише Кореї, але й самого процесу творення.

4. «*Doris*» — Сінді Краб (США, з 1991)

Doris — перзін, що виходить від 1991 року. Це відверте і водночас красиве вираження світу авторки через поєднання наївних малюнків, рукописного тексту і вирізок, де авторка говорить із феміністичної позиції про все — від музики та кулінарії до сексуального насильства і гендеру [36]. *Doris* цікавий як аналог тому, що демонструє: непрофесійна з точки зору поліграфії форма (ксерокопії, від руки намальовані ілюстрації) не тільки не заважає, але є незаперечним художнім вибором. Дизайнерська «недосконалість» тут є мовою.

5. «*Proof I Exist*» — Біллі МакКолл (США, з 1990-х)

Proof I Exist — прямолінійний і емоційно вразливий, водночас невимушений і подекуди грайливий. Він нагадує, яким може бути відчуття від зв'язку через сторінки зіву, і що зін може просто бути про речі, з якими ми всі боремося: приналежність, зв'язок, спробу не відчувати себе самотнім [37]. Видання виходить форматом чверть-аркуша, тиражем до 111 примірників. Для дизайнера цей приклад показує, як мінімалістична форма підсилює, а не обмежує особисте висловлювання.

6. «*Creative Burnout Zine*» — Емма Дей Джексон (США)

Зін розроблений так, щоб інформувати і «запалювати» щось у читачі. Монохромна кольорова гама і мінімалістичний дизайн мають доповнювати інформацію, а не затьмарювати її [38]. Цей зін досліджує тему творчого вигорання — явища, надзвичайно актуального для дизайнерів. Він є прямим прикладом того, як особистий досвід автора, пов'язаний із творчою практикою, стає темою для самостійно виданого видання. Форма і зміст тут узгоджені: стриманий дизайн відображає виснаження, про яке йдеться у тексті.

7. «*I Dreamed I Was Assertive*» — Селія Перес (США, 1994–2014)

Двадцять років авторка документувала власне дитинство і дорослішання, ділилася ностальгійними розповідями про традиції, материнство, переживання втрати і речі, що її хвилюють. Текст, малюнки та колажна робота зібрані в антологічний том. Зін є прикладом довгострокового документування становлення особистості через авторське видання — проєкт, де процес тривалішає за будь-який окремих результат.

8. «*buitengewoon*» — Брюс Ванстіновінкель (Бельгія)

Дипломна робота Брюса, *buitengewoon*, присвячена концепції себе і тому, як це перетинається з поняттям персонального бренду. Проєкт виник з одного боку з роботи над брендинговими проєктами і спостереження за тим, як бренди стають дедалі більш «людськими», а з іншого — із зустрічей з інфлюенсерами та дизайнерами, які побудували цілі бренди навколо себе самих [39]. Видання, що входить до складу проєкту, функціонує як самодослідження: книга, де особистість дизайнера розглядається крізь ту саму оптику, яку він застосовує до клієнтів.

9. «*Truckface*» — LB Брітс (США, з 1990-х)

Truckface — текстово насичений перзін, де читання переривається лише незграбними малюнками або відтвореннями учнівських робіт. Для авторки зін з самого початку був засобом зв'язку і виживання у важкому середовищі. Для дослідника дизайну тут показово інше: нехтування «правильним» дизайном стає художньою позицією. Авторка розповідає: вона проводила години з клейовими олівцями для макету, годинами копіювала і зшивала — і це «відоме» видання, яке дуже мало хто читав, бо дуже мало хто читає зини. Зін ставить питання про те, для кого і навіщо ми створюємо [40].

10. «*Шкільний журнал*», зін про два міста — Саара Марч (Португалія)

Саара Марч — художниця з Лісабону, яка створює зини. Її зін «*My two cities*» — це 16-сторінкове видання з одного аркуша, де фотографії Нью-Йорка зіставлені з фотографіями Лісабона: огляди горизонтів, фонтани, дерева, заходи сонця — пари образів, що ведуть діалог між двома частинами власного життя [41]. Зін демонструє, як зіставлення особистого досвіду і міської

типографіки (у широкому сенсі) стає способом самопізнання. Для дизайнера тут важлива не лише тема, а й методологія: редукована верстка, мінімум тексту, розмова через образ.

Якщо ми узагальнимо цей ряд, то матимемо змогу установити спільний принцип, що об'єднує всі розглянуті видання: у жодному з них рефлексія не є ізольованою від вигляду та наповнення друкованого видання. Зіни сьогодні набули більш персональної персональної форми із елементами самоаналізу: те, що робить зін привабливим для дедалі більшої кількості людей, — це ідея, що кількох аркушів паперу, пари ножиць і клею достатньо для створення виразних візуальних робіт, які несуть особисту причину [42]. Для дизайнера, який перебуває у процесі пошуку власної професійної ідентичності та місця в обраній сфері діяльності, зін стає унікальним форматом саме тому, що тут неможливо відокремити «хто я» від «як я це роблю».

Висновки до розділу 1

Проведене дослідження дозволяє сформулювати низку узагальнень щодо природи та сучасного стану самвидаву як явища. Встановлено, що самвидав і зін є спорідненими, однак не тотожними поняттями. Самвидав виник як вимушена відповідь на цензурний тиск і мав передусім політичний та правозахисний характер, тоді як зін є поняттям ширшим і культурно нейтральнішим, що охоплює будь-яке малотиражне авторське видання незалежно від ідеологічного контексту. Об'єднуючими ознаками обох явищ виступають малий тираж, відсутність комерційної мети та незалежність від інституційних видавничих структур. З'ясовано, що традиція незалежного видавництва має глибоке історичне підґрунтя: її витоки сягають часів виникнення книгодрукування і пов'язаної з ним цензури. В українському контексті вона набула особливого значення: термін «самвидав» має українське походження і пов'язується з іменем Івана Багряного (1929), а подальший розвиток явища — зі шістдесятниками та діяльністю В'ячеслава Чорновола. Попри спільну з іншими країнами Східного блоку природу опору, українська традиція самвидаву демонструє власну, самобутню траєкторію розвитку.

Визначено, що із здобуттям незалежності та зникнення потреби в підпільній формі поширення інформації самвидав не припинив свого існування, а трансформувався — зі сфери суспільно-політичного опору у сферу творчого й мистецького самовираження. Сучасний зін є свідченням цієї трансформації: він функціонує як демократичний і доступний медіум, у якому відсутність формальних обмежень є не недоліком, а принципом.

Аналіз зарубіжних і вітчизняних аналогів засвідчив, що найбільш виразні зразки жанру — ті, у яких форма та зміст є нероздільними. Видання, де особиста рефлексія визначає не лише тему, а й спосіб побудови макету, вибір шрифту, кольорову гаму та матеріал, формують окрему нішу — персонального зину як акту самопізнання і творчого позиціонування. Саме в цьому перетині особистого досвіду і дизайнерської практики й знаходиться концептуальна основа подальшого проєктного дослідження.

РОЗДІЛ 2.

ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЄКТУ ПЕРІОДИЧНОГО ВИДАННЯ АВТОБІОГРАФІЧНОГО НАПРЯМКУ

2.1. Аналіз видань та артбуків автобіографічного/персонального напрямку в Україні

Попри те, що традиція персонального зіну та автобіографічного артбуку асоціюється передусім із існуванням в західноєвропейському та американському контексті, в Україні вона також поступово набуває власних форм і виразних представників. Характерною рисою вітчизняних видань цього напрямку є те що особистий творчий вимір у них нерідко переплітається з ширшим суспільним контекстом — воєнним, культурним, міграційним, тощо.

Сучасні українські зіни та самвидави, представлені наразі у незалежних книгарнях, окрім зазначених вище тематик також можуть існувати в більш особистісній бульбашці, хоча вони все ще є залежними від суспільного контексту, по причині того що автор книжковою продукцією не може існувати окремо від соціуму. На українському ринку також існують персональні зіни, автобіографічні артбуки та фотокниги, які функціонують насамперед як просте бажання автора поділитись своїм шляхом та пошуком себе зі споживачем, при цьому не маючи на меті продемонструвати цим виданням якусь специфічну функцію. Натомість, автор дозволяє йому існувати як прояв власного бажання. Так само існують не просто особисті зіни чи артбуки, але також цілі групові проєкти. Такі друковані видання є продуктом бажання групи однодумців згуртуватись і створити видання, яке зможе бути прочитаним із невизначено-художньою ціллю із глибокого відчуття цікавості читача до життя людей, чий продукт він триматиме у своїх руках.

Нижче наведено ряд видань, що репрезентують різні підходи до автобіографічного та персонального висловлювання в українському видавничому просторі.

Журнал «Нога» — журнал художньої документалістики. Самі видавці визначають цей жанр так: документальна література, написана або прочитана з художньою, або невизначено-художньою метою. Їх цікавлять наративні тексти — репортажі, спогади, щоденники, п'єси — та поетичні та експериментальні, створені на основі документів, аудіозаписів, ефемерних фрагментів паперу та інтернету. В центрі уваги завжди знаходиться людина та її суб'єктивний досвід. Перший випуск журналу вийшов у 2020 році, і у ньому вмістились 12 художньо-документальних текстів, написаних в Україні наприкінці 2019 року. Наприклад: автобіографія людини, що живе на подільських вулицях, тюремні спогади студентки лінгвістичного університету, роздуми над мертвим тілом дельфіна, та інше [4]. «Нога» — виключно текстовий журнал; єдине зображення в кожному випуску — це обкладинка. Аскетизм форми тут є свідомою позицією: жодних ілюстрацій, що могли б конкурувати з текстом. Видання є показовим прикладом того, як персональне документування може бути збудоване навколо суворої редакційної концепції та при цьому лишатися глибоко інтимним.

«Kristina 18» — фотокнига одеської фотографки Крістіни Подобед, видана Readellion. У своїй практиці авторка працює з темами тілесності, природності та вразливості, фіксуючи щирі, не постановочні моменти. Її підхід поєднує інтимність і документальність, створюючи образи, що водночас відкриті й глибоко особисті. Число 18 має подвійне значення: це і вік, коли авторка вперше взяла до рук камеру, і день її народження. Видання розповідає про людей і місця, що сформували життя Крістіни в Україні, про світ, який колись здавався незмінним. Для авторки, «Kristina 18» — це спроба повернутися до витоків перед тим, як відпустити. Видання є рідкісним прикладом у вітчизняному просторі, де автобіографічна фотографія стає не просто документацією, а повноцінним жанром саморефлексії [5].

«Преті гетто» — артбук харківської фотографки Поліни, видана Readellion, що складається з двох серій. «Преті гетто» — альбом-ініціація, що розповідає про пошуки себе у великому місті, доведене до максимуму бажання

виділитись, і мить безтурботності на початку 2010-х. В однойменній серії представлені кадри яскраво вбраних людей, ніби протиставлених могутнім будівлям і конструкціям Харкова. Авторка підкреслює їхні інакшість, маргінальність, протест проти вічної заклопотаності й одноманітності рутини. Друга серія «38» показує розвиток Поліни як фотографині. Вона є експериментом і постійним пошуком власного методу. Модель багатьох знімків першої серії і сама Поліна міняються місцями й відтворюють кадри, зроблені в минулому. Видання цікаве подвійним автобіографічним жестом: перша серія це погляд назовні, на місто і людей; друга — погляд усередину, на власний розвиток і трансформацію. Разом вони утворюють нелінійну автобіографію через фотографію [43].

Зін «**Праведниця**» — самвидавний проєкт Львівського клубу анонімних дизайнерів. Це видання, яке свідомо відмовляється від будь-якого пояснення власної доцільності. Зін присвячений найпростішому: щоденним звичкам, ритуалам, дрібним звичаям і речам, що наповнюють буденність. Авторів не хвилювало, чи матиме видання функцію або аудиторію, і вони створили його не турбуючись про це. Саме в цій безцеремонності і є головна художня заява «Праведниці»: зін не зобов'язаний бути потрібним, щоб існувати. Мінімалістична, навмисно непретензійна форма підсилює зміст — так само просто влаштоване і саме повсякденне життя, яке він описує. «Праведниця» є в українському контексті, можливо, найчистішим прикладом того, що в теорії зін-культури описують як DIY-spirit: робити не тому що треба, а тому що хочеш [44].

«**Solomiya Magazine**» — незалежне колективне видання, засноване 2022 року фотографами Всеволодом Казаріним (Київ) та Себастьяном Веллзом (Берлін). Журнал засновано у квітні 2022 року як відповідь на російську війну проти України — ім'я «Соломія» в перекладі означає «мир». Художники з обох міст працюють над виданням, керовані спільним бажанням показати світові, що в Україні є що захищати. Розроблений у Києві та оформлений у Берліні, журнал є свідченням спротиву через мистецтво. У наступних номерах

редакція заглиблювалась у повсякденне життя людей у військовій зоні, збираючи свідчення солдатів і ветеранів, вирази тілесного досвіду, роздуми про майбутнє в умовах тривалої кризи. Журнал є прикладом видання, де особисте і суспільне є нерозривними поняттями: кожен із п'яти випусків є водночас документом часу і зібранням суб'єктивних голосів. Оформлений берлінською студією *Kollektiv Scrollan* у співпраці з *Akademie der Künste*, журнал поєднує фотографії, колажі, тексти та ілюстрації [2].

Загалом, навіть цей невеликий зріз свідчить: в Україні поступово формується власна традиція персонального та автобіографічного видання, яка не є прямою копією західних взірців, а виростає з конкретного суспільного і культурного ґрунту. Якщо «Нога» репрезентує літературно-документальний підхід, «Kristina 18» і «Преті гетто» — фотографічну автобіографію, то «Праведниця» наближається до чистого перзину у його найбільш безпосередній формі. «Соломія» ж демонструє, як колективний проєкт може лишатися глибоко особистим — через множинність суб'єктивних голосів, що зібрані під одною обкладинкою. Спільним для всіх цих видань є те, що форма і зміст у них не існують окремо: те, як видання виглядає, є частиною того, що воно хоче сказати.

2.2. Розробка концепції проєкту автобіографічного двомонового зіну

Займатися розробкою концепції та реалізацією зіну набагато легше, аніж журналу, бо такий формат як зін не передбачає в собі такі ключові елементи як специфічна частота публікації, визначений функціонал, обсяг реклами, тощо. Однак тим не менш, не дивлячись на спрощений процес створення, під час розробки концепції цього самвидаву було визначено такі важливі для формування ідеї деталі, як папір, формат макету, мета і тематика, графічна стилістика, обсяг, цільова група, тираж, тощо. У рамках реалізації даної роботи основну увагу приділено таким напрямкам:

1. *Стилістика.* Визначення стилю було ключовим кроком до створення цього продукту, бо саме від правильного вибору графічного стилю залежало, чи впорається зін із передачею заданого змісту та емоційного забарвлення.

2. *Структура.* Визначення тематичного наповнення друкованого видання – було важливо сформуванню чіткого плану повісті, щоб надалі працювати по ньому. Мати чітко визначений план до наповнення сторінок дуже спростило подальшу роботу, а саме реалізацію написання тексту та створення окремого дизайну для кожного з журнальних розворотів .

3. *Формат.* Визначення особливостей макету друкованого видання, щоб сформуванню коректний візуальний вигляд зину. Сюди входить визначення розміру видання, технічних умов, розробка дизайнерською сітки, задання правильних відступів, спосіб скріплення сторінок – все це дало змогу визначити остаточні технічні кроки для чіткого плину роботи над проектом.

У попередньому розділі ми мали змогу визначити, що за останні декілька років, в Україні значною мірою зростає власна традиція персонального та автобіографічного видання. Так само, як вже зазначалось раніше — попит на формат друкованих видань лише продовжує зростати через такі умови, як стрімкий розвиток використання штучного інтелекту, а також на фоні повномасштабної військової агресії Росії проти України, що спонукає українських митців на те, щоб культивувати свою творчість не тільки в цифровому середовищі, а й на різних фізичних носіях, насамперед у друкованому вигляді [45]. За таких умов, є доцільним створити автобіографічний зін, з тематикою роздумів на теми графічного дизайну та свого місця у цій сфері, з урахуванням зростаючої тенденції до того, щоб ділитися із обмеженим або широким колом людей своїми особистими переживаннями, досвідом та спостереженнями. Звичайно що в умовах цифрового розвитку, більш популярними форматами для цього явища є ведення персональних блогів, а також загальне ведення акаунтів у соцмережах, або каналів у месенджері Telegram. Проте, визначені раніше фактори дають сильні аргументи на користь поширення якісного

поліграфічного продукту, бо таким чином, потенційний споживач матиме набагато більшу емоційну прив'язаність до викладеної в зіні теми. Друковані видання є засобом побудови емоційного та інтелектуального зв'язку через тактильну та естетичну складову, а також специфічну стилістику, яка має змогу привернути на себе увагу потенційних споживачів через візуальний ряд який їмімпонує. Також, варто зазначити що спокійна статичність та визначеність друкованого зображення і тексту вигідно контрастує з рухомими зображеннями на екрані, враховуючи перенасичення постійним потоком інформації в сучасному світі.

Зін «UNMADE / Деконструкт» повинен бути двомовним (використано українську та англійську мову) автобіографічним виданням формату А4, із обмеженим тиражем в декілька одиниць, із подальшою можливістю друку під замовлення.

Цільовою аудиторією є громадяни України та іноземці, насамперед у віковій категорії в межах 17-35 років, та людей, які є безпосередньо дотичними до графічного дизайну, або є близькими до мистецької сфери загалом. У випадку зіну, основне розповсюдження планується через цифрові комунікаційні та візуальні платформи, такі як Instagram, Threads, LinkedIn та оформлення цього дизайнерського проєкту у мережі Behance. Також, планується можливе поширення цього друкованого видання для фізичних осіб, насамперед через формат окремих замовлень, що в майбутньому допоможе краще зрозуміти потрібну середню кількість примірників зіну.

У формуванні зовнішнього вигляду зіну не можна недооцінювати роль графічної стилістики, в якій було створено це друковане видання, адже саме через стилістику такі журнали привертають увагу потенційних читачів і змушують їх взяти продукт до рук щоб ознайомитись із ним. Тому, щоб досягти бажаних результатів у створенні неповторного вигляду продукту, який справиться зі своєю задачею привернення уваги читачів, у проєкті було вирішено працювати саме у власній графічній стилістиці, орієнтуватись на свої стилістичні вподобання, і саме таким чином розвивати свій

дизайнерський почерк, бо цей проєкт став сильною можливістю визначити та примітити на практиці усі напрацьовані можливості власної творчості, а також різні графічні інструменти та техніки [46].

Отже, структура видання складається з шести розворотів формату А3, що налічує в собі 12 журнальних аркушів та 24 сторінок співвідносно, не враховуючи обкладинки. Зін не налічує в собі конкретних визначених розділів – радше, через відносно невелику кількість сторінок, його наповнення йде та сприймається як довгий монолог, який однак розбивається на частини шмуцтитулами та підзаголовками, які позначають тематичні зміни напрямку ходу думок автора. Розвороти автобіографічного видання відрізняються одне від одного, і не мають такого ж чіткого стилю верстки та текстових колонок, як наприклад в журналах чи газетах – натомість, кожна сторінка є унікальною, але із безумовною наявністю авторської дизайнерської стилістики, яка поєднує ці різні сторінки в один, стилістично цілісний концепт.

Цей проєкт підіймає такі специфічні теми як визначення процесу креативності та творчості, пошук власного місця у сфері графічного дизайну, визначення власного стилю, взаємодія з синдромом самозванця та невпевненістю у тому що створюєш, перший робочий досвід та те, як очікування від нього зіштовхнулись із реальністю робочого процесу, специфіка сфери графічного дизайну та що вона вимагає від митців та дизайнерів, і також роздуми на тему використання в своїй роботі інструменти штучного інтелекту.

Зін розпочинається з пояснення обраної назви проєкту – на першому розвороті розкривається глибший задум стосовно того, чого було обрано саме таке найменування проєкту, та що саме автор асоціює із цим словом/терміном. Автор пояснює власну думку стосовно того, чи може таке явище як креативність бути прирівняне до інших функцій людського організму, насамперед до м'язів.

Після введення читача в потік думок, другий розворот являє собою шмуцтитул, який виконує функцію розбиття текстових блоків на дві частини

– бо хоч наступний розворот і є, по контексту, продовженням думок які було викладено на перших сторінках, однак вже в ньому читач може виділити перехід на наступну тематику. Читач бачить що автор не просто веде монолог із власних роздумів, а в цьому процесі намагається дати відповідь на власні поставлені запитання та розвинути свої думки у суміжні по тематиці.

Третій та четвертий розділи розбирають тему креативності та явища натхнення. Ці явища беруться на огляд як і окремо, у вакуумі власного визначення, так і в контексті їхньої реалізації в графічному дизайні. Автор підіймає питання того, чим взагалі є ці явища для особи – чи є вони притаманними людям з народження і доступними для кожного, чи це щось що кожна людина повинна свідомо тренувати в собі. Автор також розбирає взаємозв'язок та різницю між повсякденною креативністю та натхненням, яке є непостійним явищем, та вимогою використовувати ці вичерпні ресурси в своєму робочому процесі – ці розвороти показують різницю між створенням чогось для себе, і тим коли це перетворюється на постійну задачу для митця [47].

В контексті цих вже розібраних тем, наступні розвороти є логічним продовженням ланцюжка роздумів. Вони розкривають для читача досвід автора із виснаженням свого креативного ресурсу та демонструють неспівпадіння очікувань та реальності від досвіду роботи на посаді графічної дизайнерки у креативній агенції. Такі роздуми і те, як їх подано для аудиторії, демонструють внутрішній конфлікт автора та невизначеність, і саме це найбільше передано в контексті графічного дизайну усього зіну, бо саме цієї емоцією та станом автор видання хоче домогтись найбільшого емоційного відклику в потенційних читачів цього зіну.

Таким чином, концепцією автобіографічного двомовного зіну є бажання автора поділитися із читачами своїми роздумами, переживаннями та здогадками стосовно тематики графічного дизайну та пошуку власного місця в цій сфері. Зін створено у монохромній гамі, без використання якихось кольорів окрім чорного, білого, та відтінків сірого, щоб підкріпити визначення

назви – цим самим продемонструвати що це є деконструкцією, або розкладанням дизайну [48].

2.3. Визначення основних параметрів проектування журнального видання

Оскільки метою цієї роботи є не тільки створення візуально привабливого продукту, але й чітка передача авторської стилістики та автентичності, увагу буде зосереджено на тих аспектах графічного дизайну, які мають ключове значення для проектування зінів, зокрема на візуалізації, типографіці, макетуванні, дизайні обкладинки та внутрішніх сторінок самвидавного видання.

Для зіну, незалежно від того, чи він один в своєму екземплярі, чи планує стати серійним виданням, назва відіграє центральну роль у тому, щоб читацька публіка запам'ятала його. Навіть через великий проміжок часу між датами можливих додаткових публікацій, у випадку продовження серії, це зумовлює швидке впізнавання.

Таким чином, назва зіну може бути визначена як його логотип, враховуючи те що саме по назві читачі можуть надалі впізнати і визначити це видання серед інших аналогів. Логотипи журнальних видань, як правило, мають лише шрифтове вирішення але це не є єдиним можливим варіантом для створення логотипу. Окрім цього, визначені шрифти та кольори допомагають графічній назві створити назві образ художнього сприйняття, та уявлення про характер та зміст видання.

Окрім наведених вище елементів, зображення у друкованому виданні – в цей перелік входять фотографії, графіка, малюнки, тощо – відіграють зовсім не останню роль. Враховуючи те що в зіні немає рамок стосовно меж та можливостей стосовно використання графіки різних типів, в реалізації проєкту замість зображення та повторювальні графічні елементи є одними з найважливіших складових наповнення сторінок, адже саме вони створюють той самий автентичний вигляд будь якого зіну, і існують в симбіозі із

текстовими блоками, доповнюючи їх або за потреби розбиваючи їх на різні частини.

Типи зображень у зінах різноманітні, і відрізняються від автора до автора, бо кожен сам собі обирає ту стилістику, з якою той хоче працювати. У випадку зіну «UNMADE», усі зображення виконано в монохромній стилістиці без використання кольору, щоб підтримувати єдину візуальну мову і не мати елементів, які розбиватимуть цей візуальний ряд, а навпаки будуть його підкріплювати. По цій причині, зображення в цьому друкованому виданні створені за допомогою мішаною техніки – в зіні використане поєднання обробки фотографій через графічні програми, такі як Adobe Illustrator та Adobe Photoshop, цифрова ілюстрація, та створення зображень вручну, наприклад: задля того щоб створити підходящі ілюстрації, на долоні автора було нанесено чорну фарбу, а самими долонями було зроблено відбитки на папері; згодом, листи із відбитками долоней було відскановано та оброблено у графічних програмах належним чином.

У контексті зіну, більшість елементів структуризації, притаманних журнальним виданням переосмислюються або свідомо відкидаються, бо він не зобов'язаний бути зручним для швидкого сканування або передавати великий обсяг структурованої інформації — він може вимагати від читача уповільнення, нелінійного читання, та повернення назад. Замість функціональних інфографічних блоків, авторський самвидав послуговується підкреслено суб'єктивними засобами — рукописними нотатками на межах сторінок, вирізками, відбитками, слідами олівця, тощо.

Наприклад, питання читабельності текстових блоків та їхнє оформлення в зіні набуває принципово іншого виміру порівняно з класичним журналом. Традиційна верстка прагне розбити текстові блоки на колонки, блоки, тощо, з метою полегшення читання великої кількості тексту для читача, але зін, натомість, може свідомо порушувати цей комфорт. В цьому контексті, це порушення не є дефектом, а своєрідною художньою позицією. Нерівні відступи, відсутність вирівнювання, накладання тексту на зображення, зміна

розміру або гарнітури шрифту всередині одного абзацу, та обривання речення на межі розвороту — усе це у випадку проєкту не є помилкою верстання, а засобом передачі внутрішнього стану автора. Міжрядковий інтервал, структура абзаців, виділення тексту підпорядковані в зіні не звичній нормі читабельності, а ритму авторського голосу — так само, як у поезії графічне розміщення рядків на сторінці є частиною значення, а не лише його носієм.

Модульна сітка зазвичай є невід'ємною складовою створення будь якого дизайнерського проєкту. В цей перелік входять не тільки журнали, а й плакати, книжки, навіть дизайн постів для соцмереж. Сітка – це сукупність невидимих прямих ліній, вздовж яких розміщуються елементи сторінки. Таким чином, вона забезпечує візуальний зв'язок між окремими блоками і зберігає наступність дизайну при переході від сторінки до сторінки. У зіні, втім, ставлення до сітки принципово інше. Вона не є обов'язковою умовою існування видання і нерідко відсутня у звичному розумінні — або ж існує як відправна точка, від якої автор свідомо відхиляється. Це відхилення само по собі стає частиною змісту: асиметрія, непередбачуване розміщення елементів, відсутність «безпечних» полів, або їхнє свідоме зменшення; текст, що виходить за межі уявного поля набору — усе це створює відчуття живого, рукотворного, унікального об'єкта, а не відтвореного тиражованого продукту. Там, де журнал прагне до системності та повторюваності, зін цінує непередбачуваність і непослідовність.

Для будь якого журналу, однак, найважливішим елементом є обкладинка, тому що вона ініціює процес покупки: спочатку привертає увагу, спонукає взяти в руки та погортати, і нарешті купити, бо не дивлячись на загальну думку, читач справді обирає по обкладинці. Звичайно що обкладинка не тільки мусить викликати бажання купити, але й передати собою розріз внутрішнього змісту. Тому під час роботи над проєктом було визначено перелік завдань, які варто виконати з ціллю створення успішної обкладинки:

виділитися серед інших аналогічних продуктів, заохотити потенційних споживачів, передати зміст і характер журналу, та створити точний настрій.

Назва журналу або ж логотип відіграє вирішальну роль, та має бути достатньо характерною, щоб журнал можна було впізнати лише за написом. Зазвичай вона розташована у верхній частині сторінки та заповнює ширину обкладинки, і друкується великим шрифтом. Вибір кольору та щільності шрифту має бути пов'язаний із тематикою, жанром, ідеєю та бажаним настроєм друкованого видання.

Внутрішній текстовий зміст має бути своєрідним маніфестом, із найширшим зверненням до читацької аудиторії. Для підсилення ефекту можливе використання великих літер на увесь розворот, виділення слів контрастним кольором, але також використання шрифту не як засіб передачі інформації, а як графічний елемент.

Підсумовуючи сказане, під час створення зіну, алгоритм та послідовність дій є значно легшою, ніж піл час розробки журналу або книги, однак проведення комплексного аналізу все ще є вкрай важливим. Таким чином, дизайн такого друкованого видання як зін вимагає від автора значних дизайнерських та видавничих компетенцій та дослідження.

2.4. Етапи реалізації проєкту двомовного автобіографічного зіну «Unmade/Деконструкт»

Розробка макету будь якого друкованого видання є складним та тривалим процесом, що проходить в декілька етапів, одним з яких є підбір відповідного для видання стилістичного оформлення, яке відповідало б тематиці видання. Після аналізу основних критеріїв, можна скласти певний план дій вибору стилістичного рішення журнального оформлення: визначення тематики видання, аналіз цільової аудиторії, на яку автор переважно орієнтується в контексті зацікавленості та купівлі цього видання; аналіз сучасних трендів у дизайні і видань конкурентів; визначення типу контенту, який характер він буде нести, який вид інформації буде переважати на

сторінках видання; пошук стилістичних референсів, які автор бажає взяти собі як візуальний орієнтир для натхнення. Таким чином, якщо дотримуватись цього алгоритму, то можна на перших же етапах відсіяти ряд стилів, які за своєю природою кардинально протилежні ідеї видання. А наступні етапи дозволять точніше підібрати найбільш відповідне стильове рішення в оформленні [48].

На основі отриманих в ході дослідження даних, практична частина реалізації проєкту здійснювалася у такі етапи:

1. Визначення теми: автобіографічний двомовний зін «UNMADE/Деконструкт»

2. Вибір програмного забезпечення: InDesign, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop.

3. Підбір текстового матеріалу та ілюстрацій відповідної тематики: кожна ілюстрація повинна нести свій зміст та бути підходящою до тексту та сторінки, на якій вона розташована;

4. Створення титульної сторінки (обкладинки): розробка назви (логотипу), зображення та візуальних елементів обкладинки.

Логотип. Логотип «UNMADE» виконано за допомогою шрифту Ballet і використанням ефекту roughen – та розміщений зверху обкладинки. Підзаголовок «Деконструкт» зроблено у більш графічному та декоративному стилі – текст розміщено в центральній частині сторінки, і напис виконано не у звичайний рівний спосіб. Натомість, літери складено в купу як пазл, при цьому зберігаючи загальну читабельність слова. Для цієї мети текст переведено в криві, щоб полегшити графічну роботу із ним та спростити процес друку.

Титульне зображення та візуальні елементи. На обкладинці проєкту зину розміщено стилізовану та оброблену фотографії автора, яку виконано в монохромній кольоровій палітрі та із використанням різних візуальних шумів та режиму bitmap. Окрім цього зображення, на обкладинці також використовується стилізоване зображення двох чортополохів. Ця ілюстрація є копією татуювання з ліктя автора. Таким чином, обрані основні візуальні

елементи підкреслюють автентичність та індивідуальність друкованого видання, показуючи те що це саме персональний зін.

5. Проектування та створення плану вмісту: визначення основних тем всередині зину, послідовність їхнього розташування на кожному розвороті .

Особливу увагу під час роботи над проектом було приділено оформленню текстового наповнення, адже журнал має на меті спонукати читача прочитати увесь викладений текст, а сам текст повинен бути зрозумілим, читабельним, та викликати емоційний відклик у споживачів. Оскільки читач зазвичай спершу гортає вміст видання, і пробігається очима поверхнево, то і його оформлення було підсилено поєднанням текстового матеріалу з ілюстративним, аби передати характер журналу та зачепити увагу читача. Зокрема, в зіні використано чередування чорного та білого оформлення розворотів та контрастне наповнення. Разом з тим, деякі ілюстрації виконано в менш контрастному стилі, зі зменшенням їхньої прозорості, щоб вони не суперечили з більш пріоритетними текстовими блоками поряд із ними. Для основного тексту було обрано шрифт TT2020 та його різні накреслення (12 кегель, 14 міжрядковий відступ), для підзаголовків – Truip зі змінним розміром.

6. Визначення макету: графічно різноманітний макет журналу з чергуванням розділів у різному стилістичному рішенні.

Для макету задано формат А4 (210 мм × 297 мм), поля однакові - 12,7 мм, додатково по 4 мм передбачено під обріз з кожного боку, аби під час друку уникнути втрати основного макета.

Модульна сітка. В рамках реалізації проекту визначено, що чітка модульна сітка не обов'язково повинна бути наявною в друкованому виданні такого типу, однак у роботі всеодно було дотримано ключові елементи правильного розміщення та поєднання текстових блоків із зображеннями. Ілюстративний матеріал розташовано таким чином, щоб належно спрямовувати погляд читача по сторінках, та вдало працювати разом із текстовою частиною.

Стиль абзаців. Було створено декілька стилів для тексту:

- під назву, вступ та буквицю (шрифт Ballet із накладеним ефектом Roughen в програмі Adobe Illustrator);
- для основного тексту (шрифт TT2020 з такими накресленнями: Style D Regular, Style E Italic, та Style F (Ascii));
- для основного тексту та абзацу (шрифт Truein переведений у контур, із варіабельним розміром);
- для частих підписів та ефекту рукописного шрифту (шрифт Biro Script Plus з накресленням Bold);
- а також декілька додаткових стилів шрифтів які використовуються за потреби та не постійно;

Ілюстрації. З урахуванням змісту та цільової аудиторії, зображення та візуальні елементи було виконано у визначеному стилі, щоб підтримувати задум та настрої друкованого видання. Більшість із них виконана із накладанням ефекту Bitmap або Ascii, щоб створити відчуття комп'ютерної графіки, та продемонструвати близькість графічного дизайну як з прикладним мистецтвом, так і з невід'ємним електронним елементом цієї роботи. За допомогою програмного забезпечення Adobe Photoshop здійснювалося виправлення контрасту, тону, чіткості та розмиття зображень, їхнє переведення у правильну колірну схему – перед нанесенням на макет фотографії були переведені з режиму RGB в CMYK, а також фотографіям було надано чорнильний ліміт у значення 300%. Після редагування в Adobe Photoshop, зображення переносились безпосередньо на макет видання в програмі Adobe Indesign. Щоб створити макет максимально інтерактивним для читача, зображення і текст розміщувалися поперемінно із лівим та правим вирівнюванням, з різним нахилом (більшість зображень та текстових блоків в макеті розміщено по стандарту, однак деякі сторінки навмисне перевернуто таким чином, щоб читач напряму взаємодіяв із виданням та перевертав його в руках, щоб прочитати текст), та з різним міжстроковим інтервалом; текст

подекуди напряду взаємодіє з зображенням та перекриває його або розташовується поверх нього.

Підбір шрифтів. Всі шрифти повинні були відповідати змісту, сенсу, так загальному вигляду зіну, а також бути достатньо читабельними. Тому в рамках реалізації проєкту шрифти обиралися на підставі таких критеріїв, як:

- електронна та гранж стилістика (букви повинні мати чіткий стиль та впізнаване накреслення, з чітким асоціативним рядом для читача);
- чітка форма літер (навіть якщо вони налітають одне на одну або деформовані, читач повинен мати змогу розрізнити написане);
- оптимальне для стилістики та читання співвідношення змістового наповнення, розміру шрифту, ширини стовпців і міжрядкового інтервалу.

Висновки до розділу 2

У другому розділі описано формоутворення етапів, початок, процес та закінчення створення дизайну автобіографічного двомовного зіну «Unmade / Деконструкт». Було вивчено та відтворено всі етапи створення дизайнерського проєкту — від формування загальної ідейної концепції до створення готового друкованого макета. На початку створення кваліфікаційної роботи, було визначено початкову ідейну концепцію, яка ґрунтується на суміші близьких до автора тем та роздумів. Розбір кожного питання автора було подано на різних розворотах із неповторним графічним наповненням, яке поєднується із текстом. Найважливішими складовими зіну стали добірка влучної типографіки, текстурованих фонів, дизайн кожного розвороту та сторінки та їхні графічне наповнення. В створенні кваліфікаційної роботи було запроваджено використання комбінації з декількох шрифтових гарнітур, кожна з яких була підібрана під настрій та тему зіну. Таким чином, у виданні поєднуються курсивні, та подекуди неакуратно шрифти, які імітують людський розчерк, та моноширинні або акуратні шрифти із засічками, виконані таким чином, щоб мати вигляд набору печатної машинки, або піксельних артефактів. Для написання освного текстового тла однак було

використано більш легкий для прочитання шрифт, який хоч і має в своїй формі влучність до обраної теми, однак своєю легкістю забезпечує полегшене сприйняття інформації та комфортне читання.

Кожна сторінка видання має своє неповторне наповнення та дизайн, який втім витримує загальну візуальну мову видання. Цей підхід було обрано із метою підкреслити неповторність усіх елементів видання, та водночас зберегти його цілісність, та подану в ньому інформацію.

В розробці зіну було використано лише комбінації чорного та білого кольору із відтінками сірого, та грою вмісту із накладеними текстурами та шумами. Вибір кольорової палітри було зумовлено не тільки потребою виконання нею обраної стилістичної функції, а для того щоб передати настрій та розшифрувати концепт назви зіну, та його самого.

Для розробки зіну було обрано стандартний формат А4 із кріпленням на скобу, що забезпечило створення стандартної для читання композиції. Фінальним етапом роботи над кваліфікаційним проєктом стала розробка презентаційних планшетів, які містять узагальнення двомовного зіну «Unmade / Деконструкт». Ця розробка систематизувала макет, та дала змогу представити його наповнення у стислій та зібраній формі.

Підсумовуючи висновки: було створено друкований макет автобіографічного двомовного зіну, який містить інформаційну та дизайнерську складову. Це видання має характеристику авторського, дослідницького, та водночас творчого проєкту, який розкриває взаємозв'язок творчості, креативності, та пошуку свого місця в житті та графічного дизайну.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження показало, що створення двомовного автобіографічного зіну є не просто проєктом, спрямованим на розвиток індивідуального мистецтва та особистої дизайнерської стилістики, але також має під собою значно глибше соціально-політичне підґрунтя. Проєкт має не тільки велику значущість для творчості самого автора, але також є актуальним проявом сучасного графічного мистецтва, при цьому не тільки в Україні, але й за кордоном. Тому, контрастний та унікальний дизайн індивідуального видання, яке існує як персональний зін в форматі одного випуску, присвяченого роздумам про графічний дизайн, власний творчий шлях та невизначеність молодого митця, виступатиме як чудова демонстрація прояву нового покоління графічних дизайнерів та митців в українському дизайнерському колі.

Робота зі створення журнального видання розпочалася з дослідницької фази, в якій проаналізовано розвиток періодичних видань, та проведено дослідження існуючих аналогів цієї специфічної форми зінів. Таким чином, було створено чіткий дизайнерський задум, на базі якого було розроблено наступні етапи роботи над проєктом.

Умовно теоретичну фазу дослідження можна поділити на три етапи:

1. Аналіз та структуризація загальної інформації у сфері самвидавців та зінів (хронологія та розвиток подібного типу видань закордоном та в Україні, визначаються основні характеристики та типи цього роду видань та відмінності між самвидавами та зінами; наведено перелік аналогів друкованих та електронних видань наближених до власної авторської тематики; представлено значущість та місце зінів в розвитку сучасної сцени графічного дизайну та видавничої справи).

2. Огляд українських аналогів та взірців серед зінів та самвидавчих артбуків та аналіз їхнього вмісту. Простежуються їхні особливості та відмінності, а також визначено тематики, які поєднують разом усі ці видання.

Приділена увага причинам та наслідкам виникнення тих чи інших аналогів зінів, розгляду їхніх концепцій та стильових форм, характеру та читацьких властивостей.

3. Представлення власної концепції двомовного автобіографічного зіну (детально розглядаються конкурентноспроможні якості журналу з точки зору потенційного покупця: визначається цільова аудиторія, тематична спрямованість, змістовне наповнення у поєднанні з власним дизайном).

Реалізація практичної частини проєкту здійснювалась за такими основними напрямками:

Графічний дизайн

1. Візуалізація: стиль і вибірка зображень, ілюстрацій, графічних елементів
2. Типографіка: вибір шрифту, стилю оформлення
3. Макет: формат, розмір, колірна палітра

Редакційний дизайн

4. Титульна сторінка: стиль, оформлення обкладинки
5. Сторінки журналу: зміст, наповнення сторінок
6. Редакційна підготовка: форми викладення матеріалу.

Час роботи над проєктом тривав близько шести місяців і включав комплексний підхід до створення остаточного варіанту дизайну видання. Фінальний варіант дизайну створений із урахуванням усієї специфіки дизайну зіну, і є привабливим та цікавим для читача, і повністю справляється зі своєю основною метою – поділитись із читацькою публікою своїм власним дизайном та досвідом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Голубовський Р. Тенденції розвитку книжкового ринку України в умовах війни // Економіка та суспільство. 2024. № 61. DOI: [https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-109]
2. Solomiya Magazine : вебсайт. URL: https://solomiyamag.com/.
3. ПОТОП (видавництво) // Вікіпедія : вільна енциклопедія. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%9E%D0%A2%D0%9E%D0%9F_(%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%BE)].
4. Kyiv Noha : вебсайт. URL: https://kyivnoha.org/about/.
5. Reflecting Kristina // Office Magazine. URL: https://officemagazine.net/reflecting-kristina-18.
6. Дереза Н. Особливості сучасного українського самвидаву : PDF-документ. URL: http://obrii.org.ua/usec/storage/article/Dereza_2024_155.pdf
7. Самвидав і тамвидав: особливості українського рупору за часів радянщини // Kashtan News. URL: [https://www.kashtan.news/samvydav-tamvydav-osoblyvosti-ukrainsko-ho-ruporu-za-chasiv-radianshchyny/].
8. Приставка В. Хронологія розвитку зін-культури в Україні та Сполучених Штатах Америки // Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну. 2021. Т. 4, № 2. С. 197–209. DOI: [https://doi.org/10.31866/2617-7951.4.2.2021.246833].
9. Samizdat // Wikipedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Samizdat.
10. Samizdat // Tavaana. URL: https://en.tavaana.org/samizdat/.

11. Samizdat Series // Roberto Aguirre Zabala. URL:
[<https://www.robertoaguirrezabala.com/en/samizdat-series/>].
12. The Czech Zine Scene Part 1 // Henry Jenkins. URL:
[<http://henryjenkins.org/blog/2018/2/15/the-czech-zine-scene-part-1>].
13. Polish underground press // Wikipedia. URL:
[https://en.wikipedia.org/wiki/Polish_underground_press].
14. Самвидав // Вікіпедія : вільна енциклопедія. URL:
[<https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B0%D0%BC%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B0%D0%B2>].
15. Самвидав // Словник української мови. URL:
[https://mtt.in.ua/slovnyk_ukr-samvydav/](https://mtt.in.ua/slovnyk_ukr-samvydav/).
16. Самвидав в Україні: 20 запитань, що пояснюють процес, контекст і безстрашність // Читомо. URL: [<https://chytomo.com/samvydav-v-ukraini-20-zapytan-shcho-poiasniuiut-protses-kontekst-i-bezstrashnist/>].
17. Дисертаційне дослідження з тематики самвидаву : PDF-документ.
URL:
[https://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/dissertations/K08.051.19/dissertation_5b9e2d0878399.pdf].
18. Самвидав: сам пишу, сам друкую, сам поширюю, сам за це сиджу в тюрмі // Читомо. URL: [<https://chytomo.com/samvydav-sam-pyshu-sam-drukuiu-sam-poshyriuiu-sam-za-tse-sydzhu-v-tiurmi/>].
19. Koffi S. Українська зін-спільнота. URL:
<https://www.serhiikoffi.com/blog/zin>.
20. Самвидав // Енциклопедія історії України. URL:
[http://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exe?&I21DBN=EIU&P21DBN=EIU&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=eiu_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=TRN=&S21COLORTERMS=0&S21STR=Samvydav].

21. Мистецтво, фан та активізм: для чого видають зіни в Україні // Читомо. URL: [<https://chytomo.com/ekzemplyary-xx/xxi/mystetstvo-fan-ta-aktyvizm-dlia-choho-vydaiut-ziny-v-ukraini/>].
22. Тотальна творча свобода: чому зіни стають популярними і хто створює їх в Україні // Sensor Media. URL: [<https://sensormedia.com.ua/art/totalna-tvorcha-svoboda-chomu-ziny-staiut-populiarnymu-i-khto-stvoriuie-ikh-v-ukraini/>].
23. Зіни: що це та чому вони важливі // LiRoom. URL: <https://liroom.com.ua/articles/zin-article/>.
24. Як «Грішниця» спокусила українську молодь повернутися до друкованої еротики // Суспільне Культура. URL: [<https://suspilne.media/culture/923701-ak-grisnica-spokusila-ukrainsku-molod-povernutisa-do-drukovanoi-erotiki/>].
25. Другий випуск Saliut Magazine: візуальна подорож в українські 90-ті // Divoche Media. URL: [<https://divoche.media/2022/07/14/drugyj-vypusk-saliut-magazine-vizualna-podorozh-v-ukrayinski-90-ti/>].
26. Що таке зіни: конспект дискусії «Культура зінів» // Support Your Art. URL: [<https://supportyourart.com/stories/shho-take-ziny-konspekt-dyskusiyi-kultura-ziniv-rozмова-z-hudozhnykamy-ta-vydavczyamy/>].
27. Why Self-Publishing Is Alive and It's Cool // SKVOT. URL: [<https://skvot.io/uk/blog/why-self-publishing-is-alive-and-its-cool>].
28. Emigre (magazine) // Wikipedia. URL: [[https://en.wikipedia.org/wiki/Emigre_\(magazine\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Emigre_(magazine))].
29. VanderLans R. HOW Magazine Interview // Emigre. URL: [<https://www.emigre.com/Essays/RudyVanderlans/HOW2003>].
30. Licko Z. Eye Magazine Interview // Emigre. URL: <https://www.emigre.com/Essays/ZuzanaLicko/Eye2002>.

31. Aaron Cometbus // Wikipedia. URL:
[https://en.wikipedia.org/wiki/Aaron_Cometbus](https://en.wikipedia.org/wiki/Aaron_Cometbus).
32. Cometbus Punk Zines Vol. 1 // WonderHowTo. URL:
[https://zines.wonderhowto.com/news/cometbus-punk-zines-vol-1-0115169/#google_vignette](https://zines.wonderhowto.com/news/cometbus-punk-zines-vol-1-0115169/#google_vignette).
33. Aaron Cometbus – Punk Zines Get Personal // Schulz Library. URL:
[<https://schulzlibrary.wordpress.com/2009/05/29/aaron-cometbus-%E2%80%93-punk-zines-get-personal/>].
34. All Aboard the Travel Zine // Slanted Magazine. URL:
[<https://www.slanted.de/all-aboard-the-travel-zine-italian-multidisciplinary-designer-giovanna-crise-unveils-a-new-digital-print-project-exploring-korea/>].
35. Self-Produced Zines to Rediscover Presence Online // Readymag. URL:
[<https://blog.readymag.com/self-produced-zines-to-rediscover-presence-online/>].
36. Doris // LCC Zine Collection. URL:
[<https://lcczinecollection.myblog.arts.ac.uk/2021/03/30/doris/>].
37. Proof I Exist #40 // Antiquated Future. URL:
<https://antiquatedfuture.com/zines/proof-i-exist-40/>.
38. Creative Burnout Zine // Behance. URL:
[<https://www.behance.net/gallery/147058655/Creative-Burnout-Zine>].
39. Birds of a Feather // It's Nice That. URL:
[<https://www.itsnicethat.com/articles/bruce-vansteenwinkel-birds-of-a-feather-buitengewoon-graphic-design-260719>].
40. Meet LB, Zine Maker Behind Truckface // Vice. URL:
[<https://www.vice.com/en/article/meet-lb-zine-maker-behind-truckface/>].
41. Zines: Tools for Self-Reflection and Resistance // Substack. URL:
[<https://juliearing.substack.com/p/zines-tools-for-self-reflection-and>].

42. The Rise of Zines // New Wave Magazine. URL:
[<https://www.newwavemagazine.com/single-post/the-rise-of-zines-how-graphic-design-becomes-a-loud-vehicle-for-unheard-voices>].
43. Претті Гетто. Readellion. Вебсайт. URL:
<https://readellion.com/product/pretty-ghetto/>
44. КАД. Анонс зіну «Праведниця». Вебсайт URL:
<https://www.instagram.com/p/DDwSEvjNUhX/>
45. Заярська Валерія. Місце змін на сцені сучасного українського видавничого дизайну. Сталий розвиток суспільства та дизайн-діяльність у просторі територіальної айдентики. Всеукр. наук.-практ. конф. (16 квітня 2026 року). Київ: Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, 2026. С. 94-95.
46. Мазніченко А. В., Радько К. В. Еволюція книжкової ілюстрації: Від сакрального символізму до авторської мови у сучасному візуальному оформленні книги. Редакційна колегія. Київ : Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, 2025
47. Заярська Валерія. Межі та можливості креативності в контексті графічного дизайну. *Ucraina libertatem*. Трансформація гуманітарної сфери та культурного простору під впливом війни. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Київ. 11 листопада 2025 року / Ред. кол. : О. В. Ковальчук (голова), М. І. Циганик, В. В. Карпов (відп. ред.) та ін. Київ : Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, 2025. 308 с. С.121-123
48. Радько К. В. Дизайн книги як проектна робота студентів освітньої програми «Графічний дизайн» Університету Грінченка. *АРТ-платФОРМА*. 2024. № 1 (9). С. 304–323.
<https://doi.org/10.51209/platform.1.9.2024.304-323>

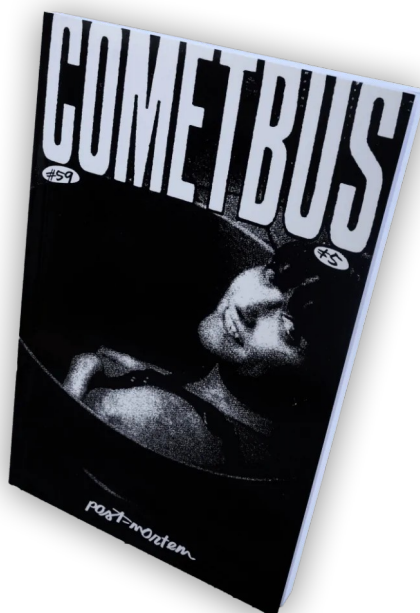
ДОДАТКИ

Дослідження аналогів та прототипів

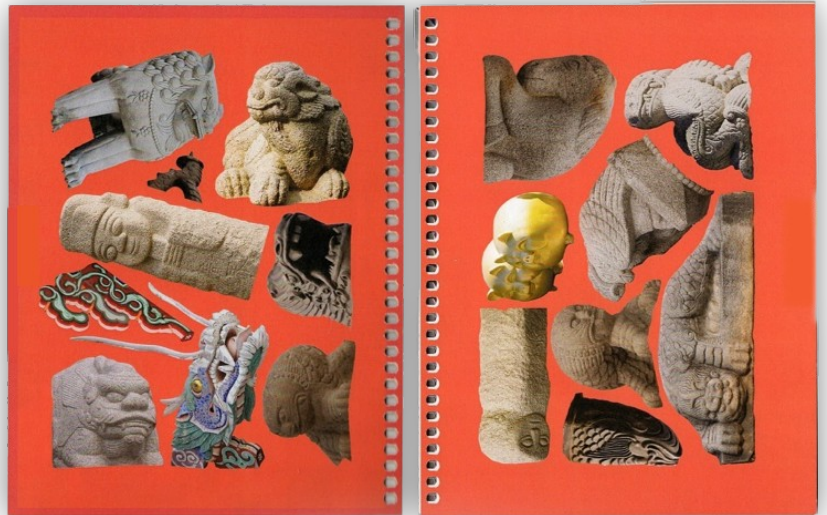
1. Журнал «Emigre». Випуск №69



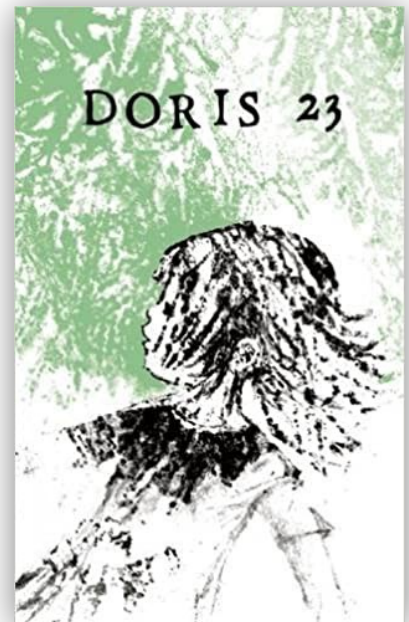
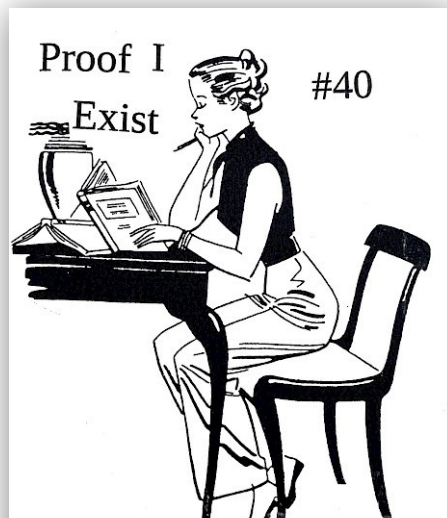
2. Зін «Cometbus». Випуск №59



3. Зін «Korea Travel Zine»



4. Перзін «Doris». Випуск №23



5. 3

6. 3





7. Зін «I Dreamed I Was Assertive»

8. Видання «buitengewoon»

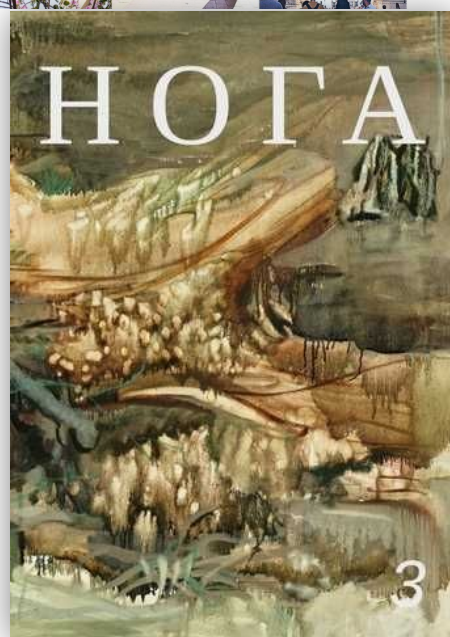


9. Перзин «Truckface»

10. Зін «My two cities»



Українські аналогічні видання



1. Журнал «Нога»

2. Фотокнига «Kristina 18»

Kristina 18



Поліна Полікарпова



3. Артбук «Преті гетто»



4. Зін «Праведниця»

5. Журнал «Solomiya»