

**ВІННИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБИНСЬКОГО**

Факультет філології й журналістики імені Михайла Стельмаха  
Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧНА ПАЛІТРА**  
**КНИЖКОВИХ ВІДЕОБЛОГІВ**

Студентки IV курсу 4ЖА групи  
Освітньої програми *Журналістика*  
Галузі знань *06 Журналістика*  
Спеціальності *061 Журналістика*  
Ступеня вищої освіти *бакалавра*  
**Стасюк Ірини Анатоліївни**

Науковий керівник: **Завальнюк І.Я.**,  
професор, доктор філологічних наук

Розширена шкала

Кількість балів: \_\_\_\_\_ Оцінка ECTS \_\_\_\_\_

Голова Екзаменаційної комісії: \_\_\_\_\_  
(підпис)

\_\_\_\_\_  
(ініціали, прізвище)

Члени Екзаменаційної комісії: \_\_\_\_\_  
(підпис)

\_\_\_\_\_  
(ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

\_\_\_\_\_  
(ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

\_\_\_\_\_  
(ініціали, прізвище)

## АНОТАЦІЯ

**Стасюк І.А. Жанрово-тематична палітра книжкових відеоблогів: Спеціальність 061 Журналістика; Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, Вінниця, 2025. 53 с.**

Кваліфікаційна робота присвячена вивченню феномену книжкових блогів у контексті масової культури та цифрової інтернет-комунікації. У першому розділі проаналізовано книжкові блоги як специфічний прояв читацької культури в умовах нових медіа, окреслено їхнє місце в системі інтернет-комунікації та охарактеризовано основні риси цього явища. Другий розділ роботи присвячений аналізу сучасних українських книжкових відеоблогів, зокрема таких, як «Annika Blog», «Книжкова закладка» та «Книжкова дилерка». У дослідженні визначено жанрово-тематичну палітру відеоблогів, проаналізовано формат книжкових оглядів, розпаковок та рекомендацій, виявлено особливості авторського стилю, способи взаємодії з аудиторією та роль таких відеоблогів у популяризації читання серед молодіжної інтернет-спільноти. Наукове дослідження дає можливість оцінити книжкові відеоблоги як важливий сегмент сучасної медіакультури, що сприяє формуванню читацьких практик і створенню нових форм культурного споживання.

**Ключові слова:** блог, відеоблог, книжковий блог, буктьюб, інтернет-комунікація.

## ANNOTATION

**Stasiuk I.A. Genre and Thematic Palette of Book Video Blogs: Specialty 061 Journalism; Vinnytsia Mykhailo Kotsiubynskyi State Pedagogical University, Vinnytsia, 2025. 53 p.**

The qualification work is devoted to the study of the phenomenon of book blogs in the context of mass culture and digital Internet communication. The first chapter analyzes book blogs as a specific manifestation of reader culture in the context of new media, outlines their place in the system of Internet

communication, and characterizes the main features of this phenomenon. The second section of the work is devoted to the analysis of contemporary Ukrainian book video blogs, in particular, such as «Annika Blog», «Bookmark» and «Book Dealer». The study defines the genre and thematic palette of video blogs, analyzes the format of book reviews, unboxings, and recommendations, identifies the peculiarities of the author's style, ways of interacting with the audience, and the role of such video blogs in popularizing reading among the youth Internet community. The research makes it possible to evaluate book video blogs as an important segment of contemporary media culture that contributes to the formation of reading practices and the creation of new forms of cultural consumption.

**Keywords:** blog, video blog, book blog, booktube, Internet communication.

## ЗМІСТ

|                                                                          |           |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>ВСТУП.....</b>                                                        | <b>5</b>  |
| <b>РОЗДІЛ 1. Науковий дискурс книжкових блогів.....</b>                  | <b>9</b>  |
| 1.1. Книжкові блоги як феномен масової культури.....                     | 9         |
| 1.2. Книжковий відеоблог в структурі інтернет-комунікації.....           | 17        |
| <b>РОЗДІЛ 2. Сучасні українські книжкові влоги: жанри, тематика.....</b> | <b>25</b> |
| 2.1. Розмаїття тем та жанрів відеоблогу «Annika Blog».....               | 25        |
| 2.2. Книжкові огляди та розпаковки відеоблогу «Книжкова закладка».....   | 31        |
| 2.3. Специфіка влогу «Книжкова дилерка».....                             | 36        |
| <b>ВИСНОВКИ.....</b>                                                     | <b>43</b> |
| <b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>                                   | <b>46</b> |
| <b>ДОДАТКИ.....</b>                                                      | <b>51</b> |

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** У сучасному цифровому суспільстві змінюються форми споживання інформації, і блогерство, зокрема книжкове, стає важливою складовою культурного, освітнього та літературного простору. Українські книжкові блоги є не лише майданчиками для особистої рефлексії читачів, а й впливовими медіа, здатними формувати читацьку думку, створювати літературні тренди, популяризувати нові імена та сприяти діалогу між авторами, видавцями та аудиторією. Вивчення жанрового та тематичного контенту дозволяє зрозуміти, які формати та теми популярні серед українських блогерів та читачів, як трансформується інтерес до літератури в онлайн-середовищі, які книжки висвітлюються частіше, а які ігноруються. Це також дає можливість побачити, як західні жанри booktube (рецензії, розбірки, wishlists, відеочеленджі тощо) адаптуються до українських реалій і які з них набувають нових, локалізованих форм. Актуальність цього питання посилюється зростанням ролі блогерів як неофіційних медіа-акторів у процесі популяризації читання, формування критичного мислення та просування національного продукту в умовах війни, культурного спротиву та переосмислення ідентичності. Книжкові блоги дедалі частіше стають майданчиками не лише для рецензій, а й для суспільно важливих дискусій, пов'язаних із війною, травмою, національною пам'яттю, гендером, мовою тощо.

Таким чином, дослідження жанрово-тематичної палітри українських книжкових блогів є актуальним, оскільки не лише дозволяє систематизувати новітні явища в медійному та літературному просторі, а й сприяє розумінню сучасного українського читача, його потреб, інтересів та взаємодії з книгою як культурним продуктом.

**Мета дослідження** – проаналізувати жанрово-тематичну палітру українських книжкових відеоблогів.

**Завдання нашої роботи:**

- розглянути наукові дослідження книжкових блогів як феномену масової культури;
- вивчити науковий дискурс книжкового відеоблогу в структурі інтернет-комунікації;
- з'ясувати розмаїття тем та жанрів відеоблогу «Annika Blog»;
- дослідити книжкові огляди та розпаковки відеоблогу «Книжкова закладка»;
- проаналізувати специфіку влогу «Книжкова дилерка».

*Об'єкт дослідження* – українські книжкові відеоблоги «Annika Blog», «Книжкова закладка», «Книжкова дилерка».

*Предмет дослідження* – тематика та жанри українських книжкових відеоблогів на платформі YouTube.

**Методи дослідження.** Методи дослідження нашої кваліфікаційної роботи: метод системного аналізу – для вивчення наукового дискурсу книжкових блогів як феномену масової культури та книжкових відеоблогів в структурі інтернет-комунікації; метод узагальнення – для з'ясування специфіки українських відеоблогів на платформі YouTube; описовий метод – для аналізу тематики та жанрів книжкових відеоблогів «Annika Blog», «Книжкова закладка» та «Книжкова дилерка».

**Джерела дослідження.** Блогінг у сучасному журналістикознавстві вивчали такі науковці, як З. Антонова, М. Бугайов, Є. Волощенко, Ю. Доброносова, А. Дутчак, Т. Жиловська, А. Руденок, М. Стельмах, М. Тимошик та ін. Книжковий блогінг був об'єктом аналізу таких дослідників, як М. Гойко, В. Ковпак, І. Космач, Д. Кучеренко, О. Мітчук, Є. Нестерович, Е. Огар, Д. Олефір, О. Погрібна, О. Політова, Н. Подоляка, В. Санатарчук, О. Скібан, Х. Содомора, Д. Харамурза та ін.

**Наукова новизна кваліфікаційної роботи** полягає в аналізі тематичного та жанрового розмаїття сучасних українських книжкових відеоблогів «Annika Blog», «Книжкова закладка» та «Книжкова дилерка».

### **Теоретичне та практичне значення одержаних результатів.**

Отримані результати нашого кваліфікаційного дослідження можуть бути використані під час написання наукових робіт здобувачів вищої освіти та журналістикознавців, а також під час вивчення навчальних дисциплін «Журналістський фах», «Блогінг», «Нові медіа», «Інтернет-журналістика», «Проблематика ЗМІ» та ін.

**Апробація результатів кваліфікаційної роботи.** Результати нашого дослідження були представлені під час виступів на всеукраїнських науково-практичних конференціях:

1. III Всеукраїнська науково-практична конференція молодих вчених «Сучасний масмедійний простір: реалії та перспективи» (Тернопіль, 9 квітня 2025 р.).
2. Всеукраїнська студентська наукова онлайн-конференція «Актуальні проблеми журналістики» (Полтава, 30 квітня 2025 року).
3. II Всеукраїнська студентська науково-практична онлайн конференція «Інтернет-журналістика та новітні технології в сучасних медіа» (Вінниця, 1 травня 2025 р.).
4. I Всеукраїнська науково-практична конференція студентів та молодих вчених «Журналістика і медіа в умовах цифрових трансформацій» (Миколаїв, 13-14 травня 2025 р.).

**Публікації.** За темою кваліфікаційної роботи опубліковано наукові статті:

1. Стасюк І. Тематичний спектр книжкового відеоблогу «Peake-week Papers». *Журналістика й мистецтво слова: збірник наукових статей* / Гол. редактор Т.О. Цепкало; Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського. Вип. 17. Вінниця: ТОВ «Меркюрі-Поділля», 2025.
2. Стасюк І. Формат книжкових оглядів відеоблогу «Лука в ефірі». *Інтернет-журналістика та новітні технології в сучасних медіа: збірник матеріалів II Всеукраїнської науково-практичної*

*онлайнової конференції /за ред. В.О. Гандзюка. Вінниця : ВДПУ імені М. Коцюбинського, 2025.*

**Структура роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, що містять 5 підрозділів, висновків, списку використаної літератури (39 джерел) та додатків. Загальний обсяг роботи – 53 сторінки, основний текст викладений на 45 сторінках.

## РОЗДІЛ 1

### НАУКОВИЙ ДИСКУРС КНИЖКОВИХ БЛОГІВ

#### 1.1. Книжкові блоги як феномен масової культури

На сьогоднішній день інтернет є основним джерелом інформації та засобом комунікації для більшості людей. Така зміна інформаційного середовища сприяла активному розвитку книжкових блогів, котрі стрімко набирають популярності серед читацької аудиторії. Завдяки своїй інтерактивності, візуальній привабливості та доступності до соціальних мереж ці блоги стали ефективним інструментом популяризації читання. Вони здатні залучати до літературного простору нових користувачів, формувати читацькі спільноти та надихати їх на читання нових книжок.

На заході були визначені такі номінації: найкращий блог бібліотеки; найкращий колективний блог про бібліотеки; найкращий авторський блог про бібліотеки; книги, читання, інформаційні технології [5, с. 11]. За цільовим спрямуванням Є. Кулик виділяє: блоги для юнацтва, молоді, батьків, учителів, організаторів юнацького читання (тобто для читачів); блоги для вдосконалення професійної майстерності бібліотекарів (для професіоналів). За тематикою – навчальні, дозвіллеві, котрі допомагають корисно провести вільний час; розвивальні – розвивають естетичний смак, дають змогу опанувати різноманітні техніки хендмейду; краєзнавчі – сприяють вивченню культури та історії рідного краю; блоги про книги: інформують про твори сучасних письменників, містять відгуки про книги; міксблоги – повідомлення про бібліотеку, читання, книги, літературу, мистецтво, творчість, окремі повідомлення, орієнтовані на юнацьку аудиторію, інші – на бібліотекарів [14, с. 49-50].

Е. Огар відзначає: «Тих, хто пише про літературний процес і про артефакти книжкового ринку, називають по-різному: критиками, експертами, книжковими блогерами, а створювані наративи – критикою, частіше літературною, рідше – журналістикою, а ще – матеріалами

експертів-практиків і навіть просто “текстами про...”». [18, с. 59]. О. Щур додає: «Тексти про книжки в україномовному просторі є. Деякі з них можна назвати літературною критикою, більшість – це просто відгуки, які виконують інформативну функцію та роль навігатора у морі видавничої продукції» [36].

Науковці З. Антонова, Т. Жиловська та А. Руденок зауважують: «Авторами блогів може бути будь-хто, для цього не потрібно спеціальної освіти, блоги ведуть й діти. Особисті та розважальні блоги в соціальних мережах є лідерами популярності серед аудиторії, зокрема молодіжної» [1, с. 10]. На думку А. Досенко, блог – «це форма публічної комунікації, зокрема, особиста, відкрита для стороннього доступу та коментарів сторінка користувача Мережі в блогосфері, що створена для розширення власних комунікаційних можливостей блогера й забезпечує умови для швидкої та некваліфікованої публікації при бажанні автора залишатися інкогніто» [12, с. 18].

На початку 2000-х років «онлайн-медіа стали однією з базових платформ для обговорення тем літератури, книговидання, письменництва та аналізу сучасних літературних процесів» [35, с. 155]. А. Васильєва зазначає: «блоги надають потенційно необмежений обсяг інформації та не мають жорсткого формату. Відсутність формату в ряді випадків може компенсуватися точно визначеною тематикою блогу, інтересами та уподобаннями автора або особливостями його «офлайнової» діяльності» [3, с. 120]. Блоги – це веб-сайти, основним змістом яких є регулярне дописування зображень чи мультимедіа – це періодичні торги та місця, якщо правильно вести цей щоденник, то можна якісно популяризувати книжкову продукцію через Інтернет [24, с. 340]. О. Мітчук та Д. Харамурза також відзначають популярність книжкових профільних майданчиків (наприклад, Goodreads) та читацьких блогів на окремих веб-ресурсах [16, с. 201].

Блогером може стати будь-хто – від звичайного читача, який хоче поділитися своїми враженнями, до професійного оглядача, для якого

книжковий блог є частиною роботи або джерелом доходу. У рамках свого блогу автор може висвітлювати як особисто обрані книжки, що справили на нього враження, так і ті, що були надіслані видавництвами спеціально для огляду. Така форма співпраці є взаємовигідною: видавництво отримує рекламний майданчик та чесний відгук на своє видання, а блогер – новий контент, що може зацікавити аудиторію та збільшити активність на каналі чи сторінці.

Є. Нестерович наголошує на тому, що наразі «існують та продовжують виникати інформаційні канали, які працюють за рахунок пожертв читачів або на ентузіазмі авторів» [17, с. 351]. Онлайн-ЗМІ, книжкові портали та блоги оновлюються щодня, що дає їм значну перевагу над друкованими виданнями. Завдяки високій оперативності своїх видань вони здатні миттєво реагувати на нові книжкові новинки, надаючи своїй аудиторії найсвіжішу та найактуальнішу інформацію. Ці платформи охоплюють значно ширшу аудиторію, ніж традиційні друковані видання, оскільки доступ до них не обмежений часом і географією. Крім того, онлайн-ресурси дозволяють здійснювати інтерактивну взаємодію з користувачами, сприяючи більш активному обміну думками, рекомендаціями та відгуками про нові видання.

На сьогодні книжкові блоги перетворилися на багатофункціональні платформи, які виконують низку важливих соціальних і професійних функцій. Вони слугують простором для обговорення літературних творів, популяризації читання та пошуку однодумців, формуючи своєрідний віртуальний книжковий клуб. М. Бугайов зауважує: «Букблоги впливають на популярність книг серед читачів, які, споживаючи такий контент з метою знайти потрібну літературу, можуть зацікавитись жанрами, які до цього не входили до кола їхніх інтересів» [2, с. 110]. Крім того, книжковий блог сприяє розвитку персонального бренду і дозволяє автору позиціонувати себе як експерта в галузі літератури. Ця діяльність може стати основою для побудови професійної кар'єри у видавничій індустрії, літературній журналістиці чи культурному менеджменті. Блогери часто співпрацюють з

видавництвами, беруть участь у книжкових заходах, впливають на читацькі смаки своєї аудиторії. Таким чином, книжкові блоги сьогодні є не лише інструментом самовираження, а й важливою ланкою сучасного медіапростору, поєднуючи в собі функції інформування, розваги та освіти.

О. Погрібна відзначає, що «у всіх соцмережах виникла своя спільнота блогерів, які з різною метою створюють контент про літературу:

- окремі люди різного віку й різних професій, які люблять читати й ділитися своїми враженнями;
- письменники, які популяризують себе й свої книги;
- видавництва та інтернет-книгарні, головне завдання яких – зробити книгу відомою, зацікавити нею читача й продати її» [22, с. 50].

М. Титаренко зазначає: «Найпопулярнішими стають діти-блогери, деякі з яких досягають мільярдних переглядів, оскільки понад 70 % дітей сьогодні щодня дивляться своїх улюбленців, перебуваючи під їхнім відчутним впливом» [34, с. 45].

Багато книжкових блогів мають розважальний характер, що надзвичайно важливо в контексті сучасного споживання інформації. Часто користувачі соціальних мереж відвідують їх з метою відпочинку, не плануючи заздалегідь пошук інтелектуального контенту. Однак саме випадкова зустріч із книжковим блогом може стати поштовхом до зацікавлення літературою та подальшого читання. Таким чином, розважальний формат відіграє роль своєрідного «містка» до інтелектуальної діяльності. Крім того, книжкові блоги слугують навігаційним інструментом для тих, хто шукає якісну літературу. Рекомендації, рецензії та обговорення сприяють формуванню читацького смаку, що, в свою чергу, підтримує процес особистісного та інтелектуального зростання.

З огляду на мету та способи подання матеріалу, книжкові блоги мають багато спільного з іншими формами онлайн-журналів. Перш за все, це індивідуальні інформаційні ресурси – персональні сайти або сторінки в соціальних мережах, де автор представляє власну особистість. Через цей

формат блогер висловлює суб'єктивне бачення певних тем, ділиться думками, хобі, професійними знаннями, пропонує рецензії на прочитане та огляди літературних новинок. М. Гойко зауважує: «Методи представлення книжкової продукції у блогах мають схожі риси: у всіх блогах було представлено інформацію про автора, сюжети книг, дається кінцева особистісна оцінка твору. Залежно від майданчиків розміщення блогів презентація книги відрізнялася» [6, с. 7]. Ці ресурси поєднують у собі елементи журналістики, критики та спілкування, виступаючи своєрідним майданчиком для неформального діалогу з читачами. Я. Йокелайнен наголошує, що ніколи раніше культурна журналістика й критика не були настільки доступними й відкритими для дискусій. Сьогодні будь-хто може бути критиком і багато хто ним стане. Саме інтернету ми маємо цьому завдячувати [39, с. 40]. Таким чином, книжкові блоги сприяють не лише популяризації літератури, а й формуванню читацьких спільнот у цифровому середовищі.

За спеціальним дослідженням О. Погрібної, «змістом книжкових блогів зазвичай є такі складові:

- сюжет книги, її анотація;
- акцент на тому, що найбільше сподобалось у книзі, або навпаки критика невдалих, на думку буктьюбера, моментів;
- контекстуальний аналіз твору;
- тематичні добірки (варіанти – добірки одного автора, новинок одного видавництва, авторів однієї країни, творів шкільної програми певного класу тощо);
- цікаві факти про автора;
- історія написання книги;
- ілюстрації;
- оригінальне оформлення видання;
- екранізація книги, якщо така існує;
- розповідь про книги, які читають інші» [21, с. 175].

Окрім ведення книжкових блогів, сучасні літературні оглядачі беруть активну участь у різних формах культурної та комунікаційної діяльності. Вони організовують тематичні місячники та читацькі марафони, проводять нон-стоп читання протягом дня, що сприяє активізації читацької активності. Також популярною практикою є розіграші книжок серед підписників, створення персональних рейтингів прочитаних творів за певний період (тиждень, місяць, рік), порівняння книжок з їхніми екранізаціями. Крім того, оглядачі активно спілкуються зі своєю аудиторією через прямі ефіри, що підвищує рівень інтерактивності. Також вони ініціюють офлайн-зустрічі з читачами, які сприяють формуванню спільноти однодумців навколо літературних інтересів.

Х. Содомора вважає, що «різноманітні розпаковування, конкурси і розіграші спрямовані на збільшення кількості підписників та зростання рейтингів каналів, але не повинні стати основою блогосфери. Адже основним у книжкових блогах має бути літературна складова, а також самоосвіта і начитаність оглядачів» [29].

Варто підкреслити важливість книжкових блогів як ефективного інструменту просування та збільшення продажів літературної продукції в інтернет-магазинах та на офіційних сайтах видавництва. М. Тимошик, аналізуючи маркетинговий етап редакційно-видавничого процесу, зазначає, що «важливість таких сайтів полягає в тому, що в них розміщують не лише загальні відомості про видавництво та перелік наявних у продажу книг, а й рецензії на кращі видання, фрагменти електронних версій окремих розділів, інформація про наступні новинки» [33, с. 390]. «Завдяки блогерам можна проінформувати широку аудиторію та підвищити інтерес до бренду» [20, с. 105].

Завдяки рекомендаціям популярних блогерів, рецензіям, оглядам новинок, тематичним добіркам читачі отримують вмотивований вибір, який часто безпосередньо впливає на їхнє рішення придбати книгу. У цьому контексті блогери виступають не лише як аматори, а й як літературні

інфлюенсери, які можуть впливати на читацькі смаки та формувати попит. Багато видавництв активно співпрацюють з книжковими блогерами, надаючи їм примірники для ознайомлення або залучаючи до маркетингових кампаній, що доводить комерційну доцільність такого партнерства.

Мікроблоги, як вважає А. Жабін, особливо ті, що створені у вигляді додатків для смартфонів, стали дуже популярними, особливо серед молоді [10, с. 17]. Завдяки своїй зручності та доступності вони набувають вражаючої популярності серед інтернет-користувачів. У цьому контексті важливу роль відіграють книжкові блоги в Instagram та інших соціальних мережах. Вони дозволяють швидко та зручно ділитися відгуками, рецензіями та рекомендаціями, привертаючи увагу як читачів, так і видавців. Легка доступність таких платформ та можливість інтерактивного спілкування з аудиторією роблять їх ідеальним середовищем для розвитку книжкових блогів, що дозволяє ширшій аудиторії знаходити цікаву літературу та обмінюватися думками.

Отже, книжкові блоги відіграють важливу роль у сучасному медіапросторі, слугуючи не лише платформою для обміну читацькими враженнями, а й потужним інструментом популяризації читання та просування видавничої продукції. Вони забезпечують живе, безпосереднє спілкування з аудиторією, формують читацьку спільноту, орієнтуються на актуальні суспільні запити та оперативно реагують на книжкові новинки.

## 1.2. Книжковий відеоблог в структурі інтернет-комунікації

Книжкові блоги стають дедалі популярнішими в сучасному українському медіапросторі, що зумовлено зростанням суспільного інтересу до літератури та читацьких практик. Кількість таких блогів невідомо зростає, що свідчить про активне формування окремого сегменту вітчизняної блогосфери. Вони посідають помітне місце серед тематичних платформ, сприяючи популяризації читання, обміну думками, формуванню літературних спільнот. У цьому контексті сучасні літературні фанати розрізняють два основні формати: традиційний книжковий блог і так званий booktube, тобто відеоблог, розміщений на платформі YouTube. Обидва формати відіграють важливу роль у поширенні літературного контенту та підвищенні культурного рівня аудиторії.

Є. Волощенко зауважує: «Відеоблог є багатограним і складним явищем: це приватний комунікативний Інтернет-ресурс, що потребує постійного оновлення й обговорення (сайт, Youtube-канал), основними завданнями якого є передача інформації, самопрезентація, спонукання до певних дій» [4, с. 151]. В. Ковпак та О. Політова дають таке визначення: «booktube – спільнота книжкових відеоблогерів, які публікують свої ролики на відеохостингу Youtube» [12, с. 128]. А. Дутчак дослідив, що «вітчизняний сегмент Мережі загалом, так і українська аудиторія сервісу Youtube демонструє зростання» [9, с. 127]. І. Космач, виокремлює блогосферу як комунікацію, що включає в себе: рекламу, промоцію, інформування, швидкість та оперативність подання інформації, доступність [13].

Серед основних мотивів ведення книжкових відеоблогів чи YouTube-каналів найпоширенішими є бажання поділитися власними враженнями від прочитаного, висловити суб'єктивну оцінку твору, сформулювати ставлення до певного автора чи видавництва. Так, особистий буктьюб-канал може мати конкретна людина (часто це молода дівчина, яка любить читати книжки), видавництво, письменник або книгарня [37]. Для багатьох відеоблогерів пріоритетним є створення відкритої платформи для

діалогу з аудиторією, що передбачає інтерактивну форму спілкування, обмін думками, пошук однодумців та залучення до спільних дискусій. Ю. Доброносова відзначає: «Ефективними стратегіями блогерів стають не лише популізм або розважальні спрямування, але й намагання залучити споживачів контенту до багатьох дискурсів та інтерактивність, причому успіх часто супроводжує відеоблоги, які є продовженням реальності / реальностей або працюють на прикордонні мережевої і позамережевої дійсності» [7, с. 89].

Ще одна важлива перевага – можливість звертатися до підписників у зручному форматі, без часових, жанрових чи тематичних обмежень. Багато хто з сучасних книжкових блогерів починав свою діяльність у форматі текстових блогів чи постів у соціальних мережах, але з часом надав перевагу відеоформату. Усна комунікація виявилася для них не лише комфортнішою та природнішою, а й ефективнішою з точки зору залучення та утримання аудиторії.

О. Скібан відзначив, що в українському інтернет-просторі книжкових блогів багато, проте не всі вони відзначаються якісним контентом, оперативно оновлюються і є тривало життєздатними. Оскільки зазначені риси потребують блогера – професійно підготовленого [28, с. 203]. Д. Олефір також вважає, що основні принципи успішної стратегії контент-маркетингу пов'язані зі створенням якісного контенту, що одночасно дає читачам корисну інформацію і рекламує товари або послуги [19].

Сьогодні на YouTube поширеною практикою є штучне підвищення популярності контенту за рахунок купівлі підписників і переглядів. Це робиться для створення ілюзії високої зацікавленості аудиторії та покращення статистики каналу. Такі дії можуть впливати на алгоритми платформи, просуваючи відео в рекомендаціях. Однак така штучна активність не гарантує реального інтересу до контенту і може негативно вплинути на довіру аудиторії та репутацію автора. Водночас YouTube

активно бореться з такими маніпуляціями, використовуючи алгоритми для виявлення фейкових переглядів і підписок. Автори каналу Shacknews повідомили, що під час останньої хвилі чистки підписок з їхнього каналу зникло більше тисячі підписників за один день. Схожа ситуація спостерігалася з відомим відеоблогером PewDiePie, канал якого за той самий період втратив 613 000 підписників. Такі «рейди» проводяться платформою YouTube з метою видалення фейкових, неактивних або підозрілих акаунтів, які впливають на статистику та продуктивність каналів. Такі заходи демонструють намагання платформи забезпечити чесну конкуренцію та автентичну взаємодію [38].

На нашу думку, однією з найважливіших функцій книжкових відеоблогів є популяризація читання, особливо серед молодого покоління. В умовах надмірного інформаційного навантаження та зростання кількості каналів комунікації сучасна людина часто втрачає орієнтири у виборі якісного інтелектуального контенту. У цьому контексті літературні відеоблогери відіграють важливу роль посередників між книжками та потенційними читачами. Створюючи численні книжкові профілі в соціальних мережах, насамперед в Instagram та YouTube, вони не лише популяризують літературний контент, а й роблять його привабливим і модним. Ці платформи, будучи переважно розважальними за своєю природою, дозволяють їм залучати аудиторію, яка не завжди цілеспрямовано шукає книжкові теми, а часто натрапляє на них випадково. Таким чином, книжкові блоги стають ефективним інструментом формування читацьких інтересів у цифрову епоху.

Книжковий блог, зокрема у форматі booktube, – це своєрідний відеоогляд, в якому автор не лише висловлює свою думку щодо змісту прочитаного твору, а й детально демонструє зовнішні характеристики видання. Автор бере до уваги формат книги, дизайн обкладинки, типографіку, якість паперу, ілюстрації та інші художньо-технічні елементи. Такий підхід дає більш повне уявлення про видання і створює ефект

«віртуального гортання», що значною мірою сприяє прийняттю рішення про покупку. Таким чином, книжкові блоги виконують не лише інформаційно-аналітичну функцію, а й маркетингову, активно впливаючи на поведінку споживачів.

Тематика книжкових відеоблогів дуже різноманітна і охоплює широкий спектр літературних напрямів та категорій. У фокусі відеооглядів – як класичні твори, так і сучасні новинки, бестселери та маловідомі книжки, українська література та перекладні видання, а також література для різних вікових аудиторій, зокрема дитяча та підліткова (young adult) література. Відеоблогери активно знайомлять свою аудиторію з продукцією як великих національних, так і локальних видавництв. Аналіз контенту провідних українських книжкових блогів показує, що домінують рецензії на художню літературу різних жанрів, але значний інтерес викликає і нон-фікшн – публіцистична, мотиваційна, науково-популярна та документальна література. Таке жанрове розмаїття дозволяє задовольнити читацькі потреби найрізноманітніших цільових аудиторій.

Якість відео залишається одним з найбільш суперечливих аспектів оцінки книжкових блогів. У мережі можна знайти відео абсолютно різного рівня – від простих аматорських роликів, знятих на смартфон, до якісних, професійно змонтованих матеріалів з добре продуманою візуальною складовою. Незважаючи на різноманітність технічного виконання, не варто недооцінювати важливість зображень поряд із текстовим чи усним контентом. Візуальна привабливість, композиція кадру, освітлення та якість монтажу мають значний вплив на сприйняття інформації, зацікавленість аудиторії та формування позитивного враження про блог в цілому. У цьому контексті важливо не тільки те, що говорить автор, але й те, як це візуально представлено.

Оригінальним і цікавим форматом серед книжкових відеоблогів є ті, в яких відеоблогер не з'являється в кадрі, а головну роль відіграє візуальний ряд. У таких відео глядачі спостерігають динамічний або статичний

відеоряд, що складається з кадрів книжкових полиць, обкладинок, сторінок книг, знятих з різних ракурсів і при різному освітленні. При цьому автор читає закадровий текст, що додає особливої атмосфери і дозволяє зосередитися безпосередньо на змісті та візуальній привабливості видань. Такий підхід вирізняється своєю естетичністю, акцентом на деталях і створює ефект «тихого читання», що приваблює багатьох поціновувачів книжкового контенту.

Музичний супровід є важливим елементом книжкових відеоблогів, адже мелодія не лише створює атмосферу, а й допомагає посилити емоційне сприйняття контенту. Однак одним із головних аспектів при виборі фонові музики є дотримання авторських прав, оскільки використання неліцензійних треків може призвести до блокування відео або юридичних санкцій. Для пошуку відповідної музики блогери часто звертаються до платних платформ, таких як Premium Beat, або використовують безкоштовні музичні бібліотеки, наприклад, музичну бібліотеку на відеохостингу YouTube. Такий підхід дозволяє їм забезпечити якісний звук для своїх відео, не порушуючи авторських прав.

Л. Солодка звертає увагу також на створення спеціальних книжкових клубів, котрі теж передбачають ведення свого каналу на YouTube, де зазвичай започатковують щомісячні випуски відеоблогу [30, с. 251]. Це своєрідна платформа для літературного обміну, адже будь-хто з учасників клубу може стати героєм чергового випуску – поділитися враженнями про прочитану книгу, обговорити її зміст, порушені теми, а також порекомендувати видання іншим читачам. Такий формат сприяє розвитку читацької культури, створює середовище однодумців і стимулює інтерес до літератури. Крім регулярних відеоблогів, щороку створюються та викладаються й інші проморолики, які активно популяризують книги, авторів і саму ідею читання як цінного та захопливого дозвілля.

Жанри буктьюбінгу, які набули популярності на Заході і поступово поширюються в Україні, формують своєрідну систему форматів, яка

допомагає як блогерам структурувати свій контент, так і глядачам легше орієнтуватися у відеоматеріалах:

- review/discussion – основний і найпоширеніший жанр. Це відгук на нещодавно прочитану книгу, який зазвичай містить враження, короткий аналіз, можливі спойлери та поради читачам. «Це огляд нещодавно прочитаної книжки, що включає враження, мінімальну аналітику, інколи спойлери, поради» [15];

- book haul – блогер розповідає про нещодавно придбані книги, ділиться планами на читання та мотивами вибору тих чи інших видань;

- unhaul-відео – відео про книги, які блогер вирішив подарувати або розіграти, бо вони не вразили або стали зайвими в колекції;

- wrap up – узагальнюючі відео, в яких розглядаються всі прочитані книги за певний період, наприклад, місяць або сезон;

- monthly/year TBR – це відео з планом читання на місяць або рік. Блогер ділиться, які книги планує прочитати найближчим часом;

- tags – формат взаємодії з аудиторією або іншими буктрейлерами, де блогер відповідає на тематичні запитання, часто в рамках книжкових челенджів або флешмобів;

- bookshelf – огляд книжкових полиць, де блогер розповідає про розташування книг, улюблені видання та способи організації бібліотеки;

- challenges – виконання різноманітних читацьких завдань, наприклад, «прочитати 5 книг за тиждень» або «читати лише книги певного жанру»;

- unboxing – розпакування книжкових посилок наживо або на відео, часто від видавництва або книжкових боксів [27, с. 114].

Ці жанри не лише урізноманітнюють контент, а й створюють цілі спільноти навколо книжкової тематики, де кожен може знайти формат до душі – від суто аналітичного до легкого розважального.

Н. Подоляка звертає увагу також на жанр книжкових прогулянок [23, с. 89] став досить популярним серед буктьюберів. Це відео, в яких автор блогу відвідує різні книгарні – як великі мережеві, так і маленькі незалежні

– і показує глядачам їхню атмосферу, асортимент, новинки, цікавий дизайн, тематичні полиці тощо.

Одна з форм співпраці видавництва з відеоблогерами – семплінг. В. Теремко пише, що семплінг як «безплатне роздавання, надсилання зразків, примірників видань, використання їх у цільовій аудиторії з метою стимулювання продажів» [32, с. 247]. Книжкові блоги, особливо у відеоформаті, стали важливим елементом онлайн-просування літературної продукції. Вони не лише інформують потенційних читачів про новинки, а й створюють емоційне тло навколо книги, залучають до діалогу, формують читачькі спільноти та стимулюють продажі. Зважаючи на довіру до особистих рекомендацій блогерів, такі відео часто слугують непрямою рекламою, коли емоції, харизма та комунікативні навички ведучого стають частиною привабливості продукту. Особливе значення мають відео, в яких блогер не лише аналізує зміст, а й демонструє зовнішній вигляд книги, дозволяючи глядачеві «погортати» її віртуально. Це робить блог не лише медіапродуктом, а й потужним маркетинговим інструментом, який впливає на читачькі вподобання та купівельну поведінку.

Взаємодія видавництва із блогерами відбувається у два способи. Перший спосіб – видавництва надсилають книжки блогерам на рецензії. Існує кілька варіантів такої комунікації. Іноді книги надсилають повністю, іноді блогерам дають лише уривок – перші кілька розділів або демо-версію. Це дозволяє сформувати попереднє враження про книгу, зробити коротку рецензію або тизер. Бувають випадки, коли блогери мають можливість поспілкуватися безпосередньо з автором – поставити запитання, отримати особистий коментар або навіть записати інтерв'ю. Причому це може бути як початківець, який тільки починає свою кар'єру, так і відомий письменник. Така форма співпраці вигідна всім: видавництво отримує безкоштовне або недороге просування, блогер – унікальний контент і книги, а аудиторія – живий, емоційний, щирий зворотній зв'язок, який допомагає їй зробити свій вибір.

Другий спосіб взаємодії блогера та видавця – це коли видавець пропонує блогеру стати автором книги. Це особливо актуально для популярних буктьюберів або лідерів думок у книжковій індустрії, які вже мають велику аудиторію та довіру читачів. Завдяки активній онлайн-присутності такі блогери стають помітними гравцями на ринку і можуть успішно продавати не лише чужі, а й власні книги. Їм пропонують створити авторський продукт – мемуари, поради з читання, книжкові колекції, художню літературу чи навіть інтерпретації класики. М. Стельмах відзначає дві причини такої взаємодії: «1. Блогери мають аудиторію, тому книжки потенційно можуть добре продаватися. 2. Блогери – автори, які звикли багато і регулярно писати, тому видавництво можуть бути впевнені у їхній працездатності» [31].

Співпраця видавців та книжкових блогерів є одним із найефективніших способів просування видавничої продукції. Якісними майданчиками для просування книжкових видань В. Санатарчук вважає YouTube-канали AnnikaBlog та «Вишневий цвіт» [26, с. 307]. Ці канали демонструють сучасний підхід до популяризації читання та вдало поєднують особисту щирість ведучих з механізмами просування. Їх діяльність включає такі форми просування книг, як семплінг – надсилання примірників книг для ознайомлення, спільні з видавництвами розіграші книг серед підписників, публікація відеооглядів у партнерстві з книжковими видавництвами. Така взаємодія є взаємовигідною: блогери отримують новий контент і підтримку, а видавці - прямий доступ до зацікавленої аудиторії та формування лояльності до бренду.

Отже, книжкові відеоблоги, або буктьюби, є унікальним явищем в сучасному цифровому середовищі, що поєднує популяризацію літератури з візуальною та емоційною подачею контенту. Вони відкривають нові можливості для залучення аудиторії до читання, особливо молоді, яка активно споживає інформацію через відеоформат. Буктрейлери створюють

простір для щирої читацької взаємодії, обміну думками, рекомендаціями та емоціями, що формує активну літературну спільноту.

*Висновки до розділу.* Книжкові блоги та буктьюби стали важливим каналом популяризації читання та книги як культурного продукту в сучасному інформаційному середовищі. Вони не лише дають можливість дізнатися про новинки літературного процесу, а й створюють простір для діалогу між читачами, авторами та видавцями. Ці формати дозволяють демонструвати емоційне ставлення до прочитаного, ділитися суб'єктивними враженнями, формувати довіру до книги через особистість блогера, його смак та харизму. Booktube є особливо ефективним завдяки своїй візуальності, динамічності та легкості викладу, що допомагає привернути увагу молодшої аудиторії, яка споживає контент у відеоформаті. При цьому блогери активно взаємодіють з видавництвами, отримують книжки на рецензію, проводять розіграші, беруть участь у промо-кампаніях, створюють оригінальний контент, який має рекламну цінність. Буктьюбери стають медійними фігурами, здатними впливати на читацькі вподобання, формувати літературні тренди та підтримувати загальний інтерес до книжкової культури. Їхній внесок у популяризацію читання сьогодні важко переоцінити, адже вони створюють новий формат читання як соціального явища, що об'єднує людей у віртуальні книжкові клуби та спільноти. Цей вид блогерства поступово перетворюється на повноцінну частину літературного процесу, надаючи нові можливості для розвитку книговидавництва, формування культури читання та загалом підвищуючи престиж книжкової продукції. Таким чином, буктьюбінг є важливою частиною сучасної літературної культури, сприяючи підвищенню читацького інтересу, стимулюючи книжкову індустрію та надаючи нові формати комунікації між автором, видавцем та читачем.

## РОЗДІЛ 2

### СУЧАСНІ УКРАЇНСЬКІ КНИЖКОВІ ВЛОГИ: ЖАНРИ, ТЕМАТИКА

#### 2.1. Розмаїття тем та жанрів відеоблогу «Annika Blog»

Українські книжкові блоги на платформі YouTube стають дедалі популярнішими як інструмент популяризації читання. Вони сприяють формуванню культури читання серед молоді та дорослих. Завдяки візуальному формату блогери мають змогу ефективно презентувати нові книги, аналізувати художні твори та рекомендувати літературу відповідно до читацьких вподобань. На відеохостингу YouTube любителі книжок можуть знайти такі блоги: Annika Blog, Книжкова дилерка, Любов про книги, Букініст (El Terrible), Yana ReadWithMe, Booklys Blog, Книжкова закладка, НесеТєся, подорож сторінками, Anoli books, Miy Svit Iz Knyh, Eslava Sabio, КнижЮля, Сандра, ЛітОгляди Сущука, Gulbanu Bibicheva, Book Park, Peake-week Papers, Ната Глина, Color life by Anna, Ultimoirene, Beauty and Gloom, Nata & book, Vaga Booka, Букмоль, Етажерка, Лука в ефірі та ін. Блогери стають неформальними лідерами думок у сфері літератури. Вони також виконують просвітницьку функцію, сприяючи підвищенню загального рівня обізнаності про книгу. Таким чином, книжкові блоги на YouTube є важливим елементом сучасного українського літературного медіапростору.

«Annika Blog» (<https://www.youtube.com/@AnnikaBlog>) є популярним книжковим влогом, на котрий станом на 21 квітня 2025 року підписано 10,1 тис. користувачів та має 907 342 перегляди. Канал створено 21 серпня 2015 року і зараз в ньому розміщено 748 відео. Такі цифри засвідчують зацікавлення користувачів відеороликами Анни Лисенко-Гурської. Також авторка розмістила покликання на свої блоги в соціальних мережах: [instagram.com/annika\\_ly](https://www.instagram.com/annika_ly) та [t.me/annika\\_blog](https://t.me/annika_blog).

Анна Лисенко-Гурська у найпершому відеоролику у своєму блозі розповідає, що вона любить читати і розповідати про книги. Перевагу надає нон-фікшн та сучасній українській літературі. Також надає детальну

інформацію, як можна стати спонсором її каналу, а під відео розміщає всю цю інформацію для зацікавлених осіб: «By me a coffee <https://www.buymeacoffee.com/annikablog>. Мій Патреон / [annika\\_blog](https://www.patreon.com/annika_blog). Підтримати канал: <https://send.monobank.ua/jar/5MfLTzRmRJ>. Станьте спонсором цього каналу, щоб отримувати бонуси: / [@annikablog](https://www.patreon.com/annikablog). Купити книги Yakaboo. Кеш-бек сервіс: <https://bit.ly/3b8LO6k>. Знімаю за допомогою: Камера Canon M50 <https://fas.st/sFpWVs>. Об'єктив <https://fas.st/UduGJ>. Де мене можна знайти: Goodreads - / 56742123. Інстаграм - / [annika\\_ly](https://www.instagram.com/annika_ly). Пошта для пропозицій: [anna.lysenko.gurska@gmail.com](mailto:anna.lysenko.gurska@gmail.com). Ви дозволяєте мені заробити невелику комісію, якщо робите покупки через мої реферальні посилання. Це ніяк не впливає на вас в процесі оформлення замовлення. Дякую за підтримку каналу!» [25].

Головна сторінка влогу «Annika Blog» на платформі YouTube містить стилізоване штучним інтелектом фото Анни Лисенко-Гурської та логотип авторки (див. Додаток А). Тематику та жанри відеоблогу розглянемо відповідно до списків відтворення, котрих на каналі Annika Blog нараховується аж 33.

*VLOGMAS 2023* (<https://surli.cc/wathun>). У цьому списку розміщено 16 відеороликів. Відео охоплюють як безпосередні огляди книжок, так і відеоблоги з елементами літературних роздумів. Серед найпопулярніших тем – різдвяні календарі, ідеї для подарунків, екранізації книжок, підсумки року та плани на майбутнє. Відео отримують в середньому від 300 до 900 переглядів, що свідчить про стабільну аудиторію. Книжковий контент подається в легкій, доступній формі, що сприяє залученню ширшої аудиторії, зокрема молоді. Особлива увага приділяється сезонним темам, таким як Різдво та новорічні традиції, що дозволяє поєднати культурний контекст з літературним. Блогерка активно взаємодіє з аудиторією, порушуючи питання особистих читацьких звичок, літературних розчарувань та пошуку нових смислів. Канал виконує як розважальну, так і просвітницьку функції, формуючи нові підходи до сприйняття книг. Такі

блоги розширюють розуміння літературного простору та сприяють розвитку культури читання в цифрову епоху.

*VLOGMAS 2022* (<https://surl.lu/ptrlyc>). Цей список відтворення є прикладом українського booktube-контенту, який поєднує літературні огляди, особисті рефлексії та елементи сезонного відеоблогінгу. Канал фокусується на читанні, підготовці до свят, обговоренні книжкових розчарувань та веденні маркерного журналу, що підкреслює мультиформатність подачі матеріалу. Багато відео об'єднані в серії, наприклад, Vlogmas, які висвітлюють теми грудня, адвент-календарі, подарунки та святкові книги. Кількість переглядів варіюється від 300 до понад 850, що свідчить про сталу, хоча й не вірусну, аудиторію. Важливою складовою контенту є щирість автора у висвітленні як вдачих, так і «провальних» моментів, що створює ефект близькості з аудиторією. Згадки про відомих авторів, книжкові скандали та серіали демонструють спроби інтегрувати літературу в ширший культурний дискурс. Блог є своєрідним простором для м'якої освіти та літературної терапії. Окрім популяризації читання, канал слугує емоційною підтримкою, особливо в кризові часи російсько-української війни.

*Обережно, Спойлери!* (<https://surl.li/sltmey>). Тут також розміщено лише один відеоролик, в котрому Анна розповідає про книги Дорж Бату «Коко 2.0» та «Моцарт 2.0». У сучасному книжковому блогінгу спойлери залишаються суперечливим елементом контенту. У відеоблозі Annika Blog блогерка ділиться своїми враженнями від сюжетних поворотів, розв'язок та важливих сцен книг, що можна вважати спойлером. Такі згадки зазвичай інтегровані в контекст особистого емоційного сприйняття твору, а не є цілеспрямованим переказом. Для частини аудиторії це додає автентичності та залученості, а для інших – знижує мотивацію до самостійного прочитання твору. Так, це відео набрало лише 2 вподобання. Досвід Annika Blog показує, що спойлери часто асоціюються зі щирими емоційними реакціями та бажанням поділитися думками. Це свідчить про еволюцію сприйняття літератури в цифровому просторі як предмета не лише споживання, а й

активного обговорення. Водночас важливо знайти баланс між особистим самовираженням та інформаційною відповідальністю, щоб зберегти довіру аудиторії.

*Книжкові новинки Грудень 2022* (<https://surl.li/xkvcbi>). У цьому списку відтворення лише одне відео від 20 січня 2023 року, що має 1 172 перегляди, 161 вподобання та 5 позитивних коментарі. Тут Анна розповідає про адвент-бокс WhiteRabbit, книги «Цифрові громадяни» Річарда Куллата, «Шпигунське виховання» Раяна Гілзберга та Христини Гілзберг, «Монтессорі. 150 занять із малюком удома. 0-4 роки» Ноемі Деклеб та Сильві Деклеб, «Її порожні місця» Анни Грувер та ін.

*Книжкові лайфхаки* (<https://surl.lu/dtlnsz>). Цей список відтворення є прикладом практичного контенту для активних читачів. У ньому йдеться про використання мобільних додатків для читання, ведення читацьких щоденників, способи заощадити на покупці книжок, а також пошук і читання електронних книжок. Особливою популярністю користувалося відео про електронні книги, котре набрало понад 6 000 переглядів, що свідчить про актуальність теми в умовах діджиталізації. Блогерка акцентує увагу не лише на зручності та доступності читання, а й на формуванні читача як свідомого користувача інформаційного простору. Такий контент має ознаки медіапедагогіки, оскільки сприяє розвитку навичок критичного споживання культурних продуктів. Водночас лайфхаки виконують просвітницьку функцію, допомагаючи знизити бар'єри до читання в різних форматах. Популяризація таких порад спонукає аудиторію до самостійного пошуку інноваційних рішень у процесі взаємодії з літературою. Таким чином, лайфхаки як форма книжкового контенту інтегрують індивідуальний досвід блогера в ширший освітній та комунікаційний простір.

*Огляди книжок* (<https://surl.li/ueiwsy>). Книжкові огляди влогу «Annika Blog» охоплюють широке коло тем, відображаючи інтерес до актуальних соціокультурних, освітніх та психологічних питань. Зокрема, відео, присвячене книзі про рух #MeToo, демонструє увагу до гендерної

проблематики та актуалізацію теми насильства в інформаційному просторі. Інші огляди, такі як «Малюк та бюджет» або «Подорож Цілки», поєднують елементи фінансової грамотності, історичної пам'яті та особистого досвіду. Відео також фокусується на популяризації здорового способу життя, що демонструє міждисциплінарний підхід до аналізу літератури. Блогерка подає огляди у легкій, доступній формі, але водночас звертається до глибинного змісту творів, що стимулює критичне мислення глядачів. Формат коротких відео дозволяє їй ефективно донести основну ідею книги, не втрачаючи аналітичної глибини. Завдяки особистій інтерпретації контенту блогерка створює атмосферу довіри та залученості, сприяючи книжковій соціалізації аудиторії. Такі рецензії відіграють важливу роль у формуванні читацьких практик, особливо серед молоді.

*Питання/відповіді* (<https://surli.cc/mweozb>). Цей список відтворення на YouTube-каналі «Annika Blog» є ефективним інструментом комунікації з аудиторією, що дозволяє авторці створювати персоналізований контент на перетині книжкових та особистих тем. Такі відео, як «Я більше не читаю книжок» або «Скільки я витрачаю на книжки?», порушують питання читацьких звичок, фінансових витрат на літературу та внутрішніх трансформацій, пов'язаних із читанням. Окремі питання фокусуються на більш інтимних аспектах життя блогера, що допомагає побудувати довіру та емоційний зв'язок з аудиторією. Тематичні блоки також включають книжкові питання й відповіді, в котрих авторка ділиться своїми вподобаннями, літературними відкриттями та планами на майбутнє. Такий формат відео не лише забезпечує зворотний зв'язок із глядачами, а й заохочує аудиторію до участі у формуванні майбутнього контенту. Відповіді блогерки демонструють відкрите ставлення до обговорення особистих рішень та змін у читацькій поведінці, що надає каналу елементу автентичності. Водночас рубрика слугує платформою для рефлексії над динамікою особистих читацьких практик.

*Антипокупки* (<https://surl.li/nqhqag>). У цьому списку відтворення блогерка «Annika Blog» критично осмислює прочитане та ділиться міркуваннями щодо книг, котрі не виправдали очікувань або не рекомендуються до прочитання. Такий формат репрезентує альтернативний підхід до книжкових оглядів, де замість традиційного схвалення акцент зроблено на аргументованому відхиленні. У списку згадуються твори різної тематики – від художньої літератури, як-от «Вегетеріанка» або «Несказане», до нон-фікшн видань, зокрема «Сила інтровертів» чи «Кмітливіші, швидші, кращі». Така жанрова розмаїтість свідчить про широкий спектр читацьких інтересів авторки, а також про її критичне ставлення до змісту, стилю та цінності книжкової продукції. Рубрика виконує важливу функцію медіаграмотності, навчаючи аудиторію усвідомленому споживанню книжкового контенту. Відео з цієї серії можуть виступати як рекомендації «до уникнення», формуючи негативний канон і сприяючи зваженішому вибору майбутніх книг. Авторка не лише обґрунтовує своє розчарування, але й відкрито ділиться читацьким досвідом, демонструючи чесність і послідовність у власному книжковому позиціонуванні.

Отже, «Annika Blog» демонструє багатогранність книжкових тем, охоплюючи як художню, так і нон-фікшн літературу, поєднуючи особистий досвід з критичним мисленням. Відео варіюються від легких книжкових влогів до глибших соціальних та психологічних питань, таких як фемінізм, #MeToo, здоровий спосіб життя та особисті виклики читача. У блозі публікуються книжкові огляди, топи, лайфхаки з читання, роздуми про читацькі звички, бюджет, мобільні додатки для книголюбів, а також відповіді на запитання підписників у форматі «питання-відповідь».

## **2.2. Книжкові огляди та розпаковки відеоблогу «Книжкова закладка»**

Книжковий відеоблог Маргарити Весни «Книжкова закладка» (<https://www.youtube.com/@zakladkabooks/featured>) захоплює користувачів жвавою манерою розповіді авторки та актуальними порадами в книжковій сфері. Цей канал на платформі YouTube найбільше репрезентовано такими жанрами, як книжкові огляди та розпаковки, проте списків відтворення тут трохи більше – 8: Книгарні, Книжкові плани, Книжкові поради, Книжкові підсумки, Книжки по темах, Огляди книжок українських авторів, Книжкові розпаковки, Огляди книжок зарубіжних бестселерів. На канал станом на 21 квітня 2025 року підписано 1,14 тисяч користувачів, тут розміщено 100 відео, котрі мають в сумі 75 985 переглядів. Канал створено 24 жовтня 2023 року, тобто за півтора року свого функціонування він має широкую популярність серед книголюбів. Головна сторінка оформлена в мінімалістичному стилі – подано лише світлину авторки із книгами в руках (див. Додатко Б).

*Книгарні* (<https://surl.li/oizlmx>). Цей список відтворення має лише два відеоролики, у котрих авторка ділиться враженнями від відвідування книгарень. Це не просто місця, де продають книжки, а культурні простори, куди хочеться приходити, залишатися і шукати щось цікаве. Це багато особистих емоцій, жива реакція на дизайн, асортимент, атмосферу, а також невеликі покупки з акцентом на щось рідкісне, унікальне, локальне. Наприклад, огляд книгарні «Вперта коза» (301 перегляд за 5 місяців) під час Геловіну або розповідь про відкриття магазину «Книгарня Є» в Дніпрі (839 переглядів за 5 місяців) – це не просто інформація, а враження, які передають любов до книжкового світу. Все це робить контент живим, близьким і щирим. Це наче прогулянка з другом до улюбленої книгарні. Це своєрідний формат книжкових мандрів, що поєднує атмосферні влоги з книжковою тематикою. Такі відео можуть бути особливо корисними для

читачів, які шукають нові місця для купівлі книжок або цікавляться місцевими книжковими ініціативами.

*Книжкові плани* (<https://surl.li/dewroj>). Розділ про читацькі плани в блозі «Книжкова закладка» на платформі YouTube має сильний мотиваційний і водночас щирий особистий відтінок. Авторка не лише ділиться своїми цілями на сезон чи рік (наприклад, прочитати 40 книжок за 3 місяці чи 30 до кінця року), а й відверто обговорює реалістичність цих планів, власні читацькі вподобання, труднощі та досягнення. Жанрове розмаїття – від фентезі та біографій до нон-фікшн – свідчить про широкий діапазон читацьких смаків. Часто ставиться питання: «Чи встигну?», що створює ефект живого діалогу з аудиторією і підкреслює не перфекціонізм, а пристрасть до читання як процесу. Такі відео – це не просто списки книг, а надихаючі роздуми, виклики, самоіронія та любов до книг, які об'єднують навколо блогу спільноту книголюбів. Станом на 21 квітня 2025 року у цьому списку відтворення розміщено 7 відеороликів, що мають від 231 до 809 переглядів.

*Книжкові поради* (<https://surl.li/tccfxg>). У цьому списку відтворення розміщено 8 відеороликів, що мають від 232 до 2 000 переглядів. Тут авторка блогу ділиться власним досвідом, лайфхаками та спостереженнями про читання, книжкові звички та книжковий спосіб життя загалом. Вона пояснює, як можна читати більше 100 книг на рік, як навчитися читати англійською мовою в оригіналі, як слухати аудіокниги та де купувати книги зі знижками. Вона також торкається теми самообмеження, наприклад, ставить собі виклик не купувати книжок протягом трьох місяців, розповідає про міфи про книжки та ситуації, в яких книжки можуть не допомогти. Маргарита також згадує про вплив соціальних мереж, зокрема TikTok, на культуру читання, аналізуючи як позитивні, так і тривожні тенденції. Авторка блогу також звертається до тих, хто хоче створити власний книжковий блог, дає поради початківцям і ділиться власним досвідом, як почати і подолати страх. Усі ці поради є персоналізованими, спонукають до

рефлексії над власними читацькими звичками та надихають на більш усвідомлене книжкове життя.

*Книжкові підсумки* (<https://surli.cc/tdsmgj>). Це найбільший список відтворення у відеоблозі «Книжкова закладка». Тут опубліковано 30 відеороликів, що мають від 243 до 1,7 тисяч переглядів. Авторка подає щирі, емоційні та аналітичні огляди прочитаного за 2023-2024 роки, ділиться не лише найкращими книжками, які прочитала (145 у 2023 році!), а й не боїться говорити про розчарування, нудьгу, неприємні враження і навіть про свою відразу до деяких книг. Вона чесно розповідає, які книжки стали її особистими фаворитами, а які – повним провалом. Щомісяця вона аналізує прочитане: у січні 2024 року – 17 книг, у лютому – 10, у квітні – 12, а влітку – 14-16. Є відео про найкращі книжки за останні півроку (76 книжок) та найбільші розчарування, які сталися за цей же період. Особливо помітна чесність та емоційність викладу: враження варіюються від «найкращого місяця читання за рік» до «розчарування і страждання». Водночас блогерка ділиться думками про мінливі книжкові смаки українців, аналізує топи продажів і читацькі тренди, читає новинки, трилери, романи, фентезі та багато іншого. Її підхід – живий, особистий і позбавлений снобізму.

Авторка каналу «Книжкова закладка» розповіла про 15 найкращих книжок літа 2024 року, які їй найбільше сподобалися. Також вона поділилася досвідом купівлі 100 книжок за 8 місяців та розповіла, які видавництва купувала найчастіше. У відео про своє осіннє читання вона пройшла шлях від найгіршої до найкращої книги, зазначивши, що саме в цей період знайшла як найгіршу, так і найкращу книгу року. У вересні вона читала багато різної літератури: трилери, романи, класику та сучасність. Жовтень приніс їй несподіване читання – книги для книжкового клубу, серед яких «Мотанка» та твори Лавкрафта. У листопаді вона прочитала 11 книжок, знову визначивши найкращі та найгірші за рік. Маргарита склала добірку топ-5 і топ-10 найкращих книжок року, а також зняла відео з 28 найкращими

книжками 2024 року зі 155 прочитаних. В окреме відео вона зібрала книжки, які не прочитала – за рік відклала аж 20.

*Книжки по темам* (<https://surl.li/uuibfb>). Тут опубліковано 9 відео, що мають від 243 до 1 тисячі переглядів. Маргарита ділиться своїми вподобаннями, антипатіями та книжковими знахідками за жанрами, видавництвами та атмосферою. В одному з відео вона розповідає про найкращі та найгірші книги з різдвяною атмосферою – ті, що створюють затишок, і ті, що розчаровують. Також є окреме відео, де вона читає 8 книг з різдвяною атмосферою, щоб порекомендувати найкращі для зимових вечорів. Авторка зняла відео на підтримку видавництва «Vivat» та «Фактор-друк», показавши, які книги цього видавництва стоять на її полицях. Ще одне естетичне відео присвячене книгам з кольоровими та розмальованими розділами – справжнє свято для любителів візуального читання. Літній настрій передається у відео з добіркою книжок для літа, для відпустки, для легкого та атмосферного читання.

Також є аналітичне відео про творчість Рут Веа: авторка ділиться, які трилери їй сподобалися, а які – ні. В одному з відео вона чесно і з гумором розвінчує великі міфи про гарячі сцени в романтичних книгах для 18+, піднімаючи тему еротики та її реалістичності в літературі. Тему розширює розлогий огляд ЛГБТ-книг, де вона представляє квір-літературу та персонажів з глибоким розумінням і підтримкою цієї теми. В іншому відео вона розповідає про українські фентезійні романи, які вона прочитала: «Мотанка», «Діва, мати і третій» та «Інститут шляхетних вбивць», що демонструє її інтерес до сучасної української жанрової літератури.

Огляди книжок українських авторів (<https://surl.lu/daeuks>). Тут розміщено 4 відео, що мають від 426 до 1,3 тисячі переглядів. Огляди, що були зроблені книжковою блогеркою в цьому списку відтворення присвячені такими темам: Євгенія Кузнєцова у своїй книзі «Драбина» отримала титул Книги року 2023 за версією BBC. Відео розповідає про глибину змісту та теми цієї книги. Далі авторка обговорює 10 книг українських авторів, серед

яких є як класика, так і сучасна література, поділяючись враженнями. Також є огляд книги Сергія Скришевського «У Штормовому – штиль», що була оцінена як найгірша книга року через свою квір-історію про Крим. Крім того, авторка читає три українські фентезі: «Мотанка», «Діва, матір і третя» та «Інститут шляхетних убивць».

*Книжкові розпаковки* (<https://surl.li/adqzpu>). 16 відео цього списку відтворення в блозі «Книжкова закладка» мають від 158 до 840 переглядів. Тут користувач може подивитись про велике розпакування книжкових покупок до Чорної п'ятниці, про видавництво, яке розчарувало, про купівлю і розпаковку аж 22-х книжок відразу, про книжки з «Книжкової феєрії» та новинки, зокрема «Четверте крило», про розпаковку нових книжок від видавництва Artbooks, книжкового подарунку від автора, про покупки на Kyivbookfest, на книжковому фестивалі та під час подорожі до Італії тощо.

*Огляди книжок зарубіжних бестселерів* (<https://surl.li/uvgrna>). Тут опубліковано 17 відео. До прикладу, Маргарита розповідає, що твір Джулії Беррі «Легідна війна» вимагає глибшого аналізу, особливо щодо достовірності любовної історії, яка, на думку рецензентки, викликає сумніви через її неприродність. Книга Метью Пері «Друзі, коханки і велика халепа» заслуговує на критичний огляд, оскільки є низка аспектів, що знижують її літературну цінність і привабливість для читачів. Щодо «Чаклунського альманаху Гаррі Поттера» авторка блогу піднімає питання економічної доцільності ціни в 1100 грн за видання, що за своїм змістом не виправдовує таких витрат. Книга «Переслідування Аделіни», на думку блогерки, також потребує уваги з точки зору того, чи дійсно її сюжет має достатню художню і читацьку цінність, чи варто рекомендувати її для широкої аудиторії. На окрему увагу заслуговує роман Кетрін Стендман «Сімейна гра», що є трилером з різдвяною атмосферою, що може привернути увагу читачів, однак не без певних суперечливих моментів у структурі наративу.

Отже, буктьюб «Книжкова закладка» є цінним ресурсом для книголюбів, які шукають нові рекомендації та детальні огляди літературних

творів. Авторка блогу пропонує широкий спектр контенту, включаючи огляди книг як українських, так і зарубіжних авторів, а також тематичні розпакування книжкових покупок, які дозволяють глядачам отримувати актуальну інформацію про новинки книжкового ринку. Окремої уваги заслуговує різноманітність тематики: огляди бестселерів, книг з різдвяною атмосферою, трилерів, фентезі та книг для літнього читання. Кожне відео супроводжується глибоким аналізом, що дозволяє сформувати об'єктивну думку про кожну книгу.

### 2.3. Специфіка влогу «Книжкова дилерка»

Ще одним популярним українським книжковим відеоблогом є влог «Книжкова дилерка» ([https://www.youtube.com/@Book\\_dealerka/playlists](https://www.youtube.com/@Book_dealerka/playlists)), створений 14 червня 2016 року. Авторка блогу – Анна Єкименко-Поліщук, яка так описує себе та свій YouTube-канал: *«Понад усе люблю читати й переконана, що кожен має “свою” книгу та жанр, тому допомагаю їх знайти. Знайомлю зі світом сучукрліту! Вірю, що кожна людина може прочитати 52 книги за рік і розповідаю, як це зробити»* [11]. На цей блог підписалося станом на 21 квітня 2025 року 5 тисяч користувачів. Тут розміщено 430 відео, що мають 315 859 переглядів. Головна сторінка оформлена у простому стилі, подано лише мультиплікаційне зображення дівчинки з книгами (див. Додаток В) та розміщено текстову інформацію про канал, соціальні мережі авторки та відеозвернення до підписників.

5 списків відтворення влогу «Книжкова дилерка» певним чином визначають і жанрове наповнення каналу: Анонси, Українська сучасна література, Покупки та розпакування, Розмови, Огляд книг. Така структура влогу демонструє добре продуману жанрову стратегію, спрямовану на підтримку інтересу та довіри аудиторії.

*Анонси* (<https://surl.li/itwygb>). У цьому списку відтворення до перегляду доступно 7 відеороликів, що мають від 529 до 989 переглядів. Цей блок виконує важливу функцію інформування та залучення аудиторії до

обговорення актуальних книжкових новинок. Основою рубрики є формат #ЧекаюНаКнигу, в якому блогерка ділиться своїми очікуваннями від майбутніх видань, презентує цікаві позиції від українських видавництв та розповідає про книжки, які планує прочитати.

Зокрема, випуски під цією рубрикою охоплюють найрізноманітніші теми: від анонсів до літературних подій (наприклад, BookForum), а також тут є роздуми про книжковий ринок під час війни, коли у відео не лише перелічуються нові видання, а й розмірковується про їхній символічний та культурний контекст. Особливістю рубрики є поєднання особистого ентузіазму ведучого та інформаційної насиченості, що дозволяє глядачам не лише дізнатися про нові книжки, а й відчувати емоційний зв'язок з блогером та сформувані власні книжкові очікування. Таким чином, список відтворення «Анонси» блогу «Книжкова дилерка» є не лише комунікаційним містком між авторкою каналу та аудиторією, а й ефективним жанровим інструментом популяризації читання та орієнтації в сучасному українському книжковому просторі.

*Українська сучасна література* (<https://surl.li/avlxkp>). У цьому списку відтворення розміщено 58 відеороликів, що мають від 137 до 2-х тисяч переглядів. Тут представлено широкий спектр творів, що демонструють жанрове, тематичне та стилістичне розмаїття сучасної української літератури. У цьому сегменті контенту авторка блогу знайомить глядачів із прозою, яка апелює до підліткової, молодіжної та дорослої аудиторії, підкреслюючи актуальність обраних тем та висвітлюючи авторське бачення дійсності. Відео про роман Олени Рижко, в якому йдеться про підлітків, їхню ідентичність та конфлікти, демонструє зацікавленість блогерки соціальною тематикою та літературою для юних читачів. Огляди таких творів, як «Вартовий у грі» Наталії Матолінець, «Білий попіл, або Тіні» Ілларіона Павлюка, що пов'язані з гуцульською міфологією, демонструють увагу до містичних мотивів, національного фольклору, детективних історій, гендерних аспектів, що додає каналу культурної глибини.

Особливе місце в цьому списку відтворення посідає нон-фікшн, зокрема книги про підприємництво в Україні, що розширює рамки «художнього» відеоблогу та демонструє відкритість автора до змішаних жанрів і просвітницького контенту.

Тут також представлені рецензії на твори Тетяни Стрижевської, Роксолани Сьоми, Олени Андрейчикової, Артема Чапая, які відображають теми самопізнання, втечі від буденності, внутрішніх переживань та осмислення української ідентичності в сучасному світі. Особливий інтерес викликають також художні книги Миколи Лемика та Михайла Сороки, які виводять блог за рамки художньої літератури та акцентують увагу на мистецьких та документальних аспектах української культурної спадщини.

Такі відео, як «Де ESC з моїх халеп?» або «Таємний понеділок», привертають увагу до психологічних, міжособистісних та емоційних аспектів життя, які є актуальними для молоді та дорослої аудиторії. Водночас роботам Артема Чапая притаманна глибока аналітика та соціальна критика. Загалом рубрика функціонує не лише як оглядова, а й як аналітично-просвітницька платформа, що стимулює інтерес до української книги, розширює читацький кругозір та формує національно свідоме книжкове середовище. Таким чином, рубрика «Сучасна українська література» виконує важливу функцію популяризації вітчизняної книжкової продукції, сприяє формуванню читацьких смаків, висвітлює актуальні суспільні проблеми крізь призму сучасної художньої літератури.

*Покупки та розпакування* (<https://surl.li/srrhfh>). У цьому списку книжкового відеоблогу розміщено 46 сюжетів, котрі демонструють нові книжкові надходження, а також особисті покупки Анни в контексті книжкових подій, таких як Книжковий Арсенал, BookForum, або сезонних розпродажів, таких як Чорна п'ятниця. Ці відео поєднують інформаційну складову з емоційною: авторка не лише показує придбані книги, а й ділиться своїми першими враженнями, очікуваннями, думками про оформлення, тематику, авторів. Зокрема, такі відео, як «Покупки з Книжкового

Арсеналу», «Книжковий шопінг на день народження» або «Розпаковування сюрпризу від BookTube» створюють ефект особистої участі та занурення глядача в атмосферу читання як стилю життя.

Варто також відзначити, що авторка блогу «Книжкова дилерка» активно реагує на новинки ринку, зокрема в оглядах «Розпаковування нових книг: Total black» або «Нові книжки на полицях: фентезі, поезія та романи», що свідчить про її увагу до видавничих трендів. Таким чином, цей список відтворення про розпаковування та покупки виконує важливу функцію орієнтування в новинках книжкового ринку, популяризації українського книговидавництва та сприяє формуванню читацької культури.

*Розмови* (<https://surl.li/ykidev>). Тут користувач може знайти 44 відеоролики, що мають кількість переглядів від 158 до 5-ти тисяч. Зокрема, 5,4 тисяч переглядів має відеосюжет «Як написати й видати першу книгу? Розповідає Андрій Новік | Розмова з автором #ОстаннійСпадок» (<https://surli.cc/zhbqol>). У цьому списку відтворення зібрані відео різних жанрів, що поєднують відеоблоги, інтерв'ю, презентації книжок та діалоги на суспільно актуальні теми. Ця рубрика особливо цінна тим, що виходить за рамки книжкових оглядів, фокусуючись на людях, процесах, подіях та культурному контексті навколо книги. Основними напрямками цієї секції є

- Розмови з авторами та презентації книжок.

«Презентація книги та буктрейлер «Проект “Лабіринт”» або «Олена Пшенична: Про дебютну книгу, слово та старість» – приклади змістовних діалогів, де глядач дізнається про мотивацію, творчий процес та бачення авторів. «Розмова: «Хроніки Сірого Ордену» – це занурення у світ українського фентезі з авторськими інсайтами.

- Актуальні соціальні теми.

«Емоційні гойдалки війни» – розмова з психологами про війну та її вплив на психіку. «Іван Черненко про медицину, війну та літературу» – приклад міждисциплінарного підходу, що поєднує досвід лікаря, письменника та військового.

- Особисті відеоблоги та літературні рефлексії.

Влоги («що я читаю, літературний конкурс і нова електронна читалка», «книжки до Польщі, волонтерство...») представляють читання як частину особистого життя, з емоціями, подорожами, труднощами і відкриттями.

- Освітній контент.

Наприклад, відео «Як читати більше: поради які працюють» – мотиваційний матеріал з практичними лайфхаками, що зацікавив понад 3,4 тис. глядачів.

Список відтворення «Розмови» є одним з найбагатших тематично, оскільки дозволяє заглибитися у живі книжкові діалоги, почути голоси авторів, а також відчувати соціальну і культурну динаміку, в якій існує сучасна українська література.

*Огляд книг* (<https://surl.li/zdpchd>). Це найбільший список відтворення на YouTube-каналі «Книжкова блогерка», адже тут представлено аж 83 відео, що мають від 117 до 6,5 тисяч переглядів. Таку велику кількість переглядів набрало відео «Бодо Шефер “Пес на ім’я Мані, або Абетка грошей”| Огляд книги» (<https://surl.lu/hcnqxz>), що має також 193 лайки та 23 коментарі. Тут представлено серію коротких, лаконічних та емоційно насичених оглядів, в яких ведуча ділиться власним читацьким досвідом. Відео мають інформативний, але персоналізований стиль, що робить їх близькими глядачеві.

Відеоогляди книг охоплюють різні жанри літератури. Тут можна знайти огляди на дорослу художню літературу (Артем Чапай «The Ukraine», Олів’є Бурдо «Чекаючи на Боджанґла», Кейт Аткинсон «Життя за життям»), підліткові й дитячі книги («Хлопчик на ім’я Різдво» Метта Гейга, «Де ESC з моїх халеп?» Тетяни Стрижевської), фентезі (Джонатан Страуд «Бартімеус: Амулет Самарканда»), наукову фантастику («Сканери» Роберта Зоннтага), а також артбуки та святкові видання («Різдвяний янгол», артбуки М. Лемика та М. Сороки) та багато іншого.

Огляди охоплюють не лише популярні книжкові новинки, а й важливі соціальні, історичні та філософські теми, наприклад: «Катерина» Агарона Аппельфельда – історія про Другу світову війну, пам'ять і людяність; «The Ukraine» Артема Чапая – осмислення української ідентичності через тревелог; «Життя за життям» Кейт Аtkінсон – альтернативна історія XX століття тощо.

Кожен відеоогляд – це не просто переказ сюжету, а емоційна рефлексія, оцінка стилю, атмосфери, персонажів. Часто додається контекст видавництва, наприклад, згадуються #Discursus, #Видавництво21, #Абабагаламага, що також корисно для орієнтації читача.

Відео тривають від 4 до 12 хвилин, що ідеально підходить для короткого перегляду. Деякі відео отримали досить високу залученість – наприклад, огляд «Хлопчика на ім'я Різдво» отримав 859 переглядів, а «Найкраща книга Бахманна» – 332 перегляди.

Ця рубрика є серцем каналу, адже саме тут розкривається авторський смак, читацький досвід та критичне мислення. Для глядачів – це навігатор у світі сучасної (і не лише української) літератури, зі щирими рекомендаціями, а іноді й застереженнями.

Отже, «Книжкова дилерка» – це якісний україномовний книжковий відеоблог, який вирізняється щирістю, емоційністю та глибоким особистісним підходом до читання. Авторка блогу виступає не лише книжковим оглядачем, а й посередником між літературою та читачами, ділячись своїми враженнями, надихаючи на читання та популяризуючи книжкову культуру в Україні. Канал охоплює широке коло тем: від класичної та сучасної художньої літератури до дитячої, нон-фікшн, арт-буків, книжкових премій і навіть психології та воєнного досвіду. Особливо цінним є те, що відео не обмежуються оглядами: це також відеоблоги, розмови з авторами, презентації книг та тематичні добірки.

*Висновки до розділу.* Українські книжкові відеоблоги «Annika Blog», «Книжкова закладка», «Книжкова дилерка» мають різні підходи до представлення літературного контенту, але всі вони відіграють важливу роль у популяризації української та світової літератури.

«Annika Blog» вирізняється своєю емоційністю та візуальною естетикою, привертаючи увагу молодій аудиторії, яка шукає поради щодо сучасної літератури та бестселерів. Цей блог підходить до книг з теплим, особистим дотиком, що робить їх дуже доступними для молодих читачів.

Відеоблог «Книжкова закладка» зосереджений на глибокому аналізі та системному підході до літератури. Блог активно висвітлює новинки українських видавництв та надає рекомендації, зосереджуючись на різних темах і жанрах, які можуть бути цікавими для широкої аудиторії. Такий підхід підходить для тих, хто хоче не лише отримати загальну інформацію про книги, а й дізнатися більше про літературні тенденції та події.

Влог «Книжкова дилерка», у свою чергу, має досить широкий спектр тем – від дитячої літератури до важливих соціальних та культурних питань. Відео на цьому каналі мають живий, неформальний стиль, що робить їх дуже приємними для перегляду. Водночас канал активно співпрацює з авторами та видавництвами, презентуючи новинки та організовуючи розмови з письменниками, що додає ще більшої цінності.

Усі ці блоги мають свій індивідуальний стиль та підхід до теми літератури, але разом вони сприяють розвитку книжкової культури в Україні, популяризуючи читання серед різних верств населення. Вони є важливим інструментом для просування українських авторів та книжок серед широкої аудиторії.

## ВИСНОВКИ

Сучасна українська блогосфера як форма публічної комунікації активно розвивається та все більше набуває рис цілісного інформаційного простору. Блогери дедалі частіше дотримуються журналістських стандартів, створюючи якісний медіаконтент. Книжкові блоги зайняли чільне місце в структурі сучасної української блогосфери та користуються популярністю серед користувачів. Книжковий блог може вести кожен, хто хоче поділитися враженнями від прочитаної книги, або той, хто на професійному рівні вміє оцінити літературу. Книжкові видавництва співпрацюють з блогерами в контексті рекламування нових видань. Завдяки блогам утворюються спеціальні читацькі спільноти, розвивається персональний бренд видавництва, активізується співпраця з письменниками. Дуже часто книжковий блог має спільні риси з онлайн-журналом, адже структура і форма представлення автора, сюжету книги чи видавництва дуже схожа до того, як це представлено в журналах, а тому книжкові блоги науковці розглядають в ракурсі культурної журналістики.

Відеоблоги здебільшого представлені на платформі YouTube. Українські буктьюб-канали користуються достатньо високою популярністю та сприяють промоції книгочитання українською мовою. Здебільшого авторами книжкових влогів є дівчата, які дуже люблять читати. Такі блоги розвиваються завдяки якісному контенту, котрий здатен зацікавити аудиторію. Контент-маркетинг також сприяє монетизації відеоблогів. Книжкові відеоблоги носять здебільшого розважальний характер, проте слугують засобом формування читацьких інтересів. Блогери звертають увагу не тільки на сюжет книги, а й на персоналію автора, художнє та поліграфічне оформлення видання, таким чином виконуючи інформаційно-аналітичну функцію. Тематика книжкових блогів охоплює всі можливі жанри літератури, орієнтується на вікові категорії, конкретні видавництва або книжкові події та заходи. Візуальний ряд та музичний супровід сприяють

привабливості відеоролика та залученню зацікавленої аудиторії. Найбільш популярним жанром книжкових відеоблогів є огляд або рецензія на прочитану книгу. Користуються популярністю також відео про покупки та розпаковки книг, узагальнюючі відео про прочитані книги за певний період, челенджі про плани читання на місяць, розіграші книг, виконання читацьких завдань, книжкові прогулянки, відвідування літературних заходів тощо.

Одним з найпопулярніших українських книжкових відеоблогів є «Annika Blog» на платформі YouTube, що має 748 відео, більше 10-ти тисяч підписників, близько мільйона переглядів. Авторка влогу – Анна Лисенко-Гурська. Жанрово-тематичний спектр «Annika Blog» дуже широкий. Авторка розповідає про прочитані книги, власні читацькі звички, літературні розчарування, ідеї для подарунків, адвент-календарі, екранізації книг, підсумки року і читацькі плани на майбутнє, огляд книжкових новинок різних видавництв. Окремо Анна знімає спойлери на книги. Цікавими є також книжкові лайфхаки про ведення читацького щоденника, мобільні застосунки для читання, способи заощадження грошей на купівлі книг тощо. Ще одним жанром відеоблогів, котрим послуговується авторка «Annika Blog», є «питання-відповідь», що забезпечує тісну комунікацію з підписниками. Також тут користувачі знайдуть відео про антипокупки та літературні розчарування.

Книжкові огляди є найпопулярнішим жанром всіх книжкових блогів. Проте у відеоблозі «Книжкова закладка» Маргарита Весна також робить відоогляд книгарень, знімає прогулянки книжковими магазинами, ставить виклики собі й підписниками щодо кількості книг, котрі планують прочитати. Книжкові поради стосуються книжкових звичок, місць, де краще купувати книги, самообмеження в купівлі книг, а також як вести власний блог. Книжкові підсумки мотивують підписників читати більше. Розподіл відео на теми теж є зручним для користувачів, адже так вони можуть швидко знайти сюжети відповідно до своїх читацьких уподобань. Окрему увагу блогерка приділяє українським авторам. Користуються популярністю також

книжкові розпаковки. Цей буктьюб має 100 відео, більше тисячі підписників, близько 76 тисяч переглядів всього за півтора року свого існування.

Влог «Книжкова закладка» веде Анна Єскименко-Поліщук. На цей канал підписано 5 тисяч користувачів, тут розміщено 430 відеосюжетів, що мають близько 316 тисяч переглядів. Авторка у своєму відеоблозі пропонує книжкові анонси, покупки та розпакування, розмови на річні актуальні теми, а також огляди книг, що набирають кількатисячні перегляди. Найбільше сюжетів знято про сучасну українську літературу, що залучає підписників краще ознайомитись з національною культурою. На цьому каналі користувачі також можуть знайти розмови з письменниками або психологами. Авторка робить відеоогляди на всі можливі жанри літератури, інколи про книги розповідає в контексті видавництва.

Отже, українські книжкові відеоблоги відіграють важливу роль у популяризації читання та розвитку літературної культури серед молоді. Вони сприяють формуванню спільноти книголюбів, обговоренню актуальних питань та підтримці українських авторів. У сучасному цифровому світі такі блоги стають ефективним інструментом комунікації та промоції української книги.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонова З., Жиловська Т., Руденок А. Психологічні особливості блогінгу як різновиду віртуального емоційного лідерства. *Теорія і практика сучасної психології : збірник наукових праць*. Запоріжжя : «Гельветика», 2020. №2. С. 8-14.
2. Бугайов М. Соціокультурний феномен блогів: культурологічний вимір: дис. ... доктора філософії за спеціальністю 034 – культурологія. Київ, 2023. 198 с.
3. Васильєва А. Блоги як новий засіб масової інформації в Україні. *Молодий вчений*. 2017. № 12 (52). С. 119-122.
4. Волощенко Є. Дискурс відеоблога в структурі інтернет-комунікації. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка / [редактори-упорядники М. Пантук, А. Душний, В. Ільницький, І. Зимомря]*. Дрогобич : Видавничий дім «Гельветика», 2022. Вип. 52. Том 1. С. 147-152.
5. Волян Н. Бібліотечна блогосфера: досвід, критерії оцінки, рекомендації : метод. матеріали / авт. тексту про амер. блоги, пер. з англ. С. О. Волкова ; КЗ «Рівнен. обл. універ. наук. бка» РОР. Рівне, 2013. 12 с.
6. Гойко М. Блог як інструмент популяризації та продажу художнього видання. *Наукова спільнота студентів XXI століття : матеріали V Всеукраїнської науково-практичної студентської онлайн-конференції / упоряд. : О. П. Сидоренко, С. С. Зайцева, Т. Г. Чернишова*. Суми : Сумський державний університет, 2022. С. 7-9.
7. Доброносова Ю. Медіакультурна специфіка відеоблогінгу як практики медіакомунікацій. *Вісник Львівського університету. Серія : Філософські науки*. 2019. Випуск 23. С. 85-91.

8. Досенко А. Аматорський медіаматеріал як форма виявлення соціальної небайдужості українців. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2016. № 3. С. 23-26.
9. Дутчак А. Сучасний стан та перспективи українськомовних каналів на сервісі Youtube. *Образ*. 2017. Випуск 4 (26). С. 122-129.
10. Жабін А. Соціальні мережеві сервіси в бібліотеках. *Бібліотечний вісник*. 2017. №4 (240). С. 13-19.
11. Книжкова дилерка. YouTube-канал @Book\_dealerka. URL : [https://www.youtube.com/@Book\\_dealerka/playlists](https://www.youtube.com/@Book_dealerka/playlists). (дата звернення: 03.04.2025).
12. Ковпак В., Політова О. Українські буктьюб та букстаграм: дискурси культури читання української книги та національної безпеки. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Том 32 (71) № 6 Ч. 3. С. 126-132.
13. Космач І. Промоція книжкових видань як складова видавничого менеджменту. *Збірник наукових праць студентів, аспірантів і молодих вчених «Молода наука-2011» : у 5 т. / Запорізький національний університет*. Запоріжжя : Просвіта, 2011. Т. 5. С. 277-281.
14. Кулик Є. Блоги бібліотек для юнацтва (молоді): моніторинг ефективності. *Вісник Книжкової палати*. 2015. № 6. С. 49-52.
15. Кучеренко Д. Чи є майбутнє в українського буктьюбу (конспект дискусії). URL : <https://vsiknygy.net.ua/neformat/44478/> (дата звернення : 19.04.2025).
16. Мітчук О., Харамурза Д. Літературна критика в онлайн-медіа. *Scientific Collection «InrerConf»*. 2021. № 78. С. 199-208.
17. Нестерович Є. Електронний фронтір як середовище творення сучасного українського літературного процесу. *Вісник Львівського університету. Серія філологічна*. 2014. № 60 (1). С. 348-354.
18. Огар Е. Книжкові інтернет-медіа в контексті культурної журналістики. *Держава та регіони*. 2020. №2 (42). С. 56-61.

19. Олефір Д. Новітні способи промоції книги в інтернеті. *Збірник наукових праць III всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи розвитку»*. Переяслав-Хмельницький, 2014. С. 4-12.
20. Орлик О. В., Павлик В. А., Катерева О. В. Просування товарів та послуг у соціальних мережах. *Інформаційні технології в економіці і управлінні*. Одеса : ОНЕУ. 2021. Вип. 3. С. 103-110.
21. Погрібна О. Зміст, жанрово-тематичне розмаїття, функції і перспективи українських книжкових відеоблогів. *Український інформаційний простір*. 2019. №3. С. 172-184.
22. Погрібна О. Книжкові блоги як спосіб популяризації читання. *Кримський міжнародний форум: філологія та журналістика: збірник матеріалів, 20-21 жовтня 2022 р.* С. 49-53.
23. Подоляка Н. Книжковий мерч у соціальній мережі «Тік-Ток». *Образ*. 2023. Випуск 3 (43). С. 85-92.
24. Попова А. Специфіка промоційних заходів веб-порталу «Друг читача». *Збірник наукових праць студентів, аспірантів і молодих вчених «Молода наука-2014» : у 7 т. Т. 7. Запоріжжя : Запорізький національний університет*, 2014. С. 339-342.
25. Про що Annika Blog? *Annika Blog*. 2023. 26 квітня. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=iHNC2wO77Kg>. (дата звернення : 21.04.2025).
26. Санатарчук В. Співпраця видавництв із книжковими блогерами як спосіб промоції видавничої продукції. *Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства: матеріали VII Всеукраїнської наукової конференції студентів, аспірантів, викладачів та співробітників (Суми, 18-19 квітня 2019 року)*. Суми: СумДУ, 2019. С. 303-307.

27. Скібан О. Конвергентні медіа як платформа для промоції та просування книг на сучасному українському ринку. *Поліграфія і видавнича справа*. 2019. № 1. С. 111-124.
28. Скібан О. Сучасні технології книжкової промоції в аспекті мас-медійної взаємодії. *Поліграфія і видавнича справа*. 2016. № 2. С. 199-207.
29. Содомора, Х. BookTube по-українськи-2: ще 9 книжкових відеоблогерів. *Читомо*. URL: <http://archive.chytomo.com/news/buktyub-po-ukraiinski-2-shhe-9-knizhkovix-videoblogeriv>. (дата звернення: 03.04.2025).
30. Солодка Л. Дослідження способів популяризації читання на матеріалі регіонального соціокомунікаційного проекту. *Поліграфія і видавнича справа*. 2016. № 2. С. 245-255.
31. Стельмах М. Блогерство: аспекти модного заняття. URL : <https://www.radiosvoboda.org/a/29089158.html>. (дата звернення: 19.04.2025).
32. Теремко В. Видавничий маркетинг. Київ : Академвидав, 2009. 272 с.
33. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця: практичний посібник. 2-ге вид., стереотипне. Київ : Наша культура і наука, 2006. 560 с.
34. Титаренко Т. Моє майбутнє залежить від мене: практики здорового сьогодення у воєнних і повоєнних умовах : монографія. Кропивницький : Імекс-ЛТД , 2024. 130 с.
35. Харамурза Д. Літературно-художні часописи України 1990-2020 рр.: історичний ескіз. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2020. № 2. Ч. 4. С. 150-157.
36. Щур О. Де читати про книжки? П'ять тематичних українських сайтів про книжки. *Українська правда*. URL:

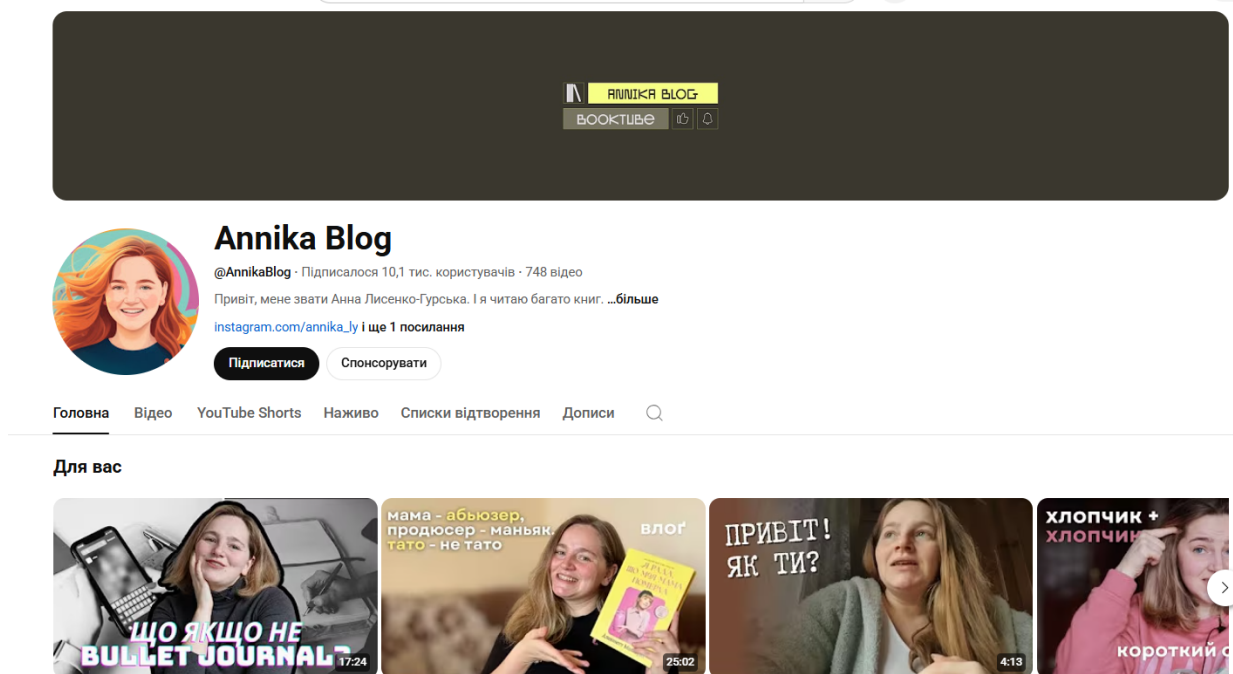
<https://life.pravda.com.ua/culture/2016/12/9/221260/>. (дата звернення: 03.04.2025).

37. 5 Books – все про книги : книжковий блог. URL: <http://www.5books.org/>. (дата звернення: 03.04.2025).
38. Google secretly deletes inactive YouTube accounts. *Shacknews*. URL: <http://www.shacknews.com/article/95591/google-secretlydeletes-inactive-youtube-accounts>. (дата звернення: 03.04.2025).
39. Jokkelainen J. Anyone Can Be a Critic. Is There Still a Need for Professional Arts and Culture Journalism in the Digital Age? Oxford : Reuters Institute Fellowship Paper University of Oxford, 2014. p. 40.

## ДОДАТКИ

## Додаток А

## Головна сторінка книжкового влогу «Annika Blog» на платформі YouTube



## Головна сторінка книжкового влогу «Книжкова закладка» на платформі YouTube



### Книжкова закладка - Блог про книжки

@zakladkbooks · Підписалося 1,14 тис. користувачів · 100 відео

Новий український канал про книжки. Тут я буду ділитися своїми оглядами книжок...[більше](#)

[instagram.com/zakladkbooks](https://www.instagram.com/zakladkbooks) і ще 2 посилання

Підписатися

## Головна сторінка книжкового влогу «Книжкова дилерка» на платформі YouTube



### Книжкова дилерка

@Book\_dealerka · Підписалося 5 тис. користувачів · 430 відео

Книжкова дилерка ...більше

[instagram.com/ann\\_ekim](https://www.instagram.com/ann_ekim) і ще 1 посилання

Підписатися

Головна

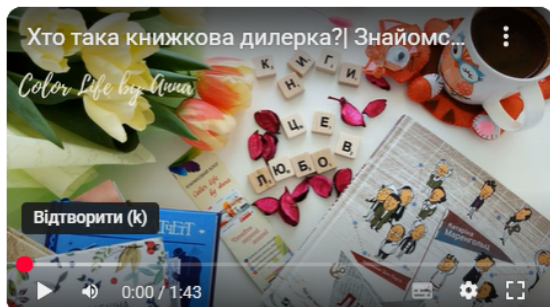
Відео

YouTube Shorts

Наживо

Списки відтворення

Дописи



#### Хто така книжкова дилерка? | Знайомство

2 063 перегляди · 4 роки тому

Привіт!

Моєму каналу вже кілька літ і настав час вирішувати: бути йому, чи ні. Якщо так, то у якій формі?

Я зробила спробу реанімувати блог, тож після ребрендингу Color Life by Anna реорганізувалася в "Книжкову дилерку". І сподіваюся мені вдасться трішки оживити його та удосконалити формати....

ДОКЛАДНІШЕ