

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Навчально-науковий інститут філології

**Кафедра історії української літератури, теорії літератури та літературної
творчості**

«Допущено до захисту»

*протокол засідання кафедри історії української літератури, теорії
літератури та літературної творчості №10 від 19 травня 2023 р.*

завідувач кафедри _____ проф. Сліпушко О. М.

**ОСОБЛИВОСТІ ТРАНСФОРМАЦІЇ БЛОГІВ У КНИЖКИ: ДОСВІД
ІНСТАГРАМУ Й ТІК-ТОКУ**

Кваліфікаційна робота

освітнього ступеню «бакалавр»

студентки IV курсу

освітньої програми

«Літературна творчість,

українська мова та література»

за спеціальністю 035 філологія

Середі Олександрі Сергіївни

Науковий керівник і творчий керівник:

кандидат філологічних наук, доцент

Белімова Тетяна Валеріївна

Київ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТРАНСФОРМАЦІЇ БЛОГІВ У КНИЖКИ.....	6
1.1. Історія та розвиток блогінгу.....	6
1.2. Вплив соціальних медіа на сучасне письменництво	7
1.3. Визначення та особливості блогів в Instagram і TikTok	9
1.3.1. Особливості блогів в Instagram.....	9
1.3.1. Особливості блогів у TikTok.....	10
1.4. Особливості перетворення блогів у книжки.....	13
1.5. Методи перетворення блогів у книжки.....	14
Розділ 2. ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ ТРАНСФОРМАЦІЇ КОНКРЕТНИХ БЛОГІВ У КНИЖКИ З ВИКОРИСТАННЯМ ПЛАТФОРМ ІНСТАГРАМ І ТІКТОК.....	17
2.1. Впливові особи та їхній досвід перетворення блогів у книжки.....	18
2.2. Практичний аналіз трансформації блогу Юлії Сливки.....	19
2.3 Практичний аналіз феномену мережевої літератури Колін Гувер.....	20
ВИСНОВКИ.....	24
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	27
ТВОРЧА ЧАСТИНА.....	31

ВСТУП

В епоху цифрових технологій та всеосяжних соціальних медіа вектор розвитку літературного мистецтва неминує зазнає суттєвих трансформацій. Зокрема, поступово розмиваються традиційні межі між жанрами та формами літературної творчості. Блогінг, зокрема через такі платформи, як Instagram та TikTok, виростає до рівня вагомого каналу розповсюдження літературних творів, причому блоги часто перетворюються на повноцінні книжки. Останні десятиліття, зумовлені швидким прогресом інформаційних технологій, наклали відбиток на всі сфери людської діяльності. Показники росту інтернет-аудиторії, що демонструють вплив інтернет-середовища, вражають своїми масштабами. Сьогоднішнє читацьке життя важко уявити без медіасередовища і блогосфери, яким притаманні високі комунікативні можливості [1]. З іншого боку, в епоху панування "кліпового" мислення та коротких форм інформації, актуальністю наповнюється дискусія щодо популяризації тренду глибокого читання, занурення в контексти, які вимагають аналітичного погляду.

Тема даного дослідження є **актуальною**, адже розглядається трансформація блогів у книжки як феномен, що відкриває нові можливості для авторів і читачів, і впливає на літературну індустрію в цілому. Незважаючи на початкову релевантність, академічна література з цієї теми поки залишається обмеженою. Звичайно, існує декілька досліджень, що розглядають вплив соціальних медіа на літературу, проте детальний аналіз процесу трансформації блогів в книжки потребує додаткових зусиль.

Мета дослідження полягає в аналізі процесу та особливостей трансформації блогів у книжки, з акцентом на контекст платформ Instagram та TikTok. Для досягнення цієї мети буде проведено аналіз відповідної літератури, вивчення конкретних прикладів перетворення блогів у книжки, а також аналіз реакції читачів на такі твори. **Об'єктом** даного дослідження є блоги на платформах Instagram та TikTok, які були перетворені в книжки. Предметом же є процес та

особливості цієї трансформації. **Методологічна основа** дослідження включає в себе критичний аналіз академічної літератури, квалітативний аналіз вибраних блогів та їх книжкових версій, а також аналіз відгуків читачів.

Наукова новизна дослідження полягає у комплексному підході до вивчення процесу трансформації блогів в книжки на прикладі платформ Instagram та TikTok. У рамках роботи вперше проводиться системний аналіз цього явища з урахуванням як літературних, так і культурних контекстів. До того ж, дослідження спрямоване на розкриття ролі сучасних соціальних медіа у формуванні нових форм літературної творчості і в розширенні аудиторії авторів. Це дозволить краще зрозуміти, як технології впливають на літературу, і як цей вплив може змінюватися в майбутньому.

Основні завдання дослідження:

1. Проаналізувати наявну академічну літературу на тему впливу соціальних медіа на літературу, зокрема, щодо процесу трансформації блогів у книжки.
2. Вивчити конкретні приклади перетворення блогів у книжки на платформах Instagram та TikTok.
3. Визначити основні характеристики та особливості цього процесу.
4. Провести аналіз відгуків читачів на книжкові версії блогів з метою виявлення специфіки рецепції таких творів.
5. Розробити рекомендації для авторів блогів, які планують перетворити свої записи в книжки, на основі отриманих результатів.
6. Сформулювати прогноз щодо майбутнього розвитку цього явища в контексті цифрової культури.

Робота структурно складається з вступу, двох основних розділів, висновків, списку використаних джерел та творчої частини, яка систематично публікувалася в Instagram і, можливо, буде перетворена в друковане видання в майбутньому. Оформлення збережене згідно чинних публікацій у мережі, оскільки тексти орієнтовані на мобільні пристрої, пишуться розмовною мовою і

часто їхньою особливістю є вживання суржику, що наближує дописи до побутової лексики.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТРАНСФОРМАЦІЇ БЛОГІВ У КНИЖКИ

1.1. Історія та розвиток блогінгу

Блоги (від англійського "weblog", де "web" означає "павутина", а "log" — "журнал") з'явилися в якості елемента інтернет-інфраструктури, де користувачі могли ділитися інформацією і персональними враженнями. Спершу формат блогів включав збереження та публікацію посилань на цікаві матеріали, які автор блогу відвідував [4]. Відповідно до Куземко [18], перший блог був створений Тімом Бернерсом-Лі, одним із засновників Всесвітньої павутини, у 1992 році. Цей блог був схожий на онлайн-версію щоденника, де Бернерс-Лі публікував новини та коментарі щодо розвитку інтернету. Проте, блоги стали широко розповсюдженими та популярними лише через чотири роки після цього, у 1996 році, з розвитком веб-технологій та збільшенням кількості користувачів інтернету [2].

Один з найбільш відомих раних блогерів, Жастін Голл, почав вести свій власний блог "Justin's Links from the Underground" у 1994 році [30]. У 1997 році, Йорн Баргер запровадив термін "weblog" для опису цього явища [4]. У 1999 році, Пітер Мерхолц уперше використав скорочення "blog", що стало універсальним терміном для опису цього явища [27]. У той самий час, було створено першу блогіву платформу Blogger.com, яка дала можливість широкому загалу створювати власні блоги [27].

У 2000-х роках блоги почали використовуватися не тільки для особистого висловлення, але й для поширення новин, навчальних матеріалів, маркетингу, політичного активізму [30]. Згодом, з появою соціальних мереж, як-от Instagram, Twitter та TikTok, стали популярними мікроблоги, що дозволяють користувачам ділитися своїми думками та ідеями в більш стислому форматі [13]. С. Кришнамурті запропонував класифікацію блогів, що включає інтернет-щоденники, групи підтримки, розширені авторські колонки та спільне створення контенту [17]. У сучасному світі блог став одним з найефективніших

інструментів контент-маркетингу, з величезним потенціалом для створення інформаційного поля, оптимізації та впливу на лояльність цільової аудиторії [29]. Блогерами можуть бути як окремі особи, так і організації. Згідно з аналітичними даними, користувачі блогів мають тенденцію до омолодження, з високою ймовірністю, що за кілька років відвідувачами блогів стануть 70-80 відсотків користувачів комп'ютерів [3]

Блоги продовжили розвиватися та адаптуватися до змінюваних технологічних умов та вимог користувачів. На відміну від ранніх веб-щоденників, сучасні блоги можуть містити як текстові повідомлення, так і відео, аудіо та інтерактивні елементи. Це відкрило двері для використання блогів як маркетингового інструменту [29.] За останні роки блоги стали важливим елементом контент-маркетингу для багатьох компаній. З допомогою блогів, організації можуть ділитися інформацією про свою продукцію або послуги, надавати корисний контент для своєї аудиторії та зміцнювати відносини з клієнтами [16] Блоги дозволяють організаціям створювати прямий зв'язок з аудиторією та отримувати відгуки в реальному часі.

Блоги також стали місцем для політичного активізму [11]. Вони дають голос тим, хто в іншому випадку міг би залишитися невидимим, та слугують платформою для обговорення громадських питань. Блоги можуть впливати на формування громадської думки, навіть у випадках, коли традиційні ЗМІ можуть бути необ'єктивними або недостатніми. Згідно з даними від Statista [33] на сьогодні є близько 600 мільйонів блогів по всьому світу. Блогінг продовжує рости, адаптуючись до змінюваних умов та вимог користувачів. Із розвитком технологій та збільшенням числа користувачів інтернету блоги будуть продовжувати змінюватися та розвиватися.

1.2. Вплив соціальних медіа на сучасне письменництво

Соціальні медіа відіграли важливу роль у трансформації сучасного письма. Вони не лише вплинули на саму форму та манеру написання, але і на спосіб, яким ідеї та історії розповсюджуються та сприймаються читачами. Завдяки

соціальним медіа, письменники отримали безпрецедентну можливість донести свої твори до глобальної аудиторії. Платформи, такі як Instagram, Twitter та TikTok, дозволили авторам легко ділитися своїми творами та встановлювати прямий зв'язок з читачами. Соціальні медіа також вплинули на стиль і форму письма. Завдяки обмеженому формату твітів на Twitter, письменники вчаться виражати свої думки використовуючи обмежену кількість символів. Instagram, зі своєю візуальною орієнтацією, заохочує авторів додавати візуальні елементи до своїх творів.

Мікроблогінг, або публікація коротких записів, вперше з'явився на Twitter і Tumblr, а потім був адаптований іншими платформами, включаючи Instagram і TikTok [40]. Деякі автори створюють веб-серіали, публікуючи короткі епізоди своїх історій на протязі тривалого періоду часу. Загалом, поняття «медіа» у мові походження, англійській, має кілька значень: «засіб, спосіб», «посередник», «засоби масової інформації» [20]. У науковому середовищі цей термін одним із перших почав використовувати Маршалл Мак-Люен, застосовуючи його в контексті досліджень для позначення різних засобів комунікації [10]. Одне з найбільш узагальнених визначень поняття «медіа» стосується «сукупності технологічних засобів і прийомів, які виконують функцію передачі інформаційного повідомлення в тому чи тому вигляді (друковане слово, музична композиція, радіопередача і т.д.) конкретному користувачеві».

Соціальні медіа також спонукали письменників адаптуватися до мобільних пристроїв [21]. Завдяки зручності смартфонів і планшетів, читачі можуть переглядати контент у будь-який час і в будь-якому місці. Відповідно, письменники почали враховувати такі фактори, як розмір екрану, шрифти та макет при створенні своїх творів. У цілому, соціальні медіа сильно вплинули на сучасне письменництво, створюючи нові можливості для авторів та читачів [28]. Хоча це також створює нові виклики, письменники по всьому світу активно використовують ці нові інструменти, щоб експериментувати з формою та стилем, ділитися своїми історіями та взаємодіяти з читачами на новому рівні. У

постах, як правило, синтезуються жанрові ознаки есе, огляду й нарису. У мережі інтернет існує декілька видів блогів: особисті електронні щоденники на спеціальних блог-хостингах та блоги на сайтах інтернет-ЗМІ (журналістські, читацькі та блоги гостей видання). Художньо-публіцистичні жанри, на думку А. Захарченка, використовують видання так званої «лайфової» тематики, які публікують «розповіді про подорожі, які де-факто є подорожніми нарисами, та портретні нариси» [12].

1.3. Визначення та особливості блогів в Instagram і TikTok

Відмінності блогів в Instagram та TikTok, двох найбільших соціальних мереж у світі, є важливим аспектом мого дослідження. Ці платформи мають відмінні структури та створюють унікальні умови для творчості своїх користувачів.

1.3.1. Особливості блогів в Instagram

Instagram – це платформа, що спрямована на обмін фотографіями та відео, зокрема в історіях, що зникають протягом 24 годин. Instagram дозволяє користувачам ділитися зображеннями, відео, створювати сюжети та робити відмітки на карті. Особливості блогів на Instagram включають:

- **Візуальність:** Instagram зосереджений на візуальному контенті. Фотографії та відео, які користувачі діляться, мають значний вплив на враження від профілю.
- **Зручність у використанні:** Instagram простий у використанні. Користувачі можуть легко переглядати контент, стежити за профілями та ділитися власним контентом.
- **Інтерактивність:** Instagram надає можливість легко взаємодіяти з контентом інших користувачів через коментарі, лайки та повідомлення в Direct.

- **Комерційний потенціал:** Через свою візуальність, Instagram є привабливою платформою для брендів і компаній, що використовують блоги для реклами та продажу товарів і послуг.

1.3.2. Особливості блогів в TikTok

TikTok – це платформа, орієнтована на короткі відео, які зазвичай супроводжуються музикою або іншим аудіо контентом. TikTok надає користувачам можливість створювати оригінальні відео, використовуючи широкий асортимент ефектів та фільтрів. Хоча ці захоплюючі екранні нові соціальні медіа можуть розглядатися як природний ворог читання книжок, контент, створений молоддю в соціальних мережах, таких як TikTok, може вплинути на вибір читачів. TikTok має багато нішевих субкультур, і BookTok є однією з них. Спільнота для читачів, де рекомендуються та оглядаються книжки та автори, обговорюються персонажі та демонструються емоції [22]. Тег #booktok уже побачив 81 мільярд користувачів у жовтні 2022 року. Річний обсяг друку книжок зріс понад 19% з 2019 року, що є найвищим результатом з 2004 року, а BookTok допоміг продати понад 20 мільйонів книжок у 2021 році [31]. До того, як BookTok почав змінювати тенденції та впливати на списки бестселерів, а також книжкові магазини, спостерігалось зниження читання на -18%, однак після зростання цієї спільноти TikTok і її уваги до різних книжок певні зросли на 75%. книжки, підвищені на BookTok [22].

BookTok – куточок соціальної мережі обміну відео TikTok, де книголюби діляться рекомендаціями та публікують рецензії на книжки. Це як дуже швидкий книжковий клуб. Користувачі створюють фільми довжиною до хвилини з рекомендаціями книжки, реакцією на прочитання, сповненим сліз чи драматичним закінченням, вражаючими бібліотеками, які вони відкрили, або проміжками часу, коли вони читали. Фентезі популярне: люди, які впливають, часто одягаються в костюми чарівників, костюми ельфів і середньовічні вбрання. Також точаться жваві дискусії про те, які вигадані персонажі є найкращими

партнерами або яким би було побачення мрії з ними. #BookTok має понад 23,6 мільярда переглядів, і автори помітили стрімке зростання продажів книжки, навіть тих, яким десятки років. У березні книжка Медлін Міллер «Пісня Ахілла» за один тиждень розійшлася у Великій Британії тиражем у 1500 примірників після різкого зростання кількості публікацій про неї. Це на 240 відсотків більше порівняно з тим самим тижнем 2020 року. Barnes & Noble.com тепер має сторінку, присвячену найпопулярнішим книжкам у TikTok [22].

#BookTok — це золота жила для будь-якого читача; це чудовий спосіб для молодих людей відкрити для себе дивовижні книжки та надихнути своїх однолітків прочитати щось нове [14]. Чому б не заохотити учнів створювати власні публікації або вибрати три нові книжки для читання цього терміну з останніх рекомендацій #BookTok?

Особливості блогів на TikTok включають:

- **Творчість:** TikTok стимулює творчість користувачів, надаючи інструменти для створення унікального відеоконтенту.
- **Відеоорієнтованість:** Всі публікації на TikTok - це відео. Це робить TikTok відмінною платформою для відеоблогів.
- **Аудіо:** Аудіо супровід відео на TikTok є ключовим аспектом, який дозволяє створювати відео, що відрізняються від інших соціальних мереж.
- **Колаборація:** TikTok сприяє співпраці між користувачами за допомогою "дуетів" та "реакцій", що створюють справжні відчуття єдності спільноти.

Більше того, маємо підсумки одного з перших повноцінних досліджень по впливу платформи TikTok на інтерес молоді до читання. Його провела Асоціація видавців Великобританії [35], опитавши у жовтні 2022 понад 2000 респондентів віком 16-25 років. Майже 60% опитаних стверджують, що гештег BookTok та книжкові буктокери «допомогли їм відкрити для себе пристрась до читання

книжок». Більше половини опитаних (55%) кажуть, що зайшли на BookTok заради рекомендацій, що почитати. Понад третина опитаної молоді (38%) ставить книжкові поради на BookTok вище за поради друзів і родини. Майже дві третини респондентів (68%) завдяки TikTok захотіли прочитати книжку, яку ніколи не взяли б до рук за інших обставин чи за іншими рекомендаціями. Половина опитаних (49%), побачивши рекомендацію в TikTok, пішли за нею до традиційної книгарні, а не замовляли її через інтернет абощо.

Аналізуючи ж книжковий контент із TikTok, бачимо таку статистику [35]:

- Відео про роман “You've Reached Sam” Dustin Thao — 6,6 млн переглядів. Загалом за хештегом назви книжки 56 млн переглядів.
- Про «Покинь, якщо кохаєш» Колін Гувер — 6,6 млн переглядів. #itsendwithus (оригінальна назва) — 1,7 мільярдів переглядів.
- Фентезі “The Priory of the Orange Tree” Samantha Shannon — 4,5 млн переглядів. За хештегом назви книжки 17 млн переглядів.
- Роман «Гіпотеза кохання» Алі Гейзелвуд — 3,4 млн переглядів. Всього за хештегом 450 млн переглядів.

Сучасне покоління виявляє більшу інтеграцію в інформаційний простір та глобальні тренди. Вони не затрачають час на пошуки "цікавої книжки" без загального інтересу, проте швидко придбають книжку, яка має значну популярність, зазвичай у м'якій обкладинці. Формування власної бібліотеки не є для них пріоритетним завданням. Іноді вони можуть придбати книжку з рук, оскільки ефект розумного споживання залишається актуальним. Незважаючи на те, що вони можуть мати більше матеріальних ресурсів, ніж попередні покоління, їх більше зацікавлені в споживанні інформації, а не у фізичному сприйнятті книжки [6]. Проте не можна зводити їх виключно до споживання вмісту на платформах, таких як Instagram та Twitter. Манга, як жанр, займає проміжне положення між цими категоріями, і вона постійно збільшує свою

популярність, займаючи значну частку ринку коміксів у багатьох країнах. Лише зараз видавці усвідомлюють цю нішу та звертають на неї увагу.

Варто не забувати про наявність комунікаційних каналів, таких як Instagram, TikTok та Telegram, які стають важливими для видавців. Якщо книгарні бажають конкурувати з онлайн-платформами, вони повинні стати більшими, ніж просто місцем продажу книжок [34]. Деякі книгарні вже реалізують щотижневі заходи, а на державному рівні відбувається оновлення бібліотек як щодо змісту, так і формату.

Найбільші видавці систематично або частково реагують на зміни, і вони готові інвестувати в рекламу, щоб знову привернути увагу громадськості. Вони звертають увагу на видання "помірно якісних" книжок і більш уважно слідкують за світовими трендами. Наприклад, зростання обсягу художньої літератури на світових ринках на понад 25% щороку свідчить про зростання потенційної аудиторії молодших читачів [14]. Розуміння цих особливостей блогів в Instagram і TikTok допоможе нам краще зрозуміти, як блоги трансформуються в книжки, та дозволить нам зробити висновки про специфіку цього процесу.

1.4. Особливості перетворення блогів у книжки

Процес перетворення блогів в книжки включає в себе кілька ключових етапів. Спочатку користувач, або блогер, обирає контент, який може бути трансформований у книжку. Це найпопулярніші дописи, особисті вибрані дописи, або те, що найкраще відображає тематику блогу. Чимало блогерів трансформують біографії у друковані доробки [7]. Згодом, обраний контент може вимагати адаптації для публікації у книжці. Це може включати в себе переписування тексту для більш формального стилю, редагування візуального контенту, або перетворення відео в статичні зображення [29]. Наступний етап – це дизайн і верстка книжки, а саме: розміщення контенту на сторінках, вибір шрифтів, кольорів та інші елементи графічного дизайну. Оформлення книжки може окреслювати стиль блогу, або мати власний унікальний дизайн. Щодо

публікації, книжку можна видати самостійно, або скористатися послугами видавництва. Кожен з цих підходів має свої переваги і недоліки, які варто враховувати. Останній етап – це маркетинг і продаж книжки. Блогери мають певні переваги в цьому контексті, оскільки вони вже мають свою аудиторію, яку можна зацікавити в покупці книжки. Особливості блогів на Instagram і TikTok можуть суттєво впливати на кожен з цих етапів, від селекції контенту до маркетингу і продажу.

1.5. Методи перетворення блогів у книжки

Перетворення блогів у книжки може бути вивчено з різних наукових підходів, включаючи, але не обмежуючись, соціологією комунікацій, медіа-студіями, культурними студіями та літературною критикою.

- **Аналіз контенту:** Цей метод зосереджений на аналізі контенту блогів, який потім перетворюється у книжки. Він дозволяє вивчити які типи постів найчастіше включаються в них, як вони адаптуються для книжкового формату, і як оформлення та структура книжки можуть впливати на інтерпретацію контенту.
- **Аудиторна аналітика:** Цей метод фокусується на аудиторії блогерів та їх реакції на перетворення блогів в книжки. Він може допомогти зрозуміти, як аудиторія сприймає цей процес, як вона взаємодіє із текстами, які були колись блогами, і як це впливає на їхнє сприйняття автора та бренду блогу.
- **Кейс-стаді:** Цей метод зосереджується на конкретних прикладах перетворення блогів в книжки. Він допомагає вивчити процес перетворення у деталях, включаючи вибір контенту, адаптацію, дизайн, публікацію та маркетинг.
- **Теоретичний аналіз:** Цей метод зосереджується на теоретичному розумінні процесу перетворення блогів у книжки. Він може включати вивчення літературних теорій, теорій медіа, теорій комунікації або інших релевантних теоретичних рамок, які можуть допомогти в розумінні цього процесу.

Перетворення блогів у книжки може бути виконано через ряд методів, кожен з яких вимагає різних навичок, зусиль і ресурсів. Ось декілька ключових методів:

- **Компіляція постів блогу:** Найбільш прямий спосіб перетворити блог на книжку полягає в компіляції вже існуючих постів блогу в структуровану форму [25]. Це може вимагати редагування, переписування або розширення окремих постів, але основний контент вже існує.
- **Блог як чернетка:** Деякі блогери використовують свій блог як місце для народження та розвитку ідей, які в подальшому перетворюються у книжку [9]. Письменники можуть експериментувати з різними ідеями в блозі, отримувати зворотний зв'язок від читачів, а потім використовувати ці матеріали як основу для більш широкого літературного твору.
- **Серіалізація:** Інший підхід до перетворення блогу в книжку – це серіалізація. Письменник публікує частини майбутньої книжки у вигляді серії постів в блозі. Це може бути особливо ефективно для тих, хто пише романи або подовжені наративи.
- **Використання агрегаторів контенту:** Існують служби та програми, які можуть автоматизувати процес збору постів з блогу для створення книжки. Однак, цей метод зазвичай вимагає додаткового редагування і корекції.

Отже, в цьому розділі було досліджено історію та розвиток блогінгу, а також розглянуто вплив соціальних медіа на сучасне письменництво. Блоги на Instagram та TikTok були обрані як примірники, оскільки вони представляють два різних формати блогінгу: в Instagram домінує візуальний контент, а TikTok зосереджений на коротких відео.

Кожна з цих платформ має свої особливості, які можуть вплинути на процес трансформації блогу в книжку. Instagram, з його візуально зорієнтованим контентом, може сприяти створенню візуально насичених книжок, тоді як

ТікТок, з його відеоорієнтованим контентом, може сприяти створенню текстів, зосереджених на повідомленні через відео або візуальні сценарії [39].

Особливості перетворення блогів у книжки також були розглянуті, і виявилось, що це складний процес, який вимагає вибору контенту, його адаптації, дизайну і верстки книжки, її публікації, а потім маркетингу і продажу.

Загалом, трансформація блогів у друковані видання – це складний процес, який залежить від багатьох факторів, включаючи тип блогу, вид контенту, і аудиторію блогера.

РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ ТРАНСФОРМАЦІЇ КОНКРЕТНИХ БЛОГІВ У КНИЖКИ З ВИКОРИСТАННЯМ ПЛАТФОРМ INSTAGRAM І ТІКТОК

2.1. Впливові особи та їхній досвід перетворення блогів у книжки: Колін Гувер та Юлія Сливка

У ході дослідження було виокремлено дві авторки, які успішно трансформували свої блоги у друковані книжки. Серед них – українська письменниця Юлія Сливка та американська – Колін Гувер.

Колін Гувер – це відома американська авторка, яка почала свою кар'єру як блогерка та в подальшому стала впливовою особою в літературному світі. Її досвід у перетворенні блогів у книжки є важливим вивченням для даної теми.

Гувер почала вести блог, щоб поділитися своїми думками та враженнями про життя, які вона переживала, та різноманітні емоції, що виникали в її особистому житті. Її щирий стиль письма, особистість та гумор швидко здобули популярність серед читачів, привертаючи велику кількість підписників. Вона вирішила перетворити свій блог у книжку після того, як усвідомила, що багато з її читачів цікавилися більш глибоким та більш структурованим зануренням в її думки та історії.

Однією з ключових особливостей перетворення блогу Гувер на книжку було збереження її унікального "голосу" та стилю письма. Її особистість, яка була відчутна в її блозі, була ефективно перенесена на сторінки, що дозволило їй втримати вірність своїм корінням як блогерки, в той же час використовуючи нову платформу для виразу своєї творчості [36]. Вона зуміла впровадити структурні елементи книжки для створення більш когерентного та цілісного твору. Це демонструє ефективне використання методів перетворення блогу в книжку, враховуючи потреби аудиторії, зберігаючи власний стиль та додаючи структуру, що властива книжковому формату.

Гувер є яскравим прикладом того, як блогер може успішно перетворити свій блог у книжку, використовуючи свої унікальні особистісні та творчі

ресурси. Її досвід показує, що блоги можуть бути потужним засобом для вираження особистості, думок та емоцій, які можуть бути успішно перетворені в книжковий формат для більш широкого розповсюдження та впливу. У 2022 році продажі творів ТікТок-зірки Коллін Гувер у США на 2,3 млн примірників перевищили продажі Біблії. Від початку року Гувер продала 7,3 млн паперових книжок (дані американського книжкового ринку NPD BookScan [15]).

Юлія Сливка – відома українська блогерка та письменниця, чий блог було перетворено на успішну книжку «Чуєш, коли прийдеш додому?». Її шлях від блогера до авторки книжок є важливим прикладом для дослідження перетворення блогів у книжки. Сливка почала свій блог як спосіб ділитися особистими думками, історіями із села Красне та враженнями про життя. Її блог серед читацького середовища маркується відвертістю, чуттєвістю та гумором, і саме це привернуло велику кількість прихильників.

Усвідомлюючи, що її аудиторія хоче більшого, Сливка вирішила перетворити свій блог у книжку, попри те, що в читацькому середовищі існувала думка про те, що такий формат не приживеться. Навіть на палітурці її друкованого видання є анотація «я не знаю, чи тексти, народжені в мережі й написані винятково в нотатках iPhone, зможуть жити поза її межами і чи не зруйнує їх папір. це – зухвала спроба перевірити...» [32].

Особистість Сливки та її досвід є свідченням того, як блоги можуть бути потужним відправним пунктом для літературної кар'єри. Її успіх показує, що важливою складовою у перетворенні блогу на книжку є збереження авторського голосу та стилю письма, а також адаптація до нового формату, який вимагає більшої структури та роздумів [24]. Тому є підстави вважати, що мережева література, що зародилася як нова форма написання та розповсюдження тексту, трансформує старі жанри художньої літератури, а також породжує нові[8].

2.3. Практичний аналіз трансформації блогу Юлії Сливки в книжку

“#Чуєш, коли приїдеш додому?” – це блог, що став книжкою. Її сюжетна основа – проста: окремі життєві віхи оповідачк, герої ж упізнавані: батьки, батьки батьків – дідо старенький, баба Богдана, дідо Богдан.

Зі спостережень Ірини Михайленко: “Тексти Юлії Сливки не схожі на інші твори, для інстаграм-спільноти вони стали відкриттям, адже раніше не писали на такі теми в мережі. Зокрема Юлія багато пише про віру, духовність, зв’язок з Богом, тому в текстах зустрічається біблійна, християнська символіка” [23]. Незважаючи на те, що в українській літературі зустрічається безліч подібних сюжетних колізій та образів, Юлія Сливка створила унікальні своїм внутрішнім потенціалом і зовнішніми виявами характери [5].

Юлія вважає свою аудиторію в Instagram своєю другою сім'єю, яка щиро зацікавлена у її життєвому шляху. Її читачі підтримали її ідею про написання книжки, що потрапила б на полиці книгарень, бібліотек, а також у приватні колекції книжок, розширивши тим самим коло її прихильників.

У Юлії є регулярні рубрики на її блозі, особливо популярною є "мовна поліція". Її історії про повсякденне життя "#баба_Богдана" і "#дідо_Богдан", використовуючи прекрасну розповідь, вражають її 66 тисяч читачів на Instagram. Юлія акцентує увагу на унікальності національного характеру в своїх історіях, підкреслюючи індивідуалізм, естетику, антеїзм, працьовитість, гумор. Вона також акцентує на традиційних моральних цінностях українців, таких як любов до близьких, повага до старших, виховання дітей, милосердя:

«Я скоро приїду, ба.

більше не кажу нічого. ба, тільки дочекайтесь з дідом. добре?

я – скучила» [32].

Через автобіографічний наратив Юлія Сливка перспективно увиразнює екзистенційний потенціал інтернет-новел: швидкоплинність людського життя, материнство, соціальні негаразди, прийняття/неприйняття смерті і навіть роздуми над Святим Письмом. Сумлінність і самокритичність авторки і водночас відвертість в емоціях і переживаннях, чесність, хоча швидше безпосередність, у приватних інста-розповідях. Теги слугують гідом у блозі Сливки, як от

#компліменти_баби_Богдани; #Красне_ясне; #баба_Гандзя; #дідо_старенький;
#Дарка_Сливка; #Кнопочка_молодша; #Дзвонить_баба;
#сливка_за_кулісами_інстаграму; #убого_про_Бога; #старість_на_радість;
#дещо_про_смерть та ін., і мотивують думку про дещо терапевтичну функцію книжки «#Чуєш, коли прийдеш додому?». Не випадково майже кожна із 17 інтернет-новел авторка часто завершує щирими побажаннями («І нехай щасливим буде Ваш Мафусаліїв вік»[32]), риторичними питаннями («Один день – мало?»; «Навіщо йти туди, куди Вас не хочуть впускати?» [32]), що активізують читацькі увагу й мислення.

У 2018 році Instagram-новели Юлії Сливки опубліковані окремою книжкою «#Чуєш, коли прийдеш додому?» у львівському видавництві «ASTRUM», що була відразу ж премійована спеціальною відзнакою Book Forum Lviv 2019. Творчість авторки стала своєрідним відкриттям для широкого читацького загалу. Але водночас поновилася дискусія про українську мережеву літературу, зокрема, чи втрачає надрукований текст, що повинен існувати лише в електронному форматі, свої жанрові ознаки, композиційну структуру, наративні особливості. Сучасний читач може порівняти обидва варіанти й обрати для себе максимально прийнятний. І в тому, і в тому вигляді інтернет-новели Юлії Сливки тільки утверджують думку: українська масова проза різнорідна та оригінальна [38].

2.3 Практичний аналіз феномену мережевої літератури Колін Гувер

Розглянемо і феномен Колін Гувер. Вона опублікувала свій перший роман "Slammed" у 2012 році, і відтоді безперервно випускає кілька нових книжок на рік. Значна частина її робіт пережила зростання популярності завдяки BookTok. Вона є авторкою книжок № 1 і № 2 у списку бестселерів New York Times від 9 жовтня: «The Truth» (43 тижні в списку) і «It ends with us» (68 тижнів). Обидві були опубліковані більше трьох років тому. Лише за минулий рік примірники її книжок перевищили продажі Біблії [36].

У 2021 році, через п'ять років після першого випуску, продажі її книжки під назвою «Все закінчується нами» експоненціально зросли. До кінця першого місяця виходу книжки на ринок було продано 21 000 примірників. Автор помітив стрибок продажів в останньому кварталі 2020 року, а до 2021 року цей стрибок продажів став експоненціальним: лише за рік було продано 308 000 копій. Багато критиків вважають, що це зростання продажів може сприяти успіху TikTok, і зокрема BookTok. У 2022 році, було продано понад чотири мільйони примірників «Все закінчується з нами», а також 20 мільйонів книжок Гувер було продано по всьому світу [14].

Група шанувальників Колін Гувер називає себе Когортою. Вони шаленіють від авторки і вихід кожної нової книжки стає для них справжнім емоційним потрясінням, яке неодмінно публікується у соцмережі Tik Tok.

18 жовтня 2022 року Гувер публікує книжку «It ends with us», довгоочікуване продовження роману «It starts with us» 2016 року. Авторка має за плечима вже два десятки романи. Усі ці книжки — важкі історії про ментально травмованих людей. В читацьких колах навіть жартують, що після прочитання роману Гувер потрібно одразу подзвонити власному психотерапевту. Авторка здобула шалену популярність в TikTok, де хештег #ColleenHoover переглянули понад 2,4 мільярда разів.

«Я ніколи не плачу, коли читаю книжки, але ця кінцівка змусила мене ридати, як дитина», — написав один користувач. «Я ось-ось досягну емоційного дна, тому мені було цікаво, чи комусь щось потрібно взяти, поки я там», — додав інший блогер, тримаючи копію «It Ends With Us» [31].

Романи Гувер досліджують темні теми: насильницькі стосунки, токсичну маскуліність, сексуальне насильство, емоції від викидня, романтичну невірність. В інтерв'ю вона відкрито розповідає про свій особистий досвід, коли їй доводилось зустрічатись із деякими жахливими речами, про які вона пише. Гувер сказав, що її батько фізично знущався над її матір'ю, і що на написання «It ends with us» її надихнула власна мати. Роман знайомить читачів з Лілі —

квіткаркою, яка виросла з жорстоким батьком. Лілі має чоловіка на ім'я Райл, який є ревним нейрохірургом, який перетворює її життя на пекло. Райл стає особливо ревним і мстивим після того, як Лілі випадково зустрічає своє перше кохання, Атласа. Коли Лілі дізнається, що чекає на дитину від Райла, то мусить вирішити, чи буде вона продовжувати терпіти жорстоке поводження або ж прийме важке рішення. «It starts with us» починається з того ж місця, де закінчується епілог попереднього роману. Оповідь зосереджується на стосунках між Лілі та Атласом.

Більше того, деякі читачі помітили, що книжки на кшталт «It ends with us» змінили їхні погляди на домашнє насильство: допомогли їм зрозуміти, чому партнеру, який зазнав побиття, може бути важко покинути кривдника, якого він все ще любить. Гувер говорить, що має багато особистих історій від фанатів. «Я чула від читачів, які вийшли з жахливих стосунків, що мої книжки надихнули їх на це. Це найдивовижніша річ, на яку я тільки могла сподіватися», — сказала вона в інтерв'ю TIME [15].

Популярність Гувер свідчить про культурні зміни, які відбулися за останні кілька десятиліть. Ще 50 років тому в суспільстві не говорили про травму», — каже вона. Люди повинні були тримати все в собі. Тепер, з кожним новим поколінням, це змінюється. Стало набагато більше обізнаності та співчуття до історій про травми, тож у людей є більше можливостей, щоб дізнатися про цю тему.

В ідеалі читачі сприймуть такі романи, як «It ends with us» та «It starts with us», такими, якими вони повинні бути: розважальними та захоплюючими. Цієї думки притримується Голдфарб. Вона вважає себе прихильницею Гувер і не відчуває, що матеріал їй зашкодив. «Але в мене є перевага, бо людина, яка пережила власну травму та вже пройшла довгу терапію», — каже вона [15].

У своїх соціальних мережах Колін Гувер має мільйони підписників. Насправді на всіх платформах Гувер має понад 4 мільйони підписників, з них 1,9

мільйона підписників в Instagram, 1,1 мільйона підписників у TikTok, 180 300 підписників у Twitter і 876 000 підписників у Facebook. Гувер також є другою авторкою за кількістю читачів на Goodreads після легендарного Стівена Кінга [36]. Atria, видавець Гувер, підтвердив, що її найпопулярніші книжки, які були представлені в TikTok, провели «загалом 151 тиждень у списку бестселерів The New York Times» [37]. Масова кількість підписників Гувер на її облікових записах у соціальних мережах може сприяти великій кількості продажів, аналізуючи кількість людей, які слідкують за нею, які також можуть, і також роблять, передавати любов до її книжок із вуст в уста своїм друзям і родині.

ВИСНОВКИ

За останні роки соціальні медіа значно змінили ландшафт сучасного письменництва, впливаючи на процес створення та споживання літературних творів. Розвиток блогінгу надав письменникам можливість безпосередньо взаємодіяти зі своєю аудиторією та адаптуватися до цих змін. Трансформація блогів у книжки на популярних платформах соціальних медіа, таких як Instagram та TikTok, стала актуальним явищем у сучасній літературі. Це свідчить про необхідність постійного оновлення норм жанротворення та урахування хронотопних властивостей дискурсу.

У процесі написання роботи були досліджені теоретичні основи трансформації блогів у книжки, включаючи історію та розвиток блогінгу, вплив соціальних медіа на сучасне письменництво, а також особливості блогів на платформах Instagram і TikTok. Дослідження показало, що блогінг пройшов значний шлях розвитку з появи перших онлайн-щоденників до високоорганізованої і масової активності, яка відбувається сьогодні на платформах соціальних медіа. Соціальні медіа відіграли велику роль у формуванні сучасного літературного процесу, надаючи авторам можливість взаємодіяти безпосередньо з аудиторією та адаптуватися до змін у споживанні контенту [19].

Із виникненням віртуальної комунікації актуальності набуло питання жанротворення: з'явилися суто мережеві жанри, тобто характерні тільки для інтернет-комунікації. Активна еволюція жанрів, вільна комбінація ознак різних жанрів в одному творі, створили передумови до теорії жанрів, яка постійно оновлюється. Відповідно до зазначеного, постає необхідність вивчення норм жанротворення відповідно до динаміки інтернет-комунікації та з урахуванням хронотопних властивостей дискурсу.

Було також розглянуто конкретні методи та практики перетворення блогів у книжки, а також досвід впливових осіб в даній сфері. Виявлено, що перетворення блогів у книжки може бути важким процесом, що вимагає глибокого розуміння контексту матеріалу, а також творчого і доброзичливого

підходу до адаптації контенту. За допомогою практичного аналізу конкретних випадків перетворення блогів у книжки було виявлено, що успіх такого проекту залежить від різних факторів, включаючи якість оригінального контенту, розуміння аудиторії та вміння ефективно використовувати доступні інструменти.

На підставі цього дослідження можна зробити висновок, що така трансформація є потужним інструментом в руках письменників, що використовують соціальні медіа. Проте, для досягнення успіху в цьому процесі, авторам потрібно добре розуміти особливості платформ, на яких вони працюють, та постійно вдосконалювати свої навички та методи [26].

У ході практичного дослідження особливостей трансформації блогів у книжки було вивчено досвід двох видатних блогерів – Юлії Сливки та Колін Гувер. Їхній успіх в перетворенні блогів у книжки свідчить про величезний потенціал цього методу для сучасних письменників, але також висвітлює певні виклики.

1. Юлія Сливка

Вивчаючи перехід Юлії Сливки від блогу до книжки, було виявлено, що ключем до її успіху було поєднання унікального голосу, сильного письменного стилю та глибокого розуміння своєї аудиторії. Вона вміло використовувала блог як місце для експериментування з ідеями та формами, що в кінцевому рахунку утворили основу її доробку. Однак, перехід до книжки також вимагав від Юлії Сливки більш строгого структурування та глибокого редагування її оригінального контенту, щоб він міг відповідати тревам друкованого формату.

2. Колін Гувер

Досліджуючи досвід Колін Гувер, авторки численних бестселерів, можна побачити, як вона ефективно використала свій блог як середовище для серіалізації своїх книжок. Це дало їй змогу відразу ж отримувати зворотний зв'язок від читачів та адаптувати свою роботу відповідно.

Цей підхід вимагає високої організації та дисципліни, оскільки вимагає регулярного оновлення контенту. Крім того, для перетворення серіалізованих

постів в книжку, Гувер мала вдатися до важкої роботи зі складанням та редагуванням, щоб перетворити розрізнені пости блогу в цілісну історію. Важливою особливістю досвіду Колін Гувер є те, що вона активно використовувала свою платформу в соціальних медіа для просування своїх книжок, які фактично народжувалися за замовленнями читачів. Її вміле використання маркетингу в соціальних медіа сприяло її успіху як автора бестселерів. Аналіз відгуків читачів на книжкові версії блогів показує, що успіх таких творів залежить від оригінальності голосу автора, сильного письмового стилю та здатності розширювати та адаптувати оригінальний контент. Важливо також забезпечити строге структурування та глибоке редагування оригінального матеріалу, щоб забезпечити високу якість книжкової версії.

Загалом, вплив соціальних медіа на літературу, зокрема трансформація блогів у книжки, є важливим явищем сучасного літературного світу. Це створює нові можливості для письменників та дозволяє їм залучити широку аудиторію. Однак, успішна трансформація вимагає глибокого розуміння соціальних медіа, креативності та майстерності в адаптації контенту для різних форматів. Отже, ці два випадки показують, що перетворення блогу на книжку – це не просто процес перекладу контенту з одного формату в інший. Це вимагає глибокого розуміння аудиторії, уміння адаптувати та розширювати оригінальний контент, а також здатності використовувати платформи соціальних медіа для просування кінцевого продукту.

ТВОРЧА ЧАСТИНА

коли ми вперше зустрілися, він обпік мене палючим сонцем так, що ніс одразу вкрився ластовинням. він шумів, примхливо заявив, що мрії не справдяться швидко, ляснув обличчя гарячим повітрям і зник.

•

коли ми вдруге вирішили щось будувати разом, він сидів на Золотих Воротах, звівши ноги, підморгнув і знову зник у шумі тисячі автівок, розчинився між задубілих пальців, поскрипуючи несподіваним снігом.

•

ми брали паузи в пів року, а потім я знову поверталася і хотіла думати, що це моє, що таки не помилилася. просто не час, просто треба дати собі можливість перевести подих.

•

зараз він купається у цвіті, переливається ароматами кави, свіжої випічки, бензину, цигарок на зупинках і тюльпанів у переходах. я нарешті дихаю з ним. часом закладає у вухах, паморочиться у голові від безперервного руху, двоїться в очах від безміру людей і барв. він вабить розкішшю хмарочосів і спокоєм вуликів-панельок, вмикає улюблені пісні в кав'ярнях, але досі знизує плечима на питання «то тепер усе добре, чи як?». він не дає жодних гарантій, але жонглює можливостями, жбурляє їх під ноги, як м'яча, й заливається дзвінким сміхом.

•

він усівся на підвіконні, розкуйовджений весняними вітрами, глухий від співу птахів, забрюханий теплим дощем. стрибає маленькою кузькою, злітає до неба й, розігнавшись, мчить униз, щоби втонути в буянні вишень. він – хлопчисько-хуліган, шепоче теплим вітром у волоссі, переливається мерехтінням ліхтарів й відблисками сонця у шибках. він – метушливий Київ, і в його хаосі я нарешті відчуваю себе.

•кордон•

із самого дитинства я була небезпечною жінкою: ганяла з автоматом Калашникова, дивилася "Слідство вели з Леонідом Каневським", готувала зелений борщ краще за всіх і навіть організувала демократичну жіночу партію. усе б нічого, але автомат був пластмасовим, слідство – нецікавим, борщ – із листя малини, дощової води та піску, а партія "візьми дівча у квача" розформувалася за дві години.

•

словом, я була крутою, як і всі товариші зі двору. ми були схожими на Гострих картузів, тільки без картузів і замість Бірмінгемського "Hello", "шокали" у Сквирі. а втім, будь-які конфлікти вирішували не просто як озброєні головорізи, а з честю:

•

мала Настя тупцяла ногами так, що пил підіймався й опадав сивим попелом на щойно вимиті фіолетові шльопанці з Міккі Маусом – не хотіла ділитися із кимось клаптем заасфальтованого двору, а я не могла пережити її нахабного вторгнення на чужу траву. будинок №60 поділений на три родини, от тільки подвір'я – спільне, треба миритися.

•

тоді я накреслила палицею невидиму лінію між чорним асфальтом і зеленою травою.

– це ось, – кажу, – кордон. поняла? ти не йдеш на мою траву, а я не лізу на твій асфальт. домовилися?

– ну й не дуже мені хтілося. іди собі на свою траву, – сквирилася та як середа на п'ятницю.

•

і кожна стерегла свій кордон так віддано, що й муха не пролетить і миша не пролізе. до самісінького вечора.

•

– добре, – врешті каже Настя, – мені надоїло, так неінтересно. давай ти будеш ходити по асфальту, коли я дозволю, і я по траві, коли ти?

•

дві сторони потисли руки.

•

минуло 9 років, я вже не гангстер і не ганяю навколо дому з автоматом, але про кордон пам'ятати мушу. власний, невидимий. і стерегти його. але вже не від Насті.

я маю дивне переконання, що шкарпетки можуть сказати багато про людину. наприклад, що вона хоче здаватися мамкиним хуліганом, але насправді пухка й тепленька. або напис «блек бакарді» приховує панянку, яка задоволено сьорбає балтику дев'ятку із бляшанки. шкарпетки можуть сказати, що вона – жертва моди або просто з Житомира. не пам'ятаю, на що вказували динозаври, але то було кохання з першого погляду.

•

він був чорнявим і патлатим. настільки, що теліпав головою кожних п'ять секунд, коли густі пасма налазили йому на очі. сережка у вусі зі шпильки виказувала в ньому авантюриста, а вцент розтросчений екран телефону – пофігіста, а загадкова посмішка – романтика.

він вийшов на виставковому, прямуючи широкими кроками до ескалатора, тоді як шарф на довгій шиї вальяжно розвівався від дихання підземки. я дріботіла за ним, орієнтуючись у натовпі на зеленого динозавра, який визирав із взуття, всміхаючись білими зубенятами. він ішов, похитуючись у такт якійсь музиці, а я тим часом планувала, як ми назвемо першу дитину, куди подамося на медовий місяць і чи приїде дядько Сашко із Сибіру на весілля. він звернув біля арки в студмістечко, лишивши мене й одnogрупницю, із якою ми уздріли те чудо, в рожевих мріях.

•

усе йшло чудесно – виявляється, він жив у моєму гуртожитку, слухав якийсь треп, робив селфі у ванній і не змінював шкарпетки вже третій тиждень. авжеж, він одягав усе чорне, похмуро всміхався кутиками губ, мабуть, писав музику й верлібри з матюками, пив кисле американо без цукру, курив шось смердюче, сидячи в капцях на лавці в –5, і публікував статуси про те, що жись-тлен. дівчата казали, що він просто якийсь дурило, а я думала, що відпустка в Залізному Порту на базі «Русалонька» – це теж відпустка.

•

наша любов умерла тоді, коли на касі в АТБ на моє «привіт» він відвернув чорняву голову. я взяла київський батон і молоко, він – чіпси «Своя лінія» і

кемел. а чавкотів жувальною гумкою так, що касирка Галя не змогла порахувати решту з першої спроби.

•

тоді я таки зрозуміла, що ми надто різні й поховала те кохання під блоком із цигарками й еко-пакетами.

•

звісно, моє серце було розтрощене його білими найками, в яких знову вимирали динозаври, але склянка какао таки змогла заліпити тріщини липким зефіром. а він ходив собі далі зі шпилькою у вусі, загадково всміхаючись першокурсницям у метро й теліпаючи макітрою під якийсь треп, тільки я тепер вмирала за Алексом Тернером.

•

вір після цього шкарпеткам.

якби колись мені запропонували обрати якусь суперсилу, я б, певно, розгубилася. а як іще можна не зависнути, коли серед каталогу є вміння із першого разу відшити того козляру, коли він каже, що точно змінився і тепер усе буде інакше?

•

авжеж, хотілося би й того Торового молоточка, міні-версію, щоб у косметичці носити. якесь падло каже, що не треба було б ту булочку купувати, бо вона неодмінно помахася руцею із солоденьких стегон, а ти його – бац молоточком, і казочці кінець. кордони відстоюються тільки так, любий, нічого особистого. кишеньковий злодій у метро звабливо підморгує і суне долоньку в кишеню сумки, очевидно, щоби поцупити чек із передбаченням «сьогодні не ваш день», а ти його – торох молоточком по голівоньці. та й усе. бабця із картою торбою аплодує стоячки.

•

а як же вміння доречно випалювати той нереальний жарт у компанії, від якого у всіх животі тріснуть зо сміху? або суперсила, яка дозволяє не згадувати перед сном факапи десятирічної давності, коли ти зарила носом прямо в черевики блакитноокої любові, який так скидався на Фродо Бегінса і Тобі Магвайра водночас...

•

інколи хочеться мати щось кльове, як у месників. бути супергеройкою, у відповідь налякати до гикавки двійко-трійко йолопів, які свистять дівчатам із таткових автівок увечері, врятувати світ від дівочих махань головою із кальяних, чи від несмачних сирків у глазурі. але в мене зі спорядження замість костюму залізної людини – бра, яке тільки час від часу штрикає металевими кісточками і болюче врізається у шкіру. заплутані навушники замість павутини Пітера Паркера: вбити не вб'ють, але внутрішнього Халка звільнити зі сховку психологічних блоків цілком здатні. замість блискавок та іскор – наелектризоване ВСЕ після дня обіймів із синтетичним коциком.

•

посеред усього цього надприродного дива завше забуваю, що і я сама собі – героїнка. і ви. і ви. і ви, аякже. Один у фільмі «Тор: Рагнарк» казав, що Мйольнір, тобто молот бога блискавок і грому, міг утримувати міць, спрямовувати її, але не був її джерелом. словом, можна махати чарівним прутиком, перевтілюватися в зелену брилу й метати щита, але справжня обитель сили – всередині. власний каталог супер умінь, яких, може, нема ні у Стіва Роджерса, ні в Чорної Пантери.

•

опанувати б ту силу. відчути. зрозуміти. і серед розмаю залізних комбінезонів і латексних легінсів, хочеться обирати її. себе. завжди.

легше жити у казках, де на героїв гарантовано чекає хеппі-енд. але спершу ти – прекрасна принцеса, яка потерпає від гніту фантастичної тварюки. він – прекрасний принц у білих адіках, який мимохіть уздрів тебе в метро і зразу закохався. настільки, що по гарячих слідах десь вичепив залізного коня і пів царства у новобудові на Печерську. і тут все вже мало би бути ідеально – тварюка вмирає наглою смертю від руки відважного царевича, а далі – королівська рутинна, десяток дітей і незліченні багатства тарілок із метеликами-квіточками.

•

але доля скіпетром любові дає тобі копняка. згадуєш, що на завтра треба здати творчу роботу про синкретизм у «Наталці Полтавці» й відлітаєш в астрал. принц понуро виходить на Іподромі. хто взагалі там виходить? словом, ваші шляхи не перетинаються, і ти, красива, сильна й незалежна, чвалаєш сама рятувати себе від дракона, злої вахтерки, списку реченців та квитанції за комунальні послуги.

•

а хочеться ж простого людського – парні худі, залізного коня на прізвисько Мерс і описи приватних профілів «люблю його/її, не пишіть мені».

•

і жарти жартиками, але як тут дивитися бабі в очі, коли вона думає, що ти вся така зіркова тільки й обходиш штабелі зі скошених хлопців, які падають і самі складаються в рядочки від твоєї краси? а у вільний час вдосконалюєш вміння відшивати мужчин і відхиляти пропозиції жить долга і счастліва.

•

принц виходить на Іподромі.

•

і тут, власне, мав би бути й кінець казочці. не дуже щасливий, зате цілком реальний. ти човпеш до своєї дев'ятиповерхової башти із вірним коханим Цербером, чухаєш його за вушком і кажеш, що тобі ніхто більше не потрібен. прокручуєш перед сном у думках сценарії, які ніколи не справдяться і думаєш, що таки треба було згубити одного кеда, як Попелюшка, чи із розумним

виглядом читати якесь «Мистецтво пофігізму», підкреслюючи найбільш влучні цитатки, чи загадково підперти стіну вагону, час від часу поглядаючи на принца з-під непролазних хащів ламінованих війок. ну ясношо для того, аби він ще кілька років штурмував пабліки на кшталт «іщу тебе кіев...».

•

а далі – все за каноном казок ХХІ століття. вони якось зненацька починають піклуватися про себе більше, аніж колись. крокують до усвідомлення власних потреб і спрямовування енергії у правильне русло. розуміють, що іноді вигорати – це ок. а токсичні relationship – не ок.

допоки одного прекрасного дня не стикаються маска в маску в тій же підземці й вирушають у напрямку «довго і щасливо» на Печерську, забравши попід білі руки пухнастого Цербера, який на ходу обслинює жениха.

•

авжеж, із милим рай і в метро та халабуді. якщо та халабуда емоційно стабільна.

Ох і зими колись були. Не те, що зараз. на Василя снігу навалить по самісінького живота, який аж репає від святкових наїдків. Ідеш, ледь ноги волочиш, а вони ж іще й роз'їжджаються в боки. Мороз щипає за червоні щоки, колготи муляють у ребра, комір натирає підборіддя, із носа потрохи дзюрить, а ти котишся щасливий, як слон, слідком за старшими – ватага йде кататися.

•

Внизу, понад берегом, тихо шумить вітрець. І темно там – хоч в око стрель. видно тільки цівочки диму, що неспішно куряться із димарів, готуючись закоптити вечірнє небо, долинають звідкись побрехеньки собаки, завивання вітру над ставом і «Щедрий вечір» у виконанні вже добряче захмелілого дядька Степана.

•

Коли-не-коли пощастить вчепити старі санки із залізною спинкою.

А як ні, то підклав пакета під себе – і мчиш зі схилу, до ставка, аж за вухами лящить. А потім, очмарілий, із розпашілим буряковим обличчям, що ледь визирає на світ божий з-під трьох капюшонів і шарфу, яким мама вкутала напередодні, дерешся нагору, а тоді знову – шубовсь униз.

•

Катаються всі доти, доки спина не стане мокрою, як хлющ, а сніг не запхається у найнеочікуваніші місця й осяде інеєм на пухких віях.

•

Потім старші дівчата, поводитирі ватаги, рихтуються кликати якогось парубка. Хтось із кимось бреде попереду, хтось змучено чвалає позаду, пожбурюючи ногами хрумкий сніг. Тільки й чути, що «де ж ти мій сужений, на голову контужений...» і пожбурюють чоботом хто куди. Нема його. А втім, вони далі чіпляються до пересічних хлопаків, питаючи імені. Сірожа їм не до шмиги, Лавр – дуже екзотично, Вася – підходить. Чобіт уже й так, і с'як, а судженого не видно. Нехай не поспішає, сердешний. Тяжко – одному Василеві на всіх.

•

Ото зими були! Не те, що зараз. напхаєш снігу за пазуху і несеш до хати, чвалаючи поряд зі щасливою Машею, яка собі наворожила Пашку Прилучного в

женихи, і єдине, що турбує, окрім мокрого одягу й задубілих пальців – два уроки математики завтра. Життя!

коли кийівські гопники дають стусанів БТРу, звичайні мужики з цигаркою в зубах голими руками несуть міну геть, ворожий корабель посилають на, dude у Дніпрі накладає на ворожу мітку, а найпопулярніший напій місяця не капуч на рослинному, а Бандера-смузі, я знаю – ця країна житиме.

•

до неї завше всім є діло. і завше нам не можуть дати спокою. я й сама собі заздрю, що українка. особливо тоді, коли всі людські серця б'ються в унісон.

•

страшно тримати тривожну валізу біля себе і спати в спортивному костюмі, коли щосекунди може заверещати сирена. страшно снідати й вечеряти гіркими новинами, слідкуючи за подіями у державі. страшно годину чекати відповідь на повідомлення «як ти?».

•

але нині ми єдині, як ніколи. ми сильні, незламні, натхненні. ми лупцюємо окупанта, пожбурюємо його кирзовий чобіт до бісової матері та кажемо, хто тут господар.

•

усе буде. скоро знову зберемося у столиці, на півдні, півночі, сході та заході. бахнемо любимого капуча і котлетку з пузатої.

•

а поки – гуртуймося, тримаймося і борімося. все буде.

•

Слава Україні!