

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА
ДИЗАЙНУ
Факультет дизайну
Кафедра графічного дизайну

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Розробка дизайну арт-зіну за темою: «ЛГБТ спільнота в сучасній
Україні»

Рівень вищої освіти Перший (бакалаврський)

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма Графічний дизайн

Виконала: студентка групи БДг3-22
Калита Л.Р.

Науковий керівник Зав.каф. ГД,
д.філос. Журавель-Змєєва Л.С

Рецензент Барановська А.С. д.філос

Київ 2026

АНОТАЦІЯ

Калита Л.Р. Розробка дизайну арт-зіну за темою: «ЛГБТ спільнота в сучасній Україні»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю 022 Дизайн. Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2026.

У кваліфікаційній роботі розроблено дизайн-проект арт-зіну «Visible/Видимі», присвяченого ЛГБТ+ спільноті в сучасній Україні. Досліджено особливості зінів, традиції самвидаву та візуальну мову ЛГБТ+ спільноти. Ідею видимості втілено через структуру розділів, типографіку, фотографію, ручну графіку та колірну систему.

Ключові слова: *арт-зін, ЛГБТ+ спільнота, графічний дизайн, самвидав, типографіка, ілюстрація, візуальні комунікації, видимість.*

ABSTRACT

Kalyta L.R. Design project of an art zine: «The LGBTQ+ Community in Contemporary Ukraine»

Qualification work for obtaining a Bachelor's degree in specialty 022 Design. Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, 2026.

The qualification work presents the design project of the art zine «Visible/Видимі», dedicated to the LGBTQ+ community in contemporary Ukraine. The work explores zines, self-publishing traditions, and the visual language of the LGBTQ+ community. The idea of visibility is expressed through the section structure, typography, photography, hand-drawn graphics, and color system.

Keywords: *art zine, LGBTQ+ community, graphic design, self-publishing, typography, illustration, visual communications, visibility*

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1.	
ТЕОРЕТИЧНА ОСНОВА РОЗРОБКИ АРТ-ЗІНУ	9
1.1. Методологія дослідження	9
1.2. Історія розвитку зінів та традиції самвидаву	11
1.3. Візуальна мова ЛГБТ спільноти в графічному дизайні	16
Висновки до розділу 1	20
РОЗДІЛ 2.	
РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ ТА СТИЛІСТИКИ	21
2.1. Характеристика світового ринку	21
2.2. Аналіз цільової аудиторії	29
2.3. Формування концепції видання	32
Висновки до розділу 2	38
РОЗДІЛ 3.	
ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ АВТОРСЬКОГО ПРОЄКТУ ЗІНУ	40
3.1. Особливості верстки та композиційної побудови сторінок	40
3.2. Робота над наповненням та оформлення сторінок	44
3.3. Практична реалізація проєкту	47
Висновки до розділу 3	53
ВИСНОВКИ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	57
ДОДАТКИ	62

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному світі питання інклюзивності, рівності та толерантності стають важливою частиною суспільного розвитку. В Україні ця тема набула особливої ваги в умовах повномасштабної війни, коли публічна присутність ЛГБТ+ спільноти, зокрема у лавах Збройних Сил, стала більш помітною і вплинула на сприйняття теми у суспільстві.

За результатами соціологічних досліджень, ще до початку повномасштабного вторгнення рівень прийняття ЛГБТ+ людей поступово зростав, а частина стереотипів почала руйнуватися. Водночас представники спільноти досі стикаються з упередженням, засудженням та соціальною ізоляцією. Це формує потребу у нових формах комунікації, які здатні не лише інформувати, а й допомагати краще зрозуміти досвід інших людей.

У цьому контексті графічний дизайн виходить за межі суто візуального оформлення і стає інструментом соціальної взаємодії. Через поєднання тексту, зображень і композиції він може передавати емоційний досвід і формувати більш чутливе сприйняття складних тем. Особливе місце займає формат арт-зіну як прояв самвидаву, що дозволяє працювати з темами, які часто залишаються поза межами масових медіа, та створювати більш щирі й персоналізовані форми висловлювання.

Актуальність обраної теми також пов'язана з розвитком сучасного графічного дизайну, у якому дедалі більшої уваги набувають авторські друковані видання та культура самвидаву. Арт-зін як формат поєднує дизайнерські експерименти, типографіку, ілюстрацію та документальні матеріали, що відкриває можливість створення візуально виразного та змістовного продукту.

Таким чином, розробка арт-зіну, присвяченого ЛГБТ+ спільноті в сучасній Україні, є актуальною як з точки зору графічного дизайну, так і в ширшому соціально-культурному контексті.

Мета кваліфікаційної роботи полягає у теоретичному обґрунтуванні та практичній розробці комплексного дизайн-проекту арт-зіну на тему «ЛГБТ

спільнота в сучасній Україні», що поєднує особисті історії, дослідницький матеріал та візуальні рішення для формування більш глибокого та неупередженого сприйняття теми.

Завдання кваліфікаційної роботи

1. Дослідити теоретичні основи створення арт-зінів та традиції культури самвидаву.
2. Проаналізувати специфіку візуальної мови ЛГБТ-спільноти у сучасному графічному дизайні.
3. Дослідити особливості світового ринку незалежних видань та визначити характеристики цільової аудиторії проєкту.
4. Сформувати концепцію та логічну структуру арт-зіну як багатосторінкового серійного видання.
5. Визначити оптимальні композиційні, типографічні та художні рішення для верстки сторінок.

Об'єкт дослідження: дизайн незалежних малотиражних видань у сучасному графічному дизайні.

Предмет дослідження: особливості проєктування дизайн-концепції арт-зіну присвяченого ЛГБТ+ спільноті в сучасній Україні.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети та виконання завдань було застосовано комплексний методологічний підхід, що поєднує теоретичні, емпіричні та проєктні методи.

До теоретичних методів належать аналіз, синтез та узагальнення фахової літератури, що дозволили дослідити історію розвитку культури самвидаву, особливості незалежних друкованих видань та соціальний контекст теми. Метод візуально-графічного аналізу, зокрема метод аналогів, застосовувався для вивчення сучасних незалежних видань і визначення актуальних тенденцій у верстці та оформленні.

Емпірична частина дослідження включає проведення інтерв'ю з представниками ЛГБТ+ спільноти та якісний аналіз отриманих матеріалів. Додатково було здійснено комунікацію з громадськими організаціями для

отримання актуальних даних і досліджень, що дозволило точніше сформулювати змістове наповнення видання.

На етапі розробки макета використовувалися проєктно-моделюючий метод та системно-структурний підхід, що забезпечило узгодженість композиційних, типографічних і візуальних рішень у межах єдиного дизайн-проєкту.

Практичне значення одержаних результатів полягає у створенні дизайн-проєкту друкованого авторського видання, підготовленого до подальшої реалізації. Розроблений макет відображає можливості графічного дизайну у роботі з соціально значущими темами та демонструє підхід до візуалізації особистого досвіду через поєднання тексту, типографіки та зображень.

Результати роботи можуть бути використані у сфері графічного дизайну, видавничої діяльності та соціальних комунікацій, зокрема у просвітницьких і культурних ініціативах. Запропонований підхід до створення незалежного друкованого видання може бути застосований у подальших проєктах подібного спрямування, а також слугувати прикладом для студентів під час роботи над багатосторінковими виданнями.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження були представлені на Міжнародній науково-практичній конференції «Синергія туризму, гостинності та креативних індустрій: наука, освіта, практика», що відбулася 02 квітня 2026 року в Києві. У межах конференції було представлено доповідь «Translating Niche Narratives Through the Visual Language of Art-Zines» (рис. Г.1.). Також результати роботи були апробовані через участь у грантовому конкурсі Outdoor-Online зі студентських статей про зовнішню рекламу, де було представлено роботу «Синергія нішевих арт-зінів та зовнішньої реклами у соціальних кампаніях» (рис. Г.2.).

Публікації. За результатами дослідження підготовлено тези доповіді «Translating Niche Narratives Through the Visual Language of Art-Zines» для участі в Міжнародній науково-практичній конференції «Синергія туризму,

гостинності та креативних індустрій: наука, освіта, практика». Участь у конференції підтверджено сертифікатом (рис. Г.1.).

Структура і обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (54) та додатків (6). Загальний обсяг текстової частини роботи – 60 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНА ОСНОВА РОЗРОБКИ АРТ-ЗІНУ

1.1. Методологія дослідження

Процес розробки соціально орієнтованого дизайн-проекту, потребує чітко вибудованої методології. У сучасному графічному дизайні важливо враховувати не лише естетичні, але й комунікативні аспекти, оскільки візуальні рішення безпосередньо впливають на сприйняття соціально чутливих тем. Як зазначає В. Папанек, дизайн може виступати інструментом соціальних змін і впливати на формування суспільних цінностей [18]. Саме тому у роботі було використано комплексний підхід, що поєднує теоретичні, емпіричні та проєктні методи.

Теоретичною основою дослідження став аналіз і узагальнення фахової літератури. У процесі роботи було опрацьовано кілька напрямів джерел. Перший пов'язаний із соціальною роллю дизайну. Праці В. Папанека дозволили розглянути дизайн як відповідальну діяльність, що впливає на суспільство [18]. Дослідження Glaser M. та Піс М. допомогли зрозуміти, як візуальна мова використовується у соціальних і правозахисних проєктах [37]. Також були враховані роботи С. Квіта, які розкривають взаємодію дизайну та масових комунікацій [10].

Другий напрям пов'язаний із дослідженням культури самвидаву та незалежних видань. Праця Duncombe S. дозволила простежити розвиток зін-культури та зрозуміти її значення як інструменту альтернативної комунікації [31]. Дослідження Рієрмеієр А. допомогло розглянути зін як форму самовираження, що поєднує медіа і практики феміністичного та соціального дизайну [49]. У межах українського контексту було проаналізовано роботи О. Обертаса, Я. Сека, В. Кіпіані та Г. Касьянова, що дозволило розглянути самвидав як культурне і історичне явище [17; 22; 11; 9]. Також були враховані сучасні дослідження DIY-практик в Україні [12].

Третій напрям становлять джерела з графічного дизайну та поліграфії. Теорія кольору Й. Іттена дала змогу сформулювати підхід до використання кольору як інструменту передачі емоційного стану та настрою [7]. Було

враховано принципи контрасту, гармонії та психологічного впливу кольору на сприйняття.

Принципи побудови модульних сіток, описані Й. Мюллером-Брокманном, були використані для організації простору сторінки [16]. Водночас у проєкті свідомо застосовуються відхилення від жорсткої симетрії, що дозволяє створити більш динамічну та емоційно насичену композицію.

Були використані підходи до типографіки, описані в роботах Lupton E. та Bringhurst R., для формування візуальної ієрархії та ритму сторінок [42; 26]. Застосування контрасту між різними накресленнями, масштабами та щільністю тексту дозволяє виділяти ключові фрагменти і полегшує сприйняття матеріалу.

Додатково було використано дослідження, присвячені проєктуванню багатосторінкових видань і журнальній верстці, що допомогло врахувати принципи взаємодії тексту і зображення та загальну композиційну цілісність видання [1; 15; 23].

Окрему роль у дослідженні відіграло вивчення соціального контексту. Було проаналізовано відкриті соціологічні дані Київського міжнародного інституту соціології [2] та звіти центру «Наш світ» [5], що дозволило зрозуміти сучасне ставлення до ЛГБТ+ спільноти в Україні. Матеріали щодо участі ЛГБТ-військових у війні та їхнього суспільного сприйняття також були враховані [48; 33; 41].

Для вивчення візуальної складової було застосовано метод аналогів. У межах цього методу проаналізовано як міжнародні, так і українські незалежні видання. Дослідження журналів «Attitude», «Out», «The Advocate», а також незалежних видань «BUTT» і «GAYLETTER» дозволило визначити сучасні підходи до верстки, роботи з фотографією та структури розворотів [24; 44; 51; 27; 35]. Аналіз українських прикладів дав можливість краще зрозуміти локальний контекст та особливості візуальної подачі.

Емпірична частина дослідження включає проведення інтерв'ю з представниками ЛГБТ+ спільноти та подальший якісний аналіз отриманих

матеріалів. Безпосереднє спілкування дозволило зібрати реальні історії, що стали основою змістового наповнення видання. Додатково було здійснено комунікацію з громадськими організаціями для уточнення актуальних даних.

На етапі розробки макета використовувалися проєктно-моделюючі методи. Створення мудбордів, ескізів та варіантів розворотів дозволило поступово сформувавши візуальну мову проєкту. Системно-структурний підхід забезпечив узгодженість композиційних, типографічних і графічних рішень у межах єдиного дизайн-проєкту.

Таким чином, поєднання теоретичного аналізу, емпіричних даних та практичного моделювання дозволило сформувавши цілісну методологічну основу для розробки дизайн-проєкту, що відповідає сучасним підходам у графічному дизайні та враховує специфіку роботи з соціально чутливою тематикою.

1.2. Історія розвитку зінів та традиції самвидаву

У сучасному графічному дизайні помітне зростання інтересу до невеликих незалежних видань, зокрема зінів, що поєднують текст, фотографію та прості графічні елементи (див. рис. 1.1). Візуальна мова таких проєктів формується на перетині традицій друкованої культури, цифрового середовища та практик самоорганізованих видавничих спільнот. Ця тенденція впливає на способи створення та сприйняття інформації, а також на те, як автори працюють із документальністю, індивідуальним досвідом та прямою комунікацією з читачем.



Рис. 1.1 – Незалежний журнал «Соломія Magazine», приклад сучасного зіну [49].

Сучасні зіни успадкували багато рис від перших фензінів 1920–1930-х років, які створювалися фанатами наукової фантастики й поширювалися у малих накладках. В основі цього формату лежала ідея прямої, неформальної комунікації, що не потребує участі великих видавництв чи редакцій. Такі видання створювалися ентузіастами, які об'єднувалися навколо спільних інтересів і тем, що ще не були представлені у масовій культурі. Вже на цьому етапі формується важлива риса зінів, орієнтація не на широку аудиторію, а на конкретну спільноту.

З часом функція зінів поступово змінюється. Вони перестають бути лише способом обміну інформацією між фанатами і перетворюються на інструмент висловлення позиції. Це пов'язано зі змінами у культурному середовищі другої половини XX століття, коли зростає кількість незалежних рухів і субкультур, що шукають власні канали комунікації [31].

Паралельно з розвитком фензінів формується культура DІY, яка стає важливим підґрунтям для подальшого розвитку незалежних видань. DІY передбачає самостійне створення продукту без участі великих інституцій та

комерційних структур (див. рис. 1.2). У цьому підході важливим є не лише результат, а й сам процес створення. Як зазначає Т. Ковач, DIY-культура в українському та світовому контексті є реакцією на стандартизацію масової культури та прагненням до індивідуалізації творчості [12]. Саме цей підхід формує характерну для зінів свободу у роботі з формою, матеріалами та змістом.



Рис. 1.2. – «Присутність». Колективний поетичний зін покоління бітників [8].

У другій половині XX століття зіни починають відігравати помітну роль у субкультурному середовищі. Особливо це стосується панк-культури, де друковані видання стали одним із основних способів поширення ідей. Зін у цьому контексті виконує одразу кілька функцій. Він інформує, об'єднує людей і водночас формує візуальну мову руху. Важливою стає не лише інформація, а й спосіб її подачі. Рвані композиції, ручні написи, колажі та експериментальні шрифтові рішення стають частиною естетики. Duncombe S. підкреслює, що зіни створюють альтернативний простір, у якому люди можуть формувати власні культурні коди поза впливом масових медіа [31]. Такий простір дозволяє експериментувати не лише з візуальною формою, а й із змістом. Це особливо важливо для тем, які не отримують достатньої уваги в офіційних джерелах.

У сучасному контексті зіни можна умовно поділити на кілька типів залежно від їхнього змісту та функції. Одним із таких типів є так звані «resistance zines» (див. рис. 1.3, 1.4, 1.5), які використовуються як інструмент соціального або політичного висловлення. Вони часто створюються у межах активістських рухів і спрямовані на поширення певних ідей або привернення уваги до проблем. Іншим типом є персональні зіни, у яких автор працює з власним досвідом, особистими історіями або спостереженнями. Обидва формати є важливими, оскільки дозволяють поєднувати документальність і суб'єктивність.

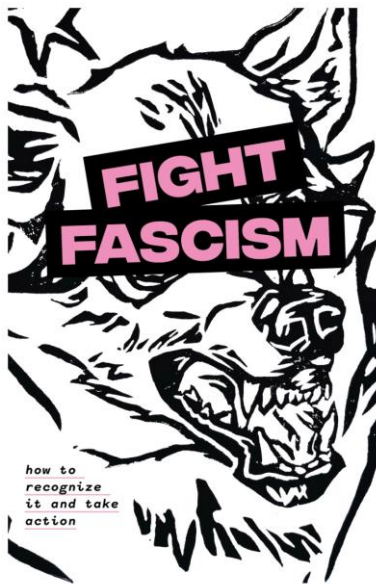


Рис. 1.3.



Рис. 1.4.



Рис. 1.5.

Приклади «resistance zines»: Рис. 1.3. – «How to Fight Fascism», Ерін Фонг, Рис. 1.4. – «Fight the Man and Get Away Safely», активістських рух «Radical Defense», Рис. 1.5. – «Reading for Revolution», Колектив Чорної Орхідеї [53].

Окрему роль у розвитку зінів відіграють феміністичні та квір-видання. Вони формуються як відповідь на недостатню репрезентацію певних груп у традиційних медіа. У таких зінах особлива увага приділяється темам ідентичності, досвіду та тілесності. За словами Рієрмеєр А., зіни стають простором, у якому формується альтернативна медіа-практика, що дозволяє

говорити про складні теми без цензури та обмежень [45]. Це робить їх важливим інструментом не лише у культурному, але й у соціальному контексті.

Паралельно із західною традицією зін-культури в Україні розвивався самвидав, який має інше походження, але схожі принципи функціонування. Самвидав виник у середині XX століття як відповідь на цензуру та обмеження свободи слова в радянському суспільстві. Його основною функцією було поширення текстів, які не могли бути опубліковані офіційно. Як зазначає Я. Секо, самвидав формувався як альтернативний інформаційний простір, що існував паралельно з офіційною системою комунікації [22]. Він включав у себе літературні твори, публіцистику, політичні тексти та документи правозахисного характеру. Поширення відбувалося через копіювання та передачу з рук у руки, що створювало особливу форму взаємодії між автором і читачем.

Активний розвиток самвидаву припадає на 1960–1980-ті роки і пов'язаний із діяльністю українських дисидентів. Як наголошує В. Кіпіані, ці люди свідомо протистояли системі, поширюючи заборонені тексти та формуючи середовище інтелектуального опору. У цьому контексті самвидав виступає не тільки як інформаційний інструмент, але і як форма культурного спротиву [11]. Г. Касьянов також підкреслює, що самвидав був важливим елементом руху опору, оскільки дозволяв зберігати і передавати ідеї, які не відповідали офіційній ідеології [9]. Він формував середовище, у якому підтримувалося критичне мислення і зберігалася національна ідентичність. Важливо зазначити, що самвидав мав не лише текстовий, але й візуальний вимір. Хоча його оформлення було обмежене технічними можливостями, саме ці обмеження формували характерну естетику. Використання друкарських машинок, ручних підписів, простих композицій створювало відчуття безпосередності і щирості, що сьогодні частково відтворюється у сучасних зін-практиках.

Попри різні історичні умови виникнення, зіни та самвидав мають спільну основу. Вони базуються на прагненні до незалежного висловлювання і створення альтернативного каналу комунікації. В. Приставка підкреслює, що розвиток цих явищ у різних країнах відбувався паралельно, проте зумовлювався різними соціальними та політичними умовами [19]. Сучасні зіни поєднують естетику DIY із досвідом самвидаву, що сформувався в умовах цензури. Це дозволяє створювати видання, які одночасно є і візуальним експериментом, і способом соціальної комунікації.

1.3. Візуальна мова ЛГБТ спільноти в графічному дизайні

Сучасна Україна існує в умовах значних суспільних змін, які безпосередньо впливають на публічну присутність та сприйняття ЛГБТ-спільноти. Після початку повномасштабної війни у 2022 році до лав Збройних сил України вступили відкриті ЛГБТ-військові, що суттєво змінило медійний дискурс навколо цієї теми. Якщо раніше ЛГБТ-питання часто подавалося через стереотипи або конфлікти, то сьогодні у публічному просторі дедалі частіше з'являються історії конкретних людей, їхнього внеску у захист країни та повсякденного досвіду. Зокрема, проєкт «Unicorn Battalion» висвітлює історії представників ЛГБТ-спільноти, які служать на фронті та водночас стикаються із суспільними упередженнями [43]. За даними «Erasing 76 Crimes» та досліджень, пов'язаних із діяльністю організації «LGBT Military», представники ЛГБТ-спільноти служать у щонайменше 59 підрозділах української армії, а також ведуть публічну боротьбу за рівні права [41; 48]. У червні 2024 року кілька сотень ЛГБТ-військових та їхніх союзників вийшли на марш у Києві, щоб підкреслити внесок спільноти у війну та привернути увагу до проблеми рівності прав [34].

Соціологічні дослідження підтверджують поступові зміни у ставленні суспільства. За даними Київського міжнародного інституту соціології, понад 68% українців позитивно оцінюють участь ЛГБТ-людей у захисті країни, а більше 70% підтримують ідею рівних прав для всіх громадян незалежно від

сексуальної орієнтації [2]. Подібну тенденцію фіксує і «ILGA-Europe», згідно з якою у 2024 році близько 72% населення України підтримують рівність прав для ЛГБТ-людей [50].

Водночас звіти Центру «Наш світ» свідчать про збереження високого рівня дискримінації та насильства: кількість гомофобних і трансфобних інцидентів у першій половині 2024 року перевищила показники попереднього року [5]. Це створює парадоксальну ситуацію: суспільство стає більш відкритим, проте ризики залишаються високими. У таких умовах особливого значення набувають культурні та візуальні практики, які здатні формувати нове сприйняття ЛГБТ-спільноти. Саме через дизайн, мистецтво та медіа відбувається створення альтернативних образів, які протистоять стереотипам і сприяють формуванню більш інклюзивного суспільства [28].

Візуальна мова ЛГБТ-спільноти має свою систему символів, кодів і знаків, які формувалися протягом десятиліть. Одним із найбільш впізнаваних символів є райдужний прапор, створений Гілбертом Бейкером у 1978 році, який став універсальним знаком різноманіття та інклюзії (див. рис. 1.6). Його кольори не лише виконують декоративну функцію, а й несуть смислове навантаження, символізуючи різні аспекти людського досвіду [28].



Gilbert Baker Pride Flag

Рис. 1.6. – Райдужний прапор ЛГБТ-спільноти, створений Гілбертом Бейкером [28].

Окрім нього, важливими є й інші символи, такі як рожевий трикутник, який був переосмислений із маркера дискримінації у символ опору та солідарності, а також різноманітні варіації прапорів, що репрезентують окремі групи всередині спільноти (див. рис. 1.7). У книзі «Queer X Design» підкреслюється, що подібні візуальні елементи виконують функцію не лише ідентифікації, але й комунікації цінностей та політичних позицій спільноти. Ця візуальна мова одночасно спрямована як на внутрішню аудиторію, так і на зовнішню, забезпечуючи формування спільноти, і підвищення видимості. Навіть прості візуальні елементи, типу наліпок, плакатів чи логотипів, можуть виступати формою публічного самовираження і впливати на соціальну реальність [28; 37].

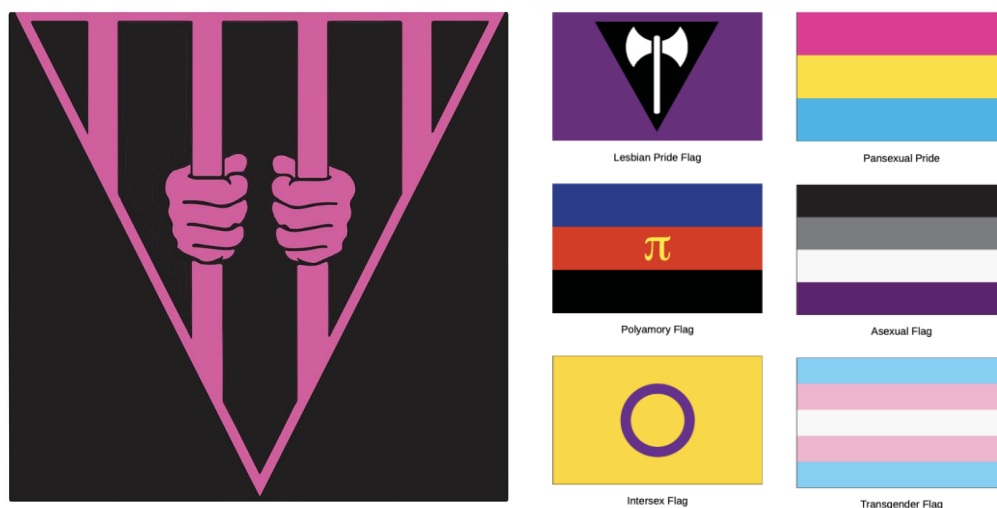


Рис. 1.7 – Приклади візуальної символіки ЛГБТ-спільноти [28].

У контексті України візуальна мова ЛГБТ-спільноти розвивається переважно в межах незалежних культурних ініціатив, мистецьких проєктів і самвидаву. Через обмежену представленість у масових медіа важливу роль відіграють альтернативні формати, зокрема зін-культура. Саме незалежні видання та арт-проєкти стають простором для репрезентації ідентичності, створення нових образів і формування спільноти [47].

Зокрема, зін «Lezo» є прикладом такого формату, що об'єднує тексти, ілюстрації та фотографії, створені представницями ЛГБТ-спільноти, і таким чином формує альтернативний візуальний наратив поза межами масової культури [14]. Приклади розворотів та обкладинок представлено у Додатку А (рис. А.1). Подібні видання не лише документують досвід спільноти, а й експериментують із графічною мовою, поєднуючи типографіку, колір і зображення у вільних, нефіксованих композиціях. Розвиток квір-тематики також простежується і в українській літературі та медіа, де з'являються перші спеціалізовані видання та художні тексти, що репрезентують досвід ЛГБТ-людей [39]. Це сприяє поступовому виходу теми за межі закритих спільнот і формує підґрунтя для ширшого культурного діалогу.

З точки зору графічного дизайну, важливу роль у формуванні візуальної мови відіграють типографіка та композиція. Як зазначає Lupton E, типографіка

є не лише засобом передачі тексту, але й інструментом створення сенсу та емоційного впливу [42]. У квір-дизайні це проявляється у використанні контрастних шрифтів та кольорів, експериментальних композицій та акцентних рішень, що підсилюють ідею свободи самовираження (див. рис. 1.8).



Рис. 1.8 – Приклади постерів на ЛГБТ-тематику [28].

Окремо варто відзначити зв'язок ЛГБТ-візуальної культури з протестною графікою. У багатьох випадках дизайн виступає інструментом соціального висловлювання, де плакати, банери та айдентика використовуються для привернення уваги до проблем дискримінації та нерівності. Як показує дослідження «The Design of Dissent», графічний дизайн у таких контекстах здатний транслювати складні політичні ідеї через прості, але емоційно насичені візуальні образи [37].

Таким чином, візуальна мова ЛГБТ-спільноти є багатошаровою системою, що поєднує символіку, типографіку, колір і наратив.

Висновки до розділу 1

У першому розділі кваліфікаційної роботи сформовано методологічне підґрунтя подальшої роботи, визначено методи роботи з інформацією та практичними ресурсами. Проведено аналіз літературних джерел, визначено

джерельну базу, розглянуто теоретичні основи створення арт-зіну та сформовано базу для подальшої розробки проєкту. У процесі дослідження визначено, що графічний дизайн у сучасних умовах виступає не лише засобом візуального оформлення, а й інструментом соціальної комунікації, здатним впливати на формування суспільних уявлень та ставлення до чутливих тем.

У ході дослідження історії розвитку зінів встановлено, що сучасні незалежні видання мають глибоке підґрунтя, пов'язане як із західною зін-культурою, так і з українською традицією самвидаву, які об'єднані прагненням до незалежного висловлювання та створення альтернативних каналів комунікації. Це визначає основні характеристики зіну, серед яких експериментальність, свобода у виборі форми та орієнтація на конкретну спільноту. Дослідження візуальної мови ЛГБТ-спільноти показало, що вона є багатошаровою системою символів, кольорів і графічних рішень, які виконують не лише естетичну, але й комунікативну функцію та сприяють формуванню нових образів і зміні суспільного сприйняття.

Отже, сформована теоретична база підтверджує актуальність обраної теми та доцільність використання формату арт-зіну як засобу візуальної комунікації.

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ ТА СТИЛІСТИКИ

2.1. Характеристика світового ринку

Формування ринку ЛГБТ видань відбувалося нерівномірно і багато в чому залежало не лише від розвитку медіа, а й від того, наскільки сама тема ставала видимою у суспільстві. Ринок цього сегменту друкованих видань є доволі різноманітним і включає як великі глянцеві журнали, так і невеликі інді-зіни, які краще відображають певні культурні особливості руху. Одними з перших прикладів таких видань стали незалежні журнали, основною метою яких, є формування спільноти та створення безпечного простору. Наприклад, «ONE magazine», засноване у 1953 році у США організацією ONE, Inc., вважається одним із перших гей-журналів у країні і виконувало важливу роль у поширенні інформації попри цензуру (див. рис. 2.1) [29]. У подальшому розвитку сегменту почали з'являтися більш стабільні форми ЛГБТ-видань, де важливою стає не лише тема, а й спосіб її подачі. У 1967 році починає свою діяльність «The Advocate», після чого ЛГБТ-видання починають набувати рис традиційних журналів, зокрема чіткої структури, роботи з фотографією та типографікою [51].



Рис. 2.1 – Обкладинки журналу «ONE» [29].

З кінця 1980-х років розпочався бурхливий розвиток комерційних ЛГБТ-видань, що співпав зі змінами у ставленні суспільства та посиленням правозахисних рухів. У 1990-х на ринку з'являються глянцеві видання нового типу, зокрема «Out» у США та «Attitude» у Великій Британії, які інтегрували естетику lifestyle-журналів і розширили тематичне наповнення за рахунок матеріалів про моду, культуру, розваги та мистецтво з перспективи ЛГБТ+ спільноти [44; 24]. У результаті ЛГБТ-видання виходять за межі суто правозахисної тематики і починають існувати як частина масової культури, де важливо не лише що сказано, а й як це виглядає.

Паралельно в 2000-х роках формується інді-сегмент. Зін «BUTT», заснований у 2001 році в Нідерландах, показав, що попит на незалежні й більш відверті формати також високий. Його характерними рисами стали маленький формат, відсутність полірування контенту та щирість інтерв'ю [27]. Подібну нішу зайняв американський журнал «GAYLETTER», що з'явився у 2008 році спершу як розсилка, а згодом трансформувався у друковане видання та платформу, яка поєднує мистецтво, вечірки та квір-культуру [35].

Сьогодні світовий ринок ЛГБТ+ видань можна поділити на три сегменти:

1. Великі глянцеві журнали з міжнародними тиражами, які задають стандарти та формують тренди.
2. Спеціалізовані тематичні видання, що працюють із конкретними аудиторіями (наприклад, зіни для окремих груп всередині спільноти).
3. Експериментальні арт-зіни, які поєднують друковане слово з мистецтвом і стають більше арт-об'єктами, ніж традиційними журналами.

Аналіз українських аналогів

В Україні існують окремі проєкти, які так чи інакше торкаються ЛГБТ-тематики, однак жоден із них не поєднує одночасно високу дизайнерську якість, регулярність формату та широку доступність. Найцікавішим

прикладом є артбук Антона Шебетка «A Very Brief and Subjective Queer History of Ukraine», створений у 2022 році.



Рис. 2.2 – Фрагменти арт-буку «A Very Brief and Subjective Queer History of Ukraine», Антон Шебетко. [30]

У ньому поєднані архівні фотографії та короткі тексти, що створює чесну й водночас емоційну розповідь про частину квір-історії України [30]. Візуально видання побудоване на поєднанні стриманих документальних розворотів і більш експресивних сторінок із великими заголовками та насиченими кольорами. Такий контраст створює ритм і допомагає розділяти тематичні блоки. Фотографії займають помітне місце в композиції, часто стають центральним елементом розвороту, а типографіка використовується як інструмент акцентування.

Хоча артбук не є журналом за форматом, його спосіб роботи з історичними матеріалами та поєднання емоційності з документальністю стали важливим референсом для мого проєкту.

Ще одним значущим прикладом є зін «Lezo», який позиціонується як самвидав для лесбійок та бісексуальних жінок. Кожен випуск містить в собі нові унікальні історії, поезії та витвори образотворчого мистецтва створені представницями ЛГБТ+ спільноти [14]. Така різноманітність створює ефект

живої спільноти, де кожна авторка має власний голос і стиль. Верстка переважно охайна й структурована, із зрозумілими відступами та помірною кількістю декоративних елементів. На частині розворотів ілюстрації відіграють роль головного акценту, на інших вони працюють як м'яке тло чи рамка для тексту. У типографіці інколи відчувається надмірна різноманітність, через що деякі заголовки виглядають менш узгодженими зі стилем сторінки та втрачають читабельність.

Попри це, головною силою «Lezo» є його щирість і візуальна сміливість. Для мого проєкту цей зін важливий тим, що демонструє, як поєднувати різні особисті голоси в одному виданні, зберігаючи емоційність. Приклади розворотів та обкладинок представлено у Додатку А.

Іншим прикладом можна вважати правозахисний журнал «Gayd!», який видавався організацією «Gay Alliance Ukraine». Його основною метою було інформування спільноти та поширення правозахисних матеріалів [4].

Сила «Gayd!» в експертності та практичності, однак візуальна частина виглядає застарілою: щільні текстові блоки, класична верстка та перевантажені розвороти не відповідають сучасним стандартам журнального дизайну.

В останньому випуску особлива увага була приділена темі ЛГБТ-військових, що стало центральною темою номера. Матеріали подані щиро та відверто, але оформлення все ще тяжіє до більш газетної, ніж журнальної стилістики, один з розворотів можна переглянути у Додатку Б.

Наступним варто згадати ще один проєкт «Gay Alliance Ukraine», журнал «Один з нас», що виходив у 1990-х роках. [3]. Його поява засвідчила існування запиту на ЛГБТ-медіа вже в той час, хоча суспільна дискусія була мінімальною.

Верстка журналу відповідає епосі: чорно-біла палітра, щільні текстові блоки, мінімальна ієрархія та газетний принцип подачі матеріалу. Зображення виконують більш документальну функцію, ніж графічну та не формують

цілісної композиції. Типографічні рішення прості й дещо застарілі на сьогодні (Додаток А).

Аналіз міжнародних аналогів

Для глибшого розуміння формату варто також проаналізувати досвід міжнародного ринку, який, порівняно з українським контекстом, має значно довшу історію розвитку та більш різноманітні форми.

Видання, яким слід розпочати аналіз міжнародних аналогів є один з перших ЛГБТ-журналів в США «ONE magazine», заснований у 1953 році організацією ONE, Inc. [29]. Це видання не відповідало сучасним уявленням про журнали, проте доволі вдало створювало інформаційний та комунікативний простір для закритої спільноти.

Структура журналу була доволі проста, проте що цікаво, так це робота з візуальними засобами на ранніх етапах розвитку видання. Журнал мав чіткий поділ на кілька основних розділів, серед яких були аналітичні тексти, художня література, поезія, а також окремий блок із листами та відгуками читачів. Останній розділ виглядає найбільш «живим», оскільки передбачав активну взаємодію з аудиторією.

У дослідженні Campbell A. звертається увага на те, що обкладинки журналу часто будувалися на абстрактних і геометричних формах (див. рис. 2.3), які фактично задавали тему номера і водночас ставили соціальні питання, пов'язані з положенням гомосексуальних людей у суспільстві [28]. Графіка тут працює як частина змісту, при цьому сам спосіб створення залишався доволі простим, ілюстрації спочатку малювалися вручну, а вже потім переносилися у друк.



Рис. 2.3 – Приклади дизайну обкладинок журналу «ONE» [28].

Варто врахувати, що видання існувало в умовах жорсткої цензури, що дуже впливало на його вигляд і зміст. Обмеження щодо тематики, фінансові труднощі, ризики, отримання погроз пов'язані з поширенням журналу, змушували використовувати максимально прості та прагматичні рішення в оформленні. Не дивлячись на це, «ONE magazine» відігравав важливу роль у формуванні аудиторії, об'єднуючи людей зі схожим досвідом аж до 1967 року.

Наступним, одним із найвідоміших видань є британський журнал «Attitude», що виходить із 1994 року і продається у більш ніж 30 країнах світу [24]. Це глянцеве видання, яке поєднує матеріали про моду, культуру, інтерв'ю та соціальні теми. Візуальна складова є одним із його головних інструментів впливу. Верстка будується на чітких сітках, великих заголовках і якісній фотозйомці, що забезпечує відчуття простору й професійності. Колірні рішення стримані й збалансовані, з окремими акцентами, які допомагають структурувати матеріал і підтримують динаміку сторінок (Додаток А).

Обкладинки зазвичай виглядають як більшість глянцевих журналів, містять головні теми розкриті в певному випуску та портрет знаменитості. Усе

це формує цілісний стиль, який відповідає міжнародним стандартам lifestyle-видань (Додаток А).

Іншим прикладом є американський журнал «Out», заснований у 1992 році. Він відомий своїм щорічним проєктом «Out100», у межах якого формуються списки ста найвпливовіших квір-людей світу. «Out» є прикладом того, як ЛГБТ-журнал може поєднувати розважальні та культурні матеріали з формуванням серйозних соціальних посилів [44].

Художнє оформлення видання спирається на класичну стилістику західної глянцевої преси. Обкладинки побудовані на великих портретах і типографічно виразних заголовках, що створює сильний впізнаваний образ бренду. У розворотах переважає чиста сітка, збалансовані інтервали та виважене поєднання тексту з великими фотографіями. Колірна палітра стримана й нейтральна, часто з акцентом на чорному, білому та мінімальних контрастах. Такий підхід надає матеріалам журнальної солідності й дозволяє поєднати легкі, розважальні рубрики з більш аналітичними текстами без стилістичних конфліктів (Додаток А).

Журнал «The Advocate», що виходить із 1967 року, вважається класикою ЛГБТ-журналістики. Його акцент робиться на політиці та аналітиці, він виконує функцію історичного архіву руху [51].

Візуальна мова видання відображає його інформаційну спрямованість. У розворотах переважає структурована сітка, чіткі поля та спокійні світлі фони (Додаток А), які забезпечують легке читання великих масивів тексту. Фотографії використовуються стримано й впорядковано: портретні зйомки, документальні фото, репортажні кадри.

Серед інді-проєктів варто виділити нідерландський журнал «BUTT», заснований у 2001 році. Його формат відрізняється від гляцевих журналів: простий дизайн і акцент на відверті інтерв'ю та фотографії. «BUTT» став культовим, оскільки пропонував чесний, нефільтрований погляд на життя квір-людей. Після перерви видання було відновлене у 2022 році, що доводить його стійку актуальність [27].

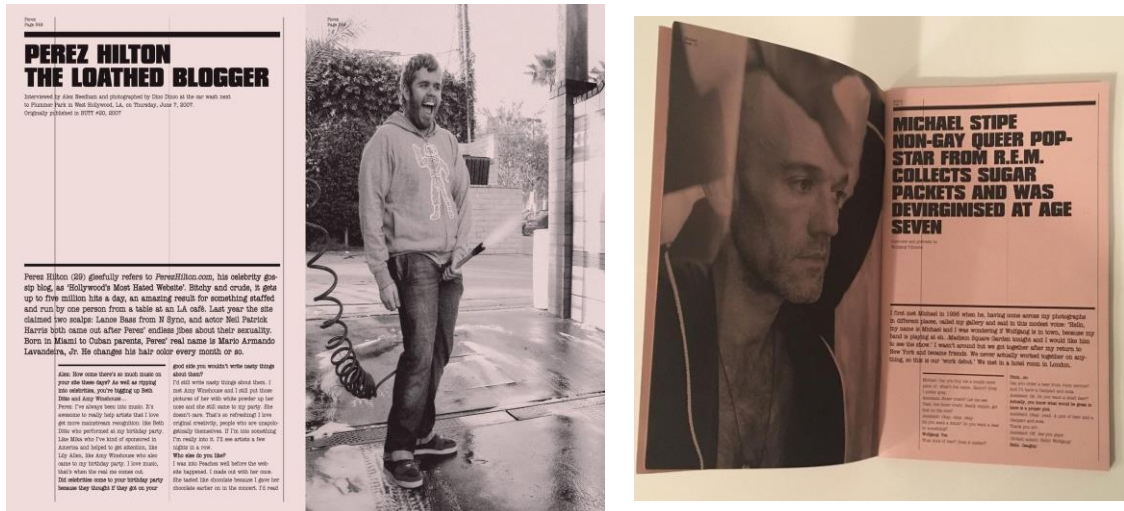


Рис. 2.4 – Фрагменти журналу «BUTT» [40].

Видання використовує мінімалістичну верстку на рожевому папері, великі рубані заголовки та монохромні фотографії, що створює впізнаваний суворий і водночас інтимний візуальний стиль. Розвороти побудовані на чіткій сітці з акцентом на текст, а фотографії подані без ретуші, що підсилює документальність матеріалу.

Ще одним прикладом є американський журнал «GAYLETTER», який поєднує онлайн-платформу і друковане видання [35]. Візуальна мова журналу вирізняється сміливими арт-фотографіями, нестандартними композиціями та експериментальною версткою. На розворотах активно поєднуються великі зображення, невеликі фото-вставки та вільне компонування тексту, що створює динамічний, майже виставковий простір. У оформленні часто використовуються мінімалістичний білий фон, великі поля та контраст між графічними елементами й документальними фотографіями. Такий підхід робить журнал не лише інформаційним проєктом, а й самостійним арт-об'єктом, що відображає сучасну квір-культуру у більш експериментальному та візуально сміливому форматі (Додаток А).

Окрім тематичних аналогів, у роботі також були корисними експериментальні журнали, які не пов'язані з ЛГБТ плюс тематикою. Наприклад, «Fatboy Zine» та «Famous For My Dinner Parties», фрагменти яких можна переглянути у Додатку Ж. Вони цікаві своїм підходом до типографіки,

кольору та композиції. У цих виданнях помітна свобода дизайнерських прийомів, яка важлива для створення сучасного арт-зіну.

На основі аналізу можна визначити кілька рішень, які будуть використані в майбутньому проєкті: поєднання документальних елементів із сучасною типографікою, чергування стриманих та більш емоційних розворотів, використання фотографій, ручних елементів і акцентних кольорів. Проте важливо уникати надмірної фрагментарності та застарілої графіки.

2.2. Аналіз цільової аудиторії

Останні кілька років демонструють помітне зростання інтересу до друкованих видань серед молодшої аудиторії і це стосується не лише тематичних чи нішевих проєктів, а ринку незалежних видань загалом. У статті The Guardian зазначається, що незалежні журнали у Великій Британії не лише витримали тиск цифрового середовища, а й суттєво розширили аудиторію, деякі видання збільшили наклади утричі за останні п'ять років [52]. Дослідження Ontario Creates фіксує схожу тенденцію: покоління Z та міленіали готові платити більше за продукти, що відповідають їхнім цінностям і переконанням, а «нішевість» стає для них не недоліком, а перевагою [36].

Ця динаміка пов'язана не лише з естетичними вподобаннями, а й із ширшим психологічним контекстом. Спілкуючись з представниками своєї вікової категорії (18–34 роки), зокрема з практикуючими графічними дизайнерами, таким чином можна дійти висновку, що цифровий інформаційний шум, особливо на тлі повномасштабного вторгнення та постійного потоку новин про військові дії, виснажує настільки, що повертається щире бажання тримати в руках паперові книги та журнали. Відчуття текстури паперу, запах свіжо надрукованого видання, можливість залишити помітку олівцем, повернутись до сторінки пізніше і перечитати її ще раз — все це медитативні процеси, які допомагають зупинитись і на якийсь час відключитись від тривожного фону. Контакт із друкованим виданням у цьому сенсі виконує функцію зниження рівня стресу і стає свідомою поведінковою

реакцією на інформаційне перевантаження. Саме ця потреба у «фізичній присутності» контенту, на противагу його нескінченній прокрутці на екрані, є одним із ключових мотивів для купівлі друкованих видань серед молодшої аудиторії в Україні сьогодні.

Серед практикуючих графічних дизайнерів цей запит має додатковий вимір. За власними спостереженнями, за останні два роки серед колег помітно зріс інтерес до періодичних друкованих видань, журналів, зінів, артбуків. Частково це пов'язано з тим, що робота у графічному дизайні дедалі більше зміщується в цифрове середовище, і бажання фізично тримати в руках результат власної праці стає відчутним мотиватором для звернення до друкованих форматів. Незалежне видання в цьому контексті сприймається не просто як продукт для читання, а як об'єкт, у якому матеріалізується дизайнерська думка.

В Україні ці тенденції також знаходять своє відображення. У більшості випадків такі проекти створюються малими накладками та поширюються під час фестивалів, виставок або через онлайн-платформи авторів, що свідчить про те, що незалежні журнали залишаються конкурентоспроможними навіть у цифрову добу завдяки унікальності контенту та естетиці. Подібна практика поширена як в Європі, де регулярно проводяться спеціалізовані ярмарки самвидаву, наприклад Fanzineist Vienna Art Book & Zine Fair (див. рис. 2.5), так і в Україні, де Kyiv ArtBook Fest збирає водночас і авторів, і видавництва, і широку аудиторію покупців. Нові культурні медіапроекти, такі як NOIRE, починають випускати власні друковані видання, попит на які перевищує наклад ще на етапі передзамовлення. За даними Українського інституту книги, видавничий сектор у 2023 році зафіксував зростання на понад 70% порівняно з попереднім роком, що загалом свідчить про відновлення запиту на друковану продукцію попри складні умови [6]. Хоча ця статистика переважно стосується книжкового сегменту, вона відображає загальну тенденцію, яка охоплює і ринок незалежних журналів та зінів.



Рис. 2.5. Афіша Віденського ярмарку «Fanzineist Vienna Art Book & Zine Fair» [46].

Сформована в Україні спільнота авторів і читачів, які працюють із форматом зіну, концентрується навколо таких культурних подій, незалежних просторів та онлайн-спільнот. Найбільший інтерес, за спостереженнями учасників цієї сцени, викликають проєкти, що працюють із документальністю, повсякденними історіями та темами самоідентифікації.

Саме в цьому середовищі формується аудиторія арт-зіну «Visible/Видимі». Аналіз ринку дає змогу визначити три головні сегменти читачів, для яких створюється майбутній арт-зін. Найбільшу частину аудиторії становлять молоді люди віком від 18 до 35 років, що мешкають у великих містах та навчаються або працюють у сфері культури, медіа чи гуманітарних наук. Їх приваблюють теми ідентичності та досвіду спільноти, а також компактний формат, у якому текст поєднується з фотографіями та графічними матеріалами. Для цієї групи характерні вподобання, пов'язані з контрастними кольорними рішеннями, наявністю простору у композиції та ненадмірною стилізацією.

Другу частину аудиторії складають активісти та представники громадських організацій, які працюють із тематикою ЛГБТ +спільноти. Для них важливими є достовірність матеріалу, зрозуміла структура подачі та

можливість залучення видання до просвітницьких або партнерських ініціатив. Вони орієнтуються на зміст, який відповідає реальним соціальним процесам та забезпечує ширший контекст для роботи зі спільнотою.

Окремий сегмент аудиторії становлять студенти дизайнерських і гуманітарних спеціальностей, а також практикуючі графічні дизайнери. Для них важливо не лише змістове наповнення, а й сам підхід до створення видання. Інтерес викликає культура самвидаву, авторські друковані формати та можливість працювати з соціально чутливими темами через дизайн. У цьому випадку проєкт сприймається як приклад комплексної роботи над багатосторінковим виданням. Важливим є весь процес від пошуку ідеї та формування концепції до побудови структури і фінального макету. Така аудиторія зазвичай звертає увагу на деталі: структуру верстки, типографіку, ритм розворотів і загальну логіку подачі матеріалу.

Оскільки студенти та молоді дизайнери часто перебувають у процесі формування власного стилю, подібні проєкти можуть виступати для них орієнтиром. Вони дозволяють побачити, як поєднувати текст, зображення і композицію в межах однієї системи, а також як працювати з темами, що потребують обережного і водночас чесного підходу. У цьому сенсі видання може бути не лише інформаційним продуктом, але і прикладом практичного дизайнерського рішення для подальших власних проєктів.

Споживацькі очікування всіх сегментів об'єднує інтерес до сучасного дизайну та документальних історій. Читачі звертають увагу на цікавий формат, моментами нестандартну, проте цілком зрозумілу верстку та поєднання тексту з фотографіями, що дозволяє легко сприймати матеріал. Сучасний ринок невеликих видань підтверджує затребуваність такого підходу, оскільки з'являються продовжують виконувати роль доступного інструменту для висвітлення соціальних тем і роботи з актуальним досвідом.

2.3. Формування концепції видання

Арт-зін розробляється, як незалежне друковане видання, що поєднує риси зіну і невеликого журналу. Формат дає змогу працювати з особистими історіями, історичними матеріалами та графічними інтерпретаціями, зберігаючи водночас інтимність і документальність, властиві самвидаву. Місія проєкту полягає у висвітленні досвіду ЛГБТ+ спільноти в Україні через різні тематичні виміри. Видання має не лише інформувати, але і формувати чутливе ставлення до теми, показуючи взаємозв'язок між особистими історіями, суспільними процесами та культурним середовищем.

Структура зіну вибудовується як послідовне знайомство з темою. У першому розділі під назвою «Корені» зібрані історичні довідки, статистичні дані та матеріали які дозволяють плавно ввести читача у контекст розвитку руху, коли це почалось та як прийшло до того, що існує зараз. Наступним розділом є «Голоси», де представлені фрагменти особистих історій представників спільноти, які демонструють різноманітність досвідів і допомагають зрозуміти тему через призму індивідуальних переживань. Третім змістовним блоком є «Стійкість», він зосереджується на представниках ЛГБТ+ спільноти серед військових. Матеріали відображають, як війна впливає на життя цих людей і як сприймається їхня присутність у війську. Завершальною частиною є розділ «Тексти», що містить добірку літератури та дослідницьких матеріалів, що допомагають поглибити знання про ЛГБТ+ тему в ширшому соціальному та культурному контексті.

Кожен розділ має власну візуальну мову, що формується через поєднання кольору, типографіки та характеру фотографічного матеріалу. «Корені» та «Тексти» побудовані на чорно-білій базі з мінімальними акцентами, і це свідоме рішення, оскільки обидва розділи виконують допоміжну функцію та лише обрамлюють центральну частину зіну. Стримана палітра тут підкреслює документальний і аналітичний характер матеріалу та не відволікає від змісту. Великі типографічні заголовки, що виходять за межі

сітки, задають енергію сторінок і водночас тримають ритм, не перевантажуючи розвороти візуальним шумом.

«Голоси» отримали найяскравіше колірне рішення. Основним акцентним кольором для першого героя, Максима, обрано жовтий та помаранчевий. Це рішення, пов'язане не стільки з естетичними міркуваннями, скільки з характером самої людини. Максим є нейровідмінною особистістю, і жовто-помаранчева палітра точно передає його енергетику: одночасно яскраву, непередбачувану, живу. Ця колірна система поширюється на розвороти його розділу, де жовтий фон, жовті заголовки та жовті графічні вставки стають власне «кольором» Максима всередині зіну (рис. 2.6). Фотографії у цьому блоці також тонуються у жовтий, що створює відчуття єдиного цілісного простору однієї людини. Рукописний шрифт Kurka Laroуu використовується для цитат, передаючи живий, нефільтрований голос героя на протигагу чіткій гротесковій типографіці основного тексту.



Рис. 2.6. Приклад розвороту розділу «Голоси» з використанням жовто-помаранчевої палітри.

Розділ «Стийкість» побудований на зовсім іншій емоції. Тут домінує поєднання чорного та червоного, що створює візуальну напругу і різкий контраст, який відповідає темі присутності ЛГБТ+ спільноти у війську (рис. 2.7). Чорно-білі фотографії із металевою текстурою болтів у заголовкових літерах, великі червоні зірки та червоні заголовки формують відчуття сталюого, концентрованого простору. На відміну від «Голосів», де кожна сторінка є відносно відкритою і дихає, «Стийкість» більш щільна і напружена в композиції. Це відображає саму суть розділу: стійкість тут не легка і не яскрава, вона важка і реальна.

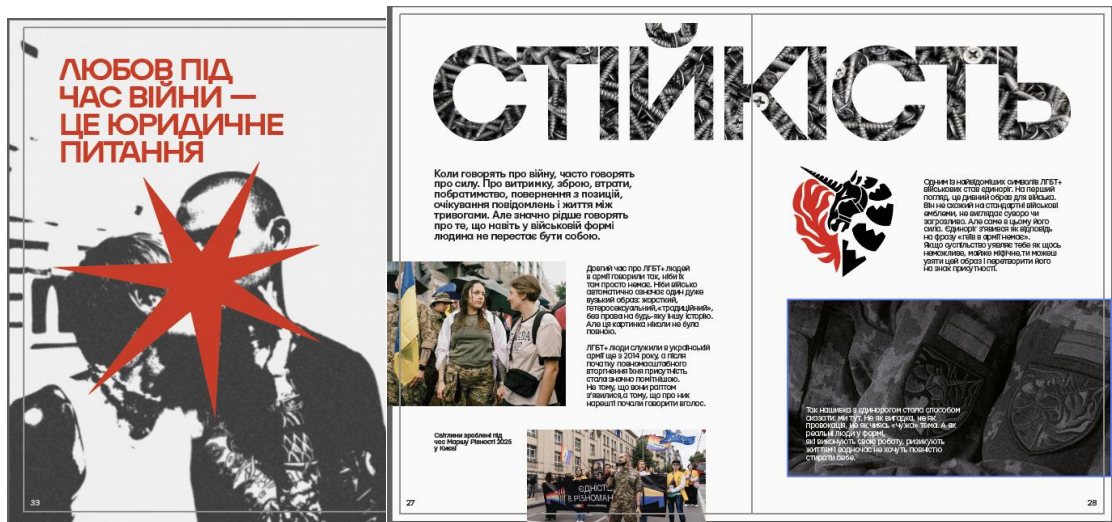


Рис. 2.7. Візуальне рішення розворотів розділу «Стийкість».

Такий підхід до кольору дозволяє читачу інтуїтивно відчувати зміну емоційного контексту між розділами. Варіативність кольору є природною для формату зіну, який, на відміну від традиційного журналу, не зобов'язаний дотримуватись єдиної жорсткої системи. У форматі «Visible/Видимі» ця свобода використовується свідомо і структуровано, кожне рішення прив'язане до конкретного змісту.

Попри використання окремих відсилань до візуальної культури ЛГБТ-спільноти, у проекті свідомо не використовується надмірна кількість прямої райдужної символіки як основи візуальної системи. Таке рішення пов'язане з прагненням зосередити увагу не лише на маркері ідентичності, а насамперед

на особистих історіях, досвіді та людській присутності героїв. Через це візуальна мова видання формується більш емоційно та індивідуально, а не через використання усталених символів як основного засобу комунікації.

Окрім колірних рішень, важливу роль у формуванні візуальної мови проєкту відіграють графічні елементи. У виданні використовуються мальовані ілюстрації та графічні деталі, виконані у стилі, наближеному до ручного начерку (Додаток В). Таке рішення було обрано для створення більш особистої та емоційно відкритої інтонації. На відміну від відполірованої цифрової графіки, ручна лінія зберігає відчуття присутності людини, її індивідуальності та недосконалості. Подібний підхід також відсилає до культури самвидаву та DIY-естетики, характерної для зінів, де важливим є не лише візуальний результат, а й відчуття безпосереднього авторського висловлювання. Через це ілюстрації працюють не як декоративний елемент, а як спосіб побудови довірливого контакту між героєм історії та читачем. Ручна графіка допомагає передати повсякденність, крихкість і щирість особистих історій, а також підкреслює людяність теми, яка часто сприймається через стереотипи або політизований дискурс.

Одним із ключових графічних елементів проєкту стала зірка (рис. 2.8), що використовується у різних варіаціях залежно від тематики розділу. Вона виконує роль наскрізного візуального символу, який об'єднує структуру видання та водночас змінюється відповідно до емоційного й змістового контексту матеріалу (Додаток В). Основою для вибору цього елемента стало прагнення створити впізнаваний знак без жорстко зафіксованого значення, здатний трансформуватися разом із темою історії. Через це зірка набуває різних форм, кольорів, текстур і характеру в окремих розділах. У розділі, присвяченому стійкості та досвіду ЛГБТ+ військових, використовується пікселізована форма зірки, що відсилає до військового пікселю та візуальної мови сучасного українського військового контексту. У цьому випадку графічний елемент стає не лише композиційним акцентом, а й способом інтеграції соціального та культурного контексту у структуру видання. В інших

розділах зірка набуває більш м'якого або деформованого вигляду, що дозволяє адаптувати її до емоційного стану матеріалу. Таким чином, елемент функціонує як візуальний маркер теми, що змінюється разом із наративом.

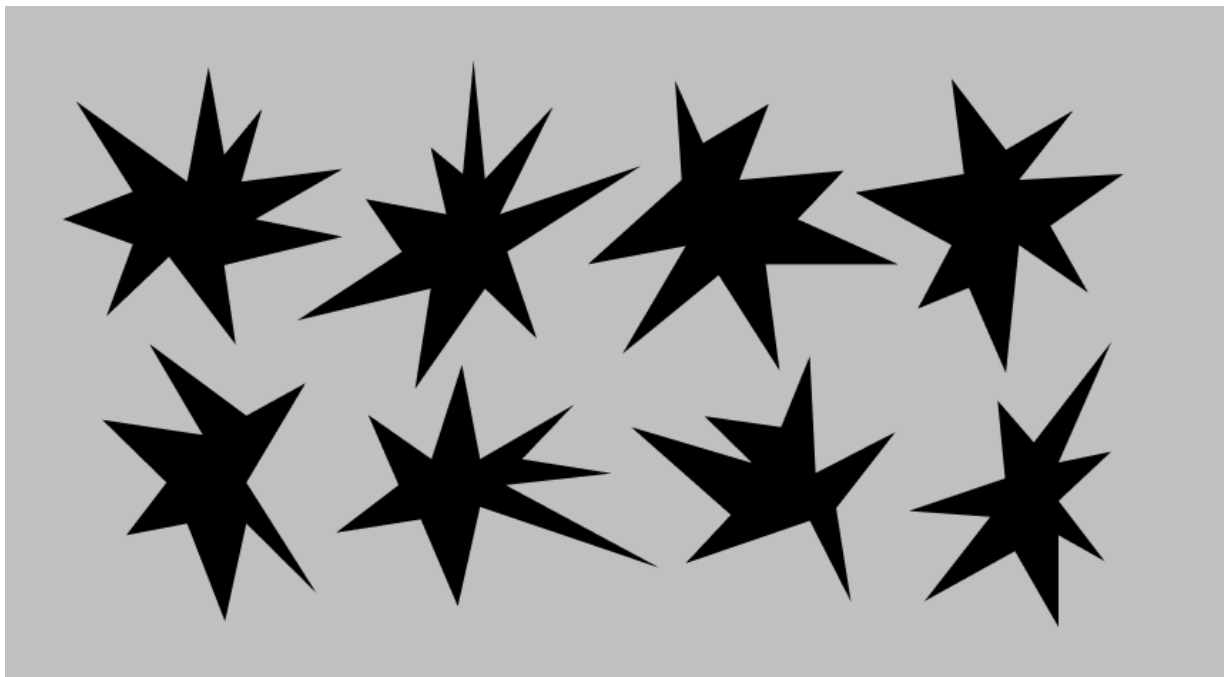


Рис. 2.8. Варіанти графічного елемента зірки.

Додатково у зіні передбачено використання текстур, сканованих фрагментів, рукописних позначок та графічних деталей, що додають матеріальності й підсилюють ефект самвидаву (Додаток В). Фотографія в проєкті застосовується як документальний матеріал, незалежно від технічної досконалості знімків. У контексті зіну важливішою є здатність фото передавати настрій, атмосферу чи фрагмент реальності, що підкреслює щирість і особистий характер видання.

Візуальна система проєкту загалом побудована на поєднанні структурованої типографіки та більш емоційних ручних графічних елементів. Такий контраст дозволяє одночасно зберігати документальність матеріалу та передавати особистий характер історій. Через поєднання впорядкованої композиції з елементами навмисної нестабільності формується візуальна мова, що відображає складність теми ідентичності та досвіду існування у

суспільстві, де людина змушена постійно балансувати між видимістю та самозахистом.

Обсяг видання орієнтовано на двадцять розворотів разом з обкладинкою. Проте кількість сторінок кожного номеру залежатиме від обсягу отриманого матеріалу та особливостей композиційних рішень. Щодо формату, в ході проведення дослідження було вирішено, що найдоречнішим форматом буде саме A5, оскільки він відповідає природі арт-зіну та дозволяє працювати з фотографіями чи графічними елементами навіть невеликої якості, не втрачаючи естетичної цілісності.

Проект дає можливість опанувати повний цикл розробки друкованого видання: від формування концепції та структури до вибору візуальних засобів, роботи з текстами та створення графічних матеріалів. Дослідження соціальної теми сприяє розвитку відповідального підходу до дизайну і дозволяє глибше зрозуміти роль візуальної комунікації в суспільних процесах. Робота над арт-зіном допоможе сформувати професійну позицію щодо чутливих тем і створить базу для подальшого розвитку авторського стилю.

Висновки до розділу 2

У другому розділі кваліфікаційної роботи було проведено аналіз ринку ЛГБТ+ друкованих видань та сформовано концептуальну і стилістичну основу майбутнього дизайн-проєкту. Дослідження світового ринку показало, що сегмент ЛГБТ+ видань розвивався нерівномірно і пройшов шлях від андеграундних самвидавних проєктів до повноцінних глянцевого журналі з міжнародними тиражами. Паралельно з цим сформувався стійкий інді-сегмент, який зберігає актуальність до сьогодні завдяки більш особистому, експериментальному та незалежному підходу до подачі матеріалу. Аналіз українських аналогів виявив відсутність проєкту, який одночасно поєднував би сучасний рівень графічного дизайну, регулярний формат та роботу з особистими історіями, що підтверджує доцільність розробки власного видання.

Дослідження цільової аудиторії показало, що інтерес до незалежних друкованих видань серед молодшої аудиторії віком 18–35 років стабільно зростає і пояснюється не лише естетичними, а й психологічними причинами. В умовах цифрового перенасичення та постійного інформаційного навантаження друкований зін стає альтернативним способом взаємодії з контентом, що передбачає більш уважне, тактильне та сповільнене сприйняття інформації. Для студентів і практикуючих дизайнерів подібні видання додатково становлять інтерес як приклад комплексного підходу до створення багатосторінкового друкованого продукту.

У результаті було сформовано концепцію арт-зіну «Visible/Видимі», побудовану на принципі поступового відкриття теми через поєднання документальності, особистих історій та експериментальної візуальної мови. Видання розроблене як серійний проєкт із чіткою розділовою структурою, де кожен тематичний блок отримує власну колірну та емоційну ідентичність залежно від характеру матеріалу. Візуальна система проєкту базується на поєднанні контрастної типографіки, фотографії, ручної графіки, фактур та елементів DIY-естетики, що відсилають до культури самвидаву. У типографічній системі гротеск NAMU використовується для акцентних заголовків, шрифт Mariupol – для основного тексту, а рукописний Kurka – Лароуи для цитат і персональних висловлювань героїв, що дозволяє поєднати структурованість із більш живою та особистою інтонацією.

РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ АВТОРСЬКОГО ПРОЄКТУ ЗІНУ

3.1. Особливості верстки та композиційної побудови сторінок

Робота над будь-яким виданням, що працює з особистими історіями, починається задовго до відкриття графічного редактора. Першим і найважливішим етапом стало збирання матеріалу: проведення інтерв'ю з представниками ЛГБТ+ спільноти. Було проведено два розгорнуті інтерв'ю в онлайн-форматі тривалістю близько двох-трьох годин кожне. Обидва учасники були попередньо проінформовані про запис, що дозволило зберегти повний аудіовізуальний матеріал. Формат спілкування свідомо будувався як максимально комфортний і дружній: не як структуроване опитування, а як розмова, у якій людина сама обирає що розкривати і в якому темпі. Після завершення інтерв'ю записи були транскрибовані за допомогою спеціалізованих сервісів таких як UniScribe, а отримані тексти опрацьовані для формування статей і добірки цитат.

Цей процес визначив не лише змістове наповнення видання, а й його загальний тон. Розмови з реальними людьми, їхній спосіб висловлюватись, деталі які вони обирали розкривати і те про що вони не говорили прямо, одразу показали що візуальна мова проєкту має бути точною і делікатною. Будь-яка надмірна стилізація або графічна агресивність ризикувала б знецінити особистість героя і перетворити живу розповідь на ілюстрацію до теми. Це розуміння стало базовим принципом який супроводжував усі подальші дизайнерські рішення. Саме тому, наприклад, Максим став головним героєм першого випуску: його розповідь, відкритість і готовність говорити про складні речі без самоцензури задала рівень щирості до якого мало підтягнутись і саме видання.

Паралельно зі збором матеріалу відбувався пошук творчого джерела. Примітно, що ідея виникла раніше за референси: образ прорізу або умовного

вікна з'явився як інтуїтивна реакція на саму природу теми. ЛГБТ+ люди в Україні часто залишаються невидимими для широкого суспільства, і видання мало відтворювати саме цей рух від невидимості до присутності. Читач поступово «заглядає» всередину і відкриває простір який раніше був закритим. Оскільки ідея спочатку була доволі абстрактною, підбір референсів відбувався вже як спосіб закріпити її візуально, знайти образи які найточніше описують задуману ідею і остаточно сформулювати її графічну мову (рис. Б.1.).

Ескізування обкладинки стало ключовим моментом у розробці всього видання. Обкладинка у цьому проєкті не просто анонсує зміст, вона формулює позицію і задає мову всьому що буде всередині. Було розроблено понад тридцять варіантів ескізів, які різнились кольором, композицією та графічними елементами (рис. 3.1.). Частина варіантів будувалась на рожевій та синій палітрі з розмитим портретом і абстрактним графічним елементом у центрі, інші експериментували з помаранчевими, зеленими, жовтими і навіть монохромними рішеннями. Окрема група варіантів досліджувала різні типи центрального графічного елемента: від простого кола до більш складних органічних форм (Додаток В). Фінальний варіант із темним фоном, жовтим акцентним кольором і органічною формою що нагадує проріз або відкритий простір став результатом послідовного відбору, де кожне рішення перевірялось на відповідність загальному характеру видання. Саме ця логіка відкриття через проріз потім перейшла на внутрішні розвороти: окремі зображення розміщені фрагментарно, зміщені до країв або виходять за межу сторінки, залишаючи відчуття що повна картина ще не відкрита.

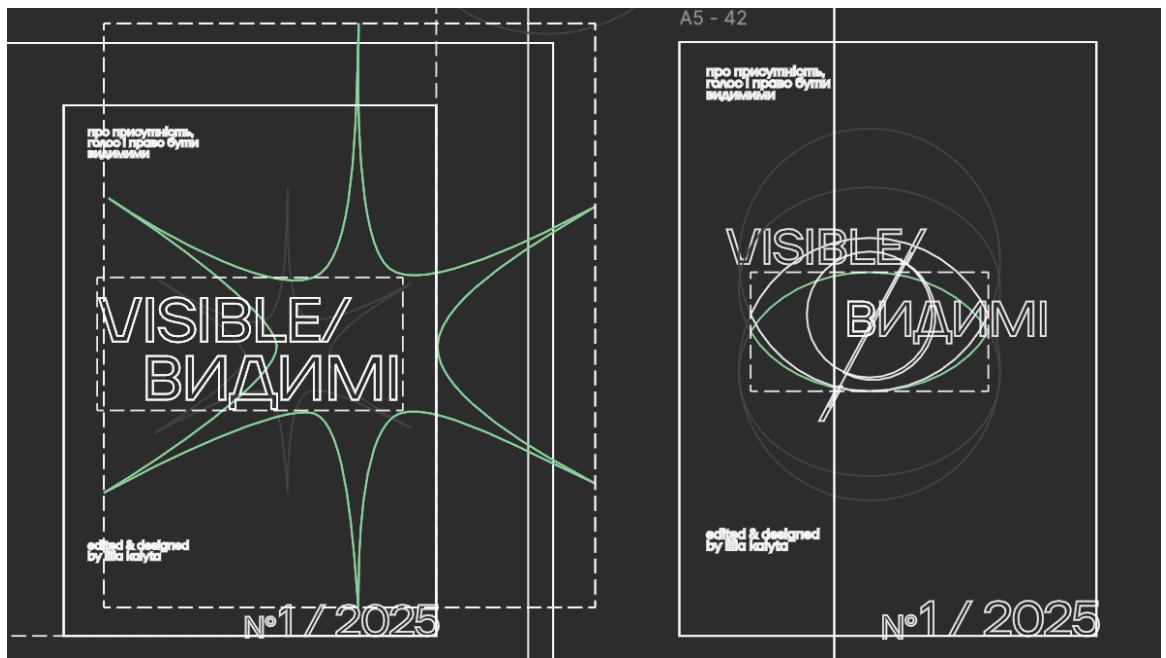


Рис. 3.1. Схематичні нариси варіантів обкладинки. Джерело: власна розробка.

Та сама логіка застосована і в структурі тематичних блоків. Розділи відкриваються один за одним так, ніби читач поступово проходить через кілька площин і наближається до особистих історій. У блоці «Голоси» мотив умовного «вікна» допомагає зосередити увагу на персоналії, підкреслити її індивідуальність і наблизити читача до деталей повсякденного життя героя. У розділі «Стійкість» цей самий прийом працює вже інакше: він акцентує увагу на видимості ЛГБТ+ військових, які часто залишаються поза суспільним фокусом. У фінальному розділі з літературою композиція стає більш відкритою і мінімалістичною, ніби залишаючи читачеві простір для подальшого самостійного дослідження теми.

Верстка виконана на основі модульної сітки, побудованої за принципом, близьким до швейцарської типографічної традиції: чотири колонки, вісім рядків і відступи між модулями по 4 мм (див. Рис. 3.2.). Така структура була обрана не лише з композиційних міркувань, а й з урахуванням подальшої поліграфічної реалізації видання: вона дозволяє контролювати розміщення тексту в межах безпечної зони, зберігати достатні внутрішні поля та передбачати вільоти для зображень і колірних площин. Саме такий варіант

сітки виявився найзручнішим для цього проєкту, оскільки однаково добре підтримує як щільні насичені композиції з великою кількістю елементів, так і мінімалістичні розвороти із значною кількістю вільного простору. Формат видання А5, виліт складає 3 мм по всіх сторонах відповідно до технічних вимог поліграфії. Сітка присутня на кожній сторінці, проте ніколи не виступає як жорстке обмеження, а радше як орієнтир від якого можна свідомо відступати. Кількість вільного простору на сторінках є однією з ключових характеристик верстки: більшість розворотів свідомо не заповнені до кінця, і це повітря виконує не декоративну, а змістову функцію, даючи читачу час зупинитись і сприйняти матеріал.

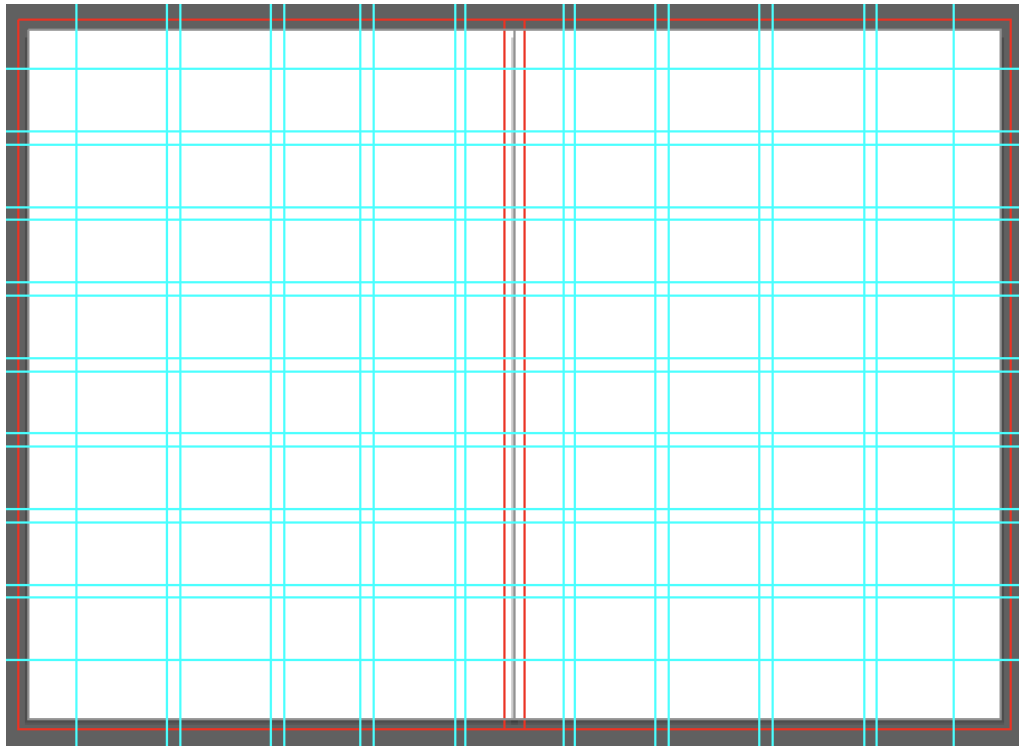


Рис. 3.2. Візуалізація модульної сітки.

Загальний ритм видання побудований на чергуванні щільних і відкритих розворотів. Кожен розділ відкривається великою типографічною заставкою де назва займає майже всю площу сторінок, а зображення або текстура вписані всередину літер чи розміщені поруч як контрастний елемент (рис 3.3.). Після таких активних розворотів іде матеріал із більш рівномірним розподілом тексту і зображень. Чорні і темні сторінки використовуються як емоційні

акценти і водночас виконують роль розділення між блоками різного настрою. Перехід між розділами завжди відчутний візуально: зміна фонового кольору, характеру типографіки і щільності композиції дозволяє читачу інтуїтивно відчутти зміну емоційного контексту без потреби читати підпис розділу. Загальний обсяг видання складає 40 сторінок без урахування обкладинки, що відповідає двадцяти розворотам. Сторінки змісту не мають видимої нумерації, проте враховуються у загальній пагінації.



Рис. 3.3. Приклади типографічних заставок на початку розділів арт-зіну.

3.2. Робота над наповненням та оформлення сторінок

Після визначення творчого джерела та загальної структури видання розпочалася робота над формуванням його візуального середовища. Першим практичним інструментом став мудборд, матеріали на дошці були попередньо розподілені за кількома напрямками (див. Додаток Б): дизайн обкладинки, лейаути, наповнення, шрифти, колірна система, графічні елементи та творче джерело. Така структура дозволила працювати не з одним узагальненим настроєм, а з кількома окремими завданнями паралельно. Референси підбиралися за різними принципами: ритмом сторінок, способом інтеграції фотографії в композицію, колірними поєднаннями, характером графіки, типографіки та загальною атмосферою майбутнього видання. Це дало змогу поступово звужувати візуальні рішення від загального настрою до конкретних прийомів, які могли бути використані у макеті.

Загальна атмосфера мудборду була навмисно різноманітною. Частина референсів будувалася на яскравих насичених кольорах, вільних композиціях і відчутті живої, рукотворної графіки. Інші приклади були більш стриманими й структурованими, з помітним впливом швейцарської типографічної традиції, чіткими сітками та значною кількістю вільного простору. Така різноманітність відповідала характеру самого проєкту, у якому поруч існують емоційно насичені особисті історії та більш документальний фактологічний матеріал. У блоці лейаутів особлива увага приділялася прикладам, де текст і зображення взаємодіють нерівномірно: іноді фотографія займає основну площу розвороту, а текст лише доповнює її, іноді, навпаки, типографіка стає головним візуальним елементом, а зображення виконує підтримувальну функцію. Саме ця варіативність вплинула на підхід до оформлення різних розділів зіну.

Окремим напрямом стала робота з графічними елементами. У проєкті використовуються зірки, олівцеві ілюстрації, фактури, напівтонові структури, шум, рвані краї та фрагментарно розміщені зображення. Векторні зірки створювалися вручну безпосередньо в графічному редакторі, що дозволило змінювати їхній масштаб, форму, колір і розташування відповідно до композиції конкретного розвороту. У різних частинах видання цей елемент має різний характер (Додаток В): у більш особистих розділах він може виглядати м'якше й вільніше, тоді як у розділі «Стійкість» зірка набуває більш жорсткого, пікселізованого вигляду. Такий варіант було створено за допомогою ефекту пікселізації, що дозволило адаптувати наскрізний графічний елемент до візуальної мови військового блоку.

Мальовані ілюстрації розроблялися вже після формування основної верстки, оскільки їхня роль у виданні є допоміжною (Додаток В). Вони не мали забирати на себе основний фокус або конкурувати з історіями героїв, а навпаки – доповнювати текст, підсилювати окремі деталі й підтримувати атмосферу розвороту. Ілюстрації створювалися за допомогою пензля з текстурою кольорового олівця. Було свідомо збережено растровий характер цих зображень, оскільки саме він дозволяє передати нерівномірність лінії, фактуру

матеріалу та відчуття ручного малюнка. Після створення ілюстрації переносилися до основного макету і компонувалися відповідно до вже заданої структури сторінки. Такий підхід дозволив зберегти баланс між ручною графікою та загальною композиційною системою макета.

Фотографії у виданні використовуються не лише як ілюстративний матеріал, а як частина загальної композиційної системи. Залежно від розділу вони можуть залишатися більш реалістичними, тонуватися в колір блоку, взаємодіяти з типографікою або виступати як фактурне тло (Рис. 3.4). Частина фотографій зберігає документальний характер, тоді як інші проходять виразнішу стилізацію через зернистість, напівтонові структури, ефект рваних країв або контрастне тонування. У розділі «Голоси» фотографії переважно підтримують жовто-помаранчеву палітру та допомагають сформувати цілісний простір навколо героя. У розділі «Стійкість» зображення обробляються контрастніше й жорсткіше, що відповідає загальному ритму та напрузі цього блоку.



Рис. 3.4. Приклади обробки фотографій.

Також, важливу роль у практичному оформленні сторінок відіграли фактури. Частина з них була сканована, а частина створена автором самостійно шляхом фотографування поверхонь і подальшої цифрової обробки. У макеті фактури накладалися на фотографії, колірні площини або

типографічні елементи, завдяки чому сторінки набували більшої матеріальності. Такі прийоми підтримують зв'язок видання з естетикою самвидаву, де відчуття паперу, ручного втручання, нерівності та візуальної недосконалості є частиною загальної мови проєкту.

Шрифтова система видання будувалася навколо поєднання структурного гротеску, нейтрального текстового шрифту та рукописного акценту. Свідомим рішенням стало використання шрифтів українського походження, що відповідає загальному культурному контексті проєкту. Для заголовків обрано NAMU, який поєднує геометричну чіткість із сучасною пластикою та добре працює у великих розмірах. У макеті він використовується переважно у верхньому регістрі для заголовків розділів і підрозділів (Додаток В), а на окремих сторінках перетворюється на самостійний графічний елемент (Додаток В), займаючи значну частину площини або обрізаючись краями сторінки. Для основного тексту використовується Mariusol, який має більш нейтральний характер і забезпечує комфортне читання великих текстових масивів. Його стриманість дозволяє уникати конфлікту з активними заголовками, фотографіями та графічними елементами. Kurka Laroou використовується для цитат і прямої мови героїв (додаток в). Завдяки рукописному характеру цей шрифт відокремлює особисті висловлювання від основного тексту та створює інший рівень інтонації всередині сторінки.

Колірна система у практичній реалізації закріплена за структурою розділів (рис. 3.5). Базою є чорний і білий, які забезпечують нейтральне тло та добре працюють із фотографіями, типографікою і графічними елементами. Яскраві кольори вводяться точково або як повноцінні колірні площини залежно від характеру розділу. У «Голосах» жовтий і помаранчевий використовуються як фон сторінок, колір графічних елементів і засіб тонування фотографій, завдяки чому формується єдине візуальне середовище навколо героя. У «Стійкості» чорно-червона палітра реалізована через темні фони, червоні заголовки, акцентні зірки та контрастні графічні елементи. Розділи «Корені» й «Тексти» залишаються переважно чорно-білими з

окремими колірними акцентами, що підтримує їхню більш документальну та допоміжну функцію у структурі видання.

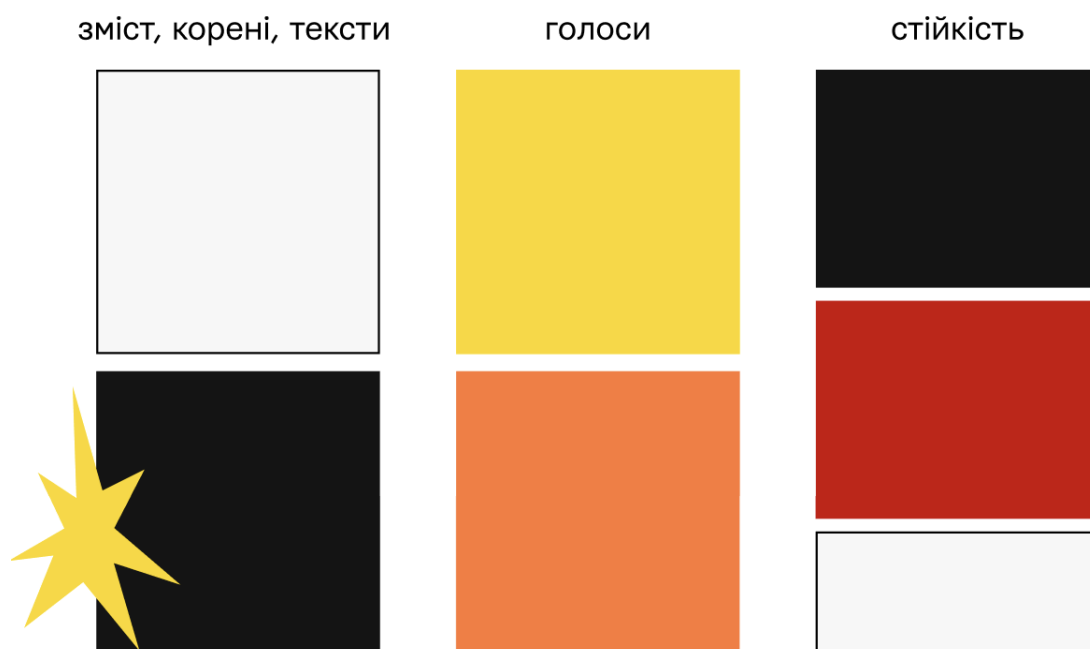


Рис. 3.5. Розподіл кольорів по розділам.

Таким чином, оформлення сторінок арт-зіну «Visible/Видимі» будувалося як поетапна робота з різними типами візуального матеріалу: фотографіями, фактурами, векторною графікою, растровими ілюстраціями, типографікою та кольором. Кожен елемент вводився у макет не як самостійна декоративна деталь, а як частина загальної системи, що підтримує структуру, ритм і зміст видання. Саме поєднання цифрової верстки, ручної графіки, фотографічної обробки та матеріальних фактур дозволило сформувати візуальну мову, яка зберігає зв'язок із культурою самвидаву, але водночас відповідає сучасному рівню багатосторінкового графічного дизайну.

3.3. Практична реалізація проєкту

Після завершення роботи зі змістовим і візуальним наповненням було здійснено технічну підготовку арт-зіну до друку та подальшого поширення.

На цьому етапі основну увагу було зосереджено на параметрах майбутнього друкованого видання: форматі, кількості сторінок, структурі робочих файлів, безпечних зонах, внутрішніх і зовнішніх полях, вільотах під обріз, колірній моделі, роздільній здатності зображень, способі скріплення, виборі матеріалів і можливому тиражі. Така підготовка є важливою для багатосторінкового видання, оскільки макет має бути не лише візуально цілісним, а й придатним до реального поліграфічного виробництва.

Фінальний макет арт-зіну виконано у вертикальному форматі А5. Робоча зона сторінки становить 148×210 мм без урахування вільотів під обріз. Для друку передбачено вільоти по 3 мм з усіх сторін, тому елементи, що доходять до краю сторінки, були виведені за межі обрізного формату. Внутрішній блок складається з 40 сторінок без урахування обкладинки, що відповідає 20 розворотам. Разом з обкладинкою загальний обсяг друкованого видання становить 44 сторінки. Такий обсяг дозволяє зберегти баланс між повноцінним журнальним форматом і характером незалежного малотиражного видання, яке має залишатися зручним для читання, перегляду й розповсюдження.

Макетування здійснювалося в Adobe Illustrator. Внутрішній блок було організовано в одному робочому файлі, де кожна сторінка розміщувалася послідовно на окремому артборді (див. рис. 3.6.) Такий спосіб роботи дав змогу контролювати не лише окремі сторінки, а й загальну послідовність видання, переходи між розділами, ритм розворотів і баланс між насиченими та більш відкритими композиціями. Для подальшої передачі до друку внутрішній блок було підготовлено у форматі PDF із послідовним розміщенням сторінок. Обкладинку було винесено в окремий файл і підготовлено як суцільний розворот, що включає задню обкладинку, корінець і передню обкладинку. Такий підхід відповідає вимогам поліграфічної підготовки видань із клейовим або нитковим скріпленням.

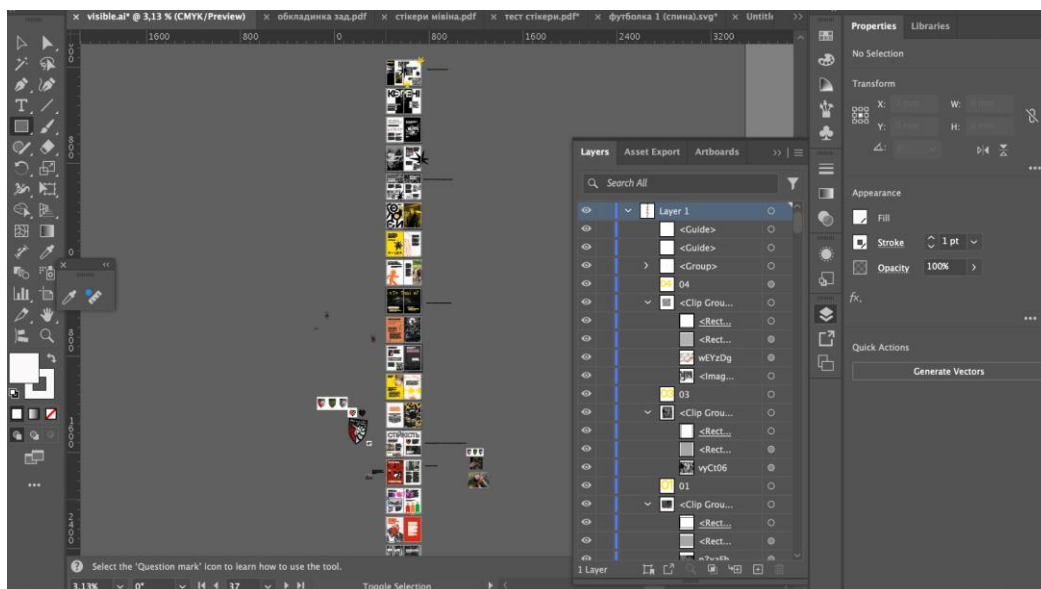


Рис. 3.6. Розміщення сторінок арт-зіну на окремих артбордах у середовищі Adobe Illustrator.

Технічна сітка макета була побудована в Adobe Illustrator на основі заданих параметрів сторінки (рис. 3.7.). Для цього використовувалися лінійки, напрямні та інструмент Split Into Grid. Спочатку було створено модульну структуру з чотирьох колонок і восьми рядків із проміжками між модулями 4 мм. Після побудови сітки утворені фігури були видалені, а в робочому файлі залишилися напрямні, які не заважали роботі з фонами, фотографіями, текстами та графічними елементами. Такий підхід дав змогу використовувати сітку як технічний каркас макета, зберігаючи водночас чистоту робочого простору та можливість вільно працювати з композиціями розворотів.

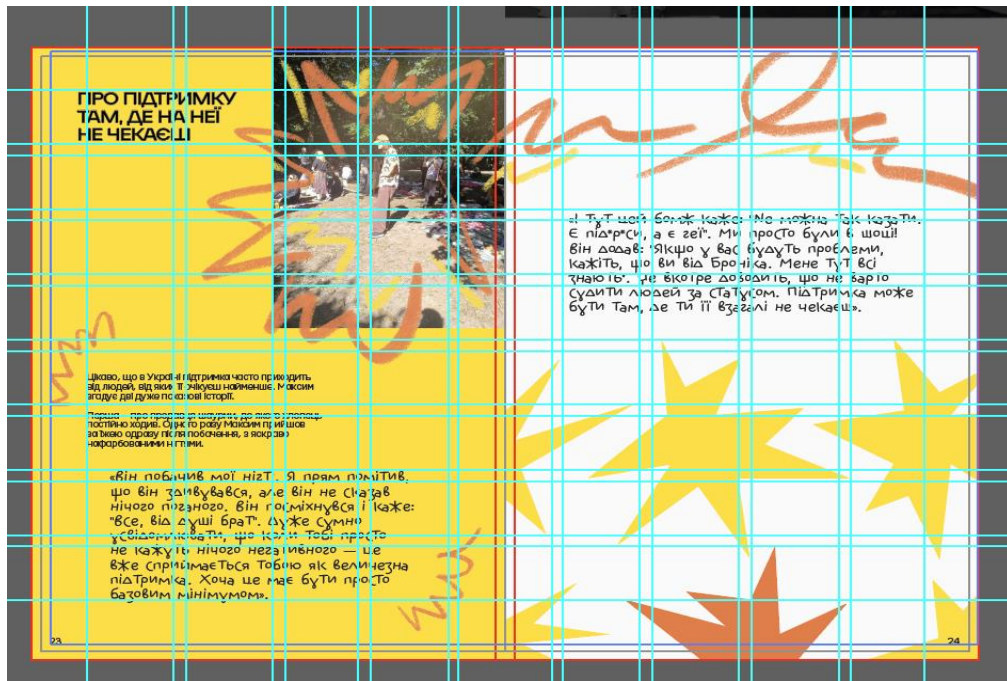


Рис. 3.7. – Застосування модульної сітки під час верстки розвороту арт-зіну.

Під час побудови сторінок було враховано безпечні зони та поля, необхідні для друкованого видання. Внутрішній відступ біля корінця становить 15 мм, зовнішній – 14 мм. Збільшене внутрішнє поле є важливим саме для цього проєкту, оскільки для видання передбачається клейове скріплення, через що при склейці деякі елементи можуть стати менш читабельними, тому важливо дотримуватись захисних полів. Якщо текст або важливе зображення розташувати надто близько до корінця, частина інформації може стати менш зручною для прочитання або візуального сприйняття. Тому основні текстові блоки, цитати, номери сторінок і важливі графічні акценти були розміщені з урахуванням цієї особливості.

Для всіх сторінок передбачено вильоти під обріз по 3 мм. Фонові колірні площини, фотографії, текстури та декоративні елементи, що доходять до краю сторінки, виводяться за межі обрізного формату. Це дозволяє уникнути появи небажаних білих полів після різання паперу. Водночас ключові текстові та графічні елементи залишаються в межах безпечної зони. Особливої уваги потребували розвороти з темними фонами, великими зображеннями або

графікою, що переходить через край сторінки, оскільки саме на таких сторінках технічні похибки друку й обрізу можуть бути найбільш помітними.

Файл макета було підготовлено у колірній моделі СМΥΚ, що відповідає вимогам поліграфічного друку. Растрові зображення були підготовлені з роздільною здатністю 300 dpi для якісного відтворення фотографій, фактур, напівтонових ефектів і дрібних деталей. Шрифти вбудовуються у фінальний PDF-файл, щоб уникнути проблем із відображенням гарнітур під час відкриття макета на іншому пристрої або в друкарні. Перед передачею файлів до друку було передбачено перевірку коректності кольорів, послідовності сторінок, наявності вильотів, читабельності дрібного тексту та якості зображень. Окремим етапом була підготовка графічних і растрових матеріалів до інтеграції у фінальний макет. Растрові ілюстрації були створені в Procreate за допомогою пензля з текстурою кольорового олівця, після чого перенесені до Adobe Illustrator у максимальній якості. Це дозволило зберегти фактурність лінії та ручний характер ілюстрацій, але водночас використати їх у загальній системі багатосторінкового макета. Векторні графічні елементи, зокрема зірки та окремі декоративні форми, створювалися безпосередньо в Adobe Illustrator, що давало змогу швидко змінювати їхній масштаб, колір і розташування відповідно до конкретного розвороту.

Фотографії та фактури також проходили окрему підготовку перед розміщенням у макеті. Для базової корекції документальних фотографій використовувався Adobe Lightroom, де налаштовувалися експозиція, контраст, тональність і загальна якість зображення. Для більш стилізованих матеріалів застосовувався Adobe Photoshop, зокрема для додавання шуму, напівтонових ефектів, контрастного тонування та фактурних накладань. Після обробки файли імпортувалися до Adobe Illustrator, де розміщувалися у фінальному макеті та перевірялися відповідно до композиції конкретної сторінки або розвороту. Така послідовність роботи дозволила зберегти єдність між ілюстраціями, фотографіями, текстурами та типографікою.

З огляду на малий тираж і характер незалежного видання, найбільш доцільним способом виготовлення є цифровий друк. Він дозволяє надрукувати обмежену кількість примірників без значних стартових витрат, що є важливим для першої реалізації арт-зіну. Для внутрішнього блоку доцільно використати матовий крейдований папір щільністю приблизно 120–130 г/м². Такий папір забезпечує якісне відтворення фотографій, кольорних площин і типографіки, але водночас не робить блок надто жорстким і незручним для розкриття. Використання значно щільнішого паперу могло б ускладнити перегортання сторінок і негативно вплинути на зручність користування виданням.

Для обкладинки можливі два варіанти матеріалу. Перший варіант передбачається матовий крейдований папір щільністю 250–300 г/м² із матовою ламінацією з лицьового боку. Таке рішення підвищує зносостійкість обкладинки, захищає фарбу від стирання та зменшує ризик пошкодження згинів. Другий варіант розглядається темно-сірий дизайнерський картон подібної щільності, який може краще підтримати тактильний характер арт-зіну та підсилити його матеріальність. З огляду на візуальне рішення обкладинки, побудоване на темному тлі, жовтих акцентах, фотографії та контрастній типографіці, дизайнерський картон може додати виданню більш виразного фізичного відчуття. Водночас у разі використання темного паперу необхідно врахувати особливості друку світлих і яскравих елементів, зокрема можливість друку білою фарбою або використання білої підкладки для збереження контрастності зображення та тексту. Переходячи до скріплення, з огляду на обсяг і композиційні особливості макета зшивання на скобу є не дуже вигідним. У виданні є розвороти, де зображення, заголовки або графічні елементи розтягуються на весь розворот і візуально переходять з однієї сторінки на іншу. У такому випадку скоба може порушити сприйняття композиції та надати виданню більш тимчасового, брошурного характеру. Для цього проєкту більш доречним є клейове або ниткове скріплення, оскільки ці варіанти краще підтримують образ завершеного журнального об'єкта. Підготовка обкладинки для такого типу скріплення здійснювалася окремо від

внутрішнього блоку. Для друку обкладинку було підготовлено як суцільний розворот із передньою частиною, задньою частиною та корінцем. Точна товщина корінця має уточнюватися після фінального вибору паперу та консультації з друкарнею, оскільки вона залежить не лише від кількості сторінок, а й від щільності та пухкості конкретного матеріалу. На етапі підготовки до друку також важливо врахувати біговку обкладинки, особливо якщо використовується щільний папір або дизайнерський картон. Це дозволяє уникнути неакуратних заломів і пошкодження фарби в зоні згину.

Перед запуском повного тиражу передбачено тестовий друк одного примірника. Це дозволить перевірити якість кольоропередачі, читабельність дрібного тексту, відповідність обраного паперу, міцність скріплення та загальний вигляд видання у фізичному форматі. За результатами тестового друку можуть бути підтверджені обрані матеріали або внесені зміни до паперу, способу скріплення, ламінації чи окремих технічних параметрів макета. Після цього планується друк першого малого тиражу в межах 30–50 примірників із можливістю подальшого збільшення до 100 примірників у разі зацікавлення аудиторії.

Поширення арт-зіну передбачає кілька можливих напрямів. Першим варіантом є продаж через культурні події, артбук-ярмарки, зін-фести, студентські виставки, освітні заходи та незалежні книгарні. Такі майданчики дозволяють представити видання аудиторії, яка вже зацікавлена у незалежних друкованих проєктах, сучасній культурі, графічному дизайні та соціальних темах. Другий напрям — співпраця з громадськими організаціями та ініціативами, які працюють із темами прав людини, видимості, підтримки ЛГБТ+ спільноти та військових. Частина коштів від продажу може бути спрямована на благодійність, зокрема на підтримку ЛГБТ+ військових, що посилює соціальну функцію проєкту та пов'язує друковане видання з реальною дією.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі кваліфікаційної роботи було розглянуто практичну реалізацію авторського арт-зіну «Visible/Видимі». У процесі роботи було визначено, що композиційна побудова арт-зіну має не лише впорядковувати текстові та візуальні матеріали, а й підтримувати загальну ідею проєкту. Принцип видимості реалізовано через поступове розкриття теми, чергування відкритих і більш насичених розворотів, використання великих типографічних акцентів, сторінок-пауз, фрагментованих зображень і зміни візуального ритму між розділами. Було сформовано цілісну систему оформлення сторінок, внаслідок чого кожен розділ отримав власний емоційний характер. У ході практичної роботи було опрацьовано різні типи візуального наповнення. Фотографії, ілюстрації, графічні елементи й фактури допомагали передати зміст і настрій кожного блоку. Важливим результатом стало поєднання документальності та авторської графічної мови. Це дозволило зберегти чутливість до теми, уникнути надмірної візуальної прямолінійності та зробити акцент на людському досвіді.

Також було визначено можливі матеріали, спосіб друку, орієнтовний тираж і канали поширення арт-зіну. Доцільним є цифровий друк малого стартового накладу з попереднім тестовим друком одного примірника. Це дозволяє перевірити якість кольоропередачі, читабельність тексту, відповідність паперу, міцність скріплення та загальний вигляд видання у фізичному форматі. Подальше поширення може здійснюватися через культурні події, зін-фести, незалежні книгарні, громадські організації, сайт і соціальні мережі проєкту.

Отже, результатом третього розділу стала завершена практична модель арт-зіну «Visible/Видимі», що поєднує концепцію, структуру, візуальну систему, технічну підготовку до друку та потенційну модель поширення. Розроблений проєкт демонструє, що формат арт-зіну може бути ефективним інструментом візуальної комунікації на соціально важливу тему, а також має потенціал для подальшого розвитку як серійне незалежне видання.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі було розроблено дизайн-проект арт-зіну «Visible/Видимі» за темою «ЛГБТ спільнота в сучасній Україні». У процесі роботи поєднано теоретичне дослідження культури арт-зінів, аналіз візуальної мови ЛГБТ+ спільноти, вивчення аналогів, визначення цільової аудиторії, формування концепції та практичну розробку багатосторінкового макета. Результатом стало авторське друковане видання, спрямоване на розкриття теми видимості, особистого досвіду та соціальної присутності ЛГБТ+ спільноти в сучасному українському контексті.

Досліджено теоретичні основи створення арт-зінів та традиції культури самвидаву. Визначено, що арт-зін є гнучким форматом незалежного малотиражного видання, який дозволяє працювати з особистими історіями, соціально чутливими темами та альтернативними формами комунікації. Розглянуто історичний розвиток зінів, їхній зв'язок із DIY-культурою, протестними практиками та українською традицією самвидаву. Це дозволило обґрунтувати доцільність використання формату арт-зіну для розкриття теми ЛГБТ+ спільноти в Україні.

Проаналізовано специфіку візуальної мови ЛГБТ+ спільноти у сучасному графічному дизайні. У роботі визначено, що ця візуальна мова формується через систему символів, кольорів, типографіки, фотографії, плакатної графіки та незалежних видавничих практик. Окрему увагу приділено українському контексту, у якому тема ЛГБТ+ спільноти набуває особливої актуальності в умовах повномасштабної війни та зростання публічної видимості ЛГБТ+ військових. Отримані результати стали основою для формування змістового й візуального напрямку авторського видання.

Досліджено особливості світового ринку незалежних видань і визначено характеристики цільової аудиторії проекту. У процесі аналізу розглянуто українські та міжнародні аналоги, серед яких незалежні зини, ЛГБТ+ журнали, артбуки та друковані видання соціального спрямування. Встановлено, що сучасні видання цього типу поєднують документальність, особисту розповідь,

експериментальну типографіку, фотографію та авторську графіку. На основі цього визначено цільову аудиторію арт-зіну: молоді люди, зацікавлені у темах ідентичності, культури, прав людини, соціальної видимості та незалежних друкованих видань.

Сформовано концепцію та логічну структуру арт-зіну як багатосторінкового серійного видання. Основою концепції стала ідея видимості, що розкривається через принцип часткового відкриття, фрагментації, поступового наближення до особистих історій і переходу від загального контексту до конкретного людського досвіду. Структура видання побудована з кількох тематичних блоків: «Корені», «Голоси», «Стійкість» і «Тексти». Така послідовність дозволила поєднати історичний і соціальний напрями, особисту історію героя, тему ЛГБТ+ військових та культурно-просвітницький блок із добіркою літератури.

Визначено оптимальні композиційні, типографічні та художні рішення для верстки сторінок арт-зіну. Було сформовано візуальну систему, що поєднує модульну сітку, великі типографічні акценти, фотографії, ручну графіку, фактури, контрастні колірні рішення та сторінки-паузи.

У практичній частині роботи було виконано макет арт-зіну у форматі А5. Внутрішній блок складається з 40 сторінок, а загальний обсяг видання разом з обкладинкою становить 44 сторінки. Верстку здійснено в Adobe Illustrator із використанням модульної сітки, безпечних зон, вильотів під обріз і вимог до поліграфічної підготовки. Растрові ілюстрації створено в Procreate, фотографії та фактури опрацьовано в Adobe Lightroom і Adobe Photoshop, після чого всі матеріали інтегровано у фінальний макет. Це дозволило підготувати цілісний дизайн-проект видання, придатний до подальшої друкованої реалізації.

Розроблений арт-зін «Visible/Видимі», поєднує соціально важливу тематику, авторську концепцію, продуману структуру, експериментальну типографіку, фотографію, ручну графіку та технічну підготовку до друку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Григор'єв О., Назарова С. Підходи до побудови модульних сіток для макетів друкованих журнальних видань. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології: тези доповідей VII Міжнар. наук.-техн. конф., м. Харків, 17–21 трав. 2022 р. Харків, 2022. Т. 1. С. 45–48.
2. Грушецький А. Сприйняття ЛГБТ людей та їх прав в Україні. Київський міжнародний інститут соціології. 15.06.2023. URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1248&t=8&page=1> (дата звернення: 15.09.2025).
3. Журнал «Один з нас». Гей-альянс Україна. URL: <https://upogau.org/gazeta-stonewall> (дата звернення: 22.09.2025).
4. Журнал «Gayd!». Гей-альянс Україна 2016. URL: <https://upogau.org/zhurnal-gayd> (дата звернення: 18.09.2025).
5. Звіт про випадки гомофобії та трансфобії в Україні / Правозахисний ЛГБТ Центр «Наш світ». 2024. URL: <https://gay.org.ua/documents/Report-Nash-Svit-2024-UKR.pdf> (дата звернення: 28.09.2025).
6. Звіт роботи Українського інституту книги за 2023-й рік. Київ : Український інститут книги, 17.01.2024. URL: <https://ubi.org.ua/uk/news/kategoriya-2/zvit-roboti-ukra-nskogo-institutu-knigi-za-2023-y-rik> (дата звернення: 05.10.2025).
7. Іттен Й. Мистецтво кольору / пер. з нім. С. Святенко. Київ: ArtHuss, 2022. 96 с.
8. Карпець Ю. Що таке зін? Конспект дискусії «Культура зінів: розмова з художниками та видавцями». Support Your Art. 13.11.2021 URL: <https://supportyourart.com/stories/shho-take-ziny-konspekt-dyskusiyi-kultura-ziniv-rozмова-z-hudozhnykamy-ta-vydavczyamy/> (дата звернення: 26.10.2025).
9. Касьянов Г. Незгодні: українська інтелігенція в русі опору 1960–1980-х років. Київ: Кліо, 2019. 344 с.

- 10.Квіт С. Масові комунікації. Київ: Києво-Могилянська академія, 2008. 206 с.
- 11.Кіпіані В. Дисиденти. Київ: Vivat, 2021. 352 с.
- 12.Ковач Т. Культура DIY: характерні особливості та український контекст. Українська академія мистецтва. 2024. № 36. С. 135–144.
- 13.Косів В. Українська ідентичність у графічному дизайні 1945–1989 років. Київ: Родовід, 2019. 336 с.
- 14.Лезо / Lezo Zine. Офіційна сторінка у Facebook. URL: <https://www.facebook.com/lezo.zine/> (дата звернення: 01.10.2025).
- 15.Микитіна К. А. Проектування багатосторінкового поліграфічного видання : кваліфікаційна робота магістра : спец. 022 Дизайн / К. А. Микитіна ; наук. керівник О. П. Костюк. Полтава, 2024. 92 с.
- 16.Мюллер-Брокманн Й. Сіткові системи в графічному дизайні / пер. з нім. А. В'юнник, Н. Коневська. Київ: ArtHuss, 2025. 176 с.
- 17.Обертас О. Літературні джерела українського самвидаву. Слово і час. 2023. №8. С. 12–18.
- 18.Папанек В. Дизайн для реального світу / пер. з англ. Д. Цепкова. Київ: ArtHuss, 2020. 480 с.
- 19.Приставка В. Хронологія розвитку зін-культури в Україні та США. Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну. 2021. Т. 4, № 2. С. 197–205.
- 20.Ракитянська М. І. Український самвидав як спосіб боротьби за власну національну ідентичність у контексті повномасштабного російського вторгнення в Україну. Наука, технології, інновації: нові підходи та актуальні дослідження : матеріали II наук.-практ. конф., м. Полтава, 27–28 верес. 2024 р. Одеса : Молодий вчений, 2024. С. 27–28.
- 21.Русначенко А. Національно-визвольний рух в Україні: середина 1950-х – початок 1990-х років. Київ: Вид-во ім. О. Теліги, 1998. 720 с.
- 22.Секо Я. Витоки українського самвидаву. Україна–Європа–Світ. Міжнародний збірник наукових праць. Серія: історія, міжнародні

- відносини. 2012. Вип. 9. С. 73–79. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ues_2012_9_9
23. Akkerman M., Oliinyk M., Kugai K. Use of graphic elements in print media. Trends and Prospects for the Development of Science and Education in the Context of Globalization : collection of scientific papers based on the materials of the International scientific-practical internet conference, Pereiaslav, September 30, 2021. Iss. 75. Pereiaslav : Hryhorii Skovoroda University in Pereiaslav, 2021. P. 133–136.
 24. Attitude Magazine. Stream Publishing / Official website URL: <https://www.attitude.co.uk/> (date of application: 25.09.2025).
 25. Bartel J. From A to Zine: building a winning zine collection in your library. Chicago: ALA Editions, 2004. 120 p.
 26. Bringhurst R. The Elements of Typographic Style. Seattle: Hartley & Marks, 2012. 382 p.
 27. Butt Magazine. Top Publishers BV / Official website URL: <https://buttmagazine.com/> (date of application: 02.10.2025).
 28. Campbell A. Queer X Design: 50 years of signs, symbols, banners, logos, and graphic art of LGBTQ. New York: Black Dog & Leventhal, 2019. 256 p.
 29. Case M. ONE: The first gay magazine in the United States. JSTOR Daily. 15.07.2020 URL: <https://daily.jstor.org/one-the-first-gay-magazine-in-the-united-states/> (date of application: 10.10.2025).
 30. Don't Take Fake. Коротка квір-історія України. Фотограф Антон Шебетко створив артбук про українське ЛГБТК-ком'юніті. 22.07.2022. URL: <https://donttakefake.com/korotka-kvir-istoriya-ukrayini-fotograf-anton-shebetko-stvoriv-artbuk-pro-ukrayinske-lgbtk-kom-yuniti/> (дата звернення: 16.09.2025).
 31. Duncombe S. Notes from underground: zines and the politics of alternative culture. Bloomington: Microcosm Publishing, 2017. 256 p.

32. Famous For My Dinner Parties. Vol. 3. Readellion. URL: <https://readellion.com/product/famous-for-my-dinner-parties-3/> (date of application: 23.10.2025).
33. Fatboy Zine #6. Readellion. URL: <https://readellion.com/product/fatboyzine-6/> (date of application: 23.09.2025).
34. Gatopoulos D., Babenko A. LGBTQ soldiers in Ukraine hope their service is changing attitudes as they rally for legal rights. AP News. 16.06.2024. URL: <https://apnews.com/article/ukraine-russia-lgbt-pride-703de9b80de9d9dd0094235705af7f63> (date of application 20.09.2025).
35. Gayletter / Official website URL: <https://gayletter.com/> (date of application: 26.09.2025).
36. Gen Z: the culture of content consumption. Ontario Creates. 2020. URL: https://www.ontariocreates.ca/uploads/Business_Intelligence/en/GENZ_The_Culture_of_Content_Consumption.pdf (date of application: 19.09.2025).
37. Glaser M., Ilić M. The Design of Dissent. Expanded Edition. Beverly: Rockport Publishers, 2017. 256 p.
38. Heller S. Graphic design idea book: inspiration from 50 masters. London: Laurence King Publishing, 2016. 128 p.
39. Horchynska O. We don't talk about it: the history of Ukrainian LGBTQ+ literature. Chytomo. 15.06.2024. URL: <https://chytomo.com/en/we-don-t-talk-about-it-the-history-of-ukrainian-lgbtq-literature/> (date of application: 30.09.2025).
40. Kofler A. Butt Magazine. Fonts In Use. 14.06.2018 URL: <https://fontsinuse.com/uses/21889/butt-magazine> (date of application: 14.02.2026).
41. LGBTQ+ soldiers fight for Ukraine and for respect. Erasing 76 Crimes. 08.07.2025. URL: <https://76crimes.com/2025/07/08/lgbtq-soldiers-fight-for-ukraine-and-for-respect/> (date of application: 12.10.2025).
42. Lupton E. Thinking with Type. 2nd ed. New York: Princeton Architectural Press, 2010. 224 p.

43. Maslov S. Unicorn Battalion: a project by Sasha Maslov. Institute for Human Sciences / Blog 18.11.2024 URL: <https://www.iwm.at/documenting-ukraine/blog/unicorn-battalion-sasha-maslov> (date of application: 24.09.2025).
44. OUT Magazine / Official website. URL: <https://www.out.com/> (date of application: 07.10.2025).
45. Piepmeier A. Girl zines: making media, doing feminism. New York: NYU Press, 2009. 273 p.
46. Queer Quarter. Fanzineist Vienna Art Book & Zine Fair. URL: <https://fanzineist.com/queer-quarter/> (date of application: 21.09.2025).
47. Schneider N. New normalities: queer art in Ukraine creates visibility and challenges common perceptions. Genderzed. URL: <https://genderz.org.ua/new-normalities-queer-art-in-ukraine-creates-visibility-and-challenges-common-perceptions/> (date of application: 17.09.2025).
48. Shcherba D., Diachenko I. LGBT-Military in Ukraine during Russia's War against Ukraine: tendencies in social attitudes and perspectives for implementation of anti-discrimination policies in the army of Ukraine. Scientific Papers of NaUKMA. Sociology. 2025. Vol. 8. P. 117–125.
49. Solomiya Mag. Official account Instagram. URL: <https://www.instagram.com/solomiyamag/> (date of application: 07.10.2025).
50. The 13th edition of our Annual Review of the Human Rights Situation of Lesbian, Gay, Bisexual, Trans and Intersex People in Europe and Central Asia. ILGA-Europe. 29.02.2024. URL: <https://www.ilga-europe.org/report/annual-review-2024/> (date of application: 09.10.2025).
51. The Advocate / Official website. URL: <https://www.advocate.com/> (date of application: 29.09.2025).
52. Thorpe V. Smart, cool ... and in print: how indy mags became all the rage. The Guardian. 22.07.2018. URL:

<https://www.theguardian.com/media/2018/jul/22/independent-magazines-buck-trend-for-print-decline> (date of application: 22.10.2025).

53. Tolerated Individuality. Free Downloadable Zine Library. URL: <https://toleratedindividuality.wordpress.com/zine-library/> (date of application: 08.10.2025).

54. Ukrainian Zine Archive. Digital Archive. URL: <https://ukrainian-zine-archive.travm.space/archive> (date of application: 08.10.2025).

ДОДАТКИ

Додаток А

Матеріали аналізу аналогів



Рис А.1. Фрагменти зіну «Lezo» [54]

ЖИТТЯ «НА ПАУЗІ»: ДОЧЕКАТИСЬ ХЛОПЦЯ З ВІЙНИ

Станіслав — хлопець Жені. Він на державній службі. Так само, як і Женя, він не може багато розповідати про свою роботу, і ми разом намагаємось уникати конкретики в цій темі. Разом хлопці живуть шість років. Разом були на Майдані. Мають спільний побут, домашнього улюбленця, плани на майбутнє, але зараз — життя «на паузі».

— Коли твій хлопець пішов до армії?

— На день святого Валентина вперше зайшла мова. Ми були вдома, сиділи за вечерею, і він сказав, що йому прийшла повістка до військомату, треба там перевірити щось. Тоді я вже розумів, відчував, що йому доведеться йти, але, водночас, не вірив до останнього. Потім він поїхав знову, його там обстежили і сказали прийти з речами. Ми зібрали йому сумку і він пішов.

— Йшла мова про те, щоб відкупитися, перекуватися, не йти?

— Ні. Він закоханий у мене. Та й навіть не йшлося про те, щоб відкупитися. Ми ніколи б не хотіли йти на війну, але коли немає вибору... Війна ж тривала якийсь час, його не в першу хвилину забрали, і коли говорили з ним про це, то вирішили, що якщо призовуть, то підемо, не будемо ховатись чи відкупатися.

— Хтось ще серед знайомих ЛГБТ є на фронті?

— У суспільства існує стереотип, що геї не мужні, що вони не здатні захищати країну, і що когось-то, а геїв на війні нема. Але вони ж там є, і їх дуже багато: мій бойфренд, і серед моїх знайомих є геї, яким прийшла повістка і вони пішли в армію, і лесбійки, які самі записалися в добровільні батальйони. Мені доводилося чути про ЛГБТ «на війну йти», коли був Марш Рівності. Дуже прикро, коли люди кидать тобі одним поглядом, що в суспільстві є такі нездорові тенденції. Був випадковим свідком такої історії: в кафе сидів хлопець у військовій формі, я так зрозумів, що він доброволець, який чи повернувся тільки з відпустки приїхав. Він, напевно, не підозрював, що дівчата, які сиділи з ним, були лесбійками. Я ж одразу помітив та зрозумів це. Вони говорили про війну, волонтерство, і не знаю як та коли — не підслуховував навмисне —

розмова зайшла про ЛГБТ. Аж тут виявилась його позиція: він сказав, що їх треба чи стріляти, чи висилати кудись. На цю промову одна з тих дівчат спалахнула і почала кричати мало не на всю кафе: «Окей, я лесбійка, і вибач мені, що я, можливо, заважаю тобі своєю допомогою». То була неприємна розмова для обох, але вони врешті порозумілися, як я бачив. Певно, що лідерка докорінно не змінилася одразу, але може й закривається в голові здорове думка. Мене, взагалі, навіть не це виводить. Мене більше виводить, що люди потихеньку починають забувати, що в країні війна. Це стало якоюсь буденністю. Мене часто відштовпує, типу що там же не стріляють — ну окей, не двадцять людей на день гине, як раніше, але ж хлопці там не на курорті.

— Чи потрібно зараз проводити Марш Рівності?

— Так, це потрібно і дуже правильно. Якщо сидіти в хаті, то нічого не зміниться, суспільство й надалі буде думати, що ЛГБТ не існують. Тому треба починати діалог. Не можна сидіти вдома та чекати, що суспільство таке розумне, заведе в інтернет та почне, що це не хвороба... Такого не буде. Переважна більшість людей живе в минулому. Також: контрпродуктивно є робота церкви. У нас в країні дуже нахабна церква: попи приходять до Ради писати закони. Ну як так? От, наприклад, моя мама поїхала в монастир, де її попи сказали, що в мене волилась нечиста сила, мною керує диявол і треба мене рятувати. Від того, що вони сказали, що мені треба до церкви, нічого не змінилося. Але мама переживає, в неї погіршало здоров'я. Кому від цього краще стало? За таке треба нести кримінальну відповідальність. Коли ти оеш ненависть між людьми, які тобі вірять, це не є добре.

— Якби на марш рівності вийшли ЛГБТ-ветерани АТО?

— Це було б дуже ефективно. На жаль, наше суспільство розвивається досить повільно, до стало-го розвитку ще далеко, тому й замало значущої просвітницької роботи. Суспільство ведеється на Ляшка: з вилами, на голі груди, тому якщо хоче суспільство окрасу картинку — треба показати.

— Вийдеш на наступний Марш Рівності?

— Так. Прямі удари.

— Ти працюєш у державній установі, маєш доступ до інформації трохи більше, ніж більшість. Чи до-помагає це менше хвилюватися?

— Я не маю ніякої секретної інформації. Люди, з якими я працюю, роблять все можливе і неможли-ве, і дуже хотять, щоб війна скінчилася. Звісно, що зміни потребують часу і дуже важкої роботи. Але мені інді дуже важко пояснити Жені речі, які він розуміє, поки був тут. Він розповідає про людей, які там живуть. Там живуть сепаратисти, і вони про це прямо говорять. Приходять до них по їжу, бе-руть і тут же клянуть їх. А потім знову приходять. І він не розуміє, навіщо він там. А я дівалі частіше не можу знайти слів, щоб йому це пояснити. Коли знову вибравлі Кернеса в Харкові, Женя подзо-нив мені і мало не плакав. Навіщо там воззисті з сепаратистами, а тут їх обирали в мері? Багато претензій і до влади, яка не покарала винних, і до людей, які не з-гід палики обрати такого мера.

— Що є найважчим у твоїй роботі?

— Найважче йти з роботи в порожню квартиру. Я ж уже звик за ці роки, що мене чекають удома. А так... Йому зараз важче. У мене сталася переорін-ка багатьох речей. Коли знав, що хлопець сидить там по окопах, сплять у наметах, митються крижа-ною водою — то до всіх побутових і якіхось ро-бочих проблем ставився значно простіше. Це все нщо, порівняно з тим, що доводилось переживати хлопцям на Сході. Тому я взяв собі за правило не ноняти з приводу поганого погоди, заторів, важких днів на роботі. Закінчиться війна, тоді й перейма-тимомось знову сортами пива і будемо анекдоти у фейсбуку постигати. А зараз мої думки не там. Таке відчуття, нби було життя, а тепер наче хтось по-ставив на паузу, ми не пишемо, підвішений такий стан, і я нічого не можу планувати. Хоч-у лише, щоб швидше закінчився цей страшний сон.

Розмовляла Кіра Ковальська

GAUD! 09/ноябрь-декабрь '15

Рис А.2. Фрагмент журналу «Gayd!». Джерело: [\[1\]](#)

Даний фрагмент демонструє статтю про стосунки ЛГБТ пари. Обидва партнери військовослужбовці та попередньо активісти на Майдані.



Рис А.3. Фрагменти журналу «Один з нас». Джерело: [2]



Рис А.4. Фрагменти журналу «Attitude». Джерело: [24]



Рис А.5. Фрагмент журнала «Attitude». Джерело: [24]



Рис А.6. Обкладинки журналу «Attitude». Джерело: [9]



Рис А.7. Фрагменты журнала «OUT». Джерело: [24]



Рис А.8. Обкладинки журналу «OUT». Джерело: [24]



Рис А.9. Фрагменты журнала «The Advocate». Джерело: [10]



Рис А.10. Обкладинки журналу «The Advocate». Джерело: [10]



Рис А.11. Фрагменты журнала «GAYLETTER». Джерело: [18]



Рис А.12. Фрагменти зіну «Fatboy Zine #6». Джерело: [36]



Рис А.13. Фрагменты журналу «Famous For My Dinner Parties». Джерело: [34]

Творче джерело та мудборд авторського проєкту



Рис. Б.1. Творче джерело концепції. Джерело: сформовано на основі відкритих візуальних референсів.

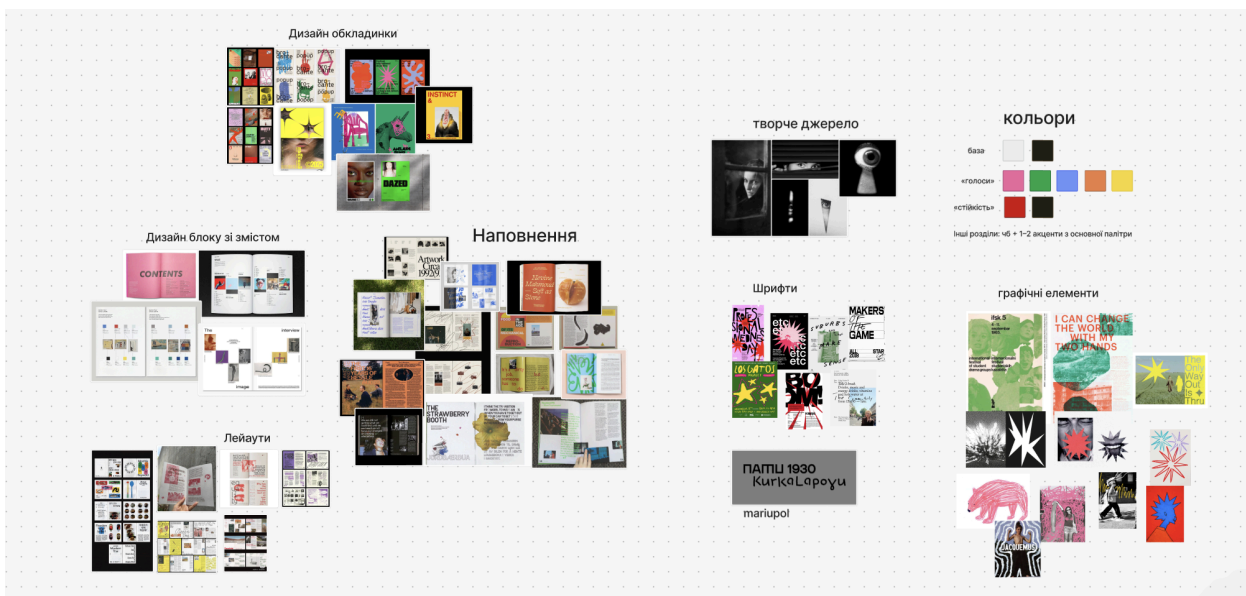
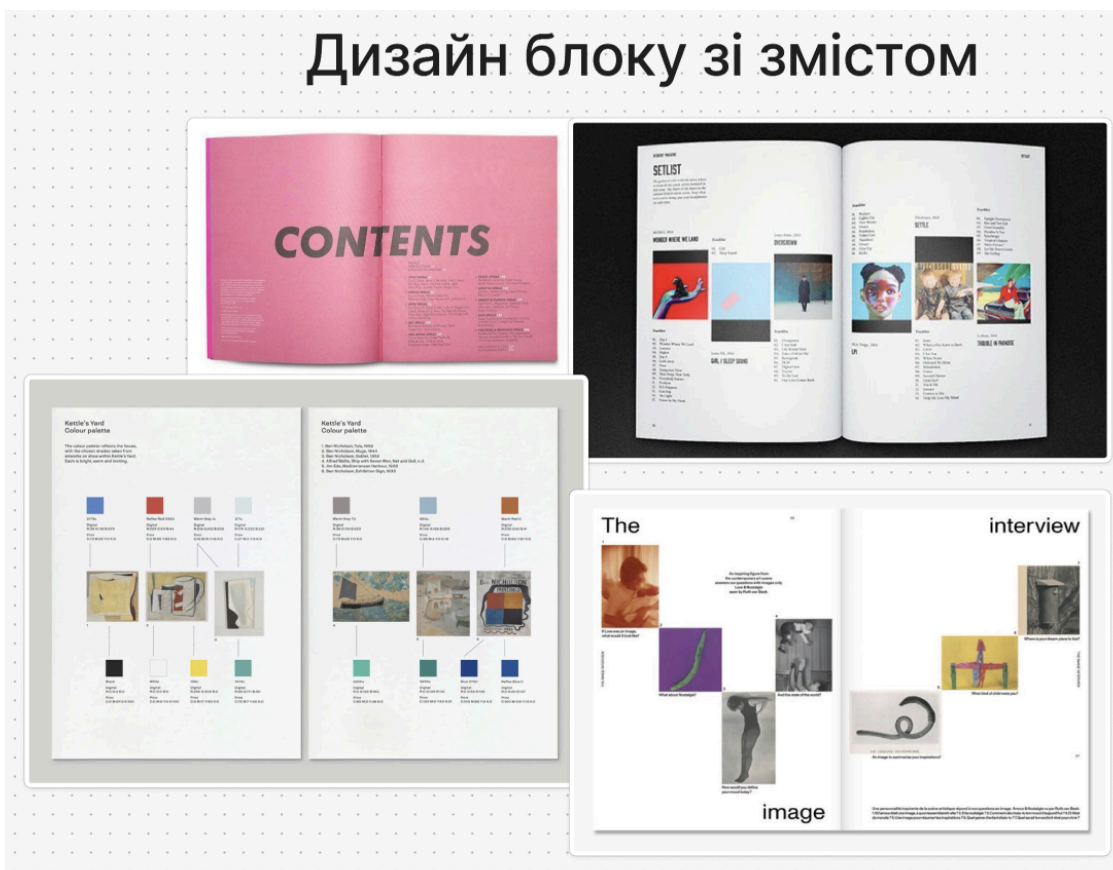


Рис. Б.2. Загальний мудборд. Джерело: сформовано на основі відкритих візуальних референсів.

Дизайн блоку зі змістом



Наповнення



Шрифти



ПАПШ 1930
KurkaLapouh

mariupol

Лейаути

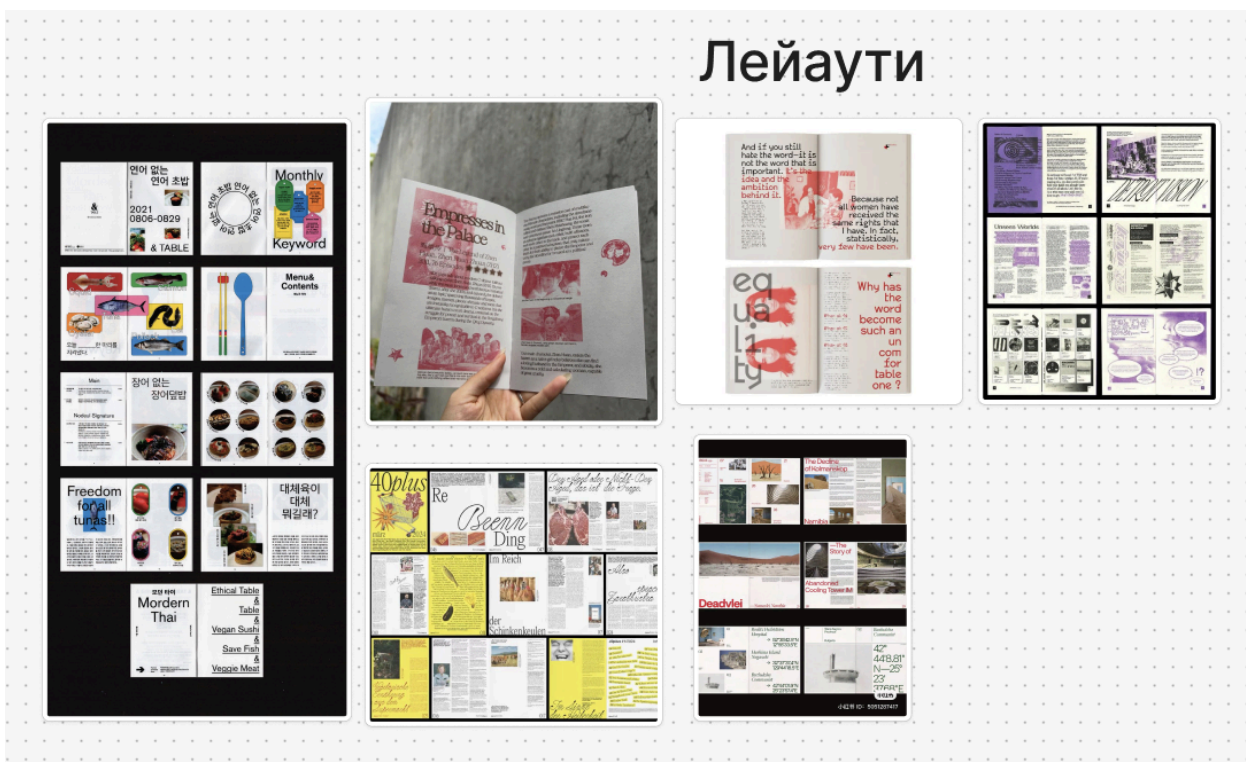


Рис. Б.3. Мудборд композиційних і типографічних рішень. Джерело: сформовано на основі відкритих візуальних референсів.

графічні елементи



Рис. Б.4. Мудборд кольору, фактур і графічних елементів. Джерело: сформовано на основі відкритих візуальних референсів.

Візуальні матеріали зіну

НЕ «ДЕСЬ
ТАМ», А ТУТ

В українському контексті тема ЛГБТ+ довгий час залишалася майже невидимою. Публічні дискусії фактично не існували. У 1990-х роках з'являлися перші спроби говорити відкрито, але вони були маргіналізованими і часто супроводжувалися агресією. Сьогодні ситуація складніша і водночас цікавіша.



За даними ILGA-Europe, які щороку публікуються у Rainbow Map, Україна у 2024–2025 роках отримує близько 20% від максимального можливого показника у сфері правового захисту ЛГБТ+ людей. Це означає, що базові права частково враховані, але системного законодавчого захисту все ще бракує.

Водночас соціологія показує цікаву динаміку. За дослідженнями Київського міжнародного інституту соціології, понад 70% українців підтримують рівні права для ЛГБТ+ людей. Десять років тому цей показник був значно нижчим. Це означає, що зміни відбуваються швидше у суспільній свідомості, ніж у законодавстві.

Але реальність
не складається
лише з цифр
підтримки.

Згідно зі звітом «Становище ЛГБТК в Україні 2025» Центру «Наш світ», упродовж року фіксуються випадки мови ворожнечі, фізичної агресії та дискримінації у сфері працевлаштування і послуг. Частини злочинів неможливо не кваліфікується належним чином, що ускладнює статистику і правову оцінку.

03

ФІЛОСОФІЯ
ЧЕРЕПАШОК-
НІНДЗЯ

Найбільша пристрасть Максима та його світоглядний орієнтир — це мультсеріал «Черепашки-ніндзя» 2000-х років. Для нього це не просто поп-культура, а глибока метафора розвитку особистості.

Він геніально аналізує рішення майстра Сплінтера, який дав своїм учням зброю, що суперечила їхній природі:



«Леонардо (лідеру) дісталася найнебезпечніші катани, щоб вчитися холонокровності. Мікеланджело (із гіперактивністю) отримав нунчаки, які вимагають абсолютної концентрації. Агресивному Рафаелю дали саї — зброю, створену виключно для захисту. А генію Донателло дісталася звичайна дерев'яна палиця, щоб вчитися творити з нічого. Це про те, що треба брати те, що тобі важко. Треба виходити із зони комфорту. Треба бути багатограним».



19

ПРО ПІДТРИМКУ
ТАМ, ДЕ НА НЕЇ
НЕ ЧЕКАЄШ

Цікаво, що в Україні підтримка часто приходить від людей, від яких її очікуєш найменше. Максим згадує дві дуже показові історії.

Перша — про продавця шаурми, до якого хлопець постійно ходив. Одного разу Максим прийшов за їжею одразу після побачення, з яскраво нафарбованими нігтями.

«Він побачив мої нігті. Я прям помітив, що він здивувався, але він не сказав нічого поганого. Він посміхнувся і каже: "Все, від душі брат". Дуже сумно усвідомлювати, що коли тобі просто не кажуть нічого негативного — це вже сприймається тобою як величезна підтримка. Хоча це має бути просто базовим мінімумом».

«І тут цей бонж каже: "Не можна так казати. Є під*рси, а є геї". Ми просто були в шоці! Він додав: "Якщо у вас будуть проблеми, кажіть, що ви від Броніка. Мене тут всі знають". Це вкотре доводить, що не варто судити людей за статусом. Підтримка може бути там, де ти її взагалі не чекаєш».

23

24

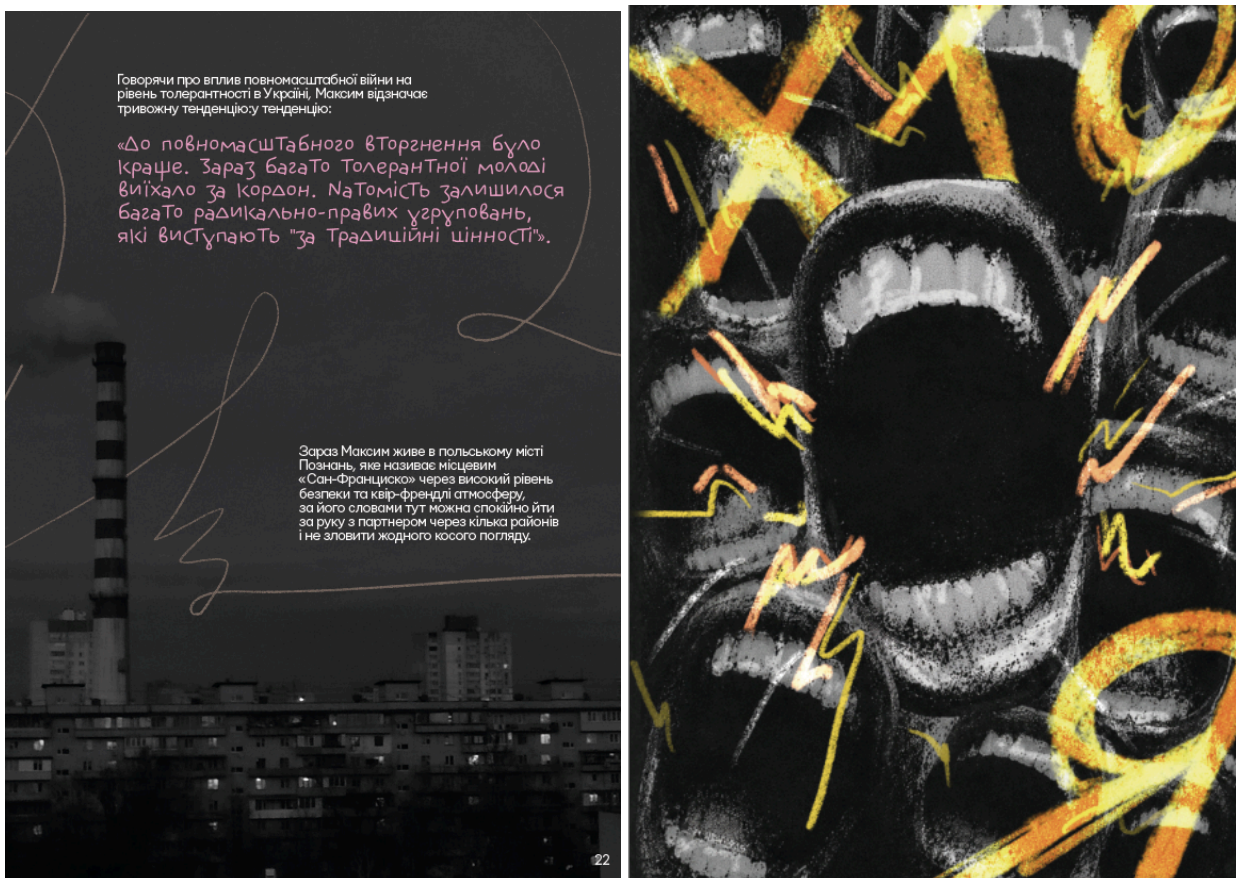


Рис. В.1. Приклади інтеграції ілюстрацій у дизайн розворотів.

ВИПУСК 01

КОРЕНІ

Те, що було до нас 03
Не «де» там, а тут 05
Війна, поляризація і новий контекст 07
Кілька фактів, які варто знати 09

ГОЛОСИ

Шлях до себе. Від самозневаги 14
до повної свободи 18
Філософії «Нарештешок-нінда» 20
Про відчуженість та опреску вулиць 22
Про підтримку там, де на неї не чекаєш

СТІЙКІСТЬ

Антоніна та Олександр 29
Видимість і те, що вона коштує 31

ТЕКСТИ

03

12

14

18

20

22

27

29

31

34

ГОЛОСИ

Особиста історія Максиміна 02
про прийняття себе, стосунків, 02
визнання, спроби та 02
пошук безпечного простору.



КОРЕНІ

Про те, що ЛГБТ+ люди 01
конструювали, зокрема 01
в українському контексті, 01
але деякі часи залишалися 01
невизначеними.



СТІЙКІСТЬ

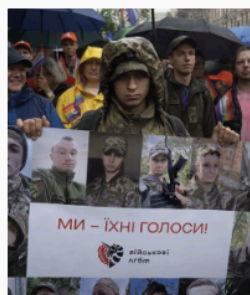
Про ЛГБТ+ військових в Україні, 03
зміну етики, досвід 03
Антоніна й Олександр 03
видимість у війську та боротьбу 03
за рівні права.

ТЕКСТИ

Добра книга, яка розповідає 04
глибше про життя ЛГБТ+ тавру 04
через історію, науку, 04
мистецтво, притулок, ані 04
та особисті есеї.



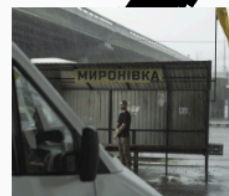
ВІЙНА, ПОЛЯРИЗАЦІЯ І НОВИЙ КОНТЕКСТ



Представники об'єднання «Військові ЛГБТ» 08
під час публічної акції на підтримку 08
українських військових службовців

Повномасштабна війна змінила 08
суспільство. Вона змінила теми 08
розмов, змінила пріоритети, змінила 08
відчуття безпеки. Деякі дослідження 08
фіксують, що мова ворожнечі 08
в публічному просторі стала 08
агресивнішою. Одночасно з цим 08
ЛГБТ+ тема перестала бути 08
«абстрактною», адже вона 08
присутня у всіх сферах життя 08
країни.

У міжнародних оглядах також 08
згадується, що питання прав ЛГБТК+ 08
інтегровані у процеси євроінтеграції 08
України. Вони більше не винесені за 08
дужки. Вони частина великого діалогу 08
про права людини. Це важливо 08
розуміти перед тим, як перейти до 08
особистих історій. Бо кожна історія, 08
яка буде далі, існує в ній у вакуумі. 08
Вона живе всередині цього контексту.



Ніколай 23-річний Пашко, є одним 08
з представників ЛГБТ+ військових об'єднань.



Рис. В.2. Приклади використання зірок в дизайні зіну.



Рис. В.3. Приклади використання текстур.

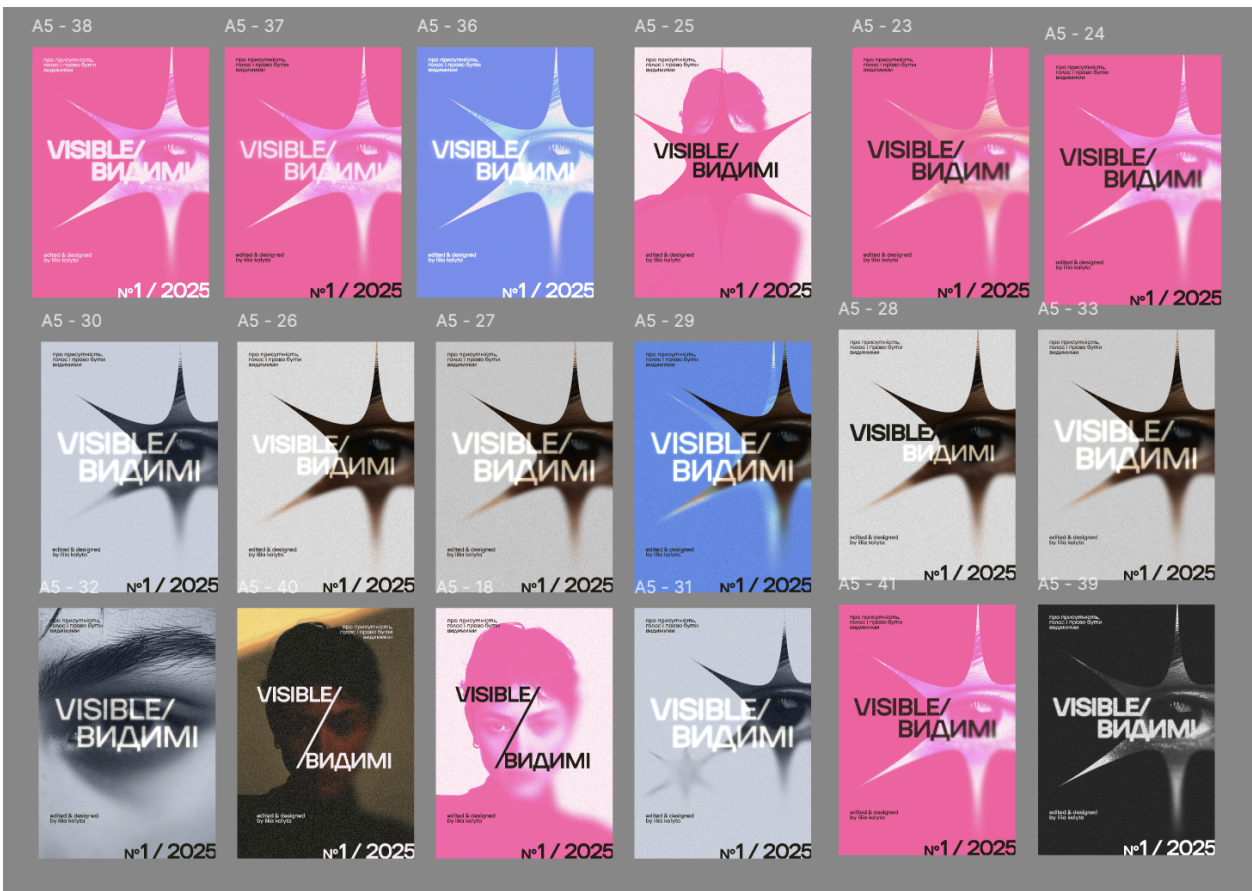
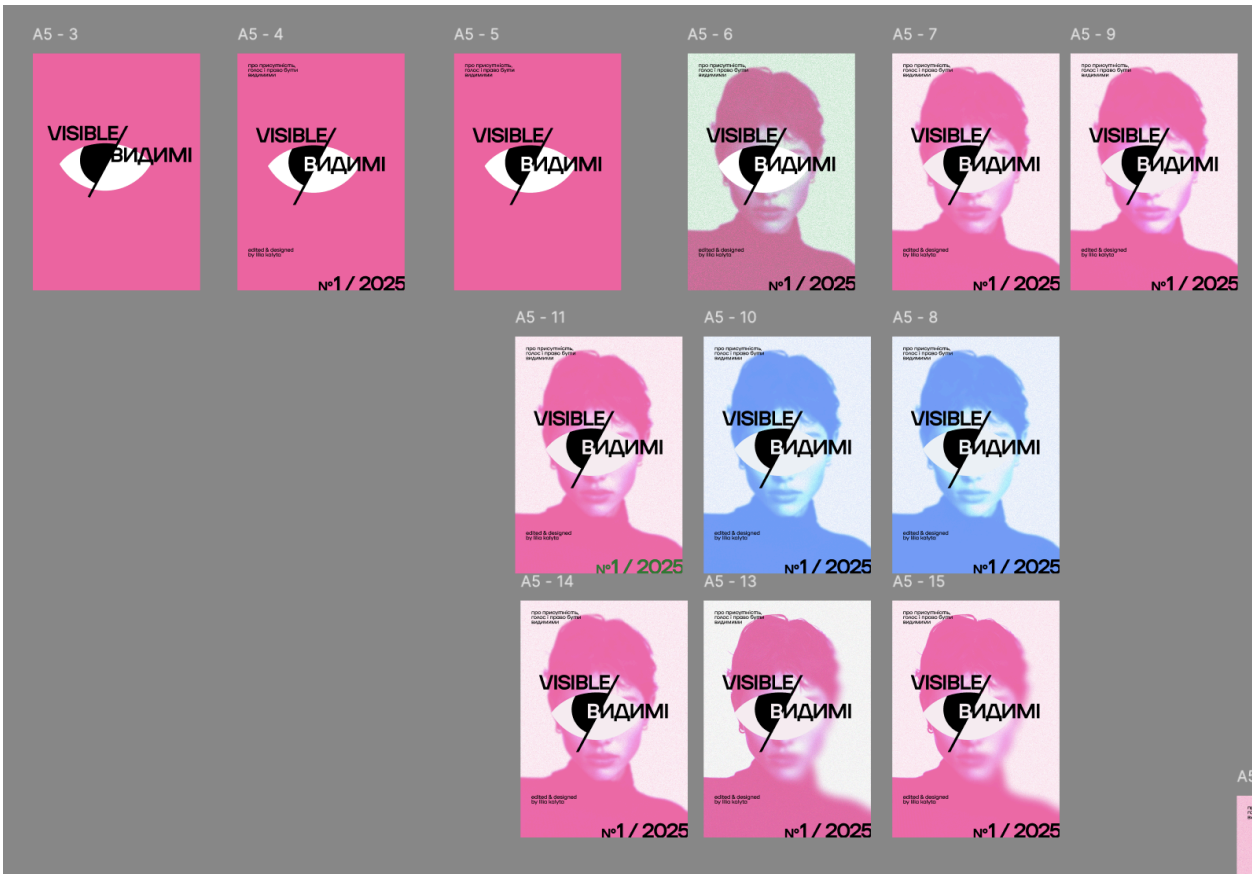




Рис. В.4. Процес пошуку композицій та колірних рішень для обкладинки.



Рис. В.5. Варіації графічного елементу «зірка»

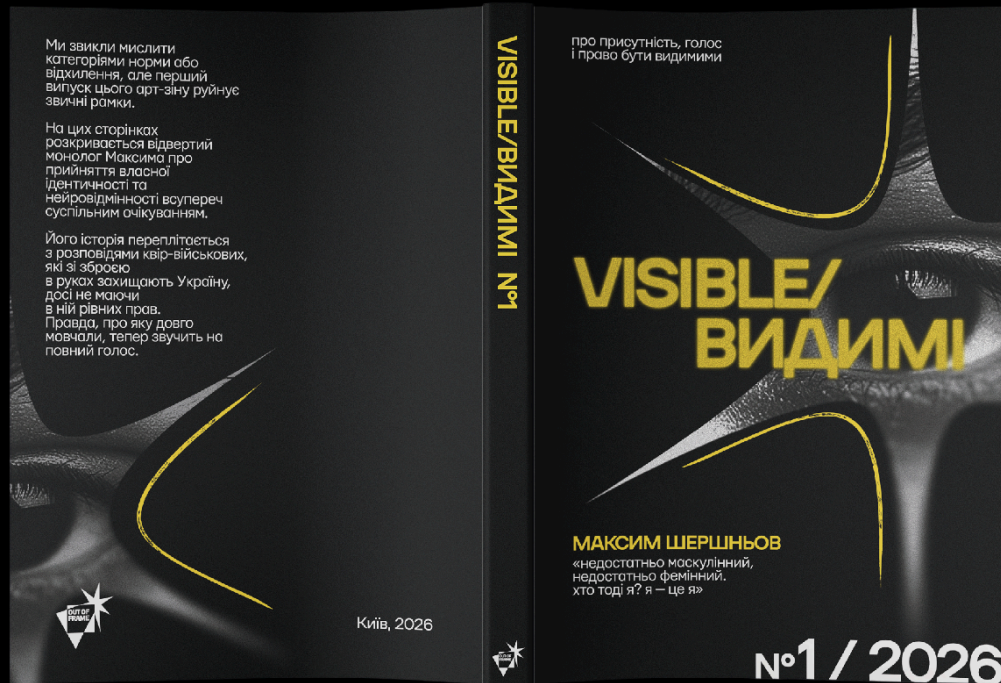


Рис. В.6. Приклади використання шрифту NAMU.



Рис. В.7. Приклад використання шрифту Kurka Larouy.

Презентаційні планшети до захисту кваліфікаційної роботи



NAMU 1930

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
! ? , . : ; « » { } [] () / \ _ - - - @ # %
& * + =

MARIUPOL

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
! ? , . : ; « » { } [] () / \ _ - - - @ # %
& * + =

Корені, Тексти

HEX	RGB	CMYK
FCFBFB	247 247 247	2 2 2 0

HEX	RGB	CMYK
000000	0 0 0	60 50 40 100

Голоси

HEX	RGB	CMYK
FAD700	250 215 0	0 11 93 0
HEX	RGB	CMYK
FF7832	255 120 50	0 64 79 0
HEX	RGB	CMYK

Стійкість

HEX	RGB	CMYK
E10000	225 0 0	0 100 100 0
HEX	RGB	CMYK
000000	0 0 0	60 50 40 100





Київський національний університет технологій та дизайну
Факультет дизайну, кафедра графічного дизайну
Кваліфікаційна робота
Спеціальність 022 Дизайн, рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)
Виконав(ла) студент(ка) Лілія Калита, група БД-3-22
Науковий керівник Лілія Журавель-Змєсва, Зав.каф. ТД, д.філос.

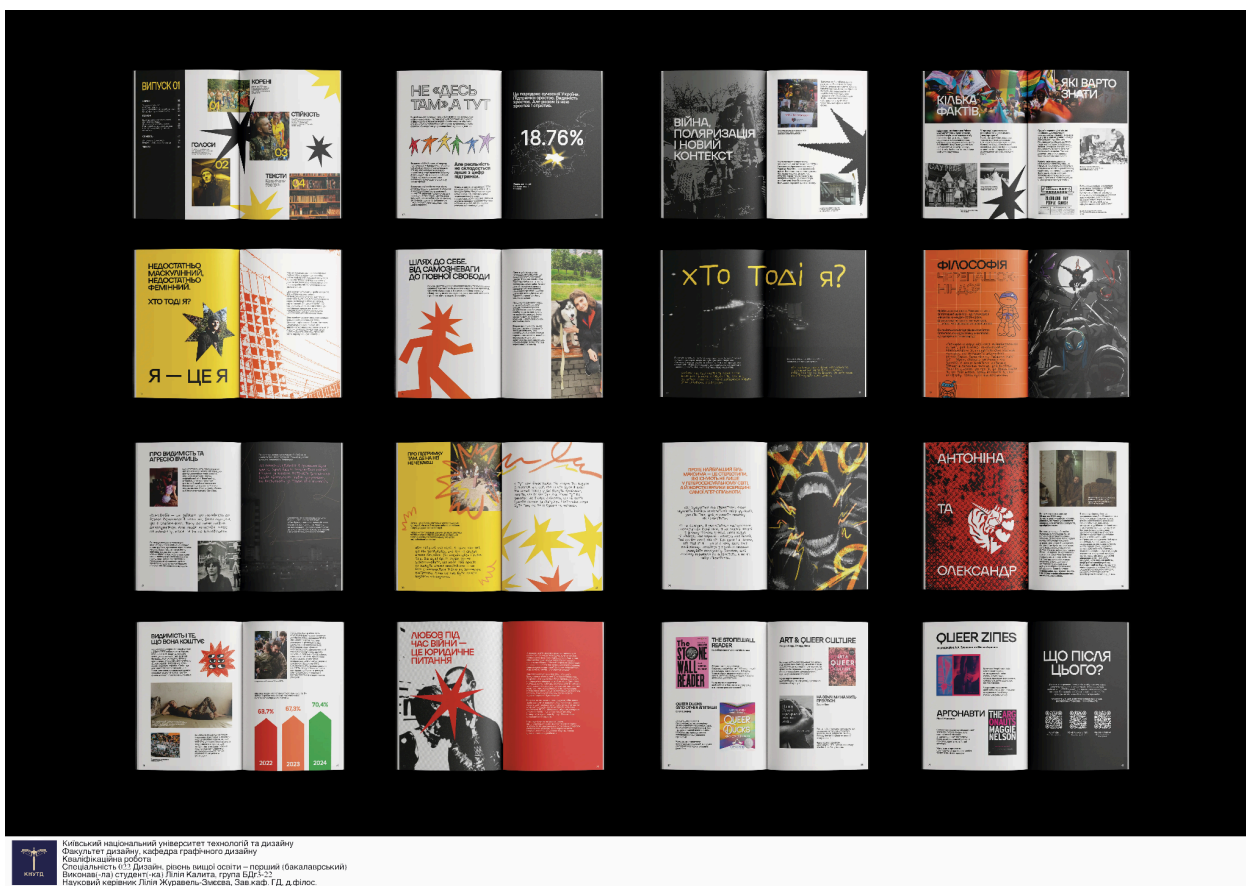


Рис. Г.1. Планшети з презентацією готового дизайн-проекту.

The image shows a certificate from the Kyiv National University of Technologies and Design (KNUiD). The certificate is dated April 2, 2026, in Kyiv, and is signed by the Deputy Rector for Scientific and Pedagogical Activity, Olexandra Olyshanska. It certifies that Kalita Liliya Ruslanivna participated in the work of the International Scientific-Practical Conference 'Synergy of Tourism, Hospitality and Creative Industries: Science, Education, Practice'.

Outdoor ONLINE Рес Україна БАЗА ЗНАНЬ СПІВПРАЦЯ БАЗА ПЛОЩИН ДИЗАЙН/ДРУК ЗАВАНТАЖЕННЯ МАКЕТУ БЛОГ ПРО НАС КОНТАКТИ Рес Вхід				
28	Зубань Олег	2026-02-18	ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ЧИННИК ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ	52
29	Юрій Нефьодов	2026-02-18	Від GRP до Програматик DOOH: Нові підходи до вимірювання ефективності зовнішньої реклами в умовах українського ринку	84
30	Мороз Ірена	2026-02-19	Штучний Інтелект (AI) у зовнішній рекламі	73
31	Приходько Аріна	2026-02-20	Маркетинг - це емоція.	20
32	Ліза Федорченко	2026-02-20	Екосистема DOOH 2026: Технологічна трансформація, програмні рішення та економічна ефективність у міському середовищі	65
33	Калита Лілія	2026-02-20	Синергія нішевих арт-зінів та зовнішньої реклами у соціальних кампаніях	64
34	Захаренко Маргарита	2026-02-20	Необхідність зовнішньої реклами для відеогроюв індустрії	71
35	Ганжала Олександра	2026-02-20	Штучний інтелект як інструмент підвищення ефективності зовнішньої реклами аудіотурів	75
36	Кузьменко Софія	2026-02-20	AI-система адаптивної зовнішньої реклами для подолання «банерної сліпоты»	70
37	Кравцова Єлизавета	2026-02-21	«AI-керуване планування OOH/DOOH-кампаній: модель прогнозування ефективності на основі трафіку та поведінкових даних»	68

Рис. Г.2. Список учасників конкурсу від Outdoor-Online: студентські статті про зовнішню рекламу



Рис. Г.3. Сертифікат учасника UAx Abakanowicz Fellowship and Mentorship Programme.