

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Міністерство освіти і науки України

Кваліфікаційна праця

на правах рукопису

Ковальова Олександра Дмитрівна

УДК 070:[316.472.4:004.738.5:028-053.6(477)](043.3)

ДИСЕРТАЦІЯ

**СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ
ЯК СЕРЕДОВИЩЕ РОЗВИТКУ
ЧИТАЦЬКОЇ КУЛЬТУРИ ПІДЛІТКІВ**

061 — журналістика

Подається на здобуття наукового ступеня

доктора філософії в галузі знань «Журналістика»

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

_____ О. Д. Ковальова

Науковий керівник:

Крайнікова Тетяна Степанівна,

доктор наук із соціальних комунікацій, професор

Київ 2025

АНОТАЦІЯ

Ковальова О. Д. Соціальні мережі як середовище розвитку читацької культури підлітків. — Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 061 — Журналістика. Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, 2025.

Проблема підліткового читання набуває стратегічного значення, оскільки освічене суспільство здатне бути конкурентоспроможним на світовій арені. Однак соціологічні дослідження показують, що лише 13% дітей в Україні щоденно читають книжки, а 57% роблять це з примусу (Всеукраїнське соціологічне дослідження «Читання в контексті медіаспоживання та життєконструювання», 2020). В умовах зростання популярності електронних та аудіокниг, а також соціальних мереж, підлітки все більше сприймають книгу як один із засобів інформації, а не як «підручник життя». Соціальні мережі можуть бути використані для розвитку читацької культури, просування навчальних проєктів та формування медіакритичного ставлення серед підлітків.

Мета дослідження — з'ясування середовищного потенціалу соціальних мереж для просування читацької культури українських підлітків, стратегічного людського розвитку молоді.

Така мета передбачає об'єктивний погляд на комплексну проблему сучасного «нечитання підлітків», пізнання підлітка як якісно нового типу читача, дослідження можливостей креативного використання соцмереж для розвитку читацької культури підлітків замість марної їх критики.

Досягнення зазначеної мети зумовило необхідність вирішення таких наукових та практичних завдань:

1) Зробити огляд наукових досліджень про читацьку культуру, формати, алгоритми, функціонування соціальних мереж, поведінкові моделі підлітків, зібрати дані вторинних емпіричних досліджень.

2) Розробити методiku проведення дослідження потенціалу соціальних мереж для розвитку читацької культури підлітків.

3) Провести первинні медіадослідження: моніторинг популярних соціальних мереж (книжкові спільноти, лідери думок), експертні інтерв'ю та анкетування підлітків для з'ясування інформаційних потреб підліткової аудиторії у споживаних медій.

4) Описати результати дослідження потенціалу соціальних мереж для розвитку читацької культури підлітків.

Об'єкт — найбільш відвідувані українськими підлітками соціальні мережі: ТікТок, Ютуб та Інстаграм.

Предмет — середовищний потенціал соціальних мереж для розвитку читацької культури підліткової аудиторії, самоконструювання підлітка як читача.

Теоретична база дослідження. Теоретична база дослідження побудована на міждисциплінарному підґрунті — інтегрує концепції теорії аудиторії, медіакультури, читацької культури, соціальних мереж, маркетингу, мотивації та навчання. Важливими є праці Ж. Дерріда, Г. Р. Яусса і В. Ізера, які досліджували читання як феномен інтерпретації та комунікації, а також концепти сучасної літератури, трансформації читання та його інтерпретації через цифрові медіа. Теорія соціальних мереж базується на ідеях Дж. Барнса, А. Каплана та М. Халейна, які визначають соцмережі як структури з вузлами та зв'язками. Н. Зелінська, Е. Огар, Т. Крайнікова аналізують медіакультуру та читання в контексті українського суспільства.

На основі напрацьованої теоретичної бази виявлено прогалини в знаннях, сформульовано наукову проблему — і висунуто **гіпотези**:

1) Соціальні мережі — це публічні простори, середовища, в яких підлітки, як «цифрові аборигени», «мережеве покоління», задовольняють свої потреби в спілкуванні, інформації, розвагах.

2) Соціальні мережі володіють комунікативним, просвітницьким, рекреаційним та іншими потенціалами, які можливо використати для формування та просування читацької культури підлітків.

Матеріал дослідження. В основу дослідження покладено зібраний емпіричний матеріал у соцмережах ТікТок, Ютуб, Інстаграм:

- *ТікТок*: акаунти 2189 авторів із 37 725 публікаціями;
- *Ютуб*: 936 акаунтів із 7866 публікаціями;
- *Інстаграм*: 455 авторів із 5031 публікацією.

На основі алгоритмів системи YouScan в подальшому були сформовані вибірки із цих матеріалів, які підлягали аналізу.

Методологія дослідження. Дослідження виконане за допомогою комплексу методів. Серед теоретичних методів: аналіз, синтез, порівняння, класифікація, узагальнення.

У дослідженні використано емпіричні методи:

- анкетне опитування підлітків «Читання книг і соцмережі» (2023), яке дало змогу дослідити взаємозв'язок між читацькими звичками та активністю підлітків у соціальних мережах;

- медіамоніторинг контенту читацьких спільнот «Українські книжкові спільноти» на платформі YouScan (01.09.22 — 31.08.23), що забезпечив кількісну та якісну оцінку популярних тем і трендів серед українських читачів у соцмережах;

- експертне інтерв'ю «Онлайн-контент про книги в освітньому процесі» (2024), яке сприяло глибшому розумінню ролі онлайн-контенту в формуванні читацької культури підлітків та інтеграції книжкових рекомендацій у навчальний процес через цифрові платформи.

Етап первинних емпіричних досліджень був проведений у вересні 2022 — серпні 2023. Був проведений моніторинг популярних соціальних мереж, включно з аналізом діяльності читацьких спільнот, книжкових блогерів та освітніх проєктів; організовано опитування підлітків для виявлення їхніх читацьких інтересів, вподобань та способів використання соцмереж.

Етап аналізу та інтерпретації даних проведено в період січень 2024 — серпень 2024. В цей період здійснено експертні інтерв'ю з викладачами та книжковими блогерами, що дозволило отримати якісні дані щодо потенціалу

соцмереж у розвитку читацької культури. Його результати акумульовано в Розділах 3–4, висновках до розділів та загальних до дисертації.

Робочі гіпотези в процесі дослідження підтверджено.

Основні висновки роботи:

1) Соціальні мережі — це специфічна конфігурація умов і реалій, публічні сфери, середовища, в яких відбувається людський розвиток. У цих середовищах підлітки задовольняють потреби у спілкуванні, доступі до інформації та розвагах, що, у свою чергу, створює передумови для інтеграції читацької культури у їхнє повсякденне цифрове життя.

2) Соціальні мережі володіють середовищними потенціалами для розвитку читацької культури підлітків:

- комунікативний;
- рекреаційний;
- просвітницький.

Інтерактивне середовище соцмереж сприяє обговоренню літератури, обміну думками та формуванню читацьких спільнот, що стимулює розвиток читацьких комунікацій. Завдяки доступу до просвітницького контенту соцмережі задовольняють пізнавальні потреби підлітків, популяризуючи читання та формуючи зацікавленість до літератури. Рекреаційні та психотерапевтичні можливості цих платформ створюють комфортне середовище для емоційного відновлення, підтримують пошук книжок, що відповідають індивідуальним емоційним потребам, інтегруючи читання у повсякденне життя молоді.

3) Соціальні мережі слід розглядати не як платформи для безпосереднього читання книг, а як середовище для комунікації про книги, обговорення літературних творів та їх популяризації.

Книжкові спільноти в соцмережах (Букток, Буктуб і Букстаграм) є платформами, які формують новий формат читацької комунікації. Вони забезпечують підліткам простір для обговорення літератури та розвитку читацьких звичок через інтерактивні формати контенту.

4) Підлітки використовують читання для ескапізму та емоційної розрядки, а

популярні жанри слугують антистресовим інструментом, підтримуючи психологічне благополуччя в умовах сучасних викликів.

Ключові слова: людський розвиток, культура читання, читацька культура підлітків, соціальні мережі, середовищний потенціал соціальних мереж, читання в соцмережах, читацькі спільноти, український Букток, український Буктуб, український Букстаграм.

ABSTRACT

Kovalova O. Social Networks as a Medium for the Development of Adolescent Reading Culture. — A qualification research paper in manuscript form.

issertation for the Degree of Doctor of Philosophy (PhD) in Journalism (Specialty 061). Taras Shevchenko National University of Kyiv, 2025.

The issue of adolescent reading has acquired strategic significance, as an educated society is capable of competing on the global stage. However, sociological studies indicate that only 13% of children in Ukraine read books daily, while 57% do so under compulsion (All-Ukrainian Sociological Study "Reading in the Context of Media Consumption and Life Construction", 2020). With the growing popularity of e-books, audiobooks, and social networks, adolescents increasingly perceive books as merely a source of information rather than a "guide to life." Social networks can be leveraged to develop reading culture, promote educational projects, and foster media literacy among adolescents.

The aim of this study is to explore the potential of social networks in promoting the reading culture of Ukrainian adolescents and facilitating their strategic human development.

This objective entails an unbiased examination of the complex issue of modern adolescent "non-reading," an analysis of the adolescent as a qualitatively new type of reader, and an investigation into the creative use of social networks to cultivate reading culture rather than their mere criticism.

To achieve this aim, the study sets forth the following scientific and practical **objectives:**

1) To review academic research on reading culture, formats, algorithms, the functioning of social networks, adolescent behavioral models, and to collect data from secondary empirical studies.

2) To develop a methodology for studying the potential of social networks in fostering adolescent reading culture.

3) To conduct primary media research, including monitoring popular social networks (book communities, opinion leaders), expert interviews, and surveys of

adolescents to determine their informational needs in media consumption.

4) To describe the results of the study on the potential of social networks for developing adolescent reading culture.

Object of study — the most frequently visited social networks among Ukrainian adolescents: TikTok, YouTube, and Instagram.

Subject of study — the environmental potential of social networks in fostering adolescent reading culture and shaping the adolescent as a reader.

Theoretical Framework. The study is based on an interdisciplinary theoretical foundation that integrates concepts from audience theory, media culture, reading culture, social networks, marketing, motivation, and education. Of particular importance are the works of J. Derrida, H. R. Jauss, and W. Iser, who examine reading as a phenomenon of interpretation and communication, as well as modern literature concepts and the transformation of reading through digital media. The theory of social networks is grounded in the ideas of J. Barnes, A. Kaplan, and M. Haenlein, who conceptualize social networks as structures with nodes and connections. T. Krainikova, E. Ogar, and N. Zelinska analyze media culture and reading within the context of Ukrainian society.

Based on this theoretical foundation, knowledge gaps were identified, leading to the formulation of the research problem and hypotheses:

1) Social networks serve as public spaces and environments where adolescents, as “digital natives” and the “networked generation,” satisfy their needs for communication, information, and entertainment.

2) Social networks possess communicative, educational, and recreational potential, which can be harnessed to foster and promote adolescent reading culture.

Research Materials. The study is based on empirical data collected from the social networks TikTok, YouTube, and Instagram:

- TikTok: 2,189 accounts with 37,725 posts;
- YouTube: 936 accounts with 7,866 posts;
- Instagram: 455 authors with 5,031 posts.

Using the YouScan algorithmic system, data samples were subsequently formed

and analyzed.

Methodology. The study employs a combination of theoretical and empirical methods. Theoretical methods include analysis, synthesis, comparison, classification, and generalization.

Empirical methods include:

- Adolescent Survey “Reading Books and Social Networks” (2023): Investigated the correlation between reading habits and social media activity among adolescents.

- Media Monitoring of the “Ukrainian Book Communities” Content on YouScan (01.09.22 – 31.08.23): Provided a quantitative and qualitative assessment of popular topics and trends among Ukrainian readers on social networks.

- Expert Interview “Online Content about Books in the Educational Process” (2024): Offered insights into the role of online book-related content in shaping adolescent reading culture and integrating book recommendations into the educational process via digital platforms.

The primary empirical research phase was conducted from September 2022 to August 2023, including monitoring of social networks, analysis of book communities, book bloggers, and educational projects, as well as adolescent surveys to identify their reading interests, preferences, and social media usage patterns.

The data analysis and interpretation phase took place from January 2024 to August 2024. Expert interviews with educators and book bloggers were conducted, yielding qualitative data on the potential of social networks for fostering reading culture. The results were integrated into Chapters 3 and 4, the respective conclusions, and the overall dissertation conclusions.

The working hypotheses were confirmed in the course of the study.

Key Findings of the Study:

- 1) Social media represents a specific configuration of conditions and realities, public spheres, and environments where human development occurs. In these environments, adolescents satisfy their needs for communication, access to information, and entertainment, which, in turn, creates prerequisites for integrating reading culture into their everyday digital lives.

2) Social media possesses environmental potential for fostering adolescent reading culture, including:

- Communicative potential;
- Recreational potential;
- Educational potential.

The interactive nature of social media facilitates discussions about literature, the exchange of opinions, and the formation of reading communities, thereby stimulating the development of reading-related communication. By providing access to educational content, social media meets adolescents' cognitive needs, promotes reading, and fosters an interest in literature. Additionally, the recreational and psychotherapeutic functions of these platforms create a comfortable environment for emotional recovery, support the search for books that match individual emotional needs, and integrate reading into young people's daily lives.

3) Social media should not be viewed as platforms for direct book reading but rather as spaces for communication about books, literary discussions, and book promotion.

Book communities on social media (BookTok, BookTube, and Bookstagram) serve as platforms that shape a new format of reading communication. They provide adolescents with a space to discuss literature and develop reading habits through interactive content formats.

4) Adolescents use reading as a means of escapism and emotional relief, with popular genres serving as stress-relief tools that support psychological well-being amid contemporary challenges.

Keywords: human development, reading culture, adolescent reading culture, social media, environmental potential of social media, reading in social media, reading communities, Ukrainian BookTok, Ukrainian BookTube, Ukrainian Bookstagram.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті в закордонних фахових виданнях індексованих у Scopus:

1. Kovalova, O., & Shalman, T. (2024). Reading culture of teenagers in social media: A study of reading habits and perception of online literary and educational content by teenagers. *Studies in Media and Communication*.

Статті в закордонних фахових виданнях:

2. Kovalova O. (2021). Semantic aspects of the concept of the Ukrainian book in the conditions of modern reading culture. *Science and Education a New Dimension: Humanities and Social Sciences*, IX(48), 73-76.

Статті в наукових фахових виданнях України:

3. Kovalova, O. (2023). Instagram as a tool for developing teenage reading culture. *Current Issues of Mass Communication*, (34), 58–70.
4. Kovalova, O. (2024). Content of TikTok as a motivator for teen reading. *State and Regions. Series: Social Communications*, 1(57), 70–80.

Статті в інших наукових виданнях:

5. Ковальова, О. (2023). Тренди «Букстаграм» та «Букток» як фактори розвитку читацької культури серед підлітків. *Scientific Collection «InterConf+»*, (35(163), 131–137.
6. Ковальова, О. (2024). Букстаграм як інструмент підтримки читацької активності підлітків на платформі Інстаграм: аналіз та перспективи. *Scientific Collection «InterConf+»*, (42(189), 303–316.
7. Kovalova, O. (2024). The positive impacts of incorporating social media into adolescent social practices. *Scientific Collection «InterConf+»*, (45(201), 309–314.
8. Ковальова, О. (2024). Соціальна мережа ТікТок – ефективна платформа для підготовки підлітків до національного мультипредметного тесту (НМТ). *Дитяча література: інтердисциплінарний дискурс*, 1(1), 109–120.
9. Шмига, Ю., & Ковальова, О. (2024). Читацькі звички підлітків у соціальних мережах: результати опитування. *Scientific Collection «InterConf+»*, (44(197), 242–250.

Матеріали наукових конференцій:

10. Ковальова, О. (2021). Аспекти розвитку читацької культури підлітків: потенціал середовища соціальних мереж. Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Проблеми та перспективи розвитку сучасної науки в країнах Європи та Азії» (30 листопада 2021) URL: <http://conferences.neasmo.org.ua/uk/art/6653>
11. Ковальова, О. (2023). Популярні україномовні спільноти як чинник формування читацької культури підлітків. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Соціальні комунікації: інструменти, технологія і практика» (м. Запоріжжя, 28–29 квітня 2023 р.). Українсько-польське наукове видавництво «Liha-Pres». 23–26 URL: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-313-5-6>
12. Ковальова, О. (2023). Інтернет та соціальні мережі: нові виміри спілкування та самопрезентації для підлітків. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Наука, освіта і суспільство в 21 столітті: наукові ідеї і механізми реалізації» (Кошице, Словаччина, 4 серпня 2023 р.). International Center of Social Sciences and Humanities. 53–54 URL: <https://www.economics.in.ua/2023/08/04.html>
13. Ковальова, О. (2023). Соціальні мережі як засіб неформальної освіти та самоосвіти українських підлітків. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні тенденції та перспективи розвитку науки, освіти та суспільства» (Орхус, Данія, 10 серпня 2023 р.). International Center of Social Sciences and Humanities. 50–51. URL: <https://www.economics.in.ua/2023/08/10.html>
14. Ковальова, О. (2023). Social networks as a tool for the formation of teenagers' media literacy and social skills. Дитинство. Література. Культура. Освіта: матеріали I Міжнародної мультидисциплінарної наукової конференції (Івано-Франківськ, 5–7 жовтня 2023 р.), 129–130. URL: https://ciot.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/144/2023/10/2_book-of-abstracts-pnu-ukraine_05-07.10.2023.pdf

ЗМІСТ

ВСТУП	21
РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади дослідження соцмереж як середовища розвитку читацької культури підлітків	30
1.1. Соціальна мережа в новомедійному просторі	30
1.1.1. Соціальна мережа — соціальна структура з групами «вузлів».....	31
1.1.2. Алгоритми соціальних мереж як засади ранжування контенту.....	35
1.2. Інтерпретаційні засади читацької культури: теоретичні проблеми та практичні виклики	41
1.2.1. Читання як о-мовлення себе.....	41
1.2.2. Читацька культура — комплекс і рівень споживання інформації.....	43
1.2.3. Криза читання чи трансформація читання?.....	50
1.2.4. Піднесення рівня читацької культури в Україні: підходи й заходи....	54
1.3. Підлітковість і соціальні мережі: на перетині проблемних середовищ	58
1.3.1. Покоління Альфа: фізіологічні, психологічні, соціальні та інші особливості.....	58
1.3.2. Деструктивні впливи соціальних мереж на вітальні практики підлітків.....	61
1.3.3. Позитивні ефекти соціальних мереж у вітальних практиках підлітків.....	66
1.4. Висновки до розділу 1	68
РОЗДІЛ 2. Методологія дослідження потенціалу соцмереж для формування читацької культури підлітків	72
2.1. Етап концептуалізації дослідження та вторинного аналізу джерел	72

2.1.1. Побудова концептуальної моделі.....	72
2.1.2. Операціоналізація понять.....	74
2.2. Етап первинних емпіричних досліджень.....	77
2.2.1. Анкетне опитування підлітків «Читання книг і соцмережі» (2023)....	78
2.2.2. Медіамоніторинг «Українські книжкові спільноти» на платформі YouScan (01.09.22 — 31.08.23).....	80
2.2.3. Кейс-стаді «ТікТок як платформа для мотивації підлітків до читання» (01.09.22 — 31.08.23).....	84
2.2.4. Експертні інтерв'ю «Онлайн-контент про книги в освітньому процесі» (1.09.2023 – 20.12.2023).....	85
2.3. Етап аналізу та інтерпретації даних.....	87
РОЗДІЛ 3. Читацька поведінка українських підлітків у середовищах соціальних мереж.....	90
3.1. Читацька культура підлітків в контексті використання соціальних мереж.....	90
3.1.1. Книгочитання підлітків: улюблені жанри, теми, платформи.....	90
3.1.2. Система мотивації до читання та підліткова самоефективність.....	94
3.1.3. Бар'єри для просування читацької культури підлітків у соцмережах.....	99
3.2. Комунікативний потенціал соцмереж та читацькі спільноти.....	104
3.2.1. Книжкова спільнота як кластер інтернет-користувачів, зацікавлених книгочитанням.....	104
3.2.2. Комунікація в книжкових спільнотах: формати, лідери, можливості.....	108
3.2.2.1. Букток: вірусний розважальний формат для молодих читачів.....	108
3.2.2.2. Буктуб: детальні відеоповіді для занурення в літературу.....	117
3.2.2.3. Букстаграм: візуальні щоденники книголюбів та атмосфера естетика книгочитання.....	120

3.3. Соцмережі — платформи для дозвілля і творчості підлітків.....	124
3.3.1. Косплей — спосіб творчої інтерпретації прочитаного.....	125
3.3.2. Книжковий ліпсінк — форма перформансу.....	128
3.3.3. Вірусний контент про книжки та читацькі враження.....	132
3.3.4. ТікТок–переписки на читацьку тематику.....	136
3.4. Просвітницьке середовище соцмереж та освітні проєкти.....	138
3.4.1. Соціальні мережі — платформи неформальної освіти підлітків.....	138
3.4.2. Образ письменника очима підлітків.....	143
3.4.3. Читання англійською мовою та читацькі потреби.....	146
3.5. Потенціал соцмереж у просуванні читання для особистісної саморегуляції підлітків.....	149
3.5.1. Книгочитання як інструмент особистого самовираження підлітка...	149
3.5.2. Читання як техніка подолання стресу.....	152
3.6. Висновки до розділу 3.....	155

РОЗДІЛ 4. Потенціали розвитку читацької культури підлітків у середовищах соціальних мереж (авторська модель).....	161
4.1. Загальна характеристика моделі розвитку читацької культури підлітків у середовищах соцмереж.....	161
4.2. Комунікативний потенціал соцмереж та читацька комунікація.....	163
4.2.1. Розвиток книжкових спільнот та віртуальних книжкових клубів у соцмережах.....	163
4.2.2. Взаємодія з творцями книжкової культури через соцмережі.....	167
4.2.3. Формування читацьких звичок шляхом рекомендацій і підказок....	169
4.3. Рекреаційний потенціал соцмереж і творчість підлітків-читачів.....	170
4.3.1. Креативні, ігрові форми просування читацької культури.....	170
4.3.2. Естетичність та емоційність контенту в залученні до читання.....	171
4.3.3. Бібліотерапія та психотерапевтичні практики.....	174

4.4. Просвітницький потенціал соцмереж і неформальна освіта підлітків.....	176
4.3.1. Доступ до цифрових бібліотек та освітніх онлайн-платформ.....	177
4.3.2. Інклюзивність у промоції читацької культури.....	179
4.3.3. Розвиток евристичних потреб через освітні проєкти і менторство...	180
4.5. Висновки до розділу 4.....	182
 ВИСНОВКИ.....	 185
 СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	 190
 ДОДАТКИ.....	 227
Додаток А. Анкетне опитування підлітків «Читання книг і соцмережі» (2023).....	227
Додаток А1. Розподіл відповідей на запитання 1 «Ваша стаття».....	227
Додаток А2. Розподіл відповідей на запитання 2 «Ваш вік».....	227
Додаток А3. Розподіл відповідей на запитання 3 «Ви перебуваєте...».....	228
Додаток А4. Розподіл відповідей на запитання 4 «Скільки часу ви проводите в соціальних мережах щодня?».....	228
Додаток А5. Розподіл відповідей на запитання 5 «Які соціальні мережі ви використовуєте найчастіше?».....	229
Додаток А6. Розподіл відповідей на запитання 6 «Які види контенту ви читаєте найчастіше на медіаплатформах?».....	230
Додаток А7. Розподіл відповідей на запитання 7 «Чи відстежуєте ви якусь книжкову спільноту в соцмережах?».....	231
Додаток А8. Розподіл відповідей на запитання 8 «Вкажіть книжкові спільноти, в яких ви зацікавлені».....	231
Додаток А9. Розподіл відповідей на запитання 9 «Чи звертаєте ви увагу на контент, пов'язаний із читанням книг або освітніми темами, у соцмережах?».....	235

Додаток А10. Розподіл відповідей на запитання 10 «Як часто ви читаєте книги в паперовому форматі?».....	235
Додаток А11. Розподіл відповідей на запитання 11 «Як часто ви читаєте електронні книги (на планшеті, смартфоні, читальному пристрої тощо?)».....	236
Додаток А12. Розподіл відповідей на запитання 12 «Які книги вам подобаються?».....	236
Додаток А13. Розподіл відповідей на запитання 13 «Як ви обираєте книги для читання?».....	237
Додаток А14. Розподіл відповідей на запитання 14 «Чи цікаві вам книжкові блогери?».....	237
Додаток А15. Розподіл відповідей на запитання 15 «Хто з книжкових блогерів вам цікавий?».....	238
Додаток А16. Розподіл відповідей на запитання 16 «Чи ви коли-небудь рекомендували книгу, яку ви прочитали і яка вам сподобалася, у соціальних мережах?».....	242
Додаток А17. Розподіл відповідей на запитання 17 «Чим для вас є читання книг?».....	243
Додаток А18. Розподіл відповідей на запитання 18 «Яку книжку ви прочитали завдяки соцмережам?».....	244
Додаток А19. Розподіл відповідей на запитання 19 «Чи використовуєте ви функції збереження або розміщення закладок для освітнього контенту у соціальних мережах?».....	249
Додаток А20. Розподіл відповідей на запитання 20 «Чи сприймаєте ви навчальний контент у соціальних мережах як заміну традиційному навчанню в школі або університеті?».....	249
Додаток Б. Медіамоніторинг «Українські книжкові спільноти». Комплексний дашборд: ТікТок, Ютуб та Інстаграм на платформі Youscan (01.09.22– 31.08.23).....	250
Додаток Б1. Загальна кількість згадувань.....	250

Додаток Б2. Загальна кількість авторів.....	250
Додаток Б3. Обсяг згадок.....	251
Додаток Б4. Часті слова.....	251
Додаток Б5. Розподіл джерел згадувань.....	252
Додаток Б6. Динаміка медіаактивності у соціальних мережах ТікТок, Ютуб та Інстаграм.....	252

Додаток В. Медіамоніторинг «Українські книжкові спільноти» соціальної мережі ТікТок на платформі Youscan (01.09.22 — 31.08.23).....	253
--	-----

Додаток В1. Загальні відомості.....	253
Додаток В2. Хмара слів.....	254
Додаток В3. Розподіл тональності.....	254
Додаток В4. Аудиторні інстайти. Демографія.....	255
Додаток В5. Аудиторні інстайти. Демографія. Місцезнаходження авторів. Вік авторів за статтю.....	255
Додаток В6. Топ авторів за залученням.....	256
Додаток В7. Топ 30 згадок.....	257
Додаток В8. Топ 30 авторів.....	262
Додаток В9. ТікТок-переписки як форма форма екранізації книжкового тексту.....	262

Додаток Г. Медіамоніторинг «Українські книжкові спільноти» відеохостингу Ютуб на платформі Youscan (01.09.22 — 31.08.23).....	263
--	-----

Додаток Г1. Загальні відомості.....	263
Додаток Г2. Хмара слів.....	264
Додаток Г3. Розподіл тональності.....	264
Додаток Г4. Аудиторні інстайти. Демографія.....	265

Додаток Г5. Аудиторні інстайти. Демографія. Місцезнаходження авторів. Вік авторів за статтю.....	265
Додаток Г6. Топ авторів за залученням.....	266
Додаток Г7. Топ 30 згадок.....	267
Додаток Г8. Топ 30 авторів.....	272
Додаток Г. Медіамоніторинг «Українські книжкові спільноти» соціальної мережі Інстаграм на платформі Youscan (01.09.22 — 31.08.23).....	273
Додаток Г1. Загальні відомості.....	273
Додаток Г2. Хмара слів.....	274
Додаток Г3. Розподіл тональності.....	274
Додаток Г4. Аудиторні інстайти. Демографія.....	275
Додаток Г5. Аудиторні інстайти. Демографія. Місцезнаходження авторів. Вік авторів за статтю.....	275
Додаток Г6. Топ авторів за залученням.....	276
Додаток Г7. Топ 30 згадок.....	277
Додаток Г8. Топ 30 авторів.....	282
Додаток Д. Експертні інтерв'ю «Онлайн–контент про книги в освітньому процесі» (1.09.2023–20.12.2023).....	283
Додаток Д1. Лідія Поворознюк.....	283
Додаток Д2. Артур Пройдаков.....	290
Додаток Д3. Оксана Качура.....	298
Додаток Д4. Ліза Сусік.....	305
Додаток Д5. Марія Маргуліс.....	312
Додаток Д6. Жанна Школьна.....	319
Додаток Д7. Коментар блогерки @alisumanova як відображення діяльності книжкового клубу “Ua Readers Club”.....	321
Додаток Д8. Коментар блогерки @boomyrk про функціонування авторського чату для спільних читань і колективного перегляду контенту.....	324

Додаток Е. Залучення підлітків до онлайн-курсів на освітніх платформах.....	325
Додаток Е1. Статистика залучення школярів до онлайн-курсів на платформі EdEra у 2024 році.....	325
Додаток Е2. Статистика відвідуваності онлайн-курсів платформи «Всеукраїнська школа онлайн» станом на 14.01.2025.....	326
Додаток Е3. Статистичні дані та особливості використання платформи ВШО учнями та вчителями.....	326
Додаток Є. Авторська модель потенціалів розвитку читацької культури підлітків у середовищах соціальних мереж.....	327

ВСТУП

Актуальність теми. В умовах геополітичних викликів, які долає сучасна Україна, проблема підліткового читання набуває стратегічного значення, адже книга — основа духовного розвитку людини, тільки освічене суспільство може бути зусібч стійким та конкурентоздатним.

Сучасна читацька культура підлітків не обмежується друкованими виданнями. У цифровому світі велику популярність здобули електронні книги в різних форматах, зокрема аудіокниги [23; 43]. Тож і книга, і читання змінилися. Однак засади традиційної культури читання похитнув навіть не перехід книги в електронну форму, а те, що поруч із книгою (хоч друкованою, хоч електронною) постали інші медійні платформи, які стали основними конкурентами за увагу юних читачів, — соціальні мережі.

Стрімка цифровізація та соціалізація читання призвела до трансформацій класичних літературних форм і форм читання. Літературознавець, семіотик, лінгвіст Ц. Тодоров пише про багатовимірність і поліморфізм сучасної літератури: «... Сучасна література надзвичайно багатоформна: хто наслідиться сьогодні чітко розмежувати те, що є літературою, і те, що нею не є, з огляду на невблаганне різноманіття друкованих творів, які з різних поглядів прийнято вважати літературою?» [187, с. 6]. Розширення понять «читання» і «текст» корелює з концепцією нової грамотності¹.

Читацька культура в епоху соцмереж — явище контраверсійне, складне, справжня дилема. І вона здобула дві основні інтерпретації.

Перша — песимістична: в останні десятиліття часто мовлять про системну кризу культури читання, не раз покликаючись на негативний чинник соцмереж [143]. Соціологічні дослідження Українського інституту книги показують, що

¹ Нова українська школа: свідоме читання, а не конкурс на швидкість URL: <https://chytomo.com/nova-ukrainska-shkola-svidome-chytannia-a-ne-konkurs-na-shvydkist/>

лише «13% дітей щоденно читають книжки» [42], а «57% дітей читають з примусу» [42].

Науковці цієї когорти наголошують на шкідливому впливі соцмережевого контенту на цінності та моделі поведінки підлітків. Наголошують, що проблема формування особистості підлітка в Мережі актуалізується у зв'язку із загостренням таких явищ, як злочинність, домінування культури сили, кібербулінг, погіршення фізичного та психічного здоров'я [131 ; 191 ; 263; 264; 286].

Другий підхід — це думка вчених, які зауважують, що сучасна підліткова аудиторія має інше сприйняття читання, ставиться до книги не як до «підручника життя», а як до одного із засобів інформації та масової комунікації [71; 72; 89; 110; 179; 232]; «сучасна людина мислить образами» [197], «вона краще й швидше засвоює інформацію у вигляді відео, фото, рисунків, діаграм, інфографіки» [121, с. 155].

У такому контексті увиразнюється *теоретико-практична проблема* — переосмислення соціальних мереж як комунікативного середовища з великим потенціалом, що доцільно використати для розвитку читацької культури підлітків.

Адже, на нашу думку, сучасний український підліток — якісно новий читач. Перебуваючи в соцмережах, він споживає швидкі та візуальні дані, розважається, читає тільки цікаве йому, а ще створює власний контент. Так функціонує новітня читацька культура підлітків, яка заслуговує на предметне дослідження. Крім того, ми припускаємо, що потенціал соцмереж можливо і доцільно використовувати для розвитку читацької культури підлітків — просування навчальних, просвітницьких проєктів, посилення медіакритичного ставлення до реальності.

Мета дослідження — представити в теоретичному та практичному аспектах середовищний потенціал соцмереж для розвитку читацької культури українських підлітків.

Така мета передбачає об'єктивний погляд на комплексну проблему «сучасного нечитання підлітків», пізнання підлітка як якісно нового типу читача,

дослідження можливостей креативного використання соцмереж для розвитку читацької культури підлітків замість марної їх критики.

Досягнення зазначеної мети зумовило необхідність вирішення таких наукових та практичних **завдань**:

- зробити огляд наукових досліджень за темою дисертації;
- розробити методику дослідження соцмереж як середовища розвитку читацької культури підлітків; провести анкетування, медіамоніторинг, кейс-стаді, експертні інтерв'ю, узагальнити та інтерпретувати дані, порівнявши їх з результатами інших дослідників;
- дослідити читацьку поведінку підлітків (літературні уподобання, регулярність читання, улюблені платформи, мотивація та бар'єри читання);
- виявити та комплексно проаналізувати читацькі спільноти в соцмережах;
- визначити роль лідерів думок у соцмережових читацьких середовищах, описати особливості комунікації книжкових блогерів з аудиторією;
- дослідити розважальні та креативні формати, притаманні книжковим акаунтам у соцмережах;
- описати можливості соцмереж для бібліотерапії, подолання стресів та саморегуляції підлітків;
- простежити можливості розвитку неформальної освіти на платформах соцмереж;
- на базі здобутих даних розробити авторську модель розвитку читацької культури українських підлітків у середовищі соціальних мереж.

Об'єкт дослідження — найбільш відвідувані українськими підлітками соцмережові платформи ТікТок, Ютуб, Інстаграм (див. у Додатках А5, Б1–Г8), що підтверджується результатами національних і міжнародних досліджень (USAID «Мріємо та діємо» (2024); Pew Research Center, (2018); Детектор Медіа, (2025), а також даними нашого опитування «Читання книг і соцмережі» (2023), згідно з якими саме ці три платформи мають найвищі показники щоденного користування серед підліткової аудиторії.

Предмет дослідження — середовищний потенціал соціальних мереж для розвитку читацької культури підліткової аудиторії, самоконструювання підлітка як читача.

Джерельна база дослідження. У дисертації використано теоретичні і практичні джерела з різної проблематики:

теорія соціальних мереж (Т. Айхнер, Дж. Барнс, С. Водолазька, М. Галейн, О. Гарматій, З. Григорова, М. Грюнфельдер, А. Каплан, В. Кросбі, О. Марченко, О. Маурер, С. Онуфрив, І. Степанець, В. Судакова, Н. Фролова);

теорія медіаспоживання та читацької культури (В. Балюк, А. Бессараб, Т. Вилегжаніна, М. Гайдеггер, Ж. Дерріда, У. Еко, М. Женченко, Н. Зражевська, В. Ізер, Т. Крайнікова, Г. Листвак, Е. Огар, О. Ситник, К. Тучак, О. Рижко, Г. Р. Яусс);

теорія медіаосвіти та медіаграмотності, медіакритики (В. Мартиненко, О. Савченко, О. Скібчик, Н. Чепелева, О. Шкловська, Т. Яценко);

психологія пубертатного періоду (А. Бандура, Г. Крайг, Н. Ньюкомб, Ж. Піаже, Х. Ремшмідт) та ін.

Дослідження спирається на правову базу (Закони України «Про освіту» (2017), «Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні» (2003), «Про забезпечення функціонування української мови як державної» (2019)), національні концепції «Про схвалення Стратегії розвитку бібліотечної справи на період до 2025 року „Якісні зміни бібліотек для забезпечення сталого розвитку України”», Про схвалення Стратегії розвитку читання на період до 2032 року „Читання як життєва стратегія” та затвердження операційного плану її реалізації на 2023–2025 роки», «Концепція виховання дітей та молоді в цифровому просторі» (2021) та ін.

Практичними джерелами для дисертації слугували результати медіадосліджень компаній Gfk, GlobalLogic, MUSO, Statista, Українського інституту книги, Книжкової палати України імені Івана Федорова, ЮНІСЕФ, ОПОРА, Фонду «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва, Центру політичної соціології, міжнародного дослідження якості освіти PISA та ін.

Під час опрацювання джерел ми не виявили праць, в яких би було комплексно досліджено медіаповедінку українських підлітків-читачів у соцмережах та концептуально обґрунтовано можливості соцмереж для формування та просування читацької культури. Оскільки ці вагомні питання залишаються поза увагою дослідників, то на них було зосереджено цю дисертацію.

Хронологічні межі дослідження. Матеріали дисертації зібрані та аналітично опрацьовані у вересні 2022 — серпні 2024. Вибір цього періоду обґрунтований необхідністю дослідити читацьку медіаповедінку підлітків у динаміці (контекст російсько-української війни, контекст культурних змін), а також у зв'язку із цифровізацією та зростанням популярності соціальних мереж².

Методи дослідження. Мета і завдання дисертаційної роботи зумовлюють комплексний підхід до обрання методів дослідження.

Використано *загальнонаукові методи*: *порівняльний аналіз* (порівняння читацької поведінки підлітків в різних соціальних мережах); *систематизація* (структурування та генералізація зібраної інформації за певними критеріями); *синтез* (формулювання висновків на основі аналізу отриманих емпіричних даних); *аксіологічний метод* (з'ясування символів, кодів підліткової читацької культури); *гіпотетико-дедуктивний метод* (з'ясування походження досліджуваних медіаявищ та прогнозування розвитку підліткової читацької культури).

Для виконання дослідження застосовано комплекс *емпіричних методів*:

² Втрачені можливості: українці надають більшу перевагу розважальним соцмережам, ніж професійному LinkedIn. URL: <https://www.globallogic.com/ua/about/press-room/press-release/social-networks-and-opportunities/>

- анкетне опитування підлітків «Читання книг і соцмережі» (2023) (*див.* Додатки А1–А20);

- медіамоніторинг контенту читацьких спільнот «Українські книжкові спільноти» на платформі YouScan (01.09.22 — 31.08.23) (*див.* Додатки Б1–Г8);

- кейс-стаді «ТікТок як платформа для мотивації підлітків до читання» (01.09.22 — 31.08.23) (*див.* Додаток В7);

- експертні інтерв'ю «Онлайн-контент про книги в освітньому процесі» (2024) (*див.* Додатки Д1–Д8);

- вторинний аналіз даних соціологічних, психологічних та медіадосліджень дослідників та дослідницьких компаній.

Наукова новизна дисертації. У результаті проведеного дослідження

Уперше:

- отримано авторські дефініції понять «читацька культура», «книжкова спільнота в соціальній мережі», «читацький дует у ТікТок», «книжковий косплей у ТікТок», «книжковий ліпсинк», «ТікТок-переписка»;

- запропоновано авторський концепт читацької культури підлітків як користувачів соцмереж — традиційні елементи (книгочитання) інтегровані з цифровими (соцмережі, вірусний контент, мультимедійні формати); акцент зроблено не на кризі, а на трансформації читання — читання інтерпретовано не тільки як споживання інформації, а й техніка творчого самовираження та стресорегуляції;

- комплексно досліджено поведінку українських підлітків у книжкових спільнотах Букток, Буктуб, Букстаграм та поведінку лідерів таких спільнот;

- досліджено креативні практики українських підлітків у соцмережах, зокрема, досвід створення ліпсинків, косплеїв, ТікТок-переписок;

- розроблено авторську модель розвитку читацької культури підлітків у середовищах соцмереж у трьох напрямках: читацька комунікація, творча рекреація, неформальна освіта.

Удосконалено:

- концепцію соціальної мережі — дисертація переосмислює роль соцмереж, а саме розглядає їх не лише як технологічні платформи та канали комунікації, а й інструменти для розвитку читацької культури;

- систему жанрів контенту в соцмережах.

Набули подальшого розвитку:

- ідеї рецептивної естетики, читання як «о-мовлення себе» (В. Ізер, Г. Р. Яусс), концепція «емпіричного і зразкового читача» (У. Еко);

- ідеї медіапросьюмеризму — «компетентного медіаспоживання» (Т. Крайнікова);

- концепція підлітковості — дослідження враховує особливості сучасної підлітковості, пов'язані з використанням цифрових технологій, та їхній вплив на формування читацьких інтересів.

- концепція неформальної освіти — дисертація демонструє, як соціальні мережі можуть стати платформою для неформальної освіти та розвитку читацької компетентності.

Наукова достовірність результатів дослідження засвідчена наявністю, обсягом та репрезентативністю джерельної бази, зібраними емпіричними даними, фактичним матеріалом, а також апробацією результатів досліджень.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що сформульовані і запропоновані в дисертаційній роботі ідеї, пропозиції та висновки можуть використовуватися в медійній практиці — у створенні читацьких спільнот, налагодженні та підтриманні зворотного зв'язку, корегуванні концепцій видавничих продуктів тощо.

Положення дисертаційної роботи можуть використовуватися в медіаосвітніх практиках різних рівнів — при розробці відповідних програм, реалізації проєктів тощо.

Матеріали дослідження можуть бути впроваджені в навчальний процес при викладанні дисциплін «Медіавиробництво: промоція», «Медіаменеджмент», «Продюсування Ютуб-каналу», «Сучасні видавничі концепції» та ін.

Особистий внесок здобувача. Дисертаційне дослідження, опубліковані наукові статті, в яких викладені основні положення роботи, виконані здобувачем самостійно.

Апробація результатів дослідження. Результати досліджень, викладені в дисертації, обговорювалися на засіданнях кафедри редакційно-видавничих технологій і продюсування Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Також були представлені у вигляді доповідей та виступів на міжнародних наукових та науково-практичних конференціях:

- Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Проблеми та перспективи розвитку сучасної науки в країнах Європи та Азії» (30 листопада 2021);

- Міжнародна науково-практична конференція «Соціальні комунікації: інструменти, технологія і практика» (м. Запоріжжя, 28–29 квітня 2023 р.);

- Міжнародна науково-практична конференція «Теорія і практика науки: ключові аспекти» (м. Рим, Італія, 19–20 липня 2023);

- Міжнародна науково-практична конференція «Наука, освіта і суспільство в 21 столітті: наукові ідеї і механізми реалізації» (м. Кошице, Словаччина, 4 серпня 2023 р.);

- Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні тенденції та перспективи розвитку науки, освіти та суспільства» (м. Орхус, Данія, 10 серпня 2023 р.);

- Дитинство. Література. Культура. Освіта: I Міжнародна мультидисциплінарна наукова конференція (м. Івано-Франківськ, 5–7 жовтня 2023 р.);

- Міжнародна науково-практична конференція «Теорія і практика науки: ключові аспекти» (м. Рим, Італія, 19–20 лютого 2024 р.);

- Міжнародна науково-практична конференція «Наукові тенденції та тренди в умовах глобалізації» (м. Умео, Швеція, 19–20 квітня 2024 р.);

• Міжнародна науково-практична конференція «Міжнародна наукова дискусія: проблеми, завдання та перспективи» (м. Брайтон, Великобританія, 19–20 травня 2024 р.).

Публікації. Основні результати дисертації викладені у 14 публікаціях: 2 статті надруковані у наукових фахових виданнях України, 4 статті опубліковані в зарубіжних виданнях, серед яких 1 стаття — індексована у базі даних Scopus, 5 статей — у матеріалах і тезах конференцій, 3 статті в інших наукових виданнях. У співпраці з колегами підготовлено 2 статті.

Структура й обсяг дисертації. Дисертація складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел (288 позицій) і додатків (100 сторінок). Загальний обсяг роботи — 332 сторінки, із них основного тексту — 231 сторінка.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦМЕРЕЖ ЯК СЕРЕДОВИЩА РОЗВИТКУ ЧИТАЦЬКОЇ КУЛЬТУРИ ПІДЛІТКІВ

Соціальні мережі чинять потужні контраверсійні впливи на суспільство, привертаючи увагу соціологів, психологів, педагогів, медиків, культурологів, маркетологів, фахівців із комунікацій та ін.

Тому дослідження потенціалу соціальних мереж як середовища розвитку читацької культури підлітків постало на теоретичному підґрунті міждисциплінарного характеру, передовсім на таких теоріях і концепціях: теорія Штрауса — Гоува, теорія аудиторії, соціальних мереж, маркетингу, мотивації та навчіння та ін.

1.1. Соціальна мережа в новомедійному просторі

Нові медії — термін, що позначає сукупність різноманітних засобів комунікації, яким притаманна передовсім електронна форма та інтерактивна функціональність.

Дослідниця З. Григорова запропонувала одну із численних класифікацій нових медій — виділила три їх види:

1) «професійні інтернет-ЗМІ (інтернет-видання: онлайн-газети, журнали, сайти інформаційних агенцій, сайти новин, групи новин; інтернет-телебачення, інтернет-радіо);

2) онлайніві ігри та віртуальні світи;

3) соціальні медії (соціальні мережі, блоги, медіахостинги, інтернет-енциклопедії тощо)» [94, с. 95].

Л. Городенко, І. Мудра, А. Танасійчук та інші вчені теж тлумачать соціальні мережі як типовий приклад новомедійних платформ, які залучають усе більше користувачів та формують новий тип інформаційно-мережевого суспільства.

1.1.1. Соціальна мережа — соціальна структура з групами «вузлів»

Поняття «соціальна мережа». Соціальні мережі — це інформаційні системи, що функціонують на основі цифрових технологій та мережевих платформ, які забезпечують взаємодію користувачів і обмін контентом у межах онлайн-спільнот. У цьому сенсі соцмережі — ідеальний засіб комунікації, який розширив кордони соціальної взаємодії та надав безліч можливостей для отримання, створення та поширення інформації.

Дослідники надають різні визначення поняттю «соціальні мережі», акцентуючи на тих чи тих конститутивних ознаках.

«Структура, яка складається з групи вузлів». Термін «соціальна мережа» вперше використав соціолог Дж. Барнс у 1954 р. у збірці «Людські стосунки», визначивши соціальну мережу як «структуру, яка складається з групи вузлів, які є соціальними об'єктами (люди або компанії), та зв'язків між ними (соціальних взаємовідносин)» [207]. Тож термін від початку, позначаючи соціальну структуру з групами «вузлів», вживався в ширшому значенні.

Об'єднання людей за допомогою комп'ютерної мережі. Л. Гартон, К. Гейторнтвейт, Б. Велман привертають увагу до опосередкованості інтернетом: «Коли комп'ютерна мережа об'єднує людей або організації, виникає соціальна мережа. Подібно до того, як комп'ютерна мережа — це набір машин, з'єднаних набором кабелів, соціальна мережа — це набір людей (або організацій чи інших соціальних об'єктів), пов'язаних набором соціальних стосунків, таких як дружба, співпраця чи обмін інформацією» [221].

В. Судакова в роботі «Медійна система сучасного суспільства як комунікативна модель культурних трансформацій» [183, с. 30]., теж наголошуючи на «двосторонньому та багатосторонньому зв'язку між учасниками комунікації»

[183, с. 30]. пише, що ця комунікація здійснюється «опосередковано через мережу Інтернет» [183, с. 30].

Соцмережа — платформа для інформаційного обміну. А. Каплан та М. Галейн дають таке визначення соціальних мереж: «це група інтернет-ресурсів, які базуються на інтернеті й дозволяють створювати й обмінюватися контентом, створеним користувачами» [237].

За визначенням Е. Адомі та А. Еджірефе, соціальна мережа — це «діяльність, практика та поведінка груп людей, які збираються онлайн для обміну інформацією, досвідом і висловлення думок за допомогою інтерактивних медій» [202].

В. Кросбі наголошує на здатності нових медій забезпечувати інформаційну взаємодію «багатьох із багатьма» та надавати учасникам цього процесу можливість контролювати контент [214].

З. Григорова серед основних ознак нових медій зазначає «персоналізацію інформації; гнучкість форми, змісту й використання; потоковість споживання контенту й необмеженість у його обсязі, просторі, формі комунікації; оперативність надання й оновлення інформації» [94].

Втім, дослідники називають й інші, негативні, ознаки нових медій, асоційовані з інформаційним обміном: кіберстеження, маніпуляції, адже «інтернет уможливив нове та непрозоре середовище відстеження» [281], а це захопливий процес, бо «дає нам змогу „бачити” і „чути” речі, яких немає» [281].

Соцмережа — платформа соціалізації на основі спільних зацікавлень. Соціальні мережі є унікальним інструментом для комунікації, за допомогою якого підлітки можуть накопичувати психологічний досвід, розширювати коло спілкування, розвинути свою соціальну компетентність.

О. Марченко в роботі «Вплив соціальних мереж на самооцінку підлітків»: соціальна мережа — це «онлайн-платформа, яка використовується для спілкування, знайомств, створення соціальних відносин між людьми, які мають схожі інтереси або офлайн-зв'язки, також для розваг (музика, фільми) і роботи» [139].

Д. Галлардо, К. Гусман, Дж. Барба-Аяла, В. Джоміра фіксують «вплив соціальних мереж на підлітків» [220]. Зокрема, в науковому дискурсі вже трапляються праці, автори яких звертають увагу на такий аспект, як «мережеві комунікації і сучасна книжкова культура». Йдеться і про українських науковців (Н. Зелінська, Е. Огар, Л. Дмитрів, О. Курбан, О. Скібан), і зарубіжних (Т. Бронвен, М. Мартенс, П. Бермудез та ін.). Дискурс цей наразі ще не потужний, а інтерпретації проблеми вельми неоднозначні.

Соцмережа — середовище формування віртуальної особистості. Соціальні мережі не лише задовольняють комунікативні потреби, а й надають можливість «створення віртуальної особистості, можливість зворотного зв'язку, творення іміджу» [128]. Тобто користувач соцмережі — сукупність цифрових характеристик, даних, поведінкових тенденцій, які створюються й побутують у соцмережі. Щобільше, це може бути цілком вигаданий персонаж (із комп'ютерної гри чи віртуальний помічник), але в контексті цієї дисертації нас цікавлять реальні підлітки. І їхнє життя в соцмережі може суттєво відрізнятись від фізичної реальності або позначатись певними масками, ролями тощо.

Соціальні мережі як популярні комунікативні платформи. Сьогодні соціальні мережі стали важливою частиною життя багатьох людей по всьому світу.

Відповідно до Digital 2022 Global Overview Report, опублікованого у січні 2022 р. We Are Social та Hootsuite, «усього активних користувачів соціальних мереж налічується 4,62 млрд, що становить 58,4% всього світового населення. Протягом 2021 р. кількість користувачів соціальних мереж у всьому світі зросла більш ніж на 10%, що становить 424 млн нових користувачів» [48].

У січні 2022 р. Statista було опубліковано звіт, у якому відображено рейтинг соціальних мереж за кількістю активних користувачів на місяць. Перші рядки посіли:

- «Фейсбук — 2,91 млн;
- Ютуб — 2,56 млн;
- ВотсАп — 2 млн;

- Інстаграм — 1,47 млн;
- Вейсін / Вічат — 1,26 млн;
- ТікТок — 1 млн» » [51].

Наразі найпопулярнішими соцмережами є Фейсбук — найбільша у світі соціальна мережа, Ютуб — сервіс для публікації та обговорення відео, ВотсАп — сервіс для обміну повідомленнями, Інстаграм — сервіс для публікації та обговорення зображень, Вічат — сервіс для обміну повідомленнями та соціальна мережа Китаю, ТікТок — сервіс для публікації та обговорення коротких відеокліпів.

Дослідження, проведене на замовлення ОПОРИ Київським міжнародним інститутом соціології у травні 2022 р., виявило: «найпопулярнішим джерелом інформації є соціальні мережі — ними для отримання новин користуються 76,6% українців. На другому місці опинилося телебачення з 66,7% голосів, на третьому — інтернет (не включаючи соціальні мережі) — 61,2% користувачів.

Найбільше респондентів для отримання новин використовували Телеграм (65,7%), Ютуб (61,2%) та Фейсбук (57,8%). 48% опитаних використовували Вайбер, 29,1% — Інстаграм, 19,5% — ТікТок, 8,9% — Твіттер. Близько 2% респондентів використовували для отримання новин інші соціальні мережі (ВотсАп, Сігнал тощо)» [34].

Кількість користувачів соціальних мереж зросла і серед українців. Згідно з дослідженням GlobalLogic на основі відкритих даних, «у період з 2020 по 2021 українська аудиторія соцмереж збільшилася на 7 млн. На початку 2020 з України було 19 млн зареєстрованих користувачів, у 2021 цифра досягла 26 млн, що становить 60% населення країни, в той час, коли у січні 2020 було трохи більше 40%» [29].

Подальше збільшення кількості користувачів соцмереж у 2022 році стало результатом повномасштабного військового вторгнення російської федерації в Україну, коли ці платформи стали важливими каналами для отримання новин,

координації дій і підтримки громадянських ініціатив. Станом на липень 2022 соцмережами користується близько 76,6% українців³.

Водночас «аналіз Kerios показує, що кількість користувачів соціальних мереж в Україні зменшилася на 2,4 млн (–9,0 %) з початку 2023 р. до початку 2024 р. Кількість користувачів соціальних мереж в Україні на початок 2024 р. становила 64,9 % від загальної кількості населення» [49].

1.1.2. Алгоритми соціальних мереж як засади ранжування контенту

Традиційно алгоритмом називають систему правил, за допомогою якої можна розв'язати певну задачу (наприклад, математичну), виконавши певну кількість послідовних операцій.

Однак в останнє десятиліття розробники програмного забезпечення, спеціалісти з обробки даних, контент-фахівці запровадили алгоритми для пошукових систем і соціальних мереж. Йдеться про «програмний код, який реагує на дії користувачів в соцмережі. Він стежить за лайками та коментарями, за тим, на кого підписані користувачі. Алгоритм також визначає, які облікові записи найбільш цікаві споживачам контенту»⁴. Отже, алгоритм, як набір технічних елементів, логічних рішень, визначає, де і як розмістити вміст, щоб користувачі були задоволені. Усе, що з'являється в стрічці, є не випадковим — задіяний штучний інтелект (ШІ).

Перш ніж зупинимося на питанні функціонування алгоритмів соцмереж предметно, акцентуємо увагу на гуманітарному вимірі цього питання. Технології машинного навчання та штучного інтелекту активно розвиваються в таких

³ Втрачені можливості: українці надають більшу перевагу розважальним соцмережам, ніж професійному LinkedIn URL: <https://www.globallogic.com/ua/about/press-room/press-release/social-networks-and-opportunities/>

⁴ Гурчунова Єлизавета Як працюють алгоритми соцмереж. URL: <https://aboutmarketing.info/internet-marketynh/yak-pratsyuyut-alhorytmy-sotsmerezh/#:~:text=%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96%20%D1%80%D0%BE%D0%B7%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D1%96%D0%B2%20%D0%B4%D0%BE%D0%BF%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D1%8E%D1%82%D1%8C%20%D0%B7%D1%80%D0%BE%D0%B7%D1%83%D0%BC%D1%96%D1%82%D0%B8%2C%20%D1%89%D0%BE,%D0%B7%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%B8%20%D0%BD%D0%B0%D0%B9%D0%B1%D1%96%D0%BB%D1%8C%D1%88%20%D1%86%D1%96%D0%BA%D0%B0%D0%B2%D1%96%20%D1%81%D0%BF%D0%BE%D0%B6%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D1%87%D0%B0%D0%BC%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%83.>

сферах, як бізнес, маркетинг, медицина тощо, водночас викликаючи сумніви та побоювання щодо їх впливу.

Я. Кім зауважує: «Упродовж останніх десятиліть нові та нові технології NBIC (нанотехнології, біотехнології, інформаційні технології та когнітивні науки) дають змогу суттєво покращувати продуктивність людини, як індивідуально, так і колективно, і відкривають для розширення можливостей перепроєктування та перепрограмування як людського пізнання, так і людського тіла. ... Технології мають потенціал кардинально змінити наші когнітивні системи обробки або, власне, саму людську природу, відкриваючи транслюдське або постлюдське майбутнє і підтверджуючи спосіб мислення, який передбачає, що людські знання за своєю суттю є технологічними» [238].

Ось застереження про соціальну маніпуляцію під час застосування ШІ в соцмережах: «... Власники соціальних мереж мають можливість впливу на зацікавленість та вподобання користувачів проти їхнього бажання» [74, с. 66]. І робиться це через алгоритми.

Втім, ідея алгоритму соцмережі блага: вона полягає в тому, щоб надавати користувачу контент, який його з високою вірогідністю найбільше цікавить. Адже коли користувач знаходить інформацію, котра безпосередньо відповідає його зацікавленню уподобанням, він, радше за все, довше залишатиметься на платформі, а це вже стає їй вигідно.

Адам Моссері, головний виконавчий директор Інстаграм, прокоментував, як соціальна мережа вирішує, що показувати користувачам. За словами А. Моссері, «Інстаграм використовує серію алгоритмів, сигналів і взаємодій, щоб вирішити, що показувати кожному користувачеві»⁵. Тобто соцмережі формують стрічки користувачів на основі попередніх дій: підписок, переглядів, лайків, репостів, коментарів, запитів у пошуковиках та ін.

При цьому кожна соціальна мережа має власні алгоритми та по-різному ранжує контент, оскільки має свою стратегію управління аудиторією. Для

⁵ Mosseri A. Shedding More Light on How Instagram Works / Adam Mosseri URL: <https://about.instagram.com/blog/announcements/shedding-more-light-on-how-instagram-works>

кращого розуміння А. Моссері виділив найважливіші з них і коротко пояснив значення кожного з них:

- «інформація про пост: кількість лайків, коли вміст було опубліковано, його тривалість, якщо це відео, та місце розташування;
- інформація про особу, яка опублікувала допис: кількість разів, коли користувачі взаємодіяли з тими, хто опублікував вміст;
- активність користувача: загальні лайки користувача;
- історія взаємодії: кількість разів, коли користувач взаємодіяв з автором публікації, ставив лайки або коментував»⁶.

Інстаграм — соціальна мережа, що базується на обміні світлинами та відеозаписами, дає змогу користувачам робити світлини та відео, застосовувати до них фільтри, а також поширювати їх через свій сервіс і низку інших соціальних мереж.

Інструменти цієї соціальної мережі розвиваються та додаються, не обмежуючись лише фотографіями та відео. Вона містить ще такі інструменти: фото, відео (до 1 хв.), хештеги (для зручного пошуку), Explore (популярні фото/відео, поблизу та пошук), IGTV (вертикальний формат відео до 60 хв.), ІнстаграмDirect (приватні повідомлення), ІнстаграмStories (тимчасові зображення та відео, які можна додавати ефекти/наклейки/теги, зникають через 24 год. після публікації), ІнстаграмShopping (онлайн-магазин в профілі), ІнстаграмVR-masks (маски для застосування в ІнстаграмStories), Guides (путівник по сторінці, в який можна додати ключові публікації).

Кожна частина соцмережі (розділ зі стрічкою та сторіс, вкладка «Цікаве») використовує власний алгоритм, адаптований до досвіду конкретного користувача. Інстаграм ранжує пости в стрічці, виходячи із зацікавлень користувача і робить це персоналізовано.

⁶ Mosseri A. Shedding More Light on How Instagram Works / Adam Mosseri URL: <https://about.instagram.com/blog/announcements/shedding-more-light-on-how-instagram-works>

ТікТок — соціальна мережа, що «дозволяє публікувати короткі відео з музикою, фільтрами та іншими спецефектами»⁷. ТікТок надає своїм користувачам інструменти для зйомки, монтажу, редагування, декорування та публікації відеороликів тривалістю до 60 сек.

У ТікТок стрічка ForYou відображає унікальні вподобання кожного користувача: «система рекомендує вміст, ранжуючи відео на основі комбінації факторів — починаючи з інтересів, які ви виражаєте як новий користувач, і коригуючи речі, які, як ви зазначили як такі, що вас не цікавлять, — для формування вашої персоналізованої стрічки»⁸.

Коли користувач заходить у ТікТок, алгоритми відображають йому відео на основі його вподобань. Наступні відео будуть відображатися, ґрунтуючись на тому, з якими відео з першої групи користувач взаємодіяв найбільше: «Система рахує кількість прямих взаємодій (коментарі, лайки та шери), слідкує за тим, чи додивився користувач відео до кінця, зчитує інформацію про відео (музику, титри, хештеги), а також бере до уваги налаштування телефону: мову, країну та тип мобільного пристрою»⁹.

Логіка ТікТок дає змогу уникнути повторювань, які можуть зробити соцмережу нецікавою користувачеві: наприклад, вона не рекомендує кілька відео або музичних композицій водночас від одного крейтора. Натомість мережа може «порекомендувати відео, яке було добре сприйняте іншими користувачами, які поділяють подібні інтереси», або набрало велику кількість лайків¹⁰.

Головна відмінність алгоритму ТікТок — орієнтація на контент, а не на підписки. Саме тому контент-мейкери з невеликою кількістю підписників можуть мати мільйони переглядів на їхніх відео.

⁷ Бушковська Н. Путівник по Tik-Tok: які сегменти має дивна соцмережа / Наталія Бушковська. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2020/08/22/242054/>

⁸ How TikTok recommends videos #ForYou. URL: <https://newsroom.tiktok.com/en-us/how-tiktok-recommends-videos-for-you/>

⁹ Як працюють алгоритми ТікТок: Чому відео невідомих інфлюенсерів набирають багато переглядів. URL: <https://adsider.com/ua/yak-pratsiuiut-alhorytmy-tiktok-chomu-video-nevidomykh-infliuenseriv-nabyraiut-bahato-perehliadiv/>

¹⁰ Впорядкувати хаос. Як працює алгоритм стрічки For You в ТікТок. URL: <https://dev.ua/news/for-you-tiktok>

Ютуб — популярний відеохостинг, що надає послуги розміщення відеоматеріалів. Ютуб є «найбільшим відеохостингом у світі, який нараховує 2 млрд користувачів по всій планеті, а в Україні займає друге місце серед усіх сайтів за відвідуваністю»¹¹. Користувачі можуть додавати, переглядати, коментувати, оцінювати, пересилати обрані відеозаписи.

Алгоритми пошуку та рекомендацій на платформі Ютуб сприяють виявленню контенту, що може бути цікавим для користувачів. Головна сторінка Ютуб, яка є першим етапом взаємодії з платформою (на вебсайті [youtube.com](https://www.youtube.com) або в додатку), представляє персоналізовану підбірку відео, що відповідають інтересам глядача. Це включає відео з підписок користувача, ролики, переглянуті іншими користувачами з подібними інтересами, а також нові відео, що потенційно можуть бути цікавими. Алгоритм рекомендує контент на основі історії переглядів, взаємодій із відео та профілю користувача, що дозволяє створювати більш точні та релевантні рекомендації¹². Система рекомендацій зужує вибір відео для глядачів, беручи до уваги такі чинники:

- відео, які вони зазвичай дивляться;
- відео, які вони не дивляться;
- тривалість перегляду контенту;
- оцінки „Подобається” й „Не подобається”;
- відгуки „Не цікавить”;
- опитування про задоволеність користувачів»¹³.

Тривалий час канали соціальних мереж працювали без використання алгоритмів — просто використовували зворотний хронологічний порядок для розміщення публікацій. Це було змінено, оскільки кількість користувачів та контенту зросла — доводиться шукати пріоритети.

¹¹ Як стати Ютуб-блогером. URL: <https://osvita.diiia.gov.ua/courses/Ютуб>

¹² Поширені запитання про виявлення контенту й ефективність відео.
URL: <https://support.google.com/Ютуб/answer/141805?hl=uk>

¹³ Там само.

Вважається, що соціальні алгоритми гарантують, що ви бачите вміст, який справді хочете бачити — справа в кращому досвіді клієнтів. А це означає постійне їх удосконалення: «Алгоритми, за допомогою яких соцмережі аналізують, ранжують та модерують інформацію постійно змінюються, пристосовуючись до розвитку технологій та методів подачі інформації, до поведінки користувачів у мережі тощо» [109].

Етичні стандарти соцмереж. Постає питання: якщо алгоритми спричиняються до формування цифрової реальності, чи не могли би соціальні мережі дедалі підвищувати етичні стандарти, підносячи якість контенту?

І тут варто згадати, що соціальні мережі мають і періодично оновлюють такі документи, наприклад:

- ТікТок: «Правила спільноти»¹⁴;
- Фейсбук: «Стандарти спільноти Фейсбук»¹⁵
- Інстаграм: «Правила спільноти»¹⁶

У цих документах виписані правила й принципи, згідно з якими адмініструється контент, зокрема той, що стосується дітей. Наприклад, один із розділів «Стандартів спільноти Фейсбук» так і називається: «Сексуальна експлуатація дітей, жорстоке поводження з дітьми та зображення оголеного дитячого тіла». А в іншому («Додатковий захист неповнолітніх») йдеться: «Ми виконуємо:

- запити на видалення облікових записів неповнолітніх користувачів;
- урядові запити щодо видалення зображень жорстокого поводження з дітьми, наприклад, побиття дорослим або удушення дорослим;
- запити опікунів на видалення контенту з нападами на неповнолітніх осіб, які стали відомими, не маючи таких намірів»¹⁷.

¹⁴ Правила спільноти. URL: <https://www.ТікТок.com/community-guidelines/uk/>

¹⁵ Стандарти спільноти. . URL: Фейсбук <https://transparency.meta.com/uk-ua/policies/community-standards/?source=https%3A%2F%2Fwww.Фейсбук.com%2Fcommunitystandards%2F>

¹⁶ Правила спільноти. URL: <https://help.Інстаграм.com/477434105621119?hl=uk>

¹⁷ Додатковий захист неповнолітніх. URL: <https://transparency.meta.com/uk-ua/policies/community-standards/additional-protection-minors/>

1.2. Інтерпретаційні засади читацької культури: теоретичні проблеми та практичні виклики

1.2.1. Читання як о-мовлення себе

Для цього пункту дисертації ми взяли назву, що апелює до ідейної спадщини німецького літературознавця Вольфганга Ізера. Його роздуми про читання і вилучення смислу з прочитаного базуються на ідеї взаємодії між читачем і текстом, активному залученні.

Так, поняття «читання», при всій його позірній зрозумілості, не має однозначного тлумачення. Традиційне визначення читання можна почерпнути в будь-якому тлумачному словнику, наприклад:

- «1. Дія за значенням читати.
2. Те, що читають, читаний текст.
3. *мн.* Цикл доповідей, лекцій, виступів читців, присвячений якому-небудь колу питань» [77].

Цьому словниковому визначенню бракує емоцій чи пафосу, а це те, що іманентно властиве читанню в усіх його трьох перелічених значеннях, те, про що влучно сказав Вольтер у філософській повісті «Простак»: «Читання звеличує душу, а освічений друг заспокоює її»¹⁸.

Втім, проживання читання (і як дії, і як лектури, і як імпрези) — надто індивідуальна справа, на чому був сконцентрований постмодернізм.

У постмодернізмі читання набуває характеру глобальної вітальної практики, адже, як стверджував Ж. Дерріда, «текст як світ» і «світ як текст»; «культура — знакова система, побудована на писемності, безмежний текст („поза текстом нічого не існує”)... Для розуміння смислу треба розглядати будь-який текст у системі його зв'язків з ін. текстами (інтертекстуальність). Без цього

¹⁸ Вольтер. Простак. Правда історія, добута з манускрипту панотця Кеснеля // Вольтер. Кандід: філософ, повісті: пер. з фр. /; передмова та примітки Я. І. Кравця. Харків : Фоліо, 2011 С. 265.

реципієнт осягає смисл лише частково. Дерріда пропонував застосування деконструктивістського підходу до тексту...» [59].

Згідно з феноменологією, «аналіз літературного твору повинен враховувати не тільки текст, але й форми відгуку на цей текст» » [129, с. 64], що породжує т. зв. діалектику читання.

До слова кажучи, ця діалектика читання дуже очевидна в сучасному інтернеті, де прецедентні тексти стають тригерними й обростають відгуками-паратекстами — так постають дискурси, причому в умовах тотальної цифровізації за допомогою медіамоніторингових систем цілком можливо віднайти і першотекст, і його копії, і інтерпретації. Втім, і досі значно складніше відстежити механіку читацького зацікавлення та вчитування.

В. Ізер, один із засновників Константської школи рецептивної естетики, у праці «Процес читання: Феноменологічне наближення» говорить про «три важливі аспекти, які формують основу взаємовідносин читача і тексту: процес антиципації та ретроспекції, послідовність розгортання тексту як життєвої події і враження, викликані подібністю текстуального та життєвого досвіду [106, с. 273]. В. Ізер говорить: «Коли ми читаємо, то так чи інакше коливаємось між творенням та руйнуванням ілюзій» [106, с. 272]. «Думки когось іншого можуть набувати форми в нашій свідомості тільки за умови, що у процесі до гри вводиться наша здатність розшифровувати ті думки, тобто здібності, які в акті розкодування одночасно о-мовлюють себе» [106, с. 276].

Г. Р. Яусс, другий із фундаторів теорії рецептивної естетики, твердить про «горизонт сподівань», який «як історичне обмеження і водночас як умова можливості досвіду, конститує кожне витворення сенсу в людських вчинках і первинному розумінні світу» [201, с. 279]. Для осмислення читання (зокрема підліткового) важливою є теза Г. Р. Яусса про альтернативність «між творцем і реципієнтом, між минулим тексту і сучасністю реципієнта, поміж різними культурами» [201, с. 287].

Діалектика читання передбачає інтерпретацію, наявність «активного читача», або, згідно з У. Еко, «зразкового читача» [98]. Людське читання, власне,

є суцільною інтерпретацією, що передбачає «передздобуття — передрозуміння — передрішення» [226]. Тож інтерпретація не слідує за читанням, а передує йому.

Сучасні дослідники теж вважають читання складним феноменом, адже це «процес мислення, оцінки, судження, уяви, міркування та вирішення проблем» [254, с. 91]. У цій думці нам імпонує акцент на тому, що читання здатне до «вирішення проблем», авжеж проблеми різні — від нудьги, браку емоцій до пізнання нових фактів та опанування нових навичок.

1.2.2. Читацька культура — комплекс і рівень споживання інформації

Дефініційний аналіз. Обсяг понять «культура читання», «читацька культура» і навіть «читацька компетентність» у науковому дискурсі наразі не здобув чіткого визначення. Ці терміни різнотлумачаться, ситуативно вживаються як синонімічні. Наприклад:

- Культура читання — «інтегральна характеристика, що представляє собою динамічну систему цінностей і способів самоосвітньої діяльності, яка спрямована на освоєння, трансляцію і створення людських цінностей (раціональне читання, швидка орієнтація в сукупних інформаційних ресурсах, оптимальне співвідношення професійного і загальноосвітнього читання, дбайливе ставлення до творів літератури і т. п.)» [190 с. 170].

- Культура читання — «звичне та регулярне читання книг та інформаційних матеріалів» [258].

- Читацька культура — «складова частини загальної культури особистості, комплекс знань, умінь і почуттів читача, що передбачає свідомий вибір тематики читання, його системність з метою повноцінного і глибокого сприйняття та засвоєння літературного тексту» [107, с. 5].

- Читацька культура — «складне інтегративне утворення особистості, що має такі складники, як потреба в читанні та стійкий інтерес до даного процесу; читацька ерудованість, здатність до сприйняття літературного твору на

рівні аналізу; певний рівень сформованості читацьких умінь, розвитку культурного спілкування учня з книгою; повноцінне сприймання прочитаного твору; уміння визначати тему та головну думку тексту, його призначення; наявність характерних для віку літературних знань, умінь та навичок; здібність учнів використовувати читання як засіб здобуття нових знань для подальшого навчання; необхідний рівень теоретико-літературних знань; креативні здібності, здатність до оцінки й інтерпретації» [64, с. 59].

- Читацька культура — «сукупність знань, умінь та почуттів читача, які дозволяють йому повноцінно та самостійно засвоювати інформацію» [130, с. 6].

Перше, що впадає в око,— ототожнення «читацької культури» і «культури читання». Втім, наприклад, у німецькій мові «читацька культура» і «культура читання» — все це *die Lesekultur*, а конкретне значення набувається в контексті, і це вже усталилося в науковому дискурсі, наприклад: Sirges Thomas «Die Bedeutung der Leihbibliothek für die Lesekultur in Hessen-Kassel 1753–1866» (1994) [274]; Rosebrock C. «Elementare Lesekultur. Zum Leitbild schulischer Lesedidaktik für Kinder» (2021) [269].

На нашу думку, такий підхід має право на життя. Втім, ще переконливішим здається погляд, що «культура читання» і «читацька культура» — це ширше в й вужче поняття. Оскільки в українській мові «читання» — це і дія, і лектура, і імпреза, то, на нашу думку, «культура читання» — це і читацька культура, і культура продукції (книги, газети, журналу тощо), і інфраструктура читання (бібліотеки, виставки, форуми, лекторії тощо).

Друге, що впадає в око,— в усіх наведених дефініціях феномен обмежений індивідуальним рівнем функціонування культури, з чим складно погодитися (а як же тоді «національна культура»?).

Не вдаючись у подальший аналіз термінологічної дискусії, окреслимо наше розуміння питання.

Читання впродовж віків стало цивілізаційною традицією, в межах якої постали практики, норми, цінності, надбання світового рівня — виробилася

«культура читання» (поруч із «музичною культурою», «танцювальною культурою», «фізичною культурою» тощо), яка стала одним із складників культури людства.

Багатоманітність культури читання настільки велика, що годі дійти єдино «правильного» її тлумачення або не збитися на якісь ті чи ті її евристичні аспекти. Тому окреслимо бодай обриси рамок, в яких функціонує і є пізнаваною культура читання:

- *дефініційний аспект*: Тучак К. «Феноменологія поняття «культура читання» (2021) [190];
- *інтелектуальний аспект*: Чепелева Н. В., Яковенко Л. П. «Читання як чинник інтелектуального розвитку особистості (2009) [195];
- *освітній аспект*: Семенова М. О. «Культура читання як чинник самоосвіти студентів вищого педагогічного навчального закладу» (2015) [175]; Мовчан К. М. «Культура читання як чинник самоосвіти студентів» (2022) [146];
- *дослідницький аспект*: Борисов В. «Культура читання — культура самостійної дослідницької діяльності» (2010) [73];
- *технологічний аспект*: Бессараб А. О. «Технології доповненої реальності як новий тренд у формуванні культури читання» (2016) [70]; Ситник О. В. «Проблематика впровадження штучного інтелекту в сучасних ЗМІ та медіатехнологіях» (2023) [176];
- *дискурсивний аспект*: Ковпак В. А., Політова О. О. «Українські буктьюб та Букстаграм: дискурси культури читання української книги та національної безпеки (2021) [73];
- *просувальний аспект*: Солодка Л. І. «Дослідження способів популяризації читання на матеріалі регіонального соціокомунікаційного проекту» (2016) [181], Бессараб А. О. «Соціально-комунікаційні технології формування культури читання на телебаченні на прикладі телеканалу Інтер» (2016) [69];

- *культура читання певних аудиторій (зокрема дітей і молоді):*
Безручко О. «Діти і читання в новій реальності» (2015) [66], Рижко О., Крайнікова Т., Крайніков Е. «Моделі використання штучного інтелекту в контексті життєвих практик української молоді» (2023) [168].

Впадає в око, що серед праць, предметно присвячених культурі читання дітей і молоді переважають праці, які корелюють з освітньою проблематикою освітнього, наприклад: Польщикова В. «Особливості навчання аналітичного читання студентів-філологів» (2012) [157]; Балюк В. Є. «Формування читацької культури старшокласників на уроках української літератури» (2016) [64]; Сімольчук А. Г. «Формування соціокультурної компетентності учнів основної школи на основі крос-культурного читання» (2018) [177].

Крім того, культура читання кореспондується з культурою медіаспоживання — коли йдеться про читання медій. Тому звернімося до дефініції Т. Крайнікової із дисертації «Культура медіаспоживання в Україні: актуальний стан і механізми формування» (2015): «Культура медіаспоживання — це, по-перше, динамічне соціокомунікаційне середовище, утворене сукупністю поширених у суспільстві інформаційних інтересів, медіауподобань, моделей споживчої поведінки, уявлень про якість медіапродукції, аксіологічних оцінок та установок, стереотипів тощо; а по-друге, рівень розвиненості практик медіаспоживання індивідів, аудиторій і суспільства в цілому, що залежить від міри їхньої медіакомпетентності.

Культура медіаспоживання, разом із культурою медіавиробництва та культурою медіапродукції, є невід’ємною частиною медіакультури...» [121, с. 349–350]. Йдеться про те, що культура (медіаспоживання, читання чи інша) екзистує, умовно кажучи, в горизонтальній і вертикальній площинах — як простір глобальних, локальних та індивідуальних практик і як мірило якості цих практик. Виходячи з таких засад, пропонуємо авторську дефініцію, в якій, до речі, розмежовуємо «культуру читання» і «читацьку культуру» як ширший і вужчий феномени:

Читацька культура — складник культури читання:

1) комплекс практик споживання інформації (пошук, сприйняття, інтерпретація, створення та поширення інформаційних матеріалів різного характеру та призначення), притаманний певному суспільству, читацькій групі (наприклад, підлітків) або конкретному індивіду (індивідуальна читацька культура);

2) рівень практик споживання інформації певної аудиторії чи індивіда, що корелює з читацьким досвідом, читацькою компетентністю тощо.

Читацька та медіакомпетентність, критичне мислення. В умовах пандемії COVID-19 та повномасштабного російського вторгнення в Україну гостро постало питання про читацьку та медіакомпетентність, критичне мислення. Адже українське суспільство зіштовхнулося з проблемою дезінформації, опинилося під масованим інформаційним «обстрілом». Соціальні мережі докорінно змінили способи обміну інформацією, надавши можливість комунікації «усіх з усіма», завдяки чому величезна кількість інформації, незалежно від того, чи є вона істинною або помилковою, поширюється на особистих та групових сторінках. Тож рефлексія цих понять, яка розпочалася ще задовго до цих трагічних подій, знову набула актуальності.

Українські педагоги, психологи і методисти (О. Ісаєва, О. Куцевол, В. Мартиненко, О. Савченко, Н. Чепелева, О. Шкловська, Т. Яценко та ін.) виокремлюють читацьку компетентність як інтегровану особистісну якість, що формується й розвивається у процесі шкільного літературного навчання, а також удосконалюється протягом життя.

За визначенням В. Мартиненко, читацька компетентність «є базовою складовою частиною комунікативної та пізнавальної компетентностей і передбачає оволодіння учнями сукупністю знань, умінь, навичок, ціннісних ставлень, які дають змогу учневі самостійно працювати з різними видами письмових текстів — їх читати, розуміти, знаходити в них потрібну інформацію, аналізувати, інтерпретувати, оцінювати, застосовувати її для вирішення

навчально-пізнавальних завдань, у життєвому досвіді, у стандартних і нових ситуаціях» [138, с. 145–151].

О. Савченко розуміє феномен читацької компетентності як «інтегроване особистісно-діяльнісне утворення, що є результатом взаємодії знань, умінь, ціннісних ставлень, що набувається у процесі реалізації змісту літературного читання» [172, с. 4–8].

На думку Н. Чепелевої, сутнісну ознаку цієї категорії становить «комплекс особистісних та інтелектуальних якостей читача, які дозволяють йому ефективно взаємодіяти з текстом, адекватно розуміти твір, вступаючи в діалог з автором, оцінюючи прочитане, виражаючи своє ставлення до нього. Вона включає три блоки — когнітивну, операціональну та комунікативну компетентність» [194].

В. Мартиненко зазначає, що «читацька компетентність у контексті діяльнісного, особистісно орієнтованого підходів покликана виконувати пізнавальну, розвивальну, інформативну, комунікативну, самоосвітню функції» [138, с. 145–151].

За визначенням О. Скібчик, «компетентний читач — особа, яка вдається до когнітивного читання із метою знайти інформацію й досягти її розуміння, а також критично оцінити актуальність і достовірність цієї інформації» [178, с. 177–181].

Крім поняття «читацька компетентність», в науковому дискурсі також вживається поняття «медіакомпетентність», котре тлумачиться зазвичай ширше — позначає навички і рівень, притаманні тим чи тим практикам медіаспоживання (обсяг цього поняття містить «читання», але не зводиться суто до нього). Наприклад, О. Мурзіна визначає медіакомпетентність як «сукупність знань, умінь, здібностей, що сприяють пошуку, відбору, інтерпретації, використанню, оцінюванню, критичному аналізу, створенню та передачі медіаінформації» [147].

Медіакомпетентність — одне із засадничих понять національної Концепції впровадження медіаосвіти в Україні (редакція від 2016 р.). У цьому документі медіакомпетентність визначено як «рівень медіакультури, що забезпечує розуміння особистістю соціокультурного, економічного і політичного контексту

функціонування медіа, засвідчує її здатність бути носієм і передавачем медіакультурних цінностей, смаків і стандартів, ефективно взаємодіяти з медіапростором, створювати нові елементи медіакультури сучасного суспільства, реалізувати активну громадянську позицію» [18].

ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти» у 2017 р. схвалив поради для вчителів «Нова українська школа», в якому медіакомпетентності приділено чималу увагу. А також визначено «вміння критично мислячої людини: оцінювати надійність джерел інформації; виділяти необхідну інформацію та обробляти її; аналізувати та оцінювати власні чи чужі висловлювання, припущення, висновки, аргументи, гіпотези, переконання; ставити запитання з метою одержання точнішої інформації або її перевірки; розглядати проблеми з різних точок зору та порівнювати різні позиції і підходи при їх вирішенні; висловлювати власну позицію, влучно обирати мовленнєві засоби для побудови висловлювань; приймати обґрунтоване рішення» [152, с. 74].

Медіакомпетентність корелює з критичним мисленням. За твердженням дослідників О. Пометун, Л. Рибак, О. Тягло, Г. Липкіної критичне мислення — це «перевірка запропонованих рішень з метою визначення сфери можливого їх застосування, а також здатність людини усвідомлювати власну позицію з того чи іншого питання, вміння знаходити нові ідеї, аналізувати і оцінювати події та приймати зважені рішення стосовно будь-яких думок і дій» [158, 2016].

Сучасні вебсервіси й застосунки стають ефективними інструментами формування медіаграмотності, що є передумовою свідомого споживання інформації та розвитку критичного мислення в цифровому середовищі, зокрема й під час взаємодії з читацьким контентом [219].

І нам імponує такий підхід: критична, грамотна медіаповедінка, на нашу думку, детермінує не тільки здатність до інтерпретації прочитаного (що характеризує активного читача), а й здатність планувати й вирішувати, чинити важливий вибір, що вкрай важливо з погляду фундаментальних цінностей людини і її громадянської позиції.

1.2.3. Криза читання чи трансформація читання?

Криза читання, криза грамотності, криза освіченості — проблеми не суто українські. Наприкінці 2022 р. ЮНІСЕФ заявляла про вражаюче низький рівень навчання: за оцінками, лише третина 10-річних дітей у всьому світі здатна прочитати та зрозуміти просту написану історію¹⁹. Так що Т. Вилегжаніна слушно мовить про «кризу читання як сучасну проблему світового рівня» [79].

Це визнає й українська влада. Олександр Ткаченко, тоді ще міністр культури та інформаційної політики, констатував факт: «Надто замала кількість виданих книжок на душу населення, а показники кількості населення, що читає, стрімко падають. Читання поступається споживанню „швидкої“ інформації із соціальних мереж, доступному відеоконтенту і телебаченню. Від якості того, що читають люди, родини, залежить сьогоднішнє та майбутнє кожної нації»²⁰. Тож проблема лежить у кількох площинах: і потужності видавничої галузі, і споживання видавничого продукту, і плекання читача на майбутнє через систему відповідного виховання.

Не менш песимістично налаштована директорка Інституту книги Олександра Коваль — чого варта її гірка сентенція в одному з інтерв'ю: «Читати чи не читати?» — питання, яке може стати неактуальним»²¹.

Те, що криза читання — не надумана чи перебільшена проблема, свідчать дані опитувань. Зокрема, «8% дорослих і 13% дітей щоденно читають книжки; за час карантину 2020 року 23% дітей-читачів почали частіше читати під час карантину, а 16% — рідше. 57% дітей читають з примусу» [42]. Але в цих цифрах

¹⁹ ЮНІСЕФ попереджає про вражаюче низький рівень навчання: за оцінками, лише третина 10-річних дітей у всьому світі здатна прочитати та зрозуміти просту написану історію. URL: <https://www.unicef.org/press-releases/unicef-warns-shockingly-low-levels-learning-only-third-10-year-olds-globally>

²⁰ Доступні книги та оновлення бібліотек: у Києві обговорили розвиток читання в Україні <https://vechirniy.kyiv.ua/news/83382/>

²¹ Олександра Коваль «Читати чи не читати?» — питання, яке може стати неактуальним URL: <https://life.pravda.com.ua/columns/2023/04/23/253963/>

є трохи оптимізму: за певних обставин динаміка може змінюватися в кращий бік...

Ми не належимо до медіапесимістів. На нашу думку, доцільно подивитися на цю ситуацію як на стан змін, викликаних цифровізацією. Зрештою, така думка вже лунає, наприклад, у статті, яка так і називається — «Практики читання в процесі трансформації: зміна настроїв друкованої грамотності в шведському цифровому класі» (2021) [204]. Емпіричне дослідження з учнями виявило: їхнє читання «передбачало багато розмов у класі» і це було «відмінним від читання друкованої художньої літератури. Читання, яке справді відбулося, в основному проводилося за допомогою цифрових пристроїв, як-от власні мобільні телефони... Замість того, щоб займатися друкованою художньою літературою, вони зверталися до таких цифрових текстів, як спортивні статті й стрічки новин, фільми на Ютуб, комп'ютерні ігри, ігрові застосунки на мобільних телефонах з інформацією й статистикою про футболістів, різноманітні текстові повідомлення» [204]. Дослідники доходять висновку, що йдеться про нові практики читання, які досі зазвичай вважалися маргіналізованими.

Цифровізація як детермінанта змін медіасередовища-текстів-читання.

Дискусія про те, чи детермінують технології суспільство і чи є соціально детермінованими самі технології, є далеко не новою — вона активно розвивається, як мінімум, від 1960-х рр. Уже ритуально в цьому випадку цитують представників теорій технологічного детермінізму, технологічного розриву, передовсім Торстейна Веблена (1857–1929) і Маршалла Маклюена (1911–1980).

Соціолог та економіст, засновник концепції технократії Т. Веблен акцентував увагу на значенні прогресу, удосконаленні людської діяльності, зазначаючи, що «новація є матір'ю необхідності» [284]. Тобто сучасні мережеві технології, VR, AR, Інтернет речей тощо — те, що зумовлене суспільною потребою, еволюцією, а опанування технологій поступово збільшує в суспільстві відсоток «технократів» (технічна інтелігенція в концепції Веблена).

Згодом, у 1969 р., М. Маклюен писав: «Ми живемо в електричному інформаційному середовищі, яке для нас так само непомітне, як вода для риби»

[254, р. 5]. І зовсім пророчими, з огляду на сучасні реалії інтернету і навіть постінтернету, видаються його слова «лише частина історії писемності була друкарською» [136]. Так, у цей «недрукарський» період історії підлітки почуваються «як риба у воді» в соцмережах. І ці мережі (і соціальні, і медійні водночас) виховують їх «по-своєму».

У 2020-х рр. переселення у віртуальний світ, особливо молоді, цілком очевидне. Як слушно пише Н. Міхно, дослідниця міста як культурного тексту, «онлайнова повсякденність як особлива реальність з власною онтологічною логікою і феноменологією, існуюча в режимі реального часу, має власний простір, зі своїми способами „пересування” і своїм горизонтом вибору. Повсякденність у нових медіа постає як проектно-сконструйований життєвий світ, розрахований на оцінку і схвалення соціальними спільнотами. Візуальна репрезентація у соціальних медіа конструює нормативно-ідеалізований і естетизований образ у повсякденному житті відповідно до очікувань і соціально схвальними патернами поведінки, стереотипами бачення і зоровими домінантами, прийнятими соціальними групами користувачів» [145, с. 234].

Складно не увірувати в технологічний детермінізм, коли сучасні технології забезпечують миттєвий доступ до великої кількості інформаційних ресурсів в офлайн- та онлайн-режимах, дають змогу зберігати власну добірку обраних книг на мобільних пристроях (свою «александрійську бібліотеку»), миттєво отримати доступ до необхідного електронного тексту на інтернет-сайтах книжкових магазинів та онлайн-бібліотек — і все це змінює і читання, і читача. Книги в електронному форматі поєднують звичну ідею книги разом із функціями, які надаються в електронному середовищі, як-от «функції пошуку та перехресних покликань, гіпертекстові покликання, закладки, анотації, виділення, мультимедійні об'єкти та інтерактивні інструменти» [283, р. 355–368].

Сучасні канали поширення інформації — медіаплатформи (зокрема, Project Gutenberg, Internet Archive, Goodreads, Kindle-платформа тощо) — роблять суттєвий внесок у розвиток читацької культури, надаючи доступ до найактуальніших та найновіших видань, тематичних і проблемно-орієнтованих

електронних колекцій, рецензій, відгуків. Крім того, сучасні онлайн-ресурси формують персоналізовані добірки, ґрунтуючись на літературних вподобаннях користувача та раніше обраних ним книгах.

У відповідь на це традиційні бібліотеки зазнають суттєвих змін: створюються нові креативні простори, хаби, коворкінги, зали бібліотек розширюють свої функції — стають місцем навчання, творчості, проведення дозвілля. І все це дуже зручно й швидко — у сервісній економіці «особливого значення набуває якість життя, вимірювана послугами і різними зручностями у сфері охорони здоров'я, освіти та культури» [76, с. 50].

Та все ж таки залишається питання про те, як же змінюється в цих умовах текст і читач? Дослідники наразі вже вивчають онлайн-читання в аспектах цілепокладання, процесів і наслідків, намагаючись пізнати типаж такого читача, його когнітивні здібності, мотивацію, які виходять за межі традиційного соціокультурного контексту. Вони доходять висновку, що електронні тексти є новою формою комунікації, адже вони нелінійні, інтерактивні, виходять на різноманітних медіаформах, пропонують нові можливості для читання. Серед дослідників онлайн-текстів: Скрипник М. І. «Проблема навчальних текстів цифрової ери: питання теорії та практики» (2021) [179], Гич Г. «Нова читацька практика учнів у технологічному полі сучасної шкільної освіти» (2021), [89] та ін.

Специфіка онлайн-читання теж предметно досліджувалася в Україні та за кордоном, щоправда, переважно в освітньому ракурсі. Серед таких праць: Бондаренко Н. «Україна під «ною парасолькою грамотності» (2020) [72], Прокопенко Н. М. «Читаюча людина — цінність ХХІ століття» (2020) [163], Квадрі М. «Специфіка формування читацької та літературознавчої компетентності учнів в умовах дистанційного навчання» (2023) [110] та ін.

Більшість дослідників мовить про «нову грамотність», мовляв, читачі читають похапцем, сприймаючи тільки «дані», а зацікавлення до наративних текстів знижується. Ось два приклади спостережень колег:

- «шалений розвиток інформаційного суспільства спрямовує стратегію читання на отримання інформації» [163];

- «читачі електронних текстів витрачають менше часу на поглиблене та зосереджене читання, натомість віддаючи перевагу перегляду, скануванню тексту, визначенню ключових слів, одноразовому, нелінійному та вибіркового читанню. Ці зміни називають „новою грамотністю”, необхідною для читання в цифровому, мережевому, мультимодальному та багатозадачному середовищі» [250, р. 37–68].

Тож проблема фундаментальної трансформації тексту й читання є — це зрозуміло із праць колег. Інша справа, що надто мало відомо, як це змінює підліткове читання в Україні.

1.2.4. Піднесення рівня читацької культури в Україні: підходи й заходи

Подолання кризи читання, повернення молодіжної аудиторії до якісного читання — виклики, які вимагають проактивної позиції від усіх зацікавлених сторін, а саме комплексного підходу до розвитку системи медіаосвіти.

Правове поле медіаосвіти. За роки незалежності українська влада докладала зусиль, щоб створити правове поле для розвитку видавничого ринку, розширення функціонування української мови та артикулювала національну гуманітарну політику (з огляду на формат дисертаційної роботи, не зупиняємося на деталях цього дуже складного й суперечливого процесу). Серед таких документів — Закони України:

- «Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні» (2003) [3];
- «Про забезпечення функціонування української мови як державної» (2019) [4];

- «Про внесення змін до деяких законів України щодо встановлення обмежень на ввезення та розповсюдження видавничої продукції, що стосується держави-агресора, Республіки Білорусь, тимчасово окупованої території України» (2022) [1] та ін.

Стратегічна позиція держави викладена також у низці концепцій, спрямованих на підтримку бібліотечної справи, популяризацію книги та читання:

- «Про схвалення Стратегії розвитку бібліотечної справи на період до 2025 року „Якісні зміни бібліотек для забезпечення сталого розвитку України»» [12];

- «Про схвалення Стратегії розвитку читання на період до 2032 року „Читання як життєва стратегія” та затвердження операційного плану її реалізації на 2023–2025 роки» [13] та ін.

У взаємодії з Національною академією педагогічних наук України, а також Академією української преси від 2010-х рр. зроблено кроки до створення на національному рівні системи медіаосвіти, принаймні пройдено етап концептуалізації:

- «Концепція впровадження медіаосвіти в Україні» (2010) [17];
- «Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція, 2016)» [18];
- «Концепція виховання дітей та молоді в цифровому просторі» (2021) [16].

Питанням медіаосвіти переймається не лише влада, а й дослідники: О. Барішполець, О. Волошенюк, Н. Габор, В. Іванов, Т. Крайнікова, О. Мурзіна, В. Собкін, Г. Твердохліб, І. Челишева, Е. Ястребцева та ін. Вони переконані, що «інформаційні інтереси українських медіаспоживачів, їхні смаки, запити можуть прогресувати, але для цього потрібні сприятливі умови й системна праця» [124].

Суть та аспекти медіаосвіти. Згідно з «Концепцією впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція, 2016)», медіаосвіта — «частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа, включаючи як традиційні (друковані видання, радіо, кіно, телебачення), так і новітні (комп'ютерно опосередковане спілкування, інтернет, мобільна

телефонія) медіа з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій» [18].

Медіаосвіта в педагогіці — особливий компонент шкільної та вишівської формальної освіти — і до цього українській і середній, і вищій школі треба іти швидшими кроками. Адже нині медіаосвіта — це довгострокова соціально-освітня діяльність на стику багатьох фахівців: педагогів, психологів, медійників, соціологів та ін. У такій інтерпретації йдеться про формування в аудиторії проактивного ставлення до медіаконтенту, здорової критичності, набуття здатності виявляти неправдиву інформацію і протистояти маніпулятивним впливам ЗМІ. Цьому сприяє обізнаність аудиторії з механізмами функціонування ЗМІ, з нормами і правилами професійної діяльності журналістів, жанрами журналістики тощо: «Ефективна робота з медіапродуктами передбачає вміння аналізувати, критично та аналітично мислити, перевіряти інформацію» [164].

Головне завдання системи медіаосвіти — «навчити молодь грамотно читати медіатекст та критично мислити; прищепити естетичний смак; допомогти інтегрувати знання та вміння, здобуті на різних заняттях, при сприйнятті, аналізі інформації, у творчій діяльності; проявити і сформувати через медіадіяльність та медіаактивність особистості її соціальну та громадянську відповідальність» [164].

У сучасних умовах цифровізації медіаосвіта розглядається не лише як інструмент опрацювання інформації, а як засіб формування читацької культури, що спирається на гуманістичні й відкриті підходи: «ліберальна інформаційна культура є відкритим інтерпретаційним простором, що продукує вільну особистісну соціальну оцінність» [141]. Тож медіапросвітництво слід розглядати не лише як технічний або навчальний процес, а передусім як ціннісну діяльність, яка сприяє новим формам комунікації, осмислення й самоідентифікації.

У дисертації ми обстоюємо позицію, що підліткова аудиторія потребує комплексної медіаосвіти — формальної та неформальної, відкритої та латентної. Щодо останнього аспекту (латентна медіаосвіта) вважаємо за потрібне додати роз'яснення й усталений термін.

Прихований навчальний план (Hidden curriculum). Довідкові джерела пояснюють: «Прихований навчальний план стосується неписаних, неофіційних і часто мимовільних уроків, цінностей і перспектив, які учні черпають у школі. Якщо „формальний” навчальний план складається з курсів, уроків і навчальних заходів, у яких беруть участь учні, а також знань і навичок, котрі викладачі навмисно передають учням, то прихований навчальний план складається з невисловлених або прихованих академічних, соціальних і культурних повідомлень, які транслюються учням під час навчання в школі.

Концепція прихованого навчального плану базується на визнанні того, що учні засвоюють уроки, які можуть бути або не бути частиною формального курсу навчання, наприклад: як вони повинні спілкуватися з однолітками, вчителями, іншими дорослими; як вони повинні сприймати різні раси, групи чи класи людей; які ідеї та поведінка вважаються прийнятними чи неприйнятними» [225].

Так, дорослішання й здобуття освіти — це далеко не тільки процес за партою, а й сукупність численних інших середовищ («батьки», «друзі», «читання», «культурне оточення»), принаймні в цьому переконані ті, хто заклав підвалини й розроблював концепцію прихованого навчального плану: Ф. Джексон [232], Н. Пасічник [154], І. Лупан та ін.

«Нова грамотність» — похідна від світу, що змінився. Зростання інформаційно-комунікаційних технологій та доступність цифрових текстів і соціальних медіа в інтернеті змінюють читання, розширюють розуміння тексту й читацької діяльності. Є чимало спроб окреслити суть поняття «нова грамотність»:

- За визначенням Європейської довідкової рамки ключових компетентностей для навчання впродовж життя (оновлене бачення 2018 року) «грамотність» тлумачиться як «здатність ідентифікувати, розуміти, висловлювати, створювати та інтерпретувати поняття, почуття, факти та думки як усно, так і у письмовій формі за допомогою візуальних, звукових / аудіо- та цифрових матеріалів з різних дисциплін та у різних контекстах. Вона включає

володіння здатністю спілкування й ефективного налагодження контактів з іншими людьми у належний і творчий спосіб» [133, с. 25];

- Нова грамотність передбачає «миттєвий обмін повідомленнями; спільне використання файлів і відео; розсилання онлайн, відправлення текстів усіх видів, історій, світлин, відео; користування електронною поштою, опрацювання й оцінку інформації онлайн; створення, ведення й підтримання блогів, вебсторінок, вебсайтів; участь в інтерактивній соціальній мережі; використання онлайн-чату; цифрове розповідання історій онлайн; створення мультиплікацій; відвідування інтернет-магазинів тощо» [71, с. 55–59];

- Нова грамотність передбачає використання інтернету, «щоб ідентифікувати важливі питання, знаходити інформацію, критично оцінювати корисність цієї інформації, синтезувати матеріали, котрі відповідають на поставлені запитання, а потім повідомляти відповіді іншим» [249].

Практично всі визначення «нової грамотності» спираються на «онлайн-розуміння» прочитаного, що визначається ціллю, завданням і контекстом: люди читають, щоб знайти відповіді на свої запитання в інтернеті. Модель онлайн-розуміння прочитаного починається з цього основного спостереження.

Репрезентація сучасного медіаконтенту різноманітна: мова, образи, звуки, відео, тож від читача потребуються навички збирати, систематизувати й оцінювати такі мультимедійні масиви. Це теж «нова грамотність» чи «прихований навчальний план».

На думку експертів, до десятки найбільш затребуваних компетенцій майбутнього входять: вміння вирішувати складні завдання (перша позиція), креативність, управління людьми, навички координації та взаємодії, емоційний інтелект, судження і прийняття рішень, клієнтоорієнтованість, уміння вести переговори, когнітивна гнучкість.

1.3. Підлітковість і соціальні мережі: на перетині проблемних середовищ

1.3.1. Покоління Альфа: фізіологічні, психологічні, соціальні та інші особливості

Підліток — це особа віком від 10 до 19 років включно. Такий віковий діапазон визначається Всесвітньою організацією охорони здоров'я (ВООЗ), яка класифікує підлітковий вік як перехідний етап між дитинством і дорослістю. Цей період відзначається інтенсивними фізичними, когнітивними та психосоціальними змінами, які значною мірою впливають на поведінку, емоційний стан та соціальні взаємодії індивіда²². Організація Об'єднаних Націй також визначає підлітковий (пубертатний) вік як період від 10 до 19 років, зазначаючи важливість цього етапу для формування ідентичності та соціальних ролей особи [50]. В Україні термін «підліток» не має чіткого юридичного визначення. Однак, відповідно до Сімейного кодексу України (стаття 6), неповнолітньою є особа віком від 14 до 18 років, що використовується для регулювання прав та обов'язків у зазначеному віковому діапазоні [14]. У межах цієї роботи термін «підліток» вживається для позначення осіб, які потрапляють у віковий діапазон 10–19 років, що включає всі етапи цього вікового періоду.

Підлітковий вік — час інтенсивних фізіологічних і психологічних змін, важливий етап соціального розвитку, під час якого відбувається становлення самосвідомості. Саме в цей час відбувається динамічний розвиток мислення, творчості, самостійності, гнучкості. Характерною рисою цього віку є допитливість, прагнення до пізнання та пошуку інформації [39].

Водночас підлітковий вік асоціюється з викликами і стресами, особливо в умовах воєнного стану внаслідок повномасштабної агресії росії [28; 31; 35; 61]. Підлітки часто стикаються з підвищеним тиском з боку школи та сім'ї через «необхідність» бути успішним у навчанні та виборі майбутньої кар'єри. Пошук власної ідентичності та незалежності також є потенційним джерелом внутрішнього конфлікту.

²² Adolescent health. World Health Organization. URL: <https://www.who.int/health-topics/adolescent-health>

Емоційні коливання, які супроводжують фізичні та гормональні зміни, спричиняють стрес і труднощі у спілкуванні, яке є вкрай важливим для підлітків, адже саме шляхом комунікації вони відкривають себе, свій внутрішній світ, пізнають власну індивідуальність, задовольняють потребу в самоствердженні. Звичним способом комунікації та середовищем перебування підлітків сьогодні є соціальні мережі. Вони розширили кордони соціальної взаємодії та надали безліч можливостей для здобуття та поширення інформації.

Так, сучасні підлітки — нова генерація, яка формує свої цінності, моделі поведінки та орієнтири у світі необмеженого інформаційного простору. «Уродженці цифрового світу» (digital natives), «народжені в цифровому світі» (born digital), «цифрове покоління» (digital generation) — терміни, які характеризують покоління цифрової революції. А ще конкретно тих, хто народився у проміжку від 2010 — до середини 2020-х, згідно з теорією поколінь Штрауса — Гоува, називають «поколінням Альфа».

Цю теорію розробили й виклали в книзі «Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069» (1991) американські вчені Вільям Штраус (William Strauss) та Нейл Гоув (Neil Howe). Згодом автори деталізували свою парадигму в книзі «The Fourth Turning: What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny» (1997). В. Штраус та Н. Гоув простежили суттєві відмінності і виділили серед сучасників шість поколінь: покоління переможців або GI (народилися в 1901–1922); мовчазне покоління (1923–1942); покоління бумерів або Baby Boom (1943–1963); покоління X (1963–1982); покоління Y (1982–2000); покоління Z (2000–2020) [276]. А далі йде Альфа.

Теорія Штрауса — Гоува викликала чималий резонанс. Наразі є чимало розвідок, присвячених психофіологічним особливостям тієї чи тієї генерації. Ось кілька цікавих цитат, що описують «портрет» покоління Альфа:

Згідно з результатами Т. А. Рейса та співатворів, які дослідили підлітків та особливості їхньої поведінки в родинному та шкільному середовищах, покоління Альфа «складається з людей з особливою поведінкою, орієнтованими на

креативність, динамізм, лідерство та сильний зв'язок з технологіями. ... Ця композиція відповідатиме за їхній майбутній професійний вибір і кар'єру, яка буде здебільшого орієнтована на лідерські професії, автономію прийняття рішень і зв'язок з технологіями» [267, р. 9].

Це дуже оптимістичний погляд. Варто зазначити, що є й інші дані, згідно з якими українські підлітки не виглядають так яскраво. Наприклад, основні висновки PISA-2022 (міжнародна програма з оцінювання освітніх досягнень 15-річних учнів):

«• PISA-2022 вказала не лише на нижчий, ніж у середньому по країнах ОЕСР, рівень сформованості математичної, читацької та природничо-наукової грамотності українського учнівства, а й на масштаби навчальних втрат порівняно з 2018 р. За стандартами PISA вони еквівалентні пів року навчання з природничо-наукових дисциплін, одному року навчання з математики та двом рокам — із читання.

• Як і в попередньому циклі, PISA-2022 підтвердила існування значних гендерних розривів із читання та математики. У читанні хлопці відстають від дівчат на понад рік навчання, але випереджають їх на 10 балів із математики...

• Учні із сільської місцевості мають значно нижчий, ніж їхні однолітки з великих міст, рівень математичної, читацької та природничо-наукової грамотності...

• Хоча в Україні значна частина учнів відчувається задоволеною життям, відчуває приналежність до своїх закладів освіти, не має негативного досвіду переживання булінгу, проте, порівняно з попереднім циклом, психологічний добробут наших підлітків погіршився.

• Дані PISA поточного циклу, як і попереднього, виявили проблеми, пов'язані із забезпеченням українських закладів освіти необхідними ресурсами (матеріальними та людськими) та їх розподілом» [32, с. 204].

1.3.2. Деструктивні впливи соціальних мереж на вітальні практики підлітків

Багато батьків, педагогів, дослідників різних спеціальностей нині глибоко стурбовані роллю соцмереж у житті підлітків, наприклад, С. Сіддікі та Т. Сінгх: незважаючи на те, що соціальні мережі надають молоді різноманітні переваги й можливості, вони також чинять негативний вплив [273, р. 71–75]. Аналогічну стурбованість висловлювали також ЮНІСЕФ [45] і Центр з контролю та профілактики захворювань (США) [44].

Далі зупинимося на найбільш виразних аспектах негативного впливу соцмереж.

Медіанасильство, булінг. Фундаментальні основи сучасних теорій насильства заклали зарубіжні та українські дослідники: Т. Миронюк, А. Запорожець, Х. Арангурен, Г. Блумер, М. Вебер, Л. Гумплович, Е. Дюркгейм, Г. Зіммель, Р. Мертон, У. Самнер, П. Сорокін, О. Шпенглер та ін.

Дослідники зауважують, що із поширенням цифрових технологій насильство «цифровізувалося» й стало невід’ємною частиною комунікацій у соцмережах: «Можливість залишатися анонімним в соцмережах спровокувало широке поширення таких явищ, як кібер-булінг, тролінг» [61, р. 178–185]. Дослідники Т. Миронюк та А. Запорожець визначають кібербулінг як «новітню форму протиправної поведінки, яка виявляється у агресивних, жорстоких діях з метою дошкулити, нашкодити, принизити людину, використовуючи інформаційно-комунікаційні засоби: мобільні телефони, електронну пошту, соціальні мережі тощо» [143, с. 277].

Це вкрай важливо для підліткової аудиторії: як зауважують дослідники компанії Gfk, «інтеграція соціальних мереж в повсякденну рутину підлітків пов’язана з великим ризиком, оскільки в цей період виникають збентеження, криза самоідентифікації та необхідність самостійно приймати рішення, що робить підлітковий вік найважливішим етапом у житті» [55]. Авжеж, саме в цей час підлітки намагаються визначити, чи є щось правильним чи неправильним, або до яких дій слід вдатися в конкретній ситуації.

Контент соціальних мереж може вплинути на поведінку молоді, викликати прояви агресії та протиправні дії, тому ці виклики вже опрацьовуються в законодавчому полі. 19 січня 2019 р. набув чинності Закон України від 18.12.2019 року № 2657-VIII «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо протидії булінгу (цькуванню)» [2]. Також у Законі «Про освіту» є визначення поняття «булінг» — це «дії учасників освітнього процесу, які полягають в психологічному, фізичному, економічному, сексуальному насильстві, в тому числі із застосуванням засобів електронних комунікацій, що здійснюються щодо малолітньої або неповнолітньої особи, або такою особою щодо інших учасників освітнього процесу, в результаті чого могла бути чи була завдана шкода психічному або фізичному здоров'ю потерпілого» [8].

Брак чіткої і виразної культурної політики, перенасичення інформації та відеороликів героїзованим насильством та дорослим контентом, розмивання культурних констант і послаблення соціальних табу найбільше відображається на поведінці підлітка, прищеплює їм спотворену систему цінностей та уявлень про світ.

Звикання, залежність. І українські, і зарубіжні експерти мовлять про залежність молодих людей від соцмереж як серйозний виклик.

У колективній монографії українських учених «Соціальна обумовленість та показники здоров'я підлітків та молоді: за результатами соціологічного дослідження в межах міжнародного проекту „Здоров'я та поведінкові орієнтації учнівської молоді”» (2019) наведено такі дані й висновки: підлітки є найбільш активною соціальною групою, яка швидко пристосовується до нових інформаційних технологій. Вони є новим «мультимедійним» поколінням, яке визначає свої цінності, моделі поведінки та орієнтири в світі інформації. Сучасні підлітки мають значні можливості вибору форм відпочинку. Найбільш популярними серед них є споживання контенту електронних мас-медіа, зокрема, соціальних мереж. Згідно з даними UNICEF, серед опитаних підлітків в середньому 44,7% витрачають онлайн-медіа 4 год. на день з понеділка по п'ятницю. Ще 55% з них витрачають більше 4 год. на добу у вихідні. Однією з

причин цієї тенденції є адиктивний вплив соціальних мереж на підліткову аудиторію [63].

Також зарубіжні колеги М. Лавінг і М. Очоа довели: соціальні медії викликають звикання у студентів вишів, адже вони «схильні приділяти значну частину свого обмеженого навчального часу спілкуванню, підтримці соціальних зв'язків і новим знайомствам упродовж років навчання» [253]. Тож бездумне спілкування замість навчання, від чого не так легко відмовитися. Принаймні на це вказують дані Офуані та Гбередіо. Учені вважають, що соцмережа «фактично зменшує кількість часу, необхідного студентам для читання книжок та вивчення навчальних матеріалів» [257].

Про підліткову залежність від соцмереж через легкодоступність онлайн-контенту висловила викладачка кафедри психології та педагогіки Києво-Могилянської академії Оксана Брик в ефірі Українського радіо: «Навчання формує мислення і спілкування з книгою фактично також. І не тільки мислення — це і пам'ять, увага, уява. Залежність від соціальних мереж є серйозною проблемою, і причиною цьому є легка доступність. Читання книг, або ґрунтовний пошук інформації в тому ж інтернеті вимагає зусиль. І зрозуміло, що в першу чергу буде обраний легкий шлях. Але можна людину спонукати вчитися серйозно. Це залежить від педагогічного підходу, наскільки викладач вимагає ґрунтовності знань, осмислення цих знань і, звичайно, якщо він належним чином оцінює це»²³.

Отже, йдеться про адиктивний вплив соціальних мереж на підліткову аудиторію. Результати дослідження 10–17-річних українців, проведеного дитячим фондом ООН (ЮНІСЕФ) в 2019 р., засвідчили: «25% підлітків постійно відчують, що не можуть думати ні про що інше, крім моменту, коли знову матимуть можливість користуватися соціальними мережами. Кожен десятий підліток регулярно брехав батькам або друзям про час, проведений у соціальних мережах. Найбільше таких серед 10-річних хлопців — 17,2%.

²³ Що нині читають діти, крім постів у соцмережах і чи варто їх заохочувати до читання?
URL: <http://nrcu.gov.ua/news.html?newsID=81881/>

Практично кожен восьмий (12,6%) опитаний підліток має залежність від соціальних мереж. Найбільший рівень залежності виявлено серед 15-річних дівчат (15%)» [45].

Синдром розсіяної уваги, прокрастинація. Центр громадського здоров'я МОЗ України повідомляє: протягом останнього року майже кожен четвертий підліток у віці 10–17 років відчував постійне бажання виходити в онлайн; 15% опитаних учнів почували себе погано через обмеження в користуванні соцмережами; 18,2% підлітків регулярно знехтували іншими заняттями (хобі, спорт) на користь соцмереж. Кожен шостий опитаний зізнався, що конфліктував у родині через використання соціальних мереж [26].

Адикція (залежність) впливає і на культуру читання — відбирає здатність зосереджуватися, фіксувати увагу на тексті, читати й думати водночас. Усе це може бути пов'язане із синдромом розсіяної уваги, який належить до найпоширеніших психологічних розладів серед підлітків. Професійні психологи радять у таких випадках:

- «розвиток стратегій фокусування та уваги;
- навчання емоційному регулюванню та вираженню емоцій;
- тренування навичок комунікації та спілкування;
- розвиток стратегій управління стресом та тривогою»²⁴.

У читацькому вимірі синдром розсіяної уваги асоціюється із таким бар'єром читацької діяльності, як «кліпове мислення». Йдеться про схильність людини сприймати світ фрагментарно, переважно через короткі, яскраві меседжі у формі відеокліпів, швидкого скролінгу стрічки теленовін, медіавірусних повідомлень тощо. Прикметно, що кліпове мислення тенденційно формує не друкований текст, а образи комп'ютерної мережі ще й телефонозалежність.

СДУГ зазвичай пов'язаний із зниженням мотивації і прокрастинацією — схильністю все відкладати «на потім», кидати, не завершивши, справи. Як зазначають спеціалісти, це «створює ілюзію свободи»²⁵. Серед причин

²⁴ Психологічна допомога підліткам з СДУГ — ефективні методи та поради.

URL: <https://psychologist.com.ua/psixologichna-dopomoga-pidlitkam-z-sdug-efektivni-metodi-ta-poradi/>

²⁵ Як підлітку впоратися з прокрастинацією? <https://childdevelop.com.ua/articles/psychology/6034/>

підліткової прокрастинації вони називають злість, позицію жертви, невпевненість у собі, перфекціонізм. Серед «вершників прокрастинації» — дрімота, перекус, соціальні мережі, дрібні хатні справи²⁶.

Тарек А. Ель-Бадаві та Ж. Хашем виявили: «користувачам соціальних мереж знадобиться більше часу, щоб виконати завдання, ніж тим, хто не є користувачами» [218]. І це дуже характерно в контексті нашої теми.

Зростання споживання піратської книжки через платформи соцмереж. Згідно з даними, які оприлюднив сайт «Читомо» у 2023 р., «у світі піратство електронних книжок має найбільший попит у США (12,8%), В'єтнамі, Японії (6,8%) та РФ (5,1%)» [37]. Дослідники компанії MUSO «виміряли 220,6 млрд відвідувань піратських сайтів у всіх медіаіндустріях протягом останніх дванадцяти місяців з 1 квітня 2022 р. до 31 березня 2023 р. Результати показали, що 60,8 млрд відвідувань припадає на вебсайти з піратськими виданнями. Це на 26,6% більше ніж у минулому році.

У дослідженні йдеться, що попит на піратство електронних книжок різко зріс з 2017 р. А найбільшого свого піка він досягав у 2020 р. під час пандемії COVID-19. У 2020 р. піратство електронних книжок стало другим після піратства фільмів у секторі цифрового піратства.

Виявлення користувачами незаконного публікаційного контенту відбувається через різні канали, зокрема через прямий доступ до веб-сайтів, пошукові системи і сайти соціальних мереж» [37].

Тож соціальні мережі відіграють певну роль у поширенні піратства електронних книг. Хоч прямий причиново-наслідковий зв'язок потребує доведення (а це методологічно складно), непрямі докази свідчать: соцмережі — активні канали для несанкціонованого поширення контенту. А це, безсумнівно, є негативним чинником культури читання.

²⁶ Що таке прокрастинація та як з нею боротися? <https://onclinic.ua/blog/shcho-take-prokrastynatsiya-ta-yak-z-neyu-borotysya>

1.3.3. Позитивні ефекти соціальних мереж у вітальних практиках підлітків

Нині точиться багато дискусій про очевидний негативний вплив соціальних мереж на підліткову аудиторію, але поза увагою науковців залишається беззаперечна користь соцмережевого контенту. Втім, окремі зарубіжні та українські дослідники вже від початку розширення практик користування соцмережами наголошували на позитивних можливостях цих платформ.

Платформа для позааудиторної роботи в навчальному процесі. Понад десятиліття тому Н. Тверезовська стверджувала, що використання соціальних мереж у навчальному процесі значно підвищує зацікавленість до самостійної позааудиторної роботи, шляхом «інтеграції навчально-методичних матеріалів у соціальні мережі» [185].

Соціальні мережі як джерело психологічного комфорту. Більшість підлітків відзначають, що від страхів та переживань їм найбільше допомагають відволікатися музика, спілкування, соцмережі та прогулянки. А також спорт та комп'ютерні ігри [35].

Можливості когнітивного розвитку (можливість порівнювати різні точки зору та формувати власну думку). Завдяки інформаційному впливу змінюється соціальний, комунікативний досвід підлітків, трансформуються стратегії мислення. Так, І. Кузнецова вважає: «Наявність різних, найчастіше діаметрально протилежних точок зору на цікаве для підлітка питання дозволяє йому порівняти свою точку зору з іншими. Соціокогнітивний конфлікт, що виникає при цьому, є джерелом когнітивного розвитку підлітка» [126]. А в активній взаємодії з інформацією та в альтернативному виборі проявляється суб'єктність особистості та її активна життєва позиція.

Завдяки пластичності мислення, підлітки, котрі активно користуються пошуковими системами, здатні швидше, ніж їх однолітки, які не використали комп'ютери, просіювати інформацію, аналізувати її та ухвалювати рішення. Навички пошуку необхідної інформації в гіпертексті, у великих обсягах інформації формують готовність розглядати незбіжні точки зору і суперечливу

інформацію, що сприяє особистісному зростанню, формуванню багатовимірної картини світу і толерантності. Освоєння комп'ютера сприяє регуляції підлітками власної діяльності за аналогією з ефективністю і точністю комп'ютерних програм, збільшення самостійності і незалежності.

Ми підтримуємо позицію тих, хто не відкидаючи проблемності соціальних мереж як комунікаційних платформ та інформаційних джерел, схиляється до перетворення їх у «мирний атом». На нашу думку, соціальні мережі, за умови свідомого та компетентного використання, можуть стати середовищем інтелектуального, когнітивного та соціального розвитку підлітка. А предметно нас цікавить використання потенціалу соціальних мереж для формування читацької культури підлітків.

1.4. Висновки до розділу 1

Термін «соціальна мережа» має великий обсяг значення, а окремі значеннєві аспекти залежать від ракурсу інтерпретації: соціальна структура з групами «вузлів» (Дж. Барнс, Е. Ботт), об'єднання людей за допомогою комп'ютерної мережі (Л. Гартон, К. Гейторнтвейт, Б. Велман), платформа для інформаційного обміну (А. Каплан та М. Галейн, В. Кросбі), платформа соціалізації на основі спільних зацікавлень (О. Марченко, Д. Галлардо), середовище формування віртуальної особистості (Ю. Лавриш).

У теорії соціальних комунікацій соцмережі (Телеграм, Фейсбук, Ютуб, Інстаграм, ТікТок, Твіттер та ін.) — це передовсім комунікаційні платформи.

У соціальних мережах запроваджено алгоритми — програмні коди, за допомогою яких відстежуються дії користувачів (лайки, коментарі, поширення тощо); при цьому задіяний штучний інтелект (ШІ), визначається, контент яких облікових записів потенційно може зацікавити споживача.

Оскільки соцмережа бере участь в управлінні аудиторією, постає питання про можливі маніпуляції, впливи, отже, й етичні стандарти. Наразі соцмережі декларують, що їхні стандарти дієві, а політика — прозора.

Соцмережі, як потужні комунікаційні платформи, є полем для реалізації різних проєктів. Щоб відстежувати ефективність проєктів, вони надають аналітичні інструменти. Вбудовані статистики дають можливість відстежувати такі типові показники акаунту: кількість та приріст підписників, показники підписок і відписок; перегляди за годинами, мова та ін. Серед важливих метрик соцмереж: охоплення (органічне, віральне, платне); залучення та ін.

Поширення соцмереж похитнуло інститут книги й читання. Про це пишуть дослідники проблематики «мережеві комунікації і сучасна книжкова культура» — і українські (Н. Зелінська, Е. Огар, Л. Дмитрів, О. Курбан, О. Ситник, О. Скібан), і зарубіжні (Т. Бронвен, М. Мартенс, П. Бермудез та ін.).

Читання, як зазначали мислителі постмодернізму Ж. Дерріда, В. Ізер, Г. р. Яусс, У. Еко, є діалектичним явищем — передбачає «о-мовлення себе», тобто активне залучення, вилучення смислу з прочитаного, пізнання світу як тексту, а тексту — як світу. Межі традиційного розуміння читання розмиваються — читання трансформується. У цьому сенсі слухними видаються позиції теоретиків технологічного детермінізму (Т. Веблен, М. Маклюен).

Медіакультуру, культуру медіаспоживання, культуру читання, читацьку культуру, книжкову культуру українців (включно з дітьми й молоддю) досліджували вчені: В. Балюк, А. Бессараб, М. Женченко, Н. Зражевська, Т. Крайнікова, Г. Листвак, Е. Огар, О. Рижко та ін. Також ці явища ставали об'єктом для установ та дослідницьких компаній: Українського інституту книги, ЮНІСЕФ, MUSO, ОПОРА, Фонду «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва, Центру політичної соціології та ін.

На державному рівні розроблено документи: «Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція)» (2016), «Концепція виховання дітей та молоді в цифровому просторі» (2021), «Про схвалення Стратегії розвитку бібліотечної справи на період до 2025 року „Якісні зміни бібліотек для забезпечення сталого розвитку України”», «Про схвалення Стратегії розвитку читання на період до 2032 року „Читання як життєва стратегія” та затвердження операційного плану її реалізації на 2023–2025 роки» та ін.

Запропоновано авторську дефініцію: *читацька культура* — складник культури читання: 1) комплекс практик споживання інформації (пошук, сприйняття, інтерпретація, створення та поширення інформаційних матеріалів різного характеру та призначення), притаманний певному суспільству, читацькій групі (наприклад, підлітків) або конкретному індивіду (індивідуальна читацька культура); 2) рівень практик споживання інформації певної аудиторії чи індивіда, що корелює з читацьким досвідом, читацькою компетентністю тощо.

Читацька культура корелює з читацькою компетентністю, яку українські педагоги, психологи і методисти (О. Ісаєва, О. Куцевол, В. Мартиненко, О. Савченко, Н. Чепелєва, О. Шкловська, Т. Яценко та ін.) розуміють як інтегральну особистісну якість, що формується й розвивається не тільки у процесі шкільного навчання, а й упродовж життя.

Н. Бондаренко, Г. Гич, Ф. Джексон, М. Квадрі, М. Скрипник та ін. уже вивчають онлайн-читання в розрізі «нової грамотності» та «прихованого навчального плану», намагаючись пізнати типаж новітнього читача, його когнітивні здібності, мотивацію, цілепокладання. Європейська довідкова рамка ключових компетентностей для навчання впродовж життя мовить про здатність сучасної людини оперувати візуальними, звуковими / аудіо та іншими матеріалами з різних дисциплін у різних контекстах. Тобто людина перетворюється в аборигена цифрового світу, що свідомо, критично орієнтується в ньому, взаємодіючи з іншими людьми.

За визначенням Організації Об'єднаних Націй, підлітковий (пубертатний) вік — період від 10 до 19 років. Це час інтенсивних фізіологічних і психологічних змін, інтенсивної соціалізації, інкультурації, засвоєння етнокультурного досвіду. Водночас пошук власної ідентичності й незалежності стає джерелом внутрішніх конфліктів. Стресовим чинником для українських підлітків стали також умови воєнного стану внаслідок повномасштабної агресії росії.

Є численні характеристики сучасних підлітків як покоління цифрової революції: «уродженці цифрового світу», «народжені в цифровому світі»,

«цифрове покоління». А тих, хто народився у проміжку від 2010 — до середини 2020-х, згідно з теорією поколінь Штрауса — Гоува, називають «поколінням Альфа». Цьому поколінню приписують такі риси, як динамізм, креативність, лідерство, сильний зв'язок з технологіями. Водночас дані PISA (міжнародна програма з оцінювання освітніх досягнень 15-річних учнів) показує невисокий рівень математичної, читацької та природничо-наукової грамотності українського учнівства.

Дослідники вказують на важливу роль соцмереж у вітальних практиках підлітків. Але якою є ця роль — деструктивною чи конструктивною — це питання не має однозначної відповіді. З одного боку, йдеться про медіанасильство і булінг, звикання і залежність, синдром розсіяної уваги і прокрастинацію, зростання споживання піратської книжки через платформи соцмереж (А. Запорожець, Т. Миронюк, М. Лавінг, М. Очоа, Ж. Хашем). З іншого — про можливість соцмереж як платформ для когнітивного розвитку (порівняння різних поглядів), платформ для позааудиторної роботи в навчальному процесі та релаксації, просування книжки до молодіжної аудиторії (С. Водолазька, І. Кузнєцова, Н. Тверезовська).

Знання не визначеність і дискусійність питання спонукають до поглибленого дослідження потенціалу соцмереж для розвитку читацької культури українських підлітків. Адже відкинути інноваційні комунікаційні інструменти означало би добровільну відмову від сучасних можливостей та втрату конкурентоздатності, а надмірна їх ідеалізація та необачне застосування можуть призвести до поглиблення кризи читання.

РОЗДІЛ 2

МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ СОЦМЕРЕЖ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ЧИТАЦЬКОЇ КУЛЬТУРИ ПІДЛІТКІВ

2.1. Етап концептуалізації дослідження та вторинного аналізу джерел

2.1.1. Побудова концептуальної моделі

Дослідження концептуалізовано в жовтні 2021 — травні 2022. Щоб сформулювати ідейне ядро роботи, проаналізовано наукову, довідкову, навчальну літературу за темою; здійснено вторинний аналіз результатів інших дослідників.

Засадами роботи стали теорія поколінь Штрауса — Гоува, теорії аудиторії та медіаграмотності (О. Барішполець, Г. Дженкінс, В. Іванов, Т. Крайнікова, Л. Найдьонова), теорії технологічного детермінізму (Т. Веблен, М. Маклюєна), соціальних мереж (Дж. Барнс, Е. Ботт, Л. Гартон, К. Гейторнтвейт, Б. Велман, П. Ердьош і А. Реньї, С. Мілгрем і Дж. Траверс), мотивації та навчання (А. Бандура, модель Портера — Лоулера) та ін.

На основі напрацьованої теоретичної бази виявлено прогалини в знаннях, сформульовано наукову проблему — і висунуто **гіпотези**:

1) Сучасна підліткова аудиторія відзначається своєрідним ставленням до читання: підлітки не перестають читати, проте їхнє читання стає більш індивідуальним, прагматичним, інформаційним та поверховим.

2) Соціальні мережі завдяки іманентним інтерактивним та комунікативним можливостям мають значний потенціал для формування читацької культури підлітків; використання контенту соціальних мереж для популяризації читання сприятиме підвищенню зацікавленості підлітків у літературі та розвиватиме їхню читацьку компетентність.

Ці гіпотези вимагали ретельної верифікації. Щоб підтвердити або спростувати їх, ми в подальшому реалізували комплекс первинних емпіричних досліджень. Тож надалі визначено мету й завдання, об'єкт і предмет

дослідження. Обрано методологію і накреслено перший варіант структури дисертації.

Розроблюючи свою концепцію, ми взяли до уваги, що, згідно із соціологічними дослідженнями, читання залишається регулярною практикою серед української аудиторії, зокрема підлітків [23; 35]. Проте сучасні технологічні та соціальні зміни впливають на спосіб, в який молодь споживає інформацію. Соціальні мережі, як невід'ємна частина повсякденного життя підлітків, відіграють значну роль у формуванні їхніх інформаційних звичок та читацької культури.

Дистанційне навчання, карантинні обмеження, спричинені пандемією COVID-19, а далі повномасштабне вторгнення російської федерації в Україну суттєво вплинули на збільшення часу, який підлітки проводять у соцмережах, використовуючи мобільні телефони та інші гаджети [29, 35, 37, 38]. Вони все глибше занурюються у цифровий світ — і це невідворотний факт.

Узагальнивши дані проаналізованих джерел, які описують негативні і позитивні аспекти використання соціальних мереж, ми дійшли висновку про те, що в контексті «нової грамотності» важливо знайти відповідь про нові можливості для розвитку читацької культури підлітків у середовищі і за допомогою соцмереж. І ця відповідь у науковому дискурсі наразі є неартикульованою.

Політичні та соціальні зміни, які відбуваються в Україні, впливають на психологічний стан підлітків — викликають у них тривожність і невизначеність щодо майбутнього. Війна та її наслідки спричиняють хронічний стрес і страх у підлітків, які живуть у зонах бойових дій або мають родичів на військовій службі. До цього додаються емоційні травми від бойових дій, розлука з близькими через військовий призов або імміграцію, адаптація до нових умов життя, труднощі з навчанням через згадані чинники. Важливо зважати на те, як підлітки долають стреси і впорядковують емоції.

Ми припустили, що одним з ефективних альтернативних методів подолання стресу є читання. Як елемент дозвілля, «прихованого навчального плану», воно

допомагає відволіктися від труднощів, інспірує емоційну підтримку та певні знання для вирішення складнощів.

Ми певні: проблема підліткового читання нині набуває стратегічного значення, адже тільки освічене суспільство може бути конкурентоздатним, спроможним запропонувати світовій цивілізації свої вагомні здобутки.

2.1.2. Операціоналізація понять

На цьому етапі ми трансформували основні поняття дослідження в систему спеціальних показників та індикаторів, за допомогою яких можливо реєструвати й вимірювати медіаповедінку підлітків у соцмережах та середовищний потенціал соцмереж у культурі читання.

Основою для цього стали метрики соціальних мереж — кількісні та якісні дані, що демонструють ефективність комунікаційного проєкту в цифровому середовищі. Для цього було використано інструменти внутрішньої аналітики соціальних платформ, зокрема TikTok Analytics, Instagram Insights та YouTube Studio, які дають змогу відстежувати такі ключові метрики:

- кількість підписників і динаміку її зміни;
- охоплення публікацій або відео (reach);
- перегляди за часовими інтервалами;
- рівень залучення (engagement rate), включно з вподобайками (likes), коментарями (comments), поширеннями (shares) та збереженнями (saves);
- середній час перегляду (на Ютуб і ТікТок);
- джерела трафіку (наприклад, рекомендації, пошук, зовнішні переходи);
- географію та демографічні характеристики аудиторії (вік, стать, мова).

Крім того, використовуючи зовнішні системи медіамоніторингу (LOOQME, YouScan, Semantrum та ін.), можна отримувати порівняльні дані й за іншими показниками, наприклад:

- індекс медіапомітності / Media Visibility (MV);
- індекс лояльності медіа / Media Favorability Index (MFI);
- частка голосу (Share Of Voice, SoV);
- тональність та ін.

Зупинимося, для прикладу, на двох важливих показниках, які варто відстежувати в проєкті просвітницького характеру.

Охоплення (органічне, віральне, платне). Користувачі соціальних мереж обмінюються різноманітним контентом, як-от текст, графіка, вебпокликання, аудіовізуальні матеріали. Тож для визначення ефективності комунікації необхідно оцінювати статистику охоплення користувачів.

Охоплення (Reach) — «кількість людей, які хоча б раз контактували з публікацією (-ями) спільноти» [192, 24].

Оскільки під час розрахунку цього показника соціальні мережі враховують тільки унікальних користувачів, він може бути розрахований і для профілю спільноти, і для різних типів публікацій чи кожної публікації окремо.

Розрізняють такі види цього показника:

- органічне охоплення (Organic Reach) — охоплення користувачів, які є «підписниками спільноти»²⁷;
- платне охоплення (Paid Reach) — охоплення користувачів за допомогою «платного просування»²⁸;
- віральне охоплення (Viral Reach) — охоплення користувачів, які не підписані на спільноту. Тобто покази, «отримані завдяки репостам»²⁹.

Залучення. Вимірювання залучення в соціальних мережах є важливим, оскільки воно дає зрозуміти, наскільки добре пропонований контент резонує з користувачами.

²⁷ Найважливіші показники в SMM. URL: <https://cases.media/article/naivazhlivishi-pokazniki-v-smm-2>

²⁸ Основні терміни SMM маркетолога. Основні поняття. Частина 1. URL: <https://www.imena.ua/blog/terms-for-smm-part-1/>

²⁹ Як оцінити ефективність SMM просування: формули KPI. URL: <https://para.school/blog/smm/kak-otsenit-effektivnost-smm-prodvizhenija>

Коефіцієнт залучення в соціальних мережах (Engagement Rate, ER) — показник залученості, тобто активна аудиторія сторінки. ER у соціальних мережах вимірюється у відсотках і показує, яка «кількість підписників акаунта реагує на пости. Сюди належать: лайки, реакції («Супер» та ін.), коментарі, репости, а також збереження (для акаунтів Інстаграм)»³⁰.

Коефіцієнт залучення має три різновиди, залежно від предмета вимірювання:

- 1) ER за день (daily engagement rate або ER day);
- 2) ER за пост (engagement rate або ER post);
- 3) ER на охоплення (engagement rate by reach або ERR).

Наприклад, ER за допис (engagement rate або ER post) вимірюють за такою формулою:

$$ER_{\text{post}} = \frac{\text{Reactions post}}{\text{Followers}} \times 100\%$$

Показник залученості важливий, оскільки дає конкретну точку відліку для відстеження ефективності з часом; завдяки даним можливо оптимізувати контент, зробити подальші пости цікавішими для користувачів.

Маркетологи агенції KIWI наголошують: «оцінивши рівень ER, можна стверджувати про важливі для просування параметри:

Лояльність. Люди не залишають свій лайк і позитивний коментар бренду, до якого у них немає довіри. У споживача є почуття впевненості в торговій марці.

Популярність. Синонім Engagement Rate — це та метрика, що покаже, наскільки ви відомі серед користувачів. Чим більше лайків і коментарів під постами, тим ви популярніші.

Віральність контенту. Цю метрику можна відстежити за кількістю натискань на кнопку „поділитися” як в Інстаграм, так і Фейсбук. Якщо ваш контент цікавий, корисний, то аудиторія поширить його самостійно.

³⁰ Що таке Engagement Rate і як його визначити? URL: <https://www.kiwiagency.com.ua/blog/chto-takoe-engagement-rate-i-kak-ego-opredelit.html>

Досяжність аудиторії. Розумна стрічка в соцмережах оновлюється дуже швидко, і важливо, щоб користувачі побачили однією з перших нашу публікацію. Якщо на неї реагують, то шанс, що вона з'явиться у більшості юзерів, набагато вище»³¹.

Розвиваючи проєкт у соцмережах, спрямований на розвиток читацької культури, доцільно використовувати комплекс метрик для вимірювання ефективності проєктів та кампаній, оцінюючи, наскільки добре ініціатори досягають накреслених цілей та які варто ухвалити рішення.

2.2. Етап первинних емпіричних досліджень

Етап первинних емпіричних досліджень був проведений у вересні 2022 — серпні 2023.

Цей проміжок часу є особливо значущим для дослідження, оскільки навчальний рік 2022–2023 став першим повним академічним роком після початку повномасштабного вторгнення росії в Україну. У зазначений період спостерігалася процесуальна адаптація до нових реалій, що настали внаслідок повномасштабної війни, а також переосмислення цінностей і формування нових пріоритетів. Дослідження читацьких звичок у кореляції з онлайн-активністю підлітків у цей час відображає нові уподобання цієї вікової групи та демонструє зміну уявлень про значення читання для сучасних українських підлітків. Цей період у дослідженні також показує, як соціальні мережі впливають на формування читацької культури підлітків, розкриваючи їхні справжні мотивації до читання та інтеграцію читання в їхні щоденні практики через цифрові платформи.

У вересні – грудні 2023, на основі отриманих емпіричних даних, було проведено серію експертних інтерв'ю з творцями контенту книжкових спільнот та педагогами. Основною метою цих інтерв'ю було уточнення та поглиблений

³¹ Що таке Engagement Rate і як його визначити? URL: <https://www.kiwiagency.com.ua/blog/chto-takoe-engagement-rate-i-kak-ego-opredelit.html>

аналіз отриманих результатів дослідження, виявлення нових тенденцій у читацькій поведінці підлітків, а також оцінка ефективності використання соціальних мереж як інструменту популяризації читання серед молоді.

2.2.1. Анкетне опитування підлітків «Читання книг і соцмережі» (2023)

Дослідження реалізовано у вересні — листопаді 2023 р. Результати викладено в *Додатках А1–А20*.

Анкетне опитування обрано як оптимальний метод збору даних, з огляду на кілька аспектів:

- цей метод дає змогу отримати репрезентативні та порівнянні дані від великої кількості респондентів (генеральна сукупність — українські підлітки);

- анкетне опитування є ефективним інструментом для виявлення кореляцій між читанням та використанням соціальних мереж. Завдяки структурованим запитанням, підлітки мали змогу відповісти на запитання про їхню читацьку активність та використання соціальних мереж. Це дало змогу пізнати тенденції і взаємозв'язки;

- цей формат опитування є доступним і зручним для підлітків, які звикли до цифрових технологій та легко адаптуються до онлайн-анкетування. Такий підхід також сприяє більшій відкритості та чесності відповідей, оскільки підлітки можуть відповідати на запитання в комфортних умовах, без прямого впливу з боку дослідника.

Мета анкетування полягала у вивченні взаємозв'язку між читацькою активністю підлітків та їхнім використанням соціальних мереж.

Завдання анкетування:

- визначити, як часто підлітки звертаються до соцмереж для пошуку книжкових рекомендацій і як ці рекомендації впливають на їхній вибір літератури;

- дослідити, наскільки соціальні мережі стають платформою для формування читацьких спільнот і як ці спільноти впливають на інтереси підлітків до читання;

- оцінити, чи існують тенденції серед підлітків щодо використання соцмереж для обміну враженнями про прочитані книги та як це впливає на їхнє загальне ставлення до читання.

Вибірка — 200 підлітків, віком від 11 до 18 років. До остаточного аналізу було включено 187 респондентів, відповіді яких відповідали критеріям якості.

Анкету було надіслано до десяти середніх загальноосвітніх шкіл, з яких половина не взяла участь в опитуванні. Також анкета спрямовано на формаційну платформу особистісного та суспільного розвитку молоді «Українська академія лідерства». Вибір академії був не випадковим: дослідження свідомо орієнтувалося на елітарну вибірку та тенденційний підхід, спрямований на пошук аудиторії підлітків-читачів у середовищі, де вони найбільш активні.

Гіпотеза була такою: якщо читання та соцмережі корелюють у життєвих практиках свідомих читачів-підлітків, то це підвищує ймовірність створення моделі або практичних рекомендацій щодо інтеграції соціальних мереж в освітні практики, які будуть ефективними для всіх підлітків.

Серед респондентів 71% становили дівчата, 29% — хлопці. Переважання дівчат у вибірці може відображати загальні тенденції гендерного розподілу в досліджуваній популяції. Оскільки анкетування проводилося на добровільних засадах, у певних вікових групах дівчата могли виявляти більшу активність у заповненні анкет, особливо якщо тематика дослідження відповідала їхнім інтересам. Як зазначається в дослідженні, дівчата більш схильні до спілкування, обміну інформацією та участі в соціальних ініціативах, що може пояснювати їхню домінуючу присутність у вибірці [161]. У дослідженнях, що охоплюють теми, традиційно цікавіші для дівчат (наприклад, читання або творчість), саме ця група демонструє вищий рівень активності, емоційної та поведінкової залученості. Активна участь у заповненні анкети є очікуваною, оскільки дівчата зазвичай виявляють більшу сумлінність і відповідальність у виконанні завдань, зокрема таких, як виконання прохання вчителів щодо заповнення анкети [224]. Активність переважно жіночої підліткової аудиторії була додатково підтверджена результатами подальшого медіамоніторингу.

Віковий розподіл респондентів був майже рівномірний: 37% — у віці 11–13 років, 36% — 14–16 років, 27% — 17–18 років.

Респонденти походили з різних регіонів України: Києва та Київської області, Запоріжжя, Львова, Харкова, а також були ті, що перебувають за кордоном.

Розповсюдження анкети здійснювалося шляхом ручної розсилки покликання на гугл-форму учням шкіл. Тож вибірка була невипадковою, а участь респондентів в опитуванні була добровільною.

Інструмент. Анкета, створена у Google Forms, містила відкриті і закриті запитання, спрямовані на виявлення взаємозв'язку між читанням та використанням соцмереж у житті підлітків, а також на оцінку впливу цих взаємодій на їхні інтереси, час та спосіб спілкування. Запитання стосувалися того, як підлітки проводять час у соціальних мережах, який контент споживають та як це впливає на їхню зацікавленість читанням.

Проведене анкетне опитування виявило вагомий вплив соціальних мереж на читацькі уподобання та дозвіллєві практики підлітків. Ця тенденція підкреслює доцільність проведення подальшого медіамоніторингового дослідження. Враховуючи, що більше половини респондентів обирають книги на основі рекомендацій у соціальних мережах, а також використовують ці платформи для свого дозвілля, моніторинг допоможе ідентифікувати найбільш впливових книжкових блогерів, ефективні формати контенту та ключові соціальні взаємодії в читацьких соцмережєвих спільнотах.

2.2.2. Медіамоніторинг «Українські книжкові спільноти» на платформі YouScan (01.09.22 — 31.08.23)

Медіамоніторинг контенту читацьких спільнот Букток, Буктуб та Букстаграм у соцмережах ТікТок, Ютуб та Інстаграм на платформі YouScan проведено у період 01.09.2022 р. — 31.08.2023 р. Результати викладено в *Додатках Б1-Г8*.

Медіамоніторинг — процес систематичного відстеження, збору та аналізу інформації, яка публікується в медіях (соціальні мережі, новинні сайти, блоги, форуми, інші онлайн- та офлайн-платформи).

Мета медіамоніторингу — детальний аналіз контенту, що створюється в українських читацьких спільнотах на платформах ТікТок, Ютуб та Інстаграм.

Завдання медіамоніторингу:

- зрозуміти, які саме елементи контенту та формати взаємодії спонукають підлітків до читання, як відбувається формування читацьких вподобань і звичок,
- виявити інструменти соціальних мереж, які найефективніше привертають увагу підлітків до літератури.

Важливо з'ясувати, чи є певні типи контенту, що активізують зацікавленість читанням, і як ці формати можуть бути використані в освітніх або культурних ініціативах.

Ми також прагнемо дослідити мотиваційні чинники, які спонукають підлітків до читання, а також те, як вони концептуалізують читання у своїй повсякденній діяльності. Важливо виявити, яке значення підлітки надають читанню: чи розглядають вони його як джерело знань, засіб розваги, форму самовираження або соціалізації. Аналіз також має на меті зрозуміти, як ці уявлення формуються та поширюються у соціальних мережах, а також як підлітки інтегрують ці погляди у свій онлайн-досвід, обмінюючись думками і ведучи обговорення книг з іншими користувачами.

Платформа та об'єкти. Моніторинг соціальних мереж здійснювався на платформі моніторингу та аналітики соціальних медіа на основі штучного інтелекту YouScan. Медіамоніторингова система YouScan підтвердила, що саме в цих мережах зосереджуються найпопулярніші серед українських підлітків книжкові онлайн-спільноти: Букток — в ТікТок, Букстаграм — в Інстаграм, Буктуб — в Ютуб.

Тож для медіамоніторингу обрано три соціальні мережі, які, за результатами проведеного опитування, є найпопулярнішими серед підлітків: ТікТок, Ютуб та Інстаграм.

Для аналізу відбиралися повідомлення у соціальних мережах, що містили хештеги, котрі позначають читацькі спільноти: Букток (в ТікТок), Буктуб (в Ютуб), Букстаграм (в Інстаграм), а саме їхнього українського сегменту – #українськийБукток, #українськийБукстаграм, #буктьюб_українською.

Сумарно виявлено 50620 згадувань цих хештегів у трьох джерелах (ТікТок, Ютуб та Інстаграм) від 3580 авторів.

Показники. За параметри медіамоніторингу взято такі показники:

- загальна кількість згадувань хештега: #українськийБукток у ТікТок, #українськийБукстаграм в Інстаграм, #буктьюбукраїнською в Ютуб;
- загальна кількість джерел згадування;
- загальна кількість авторів контенту, який включав використання хештега;
- часті слова в аналізованому контенті ТікТок, Ютуб та Інстаграм;
- топ згадок, на основі яких були сформовані кейси та проведені кейс-стаді;
- топ авторів за залученням;
- топ авторів за обсягом продукованого контенту.

Загальна кількість згадувань хештега — кількість разів, коли певний хештег був використаний у контенті протягом визначеного періоду часу.

Загальна кількість джерел згадування — кількість унікальних джерел (публікацій, коментарів), де був згаданий хештег.

Загальна кількість авторів контенту, який включав використання хештега українського сегменту книжкової спільноти — кількість унікальних авторів, які створили контент з використанням даного хештега в українському сегменті книжкових спільнот Букток, Букстаграм та Буктуб.

Часті слова в аналізованому контенті — найбільш часто вживані слова у контенті, який містить даний хештег, що допомагає визначити основні теми та напрямки обговорення.

Топ згадок — найбільш часті згадки хештега, які визначилися сумарним залученням.

Топ авторів за залученням — рейтинговий список авторів, чії публікації з використанням хештега отримали найбільшу залученість (вподобайок, коментарів, поширень).

Топ авторів за обсягом контенту — рейтинговий список авторів, що відображає найбільш продуктивних авторів у книжковій спільноті, базуючись на кількості створених ними матеріалів, таких відео, пости в соціальних мережах тощо.

Медіамоніторингові звіти також містять дані про вік авторів, розподілених за статтю. Це дослідження включало систематичний аналіз контенту, присвяченого книгам і читанню, на популярних платформах соціальних мереж.

Медіамоніторинг дав змогу ідентифікувати найбільш популярні формати та жанри, а також визначити, який контент найефективніше залучає підліткову аудиторію і спонукає її до читання.

Дослідження включало збір даних, аналіз контенту, виявлення джерел впливу, вимірювання охоплення, звітування та формулювання висновків.

Блогери створюють огляди та добірки книжок. Кейс налічує два відеоролики:

1) ТікТок-огляд представляє добірку книг, від яких блогерка «не могла відірватися». Вона називає романи «Тринадцята казка» Діани Сеттерфілд, «Список запрошених» Люсі Фолі, «Покинь, якщо кохаєш» Коллін Гувер, «Без Меріт» Коллін Гувер, «І не лишилось жодного» Агати Крісті та «Таємна історія» Донни Тартт. Відео опубліковане користувачкою @cusomia (10,7 тис. підписників). Ролик набрав 40,5 тис. вподобайок, 343 коментарів і 24 тис. збережень; ним поділилися 1726 разів.

2) Відеоогляд акційних товарів «на вагу» від книжкової мережі Vivat був опублікований 9 січня, у період різдвяних і новорічних акцій. У відеоряді звучить музичний трек гурту NAZVA «Сігеле-мігеле», який є сучасним виконанням колядки «Коляд коляд колядниця» і став популярним ТікТок-хітом. Відомо, що книжкова мережа Vivat пропонувала акцію купівлі книг «на вагу». Блогерка прокоментувала відео так: «Один мінус — книжки капець як швидко

розбирають □». Після огляду кількох примірників блогерка показала свої книжкові придбання. Ролик опублікований у ТікТок користувачкою @vertola.svitlana (1255 підписників). Відео набрало 38 тис. вподобайок, 357 коментарів та 6957 збережень; ним поділилися 6893 рази.

Кейс підкреслює величезний вплив блогерів на вибір книжок для читання серед підлітків: через блогерські огляди підлітки відкривають нові книжки та авторів.

2.2.3. Кейс-стаді «ТікТок як платформа для мотивації підлітків до читання» (01.09.22 — 31.08.23)

Кейс-стаді «ТікТок як платформа для мотивації підлітків до читання» проведено у період від вересня 2022 по серпень 2023. Результати викладено в *Додатку В7*.

Мета кейс-стаді — на основі популярних ТікТок-публікацій дослідити змістові, ідейні, форматні особливості контенту про книжки та читацькі практики, а також простежити, як соцмережа сприяє мотивації підлітків до читання, розвиває взаємодію аудиторії з книжковими блогерами та використання культурних ігрових практик.

Вибірка. На основі кількісних даних медіамоніторингової системи YouScan (див. п. 2.2.2. Медіамоніторинг контенту читацьких спільнот «Українські книжкові спільноти» на платформі YouScan (01.09.22 — 31.08.23) було складено список публікацій у ТікТок із найвищим рівнем залученості протягом моніторингового періоду.

Сортування відбулося за залученням (сума вподобайок, поширень і коментарів), в результаті чого відібрано 12 кейсів, які відображають різноманітні аспекти літературної культури та читацьких звичаїв серед підлітків:

- 1) Одна читачка не помітила відсутності фонової музики, друга віддала перевагу книзі замість сну.
- 2) Блогери створюють огляди та добірки книжок.
- 3) Підлітки охочіше читають книжки, обрані самостійно.

- 4) Підліток читає, якщо є батьківська спонука.
- 5) Стівен Кінг — «наш» письменник.
- 6) Джордж Байрон та його ведмідь.
- 7) Підлітки цікавляться подробицями приватного життя Тараса Шевченка.
- 8) Підлітки розглядають поезію Симоненка як відображення їхніх стосунків.
- 9) Косплей за мотивами фентезійного роману американської письменниці Голлі Блек «Жорстокий принц».
- 10) Блогерка придбала коштовне видання.
- 11) Дівчина прочитала 11 романів Агати Крісті.
- 12) Блогерка демонструє прочитані за рік книги.

Далі проведено кейс-стаді цих 12 публікацій у мережі ТікТок. Під час кейс-стаді з'ясовано особливості та потенціал ТікТок як платформи для просування читання серед підлітків. Опрацьовано два основні аспекти: суть кейсу та висновки, які постають з аналізу кейсу для практики.

2.2.4. Експертні інтерв'ю «Онлайн-контент про книги в освітньому процесі» (1.09.2023 – 20.12.2023)

Експертне опитування освітян та книжкових інфлюенсерів проведено у вересні – грудні 2023 р. Результати викладено в *Додатках Д1-Д8*.

Метою експертних інтерв'ю було здійснити верифікацію даних, отриманих під час попередніх досліджень (анкетування та медіамоніторингу), а також поглиблено інтерпретувати їх, вдавшись до перехресної оцінки точності.

Завдання експертних інтерв'ю:

- отримати професійні оцінки впливу соціальних мереж на читацькі уподобання підлітків; визначити, які чинники сприяють залученню молоді до читання через соцмережі;
- з'ясувати можливості й доцільність інтегрувати освітні практики та просвітницький контент соцмереж;

• з'ясувати, як саме соцмережі можуть бути інтегровані в освітні практики для підвищення мотивації до читання, якщо це доцільно.

Під час інтерв'ю особливу увагу приділено ролі соціальних мереж у відкритій та латентній медіаосвіті, яка є важливим аспектом розвитку медіаграмотності підлітків.

Форма інтерв'ю. Опитування проведено у формі шести індивідуальних напівструктурованих інтерв'ю. За потреби здійснювався додатковий збір коментарів від блогерів та уточнення інформації, що потребувала роз'яснення.

Вибірка. Інтерв'ю проведено з трьома педагогами і трьома книжковими блогерами, які мають аудиторії не менше 1000 підписників.

Педагоги:

1) Лідія Поворознюк – викладачка української мови, літератури, зарубіжної літератури у приватному ліцеї «Educator», фахівчиня з медіаграмотності, авторка спецкурсів із медіаграмотності для мережі приватних шкіл України, фіналістка «Global Teacher Prize Ukraine 2021», авторка подкасту-аудіоуроків для школярів 6-11 класів «Вчися вухами». Її аудиторія становить 1505 підписників в Інстаграм;

2) Артур Пройдаков – викладач української мови та літератури, переможець національної премії «Global Teacher Prize Ukraine 2021», засновник Освітньої Фундації MriuDiy. Його аудиторія становить 4515 підписників в Інстаграм;

3) Оксана Качура — викладачка української мови та літератури, репетиторка, а також активна блогерка у соціальних мережах ТікТок (@litera.zno) та Інстаграм (@zno_lit_era). Її аудиторія становить 224 тис. підписників у ТікТок та 74 тис. в Інстаграм.

Книжкові інфлюенсери:

1) Ліза Сусік, авторка ТікТок-акаунту @susikliza, є активною представницею української книжкової спільноти «Букток» та контент-креаторкою книгарні «Сенс». Її аудиторія налічує 41 тисячу підписників. Вона спеціалізується на створенні відеоконтенту, зокрема в жанрі мемів, активно використовує ефект ліпсинку та популяризує читання, позиціонуючи його як

стиль життя. Особливу увагу у своєму контенті вона приділяє фентезійним романам.

2) Марія Маргуліс, авторка Ютуб-каналу @ReadingMary, є важливою фігурою української книжкової спільноти «Буктуб», з аудиторією 13 тис. підписників. Вона створює 280 оглядів книг, представлених українською та англійською мовами. Її контент охоплює широкий спектр літератури — від бестселерів до маловідомих творів, включаючи науково-популярну літературу та романи. Марія активно пропагує інклюзивність і толерантність до всіх жанрів і читацьких вподобань. У 2024 р. вона видала свій перший роман «Біла кімната».

3) Жанна Школьна, Інстаграм-блогерка @zhanna_shkolna, представляє українську книжкову спільноту «Букстаграм», маючи аудиторію в 18 тис. підписників. Вона регулярно рецензує книги, пише детальні відгуки про прочитане та створює естетично оформлені фотографії книжок.

Експертні інтерв'ю не лише підтвердили попередні спостереження та висновки, а й сприяли глибшому розумінню ролі соцмереж у формуванні читацької культури підлітків. Вивчення соціальних мереж як прихованого навчального плану та інструменту латентної медіаосвіти підкреслює їх значення у сучасному освітньому просторі. Цей підхід дав змогу визначити нові стратегії для інтеграції медіаграмотності в освітні програми та розробити ефективні методи залучення підлітків до читання через цифрові платформи.

2.3. Етап аналізу та інтерпретації даних

Етап аналізу та інтерпретації даних проведено в період 1.01.2024 – 1.09.2024. Його результати акумульовано в Розділах 3–4, висновках до розділів та загальних до дисертації.

Процедури відбувалися таким чином:

1) *Генералізація та систематизація даних.* Дані, зібрані під час анкетного опитування, медіамоніторингу, експертного опитування, зібрано і систематизовано для подальшого аналізу (див. Додатки А1- Д8).

2) *Кількісний і якісний аналіз.* База даних досліджень підлягала кількісному та якісному аналізу в комплексі.

Під час кількісного аналізу реалізовано статистичну обробку даних, а якісні дані (відкриті відповіді в анкетах, тексти з медіамоніторингу) кодовано — переведено в кількісні для подальшого статистичного аналізу. За результатами кількісного аналізу побудовано діаграми й таблиці.

Під час якісного аналізу інтерпретовано змісти відповідей, висловлювань, встановлено тенденції. Для об'єктивного ілюстрування тенденцій застосовано кейс-стаді — наведено характерні випадки читацької поведінки підлітків у соцмережах (особливості читання / нечитання).

Ми порівнювали дані й шукали точки дотику між ними, виявляли спільні тенденції та суперечності. Аналіз дав змогу відповісти на низку запитань:

- який вплив мають соціальні мережі на читацькі звички?
- які книги читають підлітки?
- чи обізнані підлітки про читацькі спільноти в соцмережах? Якщо так, то як це впливає на їхні комунікації?

3) *Порівняння з гіпотезами.* Результати кількісного та якісного аналізу зіставлено з гіпотезами дослідження, котрі були висунуті на етапі концептуалізації. Гіпотези щодо читацької поведінки підлітків та потенціалу соцмереж для формування їхньої читацької культури підтверджено повністю або частково.

4) *Інтерпретація результатів.* Проведено поглиблену інтерпретацію результатів — пояснено виявлені закономірності, причиново-наслідкові зв'язки, порівняно результати з даними інших дослідників, окреслено значущість отриманих результатів із погляду новизни (відповідності щодо теоретичної бази). Під час інтерпретації ми дотримувалися методологічних принципів контекстуалізації (інтеграція результатів у сучасні соціокультурні процеси) та усвідомлення обмежень дослідження (обсяг вибірки, регіональні особливості тощо).

5) *Формулювання висновків та рекомендацій.* Артикульовано основні висновки дослідження. Розроблено авторські рекомендації для подальшого впровадження у практики розвитку читацької культури підлітків за допомогою та в середовищі соціальних мереж.

РОЗДІЛ 3

ЧИТАЦЬКА ПОВЕДІНКА УКРАЇНСЬКИХ ПІДЛІТКІВ У СЕРЕДОВИЩАХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Соцмережі, як специфічна конфігурація умов і реалій, є публічною сферою, середовищами, в яких відбувається людський розвиток. Також підлітки, у термінах онтології, тут екзистують («буття-у-світі», власне «спів-буття з іншими») [223]: спілкуються, саморелізуються, черпають інформацію про книжки і не тільки, розважаються — зростають і формуються.

На наше переконання, соцмережі при цьому є (і можуть бути) чинником формування читацької культури. У цьому розділі обґрунтовуємо нашу гіпотезу, зосереджуючись на актуальних моделях читацької поведінки підлітків у соцмережах, можливо, не масових, проте дуже прикметних і перспективних.

3.1. Читацька культура підлітків в контексті використання соціальних мереж

3.1.1. Книгочитання підлітків: улюблені жанри, теми, платформи

Емоційно марковані наративи та літературні вподобання підлітків.

В анкетному опитуванні «Читання книг і соцмережі» (2023) відповіді на запитання «Які книги вам подобаються?» засвідчили різноманітність літературних уподобань респондентів-підлітків. Найпопулярнішими виявилися жанри:

- фантастики та фентезі — 67,4% респондентів;
- детективи, трилери, даркромани — 63,1%;
- пригодницька література — 62,6%;
- любовні романи — 47,1%;
- історична література — 28,3%;
- сучасна поезія — 19,8%;

- наукова та науково-популярна література — 18,7%;
- класична література — 18,2%.

Запитання також передбачало поле для відкритих відповідей. Респонденти додали від себе: «новели, короткі історії», «філософія», «про багатства», «горори», «сучасні романи», «комікси, манга», «ті, які у шкільній програмі» (див. Додаток А12).

Впадає в око, що підлітків цікавить різноманітна література — від класики до сучасної поезії та наукової літератури, а зацікавлення коміксами, мангою, короткими історіями демонструють, наскільки для них близькими є сучасні форми літератури. Втім, найбільше їм до вподоби жанри, які дають змогу пережити гострі емоції та розширити світогляд (фантастика, фентезі, детективи, пригодницька література). На пріоритетних із них зупинимося детальніше.

Фантастика та фентезі занурює у вигадані світи, де магія та надприродні явища переплітаються з реальністю. В основі сюжету зазвичай — боротьба між добром і злом, пошуки істини, самопізнання, а це відгукується підліткам, які переживають інтенсивний фізичний та психологічний розвиток.

Наприклад, медіамоніторинг «Українські книжкові спільноти» (2023) виявив високу популярність роману-фентезі «Жорстокий принц» Голлі Блек: становив 15% від топ-27 найпопулярніших публікацій на платформі ТікТок за рівнем залучення.

Аналіз контенту Ютуб показав, що 33% відео в топ-30 за залученістю належать блогерці Ксенії Келерман (@KseniaKellerman), яка створює контент, зокрема, про твори Стівена Кінга.

На платформі Інстаграм фігурують публікації з рецензіями на прочитані книги блогерки @zhanna_shkolna, орієнтовані на жанр фентезі. Серед обговорюваних творів: серія «Агенція „Локвуд і Ко”» Джонатана Страуда, «Дім у волошковому морі» Ті Джей Клуна, цикл «Кров і попел» Дженніфер Арментраут тощо.

Детективи, трилери, даркромани у книгочитанні підлітків. Такого плану література зосереджується на темній, демонічній суті людини, похмурих темах і

змісті для дорослих — про мафію, переслідування, викрадення людей, травми і насильство³². У цих наративах розгортаються конфліктні, емоційно напружені драми — на межі людських стосунків і в розрізі моральних дилем.

Проведений у системі YouScan медіамоніторинг «Українські книжкові спільноти» (2023) демонструє: блогери, зосереджені на таких жанрах (в ТікТок Дарія Холод³³, Алінка читає□³⁴, Елизавета □³⁵) мають неабияку популярність. Вони не тільки публікують контент, пов'язаний із даркроманами, а й активно їх інтерпретують у гумористичному плані, створюють жартівливі відео або пости, відтворюють діалоги в стилі темних романів.

Наприклад, Дарія Холод (@holod_books) активно поширює контент про темні романи в ТікТок³⁶ — створює відео, серед яких «Переслідування Аделіни» (2023) Х. Д. Карлтон, «Гадес і Персефона. Гра долі» (2024) С. Сент-Клер, «Королівство проклятих» (2024) К. Маніскалко. У середньому — 2 тис. переглядів.

Так, підлітки цікавляться даркроманами. Згідно з результатами медіамоніторингового дослідження «Українські книжкові спільноти» (2023), такий контент входить у топ-27 рейтингових публікацій за рівнем залученості аудиторії³⁷. Популярність темних романів серед підлітків може бути пов'язана із пошуком читачами емоційного резонансу та розширення меж особистого досвіду через літературу.

Любовний роман у книгочитанні підлітків. Цей жанр фокусується на темі кохання, стосунків, передбачає хитросплетіння романтичних сюжетних ліній, драматичні повороти.

Підлітки цікавляться любовними романами:

³² These authors are putting the dark in dark romance. URL: <https://www.wusf.org/2023-02-17/these-authors-are-putting-the-dark-in-dark-romance>

³³ Дарія Холод, ТікТок-акаунт @holod_books https://www.ТікТок.com/@holod_books

³⁴ Алінка читає□, ТікТок-акаунт @alinkareads <https://www.ТікТок.com/@alinkareads>

³⁵ Елизавета □, ТікТок-акаунт @lisy_books_ https://www.ТікТок.com/@lisy_books_

³⁶ Ой □ тг holod_books□ URL: https://www.ТікТок.com/@holod_books/video/7399185797099867398

³⁷ Система YouScan автоматично формує рейтинг із топ-30 публікацій за показниками залучення, проте три з них були включені на основі формальних критеріїв і не є релевантними для даного дослідження. Відповідно, частка контенту про даркромани розраховувалася на основі топ-27 публікацій.

- згідно з анкетуванням «Читання книг і соцмережі» (2023), 47,1% респондентів читають такі твори;

- згідно з результатами медіамоніторингового дослідження «Українські книжкові спільноти» (2023), у топ-27 рейтингових публікацій (взяті за рівнем залученості аудиторії протягом усього періоду моніторингу) 7,41% контенту становлять публікації про любовні романи.

Любовний роман популярний серед підлітків, бо вони перебувають на етапі формування власних уявлень про стосунки, здобувають перший такий емоційний досвід.

Читання паперових та електронних книг як рівноправні практики читацької культури підлітків. В опитуванні «Читання книг і соцмережі» (2023) виявлено:

- більшість підліткових респондентів (85,6%) читають паперові книги, проте майже третина читає рідко (35,3%);

- 72,2% респондентів читають електронні книги, однак серед них постійних читачів ще менше (34,7%);

- лише 3,7% респондентів не читають книг взагалі (*див.* Додатки А10, А11).

По-перше, позитивно, що понад 70 % респондентів стверджують, що читають-таки з різною періодичністю.

По-друге, уявлення про те, що підлітки є абсолютно «мережевим поколінням», «цифровими аборигенами» є надто категоричним і спрощеним. Ці терміни окреслюють об'єктивні закономірності в культурі медіаспоживання, проте не всі її індивідуальні випадки. Актуальна читацька культура підлітків насправді пролягає між папером і цифрою як різними платформами і, можливо, саме соцмережі, як простір комунікацій, об'єднують їх: від рекомендацій, обговорення книжок з інтернет-друзями у соцмережах до читання паперової книжки — тактильного, уречевленого, віддизайненого предмету. Так, підлітки не читають книжки в соцмережах у буквальному розумінні, але вони про них там спілкуються, довідуються, а це є вкрай важливим рушієм читацької культури. І ці можливості слід використовувати й посилювати.

У межах кейс-стаді (2023) ми проаналізували кейс «Блогерка придбала коштовне видання»: Ліза Сусік (@susikliza, 24,7 тис. підписників) розпаковує найдорожчу книгу, яку колись купувала³⁸. Блогерка відкриває коробку з подарунками від книгарні (кишенькова збірка Павла Тичини, пакетик розчинної кави та листівка), а також власне придбання — роман «Маленьке життя» Ганья Янагігара. І коментує: «Я придбала золото Буктоку», «Я радію, але моя банківська картка плаче». Вона неодноразово наголошує на високій вартості придбаного видання — 1300 грн. Тож, по-перше, йдеться про «красиву обгортку» процесу придбання книги — це маленьке свято, яке приносить велику втіху, а також престиж. По-друге, вибір підлітків-читачів між матеріальним і духовним все ж припадає на сторону духовної цінності. Навіть через призму підліткового матеріалізму, коли матеріальні цінності переважають у суспільному та культурному просторі, духовна цінність для підлітків-читачів виявляється вагомішою.

Ролик набрав 32 тис. вподобайок, 447 коментарів та був збережений 3023 рази; ним поділилися 968 разів. Тож аудиторії відгукується такий контент: підліткам близький і зрозумілий естетизований процес придбання книжки. Крім того, такі блогери, як Ліза Сусік, можуть впливати на вибір книг серед підлітків, створюючи ефект «соціального доказу».

3.1.2. Система мотивації до читання та підліткова самоєфективність

Розважальність читання та інші аспекти мотивації підлітків до читання. В анкетуванні «Читання книг і соцмережі» (2023) респонденти надали відповіді на запитання «Чим є для вас читання книг?»:

- 69,5% — розвага та відпочинок;
- 49,2% — джерело знань та освіти;
- 19,8% — читають через соціальні норми («мушу, бо так прийнято»);

³⁸ Сусікліза. URL: <https://www.ТікТок.com/@susikliza/video/7192674605167824133>

- 1,5% (3 відповіді з 200) — читання з примусу: «Змушують батьки», «Ця тупорила школа заставляє», «Мені кажуть батьки, що читати книги — це цікаво і укріплює пам'ять, але я все ж не люблю читати самостійно» (див. Додаток А17).

Ось деякі прикметні відповіді респондентів:

- «я читаю, бо це надає мені змогу пізнати світ через бачення автора та отримати неймовірне задоволення» (Катерина, 11–13 років, с. Золочів, проводить у соцмережах 2–3 год.);

- «таким чином я занурююся у світ книги та уявляю себе у головній ролі» (Марічка, 11–13 років, м. Запоріжжя, практично не виходить із соцмереж);

- «хобі, захоплення» (Олена, 14–16 років, м. Львів, проводить у соцмережах 2–3 год.);

- «просто розслаблення» (Олексій, 11–13 років, м. Київ, проводить у соцмережах менше години);

- «подобаяються інші світи» (Катя, 11–13 років, м. Київ, проводить у соцмережах понад 3 год.);

- «Для мене книги це комфорт. Місце де я можу щось відчутти, бути ким завгодно, я можу прожити безліч життів а потім знайти в них силу прожити мое одне довге (це цитата з книги і переклад мені не подобається але сенс ви зрозуміли□) ну а ще проблеми в книгах не мені вирішувати тому це тішить» (Сандра, 14–16 років, м. Кременчук, проводить у соцмережах понад 3 год.).

Дані свідчать: мотивація підлітків до читання є комплексною, проте прагнення до релаксації та розваг домінує. Хоч підлітки сприймають читання як джерело знань та саморозвитку, важливішою є можливість відволіктися від повсякдення, зануритися в інші світи, отримати насолоду від нового досвіду. Тож для підлітків читання — не норма, обов'язок, а задоволення. Високі заклики на кшталт «станеш освіченою людиною» з високою вірогідністю приречені на провал, а для розвитку читацької культури підлітків знадобляться інші акценти: на задоволенні, радості, нових враженнях. І доказом тому є відповіді про креативність процесу читання — активне читання, тобто читання-уявлення і співтворення смислів.

Наші міркування підтверджують коментарі до відео: «Як ви концентруєтесь на читанні електронних книг?» — пише користувачка, на що авторка відповідає: «Мені не потрібно зосереджуватися. Коли цікава книга, я буду читати її в будь-яку вільну хвилину»³⁹.

Крім того, в умовах повномасштабного російського вторгнення перспективними для практики є відповіді про те, що шляхом читання підлітки досягають відчуття комфорту, задовольняють потребу у відпочинку та психологічній розрядці. Тобто читання — ефективний засіб для подолання стресу, а бібліотерапія — реальна психологічна допомога, яка потребує ширшого застосування.

Рекомендації «інших» — основний рушій вибору книги для читання. В анкетуванні «Читання книг і соцмережі» (2023) на запитання «Як ви обираєте книги для читання?» відповіді респондентів розподілилися таким чином:

- 52,4% — на основі відгуків інших читачів у соціальних мережах;
- 43,3% — за усними рекомендаціями друзів;
- 43,3% — випадковим чином;
- 39% — за рекомендаціями книжкових блогерів;
- 29,9% — орієнтуються на бестселери;
- 25,1% — за усними рекомендаціями батьків;
- 16,6% — за усними рекомендаціями вчителів (*див.* Додаток А13).

Запитання також містило поле для власної відповіді. Серед наданих відповідей: «за анотацією», «за красивою обкладинкою», «за автором або напрямами», «на свій розсуд», «за назвою книги», «за сюжетом», «за наявністю в бібліотеці та в книгарні».

В око впадає різноманітність критеріїв, багатогранність і динамічність вибору (43,3% мовлять про випадковість вибору!). Однак найважливішим рушієм вибору книги є соціальні зв'язки — думка таких самих читачів, користувачів соцмереж, а також рекомендації друзів та блогерів. Простежується

³⁹ □FAKE ALL□мой тг holod_books □ #українськийБукток #booktok #книжныйблог #укрБукток URL: https://www.ТікТок.com/@holod_books/video/7144673399065922822

вплив і традиційних джерел рекомендацій — батьків та вчителів (хоч роль останніх за визначенням мала би бути більшою). Ще одна цікава цифра з цього опитування, яка увиразнює зазначене: 42,8% респондентів повідомили, що читають короткі текстові рецензії на книги.

Вибір книг підлітками суттєво залежить від думки «інших» (термін психології та соціології). Йдеться про широке коло осіб — від інтернет-спільнот (користувачів соцмереж, блогерів) до близького оточення (друзі, родина). Саме ці «інші» впливають на сприйняття книг та мотивують підлітків до читання, що спонукає до пошуку механізмів посилення цього впливу для розвитку підліткової читацької культури.

Батьківська залученість і підтримка як запорука підліткового читання.

Вважається, що пубертатний вік — вік закономірних напружень у стосунках з батьками. Однак за позитивної комунікації в родині цей етап можливо пройти, зберігаючи довіру та взаєморозуміння. І книжка може стати тим, що об'єднує, дає теми для обговорення. Частина дітей має такі очікування стосовно батьків: результати опитування «Читання книг і соцмережі» (2023) свідчать про те, що 25% респондентів при виборі книжок спираються на усні рекомендації від батьків. І наші дані суголосні з даними Всеукраїнського соціологічного дослідження, згідно з яким 81% респондентів вважають своїх батьків основною опорою, а 57% опитаних вказали батьків як рольову модель для наслідування [35].

Тож батьки для підлітків насправді є авторитетними постатями (в розумінні вікової психології) і, на нашу думку, здатними мотивувати своїх дітей до читання. У батьків є чимало способів активно впливати на читацьку поведінку дітей: ходити на книжкові виставки, інші культурні події, зрештою, купувати й дарувати дітям книжки.

Серед прикладів того, як це працює, — відео про подарунок. Мама блогерки: «Ми з татом поговорили і вирішили подарувати тобі абонемент на книги на 10 000 грн». Наступний кадр — здивоване обличчя блогерки. Підпис до відео: «Happy Birthday to me □ 17 розділ мого життя»). Відео представлено у

ТікТок користувачкою @kaitlyn_books (763 підписники)⁴⁰. Ролик отримав 31 тис. вподобайок, 277 коментарів та був збережений 1217 разів; ним поділилися 1232 рази. Користувачі вітають блогерку з придбанням, деякі стверджують, що такий дарунок — їхня мрія.

Але, вочевидь, найдієвіший спосіб мотивувати — бути дієвим прикладом для дитини (щоб дитина бачила батьків із книжкою в руках), а також обговорювати прочитане з дітьми.

ТікТок-блогерка @victorybooks в рубриці «Читання з мамою» демонструє важливість батьківської підтримки. Блогерка та її матір обговорюють різноманітні книги за чашкою чаю або кави, і все це в довірливій і теплій атмосфері. У рубриці «Читання з мамою» є місце книгам, що мають еротичний зміст, і це важливо для сексуального виховання дітей. Наприклад, Віка з матір'ю читають даркрман «Переслідування Аделіни» з елементами відвертої еротики. На столі — коктейлі та полуниця, а ще книжка: вони читають відому серед шанувальників «сцену з пістолетом», що викликає активну дискусію в коментарях. Читання тексту супроводжується обговоренням і жартами — панує повна довіра. Важливо, що епізод примусу до статевих стосунків детально обговорюється. У підсумку блогерка звертається до матері: «Дякую, що почитала зі мною»⁴¹.

В іншому відео блогерка влаштовує матері тест на знання її книжкових вподобань, що свідчить про рівноправність у спілкуванні та глибоке занурення матері в хобі доньки⁴².

Таким чином, потенційний попит серед підлітків на паперові видання є — і варто такі практики зробити в родині традиціями. Підтримка батьками читацьких інтенцій дитини є важливим чинником формування й розвитку її читацьких звичок. Подарувати книжку чи абонемент на книги — мудрий вчинок

⁴⁰ Happy Birthday to me ☐ 17 розділ мого життя) #українськийБукток #укрБукток #книжковийблог #Буктокукраїнською #happybirthday #деньнародження URL: https://www.TikTok.com/@kaitlyn_books/video/7242370938304531718

⁴¹ Хто читав цю сцену/книгу? Як вам? ☐ #укрБукток #книжковийТікТок #книжковийблог #ukrbooktok #booktok URL: <https://www.TikTok.com/@victorybooks/video/7371726047282220293>

⁴² хотіли би більше відео з мамою? ☐ #укрБукток #книжковийТікТок #книжковийблог #ukrbooktok #booktok URL: <https://www.TikTok.com/@victorybooks/video/7370622792720600326>

батьків, які бажають своїй дитині зростання. А власний приклад читання, придбання й обговорення книжок із дітьми — основа для міжособистісного зв'язку та позитивної комунікації (і тут постає проблема, що прищеплювати любов до читання треба не тільки підліткам, а й їхнім батькам).

Таким чином, батьківська поведінка впливає на те, чи стане дитина книголюбом. Батьківська залученість у процес читання значною мірою сприяє розвитку читацьких навичок підлітків і формуванню позитивного ставлення до літератури.

3.1.3. Бар'єри для просування читацької культури підлітків у соцмережах

Просування читання серед підлітків у соціальних мережах — перспективне завдання, яке на практиці стикається з низкою бар'єрів:

- недостатня обізнаність підлітків про книжкові спільноти в соцмережах;
- аберації моральних авторитетів, незнання книжкових блогерів;
- байдужість та неготовність до рекомендацій книг;
- брак часу;
- спротив примушуванню до читання.

Недостатня обізнаність підлітків про книжкові спільноти в соцмережах. Вище ми вже наголошували, що механізм рекомендацій є найважливішою спонукою до читання для підлітків, причому передовсім йдеться про рекомендації таких самих читачів. Тож відірваність від читацьких спільнот — серйозна завада для просування книгочитання серед підлітків.

Опитування «Читання книг і соцмережі» (2023) виявило проблему недостатньої обізнаності підлітків про книжкові спільноти в соціальних мережах. Втім, ця ситуація не є однозначно песимістичною:

- 47,6% респондентів зазначили, що нічого не знають про книжкові спільноти в соцмережах;
- 39% інколи переглядають контент книжкових спільнот у соціальних мережах;

- 12,8% активно беруть у них участь;
- 0,5% респондентів не відстежують жодних книжкових спільнот (див. Додатки А7, А8).

Ми передбачали те, що в респондентів виникнуть труднощі із запитанням про книжкові спільноти в соцмережах, тому вважали за потрібне використати прийом перехресних запитань (приблизно або точно одного змісту, але в різному викладі). І відповіді на наступне запитання анкети знову-таки підтвердили низький рівень обізнаності підлітків про книжкові спільноти. Запитання «Вкажіть книжкові спільноти, якими ви цікавитесь» було опціональним (на нього відповідали тільки ті, хто відстежує книжкові спільноти); на нього відповіли 85 респондентів. Багато відповідей свідчать про нерозуміння запитання. Деякі респонденти називали жанри літератури та улюблені літературні твори, як-от «фантастика», «Шерлок Холмс», «Айвенго», «аніме», «манга», «Метро 2033», «Гаррі Поттер», «комікс». Інші відверто писали, що вони не знають, про що йдеться, або що їх це не цікавить: «не знаю, що таке спільноти», «не цікавився», «немає таких». Серед 85 відповідей лише 28 респондентів дали відповіді, дотичні до читання і соціальних мереж. Вони згадували:

- «Це книжкові клуби, де ми обговорюємо книги і ділимося враженнями про них»;
- «Букток»;
- «Інстаграм та Ютуб блогери та сторінки українських видавництв»;
- «Сторінки видавництв та Букток блогери»;
- «GoodReads»;
- «В Інстаграмі та ТікТоку слідкую за читацькими блогами» тощо.

Аберації моральних авторитетів, незнання книжкових блогерів.

Підлітки найчастіше обирають за своїх кумирів успішних блогерів, а не традиційних політичних, культурних лідерів. Блогери стають моделями для наслідування, адже вони можуть безпосередньо впливати на своїх підписників через соціальні мережі [212]. Це підтверджують результати соціопитування

Міжнародної дослідницької компанії Ipsos «Індекс взаємодії молоді з інформацією (Y-VIBE)» (2021–2022): відеоблогери є найпопулярнішим джерелом інформації для молоді. Вплив блогерів вимірюється кількістю підписників, і молодь споживає їхній контент переважно без критичного підходу [30]. Але чи є ці популярні відеоблогери власне книжковими?

Відповіді в нашому опитуванні свідчать про переважну необізнаність підлітків про соціальні книжкові спільноти та відповідних лідерів думок. На запитання «Чи цікаві вам книжкові блогери?» лише 13,9% респондентів відповіли, що постійно стежать за конкретними блогерами. 38% зазначили, що інколи переглядають контент будь-яких блогерів, які трапляються їм у мережі. 48,1% респондентів зазначили, що не знають жодного книжкового блогера (див. Додаток А14).

Отже, результати опитування підкреслюють необхідність підвищення обізнаності підлітків про існування та функціонування книжкових спільнот у соціальних мережах.

Байдужість та неготовність до рекомендацій книг. Згідно із результатами дослідження «Підлітки та їхнє життя під час війни» (2023), підлітки використовують різні соцмережі для задоволення своїх інформаційних потреб. Зокрема, ТікТок є платформою для ознайомлення зі світовими трендами, часто англійською мовою, а також для розваг і відпочинку, включно з переглядом смішних відео та фан-контенту.

Крім того, підлітки звертаються до пізнавальних матеріалів, пов'язаних із шкільними предметами, активно споживають контент про іноземні мови — від лайфхаків до вивчення сленгу.

На Ютубі вони найчастіше переглядають огляди відеоігор, що компенсує брак часу для особистої гри, технічні огляди і відео на військову тематику. Месенджер телеграм є джерелом новин: підлітки читають як локальні канали, що висвітлюють події у їхньому місті чи районі, так і національні новинні ресурси та авторські канали волонтерів і блогерів [35].

В опитуванні «Читання книг і соцмережі» (2023) відповіді на запитання «Чи ви колись рекомендували книгу, яка вам сподобалася, у соціальних мережах?» свідчать, що переважна кількість респондентів (44,9%) не активні в соціальних мережах в контексті книжкових рекомендацій. 39,6% респондентів іноді рекомендують книжки в соцмережах, якщо книга дійсно вражаюча. Лише 15,5% завжди рекомендують книжки в соцмережах (див. Додаток А16).

Брак часу. Дослідження показують: 34,6% дітей у 2024 р. читають у вільний час, що є значним зниженням у порівнянні з попередніми роками [47]. Водночас українські учні витрачають значно більше часу на виконання домашніх завдань у порівнянні з однолітками з багатьох сусідніх країн [32]. Підлітки обирають соціальні мережі як ефективний спосіб компенсувати обмежений вільний час, використовуючи їх для поєднання розваг та отримання корисної інформації. Зокрема, на Ютуб вони часто переглядають огляди відеоігор замість того, щоб грати самостійно, оскільки щільний графік навчання та інших обов'язків не залишає достатньо часу для тривалих ігрових сесій [35].

Респондентка Ганна (14–16 років, м. Кременчук, проводить понад 3 год. на день у соцмережах) поділилася своїм досвідом: «Я дуже багато читаю і слідкую в інтернеті за великою кількістю книжкових спільнот. Я підписана на багатьох українських та закордонних авторів у їх соцмережах і слідкую за всіма новинами. Підписана на багатьох Буктокерів, які знімають короткі відео/рецензії/жарти з приводу книг у ТікТок, Інстаграм або Ютуб. Я і сама веду свій Букток, але зараз не така активна, раніше писала рецензії на прочитані книги для свого Інстаграму, але припинила через брак вільного часу».

Спротив примушуванню до читання. Незважаючи на різноманіття читацьких зацікавлень підлітків, проблема примушування до читання існує-таки. Згідно з результатами опитування «Читання книг і соцмережі» (2023), 1% від загальної кількості відповідей складала відповіді про те, що підлітки не читають або читають з примусу: «Я не читаю книги», Читаю тільки те, що треба (не за власним бажанням)» (див. Додаток А12). Таку нехоть навряд можливо подолати

тиском — він радше негативно впливає на формування читацьких звичок підлітків.

Нашу певність підтверджує відео, на якому продемонстровано дві книжки з різними текстами:

1) зображення на книжковій полиці любовного роману для підлітків «ЕЛІ ЕВА». Текст на відео: «прочитати книгу за 3 дні ☐☐☐☐☐☐☐☐ (емоджі підтримки та позитивного настрою)»;

2) зображення на книжковій полиці підручника української літератури за 7 клас. Текст на відео: «прочитати дві сторінки шкільної літератури ☐☐☐☐☐☐☐☐ (емоджі відрази та огиди)»⁴³.

Тож протиставлено два підходи до читання художньої літератури: власний вибір (свобода) та обов'язкове виконання шкільної програми (примушування). Так, підлітки демонструють протестну реакцію на твори, нав'язані їм через систему навчання, що цілком асоціюється із загальновідомим «бунтом підлітка» — агресією, роздратуванням, нігілізмом, властивим психіці у пубертатний період. Тож усе, що пропонується у шкільній програмі, має високу ймовірність бути відкинутим. При цьому підліток залишає за собою право обирати літературу самостійно.

Відео опубліковане користувачкою @evvxas (1805 підписників). Воно набрало 26 тис. вподобайок, 482 коментарі та було збережене 1633 рази; ним поділилися 1206 разів.

Кейс демонструє: підлітки, які вибирати собі книжки самостійно, мають більше охоти до читання, порівняно з тими, котрі обмежуються обов'язковою шкільною літературою. Тому важливо формувати середовище книжкової культури, перебуваючи в якому, дитина набуватиме звички читати щось на власний розсуд і в задоволення, а не сприйматиме книжку як форму приневолення.

⁴³ #укрБукток #українськийБукток #Буктокукраїнською #книжнийТікТок #книгиукраїнською #книги URL: <https://www.ТікТок.com/@evvxas/video/7207338690098580742>

3.2. Комунікативний потенціал соцмереж та читацькі спільноти

3.2.1. Книжкова спільнота як кластер інтернет-користувачів, зацікавлених книгочитанням

Поняття «книжкова спільнота в соціальній мережі». Спільнота в соціальній мережі (англ. Community) — група користувачів, об'єднаних у соцмережі на підставі спільного захоплення, кумира, теми тощо. Явище виникло завдяки безбар'єрності спілкування у віртуальному просторі, адже персональні гаджети та соціальні мережі «не тільки дали змогу отримувати інформацію та спілкуватися в будь-який зручний час і в будь-якому місці, а й надали користувачам можливість вибору споживаної інформації» [95]. Універсальність соціальних мереж полягає в тому, що вони «нейтралізують психологічні та часопросторові бар'єри комунікації, створюючи «новий простір соціальної взаємодії» [155] та даючи можливість користувачам долучатися до спільноти однодумців.

У 2024 р. ми провели експертне інтерв'ю з Лізою Сусік, книжковою блогеркою на платформах ТікТок (susikliza — 37 тис. підписників) та Інстаграм (susik.book — 16 тис. підписників), контент-креаторкою книгарні «Сенс», а також Марією Маргуліс, книжковою блогеркою на платформі Ютуб (readingmary — 13,5 тис. підписників) та Інстаграм (readingmariia — 4 тис. підписників), письменницею. Вони стверджують, що із початком повномасштабного вторгнення росії в Україну зріс попит на українськомовний контент, зокрема книжковий. Тож в українському сегменті соцмереж зміцнів новий формат комунікації — книжкові спільноти.

Книжкову спільноту визначають як об'єднання людей, які взаємодіють на основі спільних інтересів до книг і читання, поєднуючи соціальну комунікацію та обмін книжковим досвідом. Наприклад, платформа Goodreads характеризується як соціально-навігаційна мережа, яка дає змогу учасникам обирати власний баланс між соціальними функціями (дружні зв'язки, обговорення книг) і книжковими активностями (рецензування, оцінювання, рекомендації). Цей підхід «створює

простір для особистої участі, нагадуючи функціонування книжкових клубів, але в цифровому середовищі» [280].

Дослідники використовують термін «онлайн-книжкова спільнота», підкреслюючи її значення «для створення відчуття єдності між читачами незалежно від географічних або часових бар'єрів» [215].

А. Дагалл та М. Паразайдер визначають книжкові спільноти як групи читачів, які «діляться своїми читацькими звичками онлайн» [215]. Ці спільноти функціонують на таких платформах, як Goodreads та The StoryGraph, де користувачі можуть відстежувати своє читання, обмінюватися рецензіями, отримувати рекомендації, аналізувати свої звички читання за допомогою статистики та будувати зв'язки з іншими користувачами.

Поняття «книжкові спільноти» у контексті платформ Букток, Букстаграм і Буктуб інтерпретується в академічних і професійних дослідженнях як сучасні простори читання, що об'єднують читачів, авторів і контент-креаторів. Ці «платформи формують інтерактивні спільноти, де учасники обмінюються книжковими рекомендаціями, обговорюють літературу та створюють міцні зв'язки навколо читання» [265]. Автори підкреслюють, що такі спільноти впливають на літературну культуру і видавничу галузь, популяризуючи книгочитання серед широкої аудиторії.

В українському контексті книжкові спільноти розглядалися радше як книжкові клуби. Наприклад, діяльність Kyiv Bookworms Club, яка фокусується на дискусіях про художню літературу, описано як приклад «активного книжкового середовища». «Клуб допомагає об'єднувати читачів і створює простір для обговорення значущих творів, зокрема українських та міжнародних авторів»⁴⁴. Крім того, українські книжкові ініціативи активно підтримуються за кордоном, зокрема через створення бібліотек української літератури для біженців у Німеччині, Литві, Угорщині тощо. Такі проєкти не тільки

⁴⁴ Спільнота, що читає попри все: досвід книжкових клубів у часи повномасштабної війни URL: https://tyktor.media/polytsia/na_vlasnii_shkuri/knyzhkovi-kluby/

забезпечують доступ до літератури, а й формують комунікацію між читачами, популяризуючи українську книжкову культуру на міжнародній арені⁴⁵.

Однак, на відміну від традиційних книжкових клубів, у середовищі соціальних мереж книжкові спільноти набувають нових форм, що ми фіксуємо в авторській дефініції:

Книжкова спільнота в соціальній мережі — інтерактивна цифрова група, сформована на платформі соцмережі, кластер користувачів, які цікавляться книгами і спостерігають за процесом читання інших осіб.

У зарубіжному науковому дискурсі книжкові спільноти досліджено переважно на прикладах платформ Goodreads та StoryGraph. Однак в українському сегменті соцмереж активнішими є інші читацькі кластери:

- Букток (#Букток, *англ.* #BookTok);
- Буктуб (#Буктуб, *англ.* #BookTube);
- Букстаграм (#Букстаграм, *англ.* #BookStagram).

Спільноти отримали назви внаслідок поєднання слів book (книга) і назв відповідних соціальних мереж (ТікТок, Ютуб, Інстаграм).

Ліза Сусік, котра, згідно з даними проведеного нами медіамоніторингу «Українські книжкові спільноти» (2023), посідає перше місце серед топ-авторів публікацій за рівнем залучення, говорить: «Букток складається з різних людей. З людей, які просто зайшли в ТікТок і почали знімати про книжки»⁴⁶.

Букток, Буктуб та Букстаграм надають користувачам такі можливості:

- об'єднання у групи однодумців;
- функціонування віртуальних книжкових клубів;
- обговорення прочитаного, обмін читацькими враженнями та новинами;
- комунікація з авторами та видавцями;
- постинг;

⁴⁵ Як створюються, діють і об'єднують читачів українські книжкові полиці за кордоном – опитування URL: <https://chytomo.com/iak-stvoriuiutsia-diiut-i-ob-iednuiut-chytachiv-ukrainski-knyzhkovi-polytsi-za-kordonom-opytuvannia/>

⁴⁶ Дуже коротко про Букток, токсичність та однаковість в ньому #Букток #booktok URL: <https://www.TikTok.com/@susikliza/video/7408634639293746438>

- побудова кар'єри у книжковій сфері.

Книжкові спільноти в соцмережах з їхніми революційними можливостями трансформують традиційну читацьку культуру: соціалізують читання (воно перетворюється на соціальну активність, взаємодію з друзями), візуалізують читання (книжка стає зримою у фото та відео), демократизують літературну критику (кожен користувач, не маючи спеціальної освіти, може висловити свою думку про книгу), індивідуалізують читацький досвід (завдяки дискусіям, читач може підібрати собі книжку до вподоби), підтримують нових авторів (початківці отримують доступ до аудиторії) тощо.

Хештеги книжкових спільнот. Хештеги — ключові слова чи фрази, які починаються зі знака решітки (#) і використовуються в соціальних мережах для категоризації контенту, що полегшує його пошук. Хештеги об'єднують пости, відео чи інші види контенту, що належать до однієї теми, роблячи їх доступними для людей, які шукають контент на конкретну тему. Наприклад, #українськийБукток.

Саме хештеги є технічним чинником для створення спільнот. Вони функціонують як «маячки», які дають змогу читачам з усього світу знаходити одне одного та об'єднуватися в віртуальні групи за інтересами. Наприклад, хештеги #ColleenHoover об'єднують шанувальників творчості Коллін Гувер, #DarkAcademia позначає художні твори, сюжет яких розгортається навколо академічного кампусу, а #FeministReads є спільнотою для обговорення книг на феміністичні теми, гендерної рівності та жіночих прав.

Упродовж вересня 2022 — серпня 2023 хештеги #українськийБукток, #українськийБукстаграм та #Буктоукраїнською згадувалися в соцмережах ТікТок, Ютуб та Інстаграм 50 622 рази, що свідчить про значний попит на створення і споживання контенту в межах читацьких спільнот.

Кількість користувачів, котрі застосовували ці хештеги у своїх публікаціях, становить 3 580 осіб (див. Додаток Б2). Звіт медіамоніторингу містить хмару найчастіше уживаних слів — ними є хештеги #українськийБукток, #Букток, #книжковийТікТок, #Буктоукраїнською, #українськийТікТок, #Буктоукраїна,

#укрБукток, #booktok, #українськийБукстаграм тощо. Ці хештеги є варіаціями назви книжкової спільноти у ТікТок та Інстаграм — «український Букток» та «український Букстаграм» (див. Додаток Б4). Тобто учасники спільноти, додаючи до своїх дописів хештеги, прагнуть бути почутими і побаченими.

Обізнаність про хештеги та вміння ними користуватися є ознакою медіаграмотності, оскільки вони організують контент у соцмережах та спрощують процес комунікації, даючи змогу користувачам знаходити однодумців в архіві контенту соцмереж.

3.2.2. Комунікація в книжкових спільнотах: формати, лідери, можливості

3.2.2.1. Букток: вірусний розважальний формат для молодих читачів

ТікТок має великий потенціал у привертанні уваги підлітків до читання. Соцмережа працює на зміну стереотипу про те, що читання є нудним та старомодним, і, надаючи широкий набір інструментів для творчості, стимулює підлітків активніше взаємодіяти з літературою, розвивати свої читацькі навички.

Хештег #Букток (англ. #BookTok), який набув популярності на платформі ТікТок, об'єднавши відео, присвячені книгам і читанню, сформував однойменну спільноту читачів. У цих відео користувачі діляться враженнями від прочитаних книжок, рекомендують улюблених авторів та видання, демонструють свої колекції, проводять книжкові огляди, а також розігрують сцени з книг або створюють власні історії. Буктокери, використовуючи контент, різноманітні ефекти, музику і текстові накладки, поєднують книгочитання з власною креативністю.

Букток з'явився в епоху кризи читання, але став вірусним явищем завдяки поєднанню рекомендаційних алгоритмів ТікТок і спільної зацікавленості до читання користувачів цієї соцмережі.

Короткі розважальні ТікТок-відео. Унікальність ТікТок — у форматі швидких, коротких відео, тривалістю переважно від 15 сек. до 3 хв., а також в

алгоритмі поширення контенту за допомогою хештегів. Платформа сприяє поширенню коротких, емоційно насичених уривків із книг та яскравих їх оглядів. Фокус на візуальному контенті з мінімумом тексту робить платформу універсальною для різних соціальних і вікових груп, однак основна аудиторія — молодіжна.

Динамічність контенту спонукає підлітків мислити образами і фокусуватися на ключових моментах, які запам'ятовуються. Такої думки Артур Пройдаков, учитель, літературознавець популяризатор української мови та літератури, який дав нам інтерв'ю — поділився практичним досвідом використання соціальних мереж у викладацькій роботі з підлітками (див. Додаток Д2). Експерт вважає: популяризація книг у такому форматі базується на уривках або моментальних враженнях, що стимулює їх швидке поширення серед підліткової аудиторії. Підлітки на ТікТоку шукають книги, які легко «пояснити» або представити у коротких відео. Тому й популярними є романтичні історії або фентезі, де сюжетні повороти або драматичні моменти можна виділити за кілька секунд.

ТікТок формує культуру споживання літератури через яскраві, моментальні образи, акцентуючи увагу на емоційних аспектах. Цю думку також висловила в інтерв'ю Буктокерка Ліза Сусик (див. Додаток Д4). Через інтерактивні відеоформати, котрі сприяють швидкому обміну думками та рекомендаціям книг, #Букток став каталізатором зацікавленості літературою серед підлітків, сформував нові тенденції в читацьких вподобаннях та значно вплинув на популярність літературних жанрів і окремих авторів⁴⁷.

Емоційність контенту. Емоційний аспект є ключовим у Букток. Букблогери поширюють відеовідгуки про книги, не стримуючи щирих емоцій: радості, захоплення, здивування, суму чи навіть шоку. Це створює ефект залучення, адже глядачі заражаються такими емоціями.

Наприклад, Буктокерка @jolie_fillee (1800 підписників) у відео емоційно розповідає, що роман «Спогади про нього» Коллін Гувер є одним із найкращих

⁴⁷ The Ultimate Guide on BookTok: ТікТок for Authors. URL: <https://www.learningrevolution.net/booktok-TikTok-for-authors/#:~:text=BookTok%20isn't%20just%20a,books%20through%20short%2C%20engaging%20videos>

у доробку письменниці. Відео має драматичний музичний супровід, сльози на камеру та акцент на обкладинці книги⁴⁸. Глядачі зацікавлюються книгою, адже хочуть дізнатися, що викликало такі емоції, і діляться відео з друзями. У коментарях розгортається обговорення: користувачі поділяють або не поділяють вражень Буктокерки («Так□Ця книжка розбила моє серце□», «Ця книга в моїх топ 5 2023 року□□□», «не читай таке ,сумне □»).

Алгоритм рекомендацій ТікТок. Важливою перевагою ТікТоку є алгоритм рекомендацій (For You Page), який аналізує вподобання та пропонує персоналізований контент, даючи шанс новим авторам швидко залучати аудиторію. Це забезпечує рівні можливості для отримання аудиторії навіть користувачам-початківцям, якщо їхній контент відповідає актуальним трендам. Букток активно інтегрує ці механізми, адаптуючи популярні тренди до книжкової тематики.

Одним із поширених форматів є *челенджі* — спосіб залучення аудиторії на ТікТок, який полягає в тому, що творець контенту пропонує своїм підписникам створювати відео, виконуючи певну дію (творчі, комедійні, соціальні та ін. челенджі). Використання популярних музичних треків або візуальних ефектів підвищує вірусність відео.

У книжковому сегменті можна навести такі приклади челенджів: «Покажіть мені книгу, яку зараз читаєте»⁴⁹ чи «Робимо макіяж по книзі»⁵⁰, які створюють можливість для повторення й швидкого поширення серед користувачів.

Алгоритм ТікТок сприяє просуванню такого контенту, забезпечуючи його появу в стрічці рекомендацій For You Page (FYP), навіть якщо аудиторія раніше не виявляла інтересу до книжкової тематики, але взаємодіяла з подібними відео.

⁴⁸ одна з найкращих книг цієї авторки □□ #спогадипронього #колінгувер #remindersofhim #collenhoover #книжковірекомендації #укрБукток□□ #книжковийБукток URL: https://www.TikTok.com/@jolie_fillee/video/7306091819597581574?q=Ця%20книга%20розбила%20мене%21%20Я%20плакала%20цілу%20ніч&t=1732875177450

⁴⁹ Полюбилися мені тренди Буктоку URL: <https://www.TikTok.com/@tory.parker/video/7300682441231060229?q=український%20Букток%20челенджі&t=1732878308362>

⁵⁰ Майже закінчили цей челендж URL: <https://www.TikTok.com/@mironbook/video/7422658588994243846?q=український%20Букток%20челенджі&t=1732878308362>

Це дає змогу охоплювати ширшу аудиторію, залучаючи нових користувачів до книжкової спільноти.

Букток суттєво вплинув і на продажі книжок. Сьогодні багато книжкових магазинів мають виділені полиці #booktok і містять списки популярних книг на Букток у своїх онлайн-магазинах. Визнання впливу Буктоку на світ літератури підтверджується також у контексті відомих подій. Наприклад, у 2022 р. на Франкфуртському книжковому ярмарку було відведено окрему сцену для Буктокерів з ТікТок, де вони мали можливість презентувати свої роботи та взаємодіяти з глядачами. Щобільше, ТікТок у Великій Британії та Ірландії запустив власну книжкову премію ТікТок Book Awards [114].

Фільтри та ефекти ТікТок. Фільтри та ефекти ТікТок надають користувачам можливість змінювати вигляд відео, додавати стилістичні елементи. Їх застосування підсилює емоційність і допомагає розкрити особистий погляд на тему. Завдяки фільтрам та ефектам, навіть прості відео можуть набувати оригінального вигляду.

Буктокери використовують ці інструменти в контексті обговорення книг, фільмів, особистих роздумів, адаптуючи до різних жанрів відео — від кумедних до серйозних, що робить візуальну комунікацію цікавішою та виразнішою.

Наприклад, для огляду сумної книги Буктокери застосовують темний фільтр, що додає драматичності, або використовують ефект «сльози». Такий підхід допомагає передати відповідний настрій. Буктокерка @na.paperi демонструє свої емоції під час читання любовного роману «Тисяча пам'ятних поцілунків» Тіллі Коул. Відео подано в чорно-білій гамі; драматизму додає аудіоефект: чутно ридання та спроби втішити. У кадрі блогерка імітує плач над книжкою. Використання чорно-білого фільтра та аудіоефекту плачу чіпляють аудиторію, що очевидно з реакцій: виявляється, так пройняло багатьох⁵¹.

Якщо Буктокери хочуть поділитися жартами або створити легкий контент, пов'язаний із книжковими трендами або популярними персонажами, то

⁵¹ Ця книга розіб'є вам серце... #Букток #укрБукток #тіллікоул #тисячапам'ятнихпоцілунків #читання URL: <https://www.TikTok.com/@na.paperi/video/7343643348546161925?q=книжки%20сльози&t=1734327054369>

використовують яскраві, кольорові фільтри й ефекти з анімацією. Блогерка @nadiia.reader використовує популярний інтерактивний анімований ефект «Хто мій краш з «Четвертого крила» — це фільтр, який випадковим чином відображає ілюстрації чоловічих персонажів із книги. Блогерка не лише демонструє результат, а й оцінює кожного персонажа за шкалою від 1 до 10⁵².

Музичні треки та ліпсинки. Музика в ТікТок підкреслює настрій відео (гумор, драма тощо), передає настрій його творця. Користувачі можуть обирати і популярні, і індивідуально підібрані треки, що дає змогу виражати через музику свою особистість і стиль. Щобільше, саме музичний трек часто стає основою для формування контенту.

Один із важливих аспектів у використанні музики є ліпсинк — синхронізація жестів і слів із музичним треком. Ліпсинк дає можливість Буктокерам творчо виконувати популярні пісні, комедійні сценки або популярні діалоги, застосовуючи звукові ефекти й цитати.

Ліпсинк є не тільки розважальним елементом, а й інструментом для творчого самовираження, оскільки дає змогу створювати креативні відео з візуальними та аудіальними ефектами. Завдяки можливості поєднувати звук, музику, слова та образи, ТікТок стає платформою для розвитку аудіальної культури. Музика та ліпсинк часто поєднуються з візуальними ефектами — виникає контент у форматі «просто — мультимедійно — яскраво — емоційно», який вдало передає внутрішній світ підлітка.

Ліпсинки є ефективним інструментом комунікації, який дає змогу в стислому та захопливому форматі доносити інформацію на різні теми, зокрема популяризувати українських письменників та їхні твори. Соцмережі забезпечують аудиторії можливість відволіктися від навчання чи роботи, нова інформація у форматі ліпсинків сприймається легше та природніше, ніж у традиційних лекційних форматах (див. Додаток Д3).

⁵² Ох □ Я й досі вірю в якесь диво фентезі книг □□ #Буктоукраїнською #укрБукток #книголюб URL: https://www.TikTok.com/@nadiia_reader/video/7378106870856224006

Такий контент, зрозумілий і привабливий, імпонує підліткам, має великий вірусний потенціал. Музичні треки на платформі часто стають частиною глобальних або локальних трендів. Коли Буктокери використовують одні й ті самі пісні, звуки, виникає спільнота чи тренд. Ліпсінк дає можливість користувачам стати частиною, носієм цього культурного явища, адаптувавши трек до свого бачення й виконавської манери. Наприклад, блогерка @isabell_books виконала ліпсінк під аудіодоріжку із висловлюванням Президента Володимира Зеленського: «Який цікавий у вас вид запитання», що стало популярним трендом в українському ТікТок⁵³. У відео⁵⁴ вона обіграла ситуацію, в якій коли хтось звертається з проханням позичити книгу. Артистично виконуючи роль, блогерка показала книгу, яку «просять позичити», — «Двір шипів і троянд».

Дуети. Основна функція дуетів у ТікТок полягає в тому, що вони є інструментами для взаємодії між користувачами.

Читацький дует у ТікТок — відео про читання й книжки, створене як відповідь на відео іншого ТікТокера: дві паралельні сцени в одному екрані, де кожен учасник може взаємодіяти з контентом іншого, доповнюючи або коментуючи його (авторське визначення).

Наприклад, блогерка @ana_yakovlieva створила відео⁵⁵ у форматі дуету з англomовним бук-блогером @booksaresick. Автори умовно взаємодіють, виявляючи різне ставлення до книги. Блогер @booksaresick представляє роман Ніла Геймана «Американські боги» — видання в м'якій обкладинці; він наголошує на зручності читання такого формату, наочно демонструючи це за допомогою кількаразового різкого згинання корінця книжки. Блогерка @ana_yakovlieva публікує відео-реакцію — демонструє українське видання

⁵³ СЛОВА ЗЕЛЕНЬСЬКОГО СТАЛИ КУМЕДНИМ ТРЕНДОМ УКРАЇНСЬКОГО ТІКТОК. ВІДЕО URL:

<https://www.volynnews.com/news/all/slova-zelenskoho-staly-kumednym-trendom-ukrayinskoho-TikTok-video/>

⁵⁴ #книголюб #книжковиймем #ukrainianbooktok #книжковірекомендації #booktok #книги #українськийБукток #Буктокер URL: https://www.TikTok.com/@isabell_books/video/7203001391349124358

⁵⁵ #дует з @Nick Ось чому я люблю книги у твердій обкладинці □

#книжковімеми #книжковіполічки #книгиукраїнською #книжковийтт #книжковийТікТок #укрБукток #книгоман #книжковірекомендації #книжковийблог URL:

https://www.TikTok.com/@ana_yakovlieva/video/7226053488961146118?lang=en&q=дуети%20ТікТок%20Букток&t=1735306019258

роману «Американських богів» у твердій палітурці. Вона, навпаки, шанобливо ставиться до книги, ніжно гладить її корінець. Блогерка емоційно реагує на дії англomовного колеги. Текстовий супровід відео «Ось чому я люблю книги в твердій обкладинці» підкреслює контраст у ставленні до книжки.

Українські користувачі ТікТок поділилися своїм досвідом читання паперових книг: «Це було дуже боляче □□», «Книги в м'якій обкладинці — топ для мене, завжди можна взяти в одну руку і читати лежачи. Хоча тверда обкладинка просто естетично гарна. Але мені якось геть не зручна □», «А потім на корінці з'являються хвилі, і кути палітурки пошкоджуються. Ні, дякую, краще тверда обкладинка». Загалом 153 вподобайки, 7 коментарів та 3 збереження.

Лідери українського сегменту Буктоку. Згідно з результатами медіамоніторингового дослідження «Українські книжкові спільноти» (2023), за найвищими показниками сумарного залучення (лайки, коментарі та перегляди контенту) було відібрано топ-5 авторів українського Буктоку:

1) Єлизавета Сусік, (@susikliza⁵⁶) — «яка розповідає про книжки. Дівчина ділиться відгуками на прочитане, говорить про роботу в книгарні, а також знімає багато гумористичних роликів про книжки й тих, хто їх читає». Залучення — 843487.

2) Марина, Mari (@say_mari⁵⁷) — знімає костюмовані атмосферні відео, у яких втілює у життя персонажів книг та відіграє сцени в їх образі, створює відео, у яких додає себе як персонажа до сцен фільмів, та записує розмовні відео, у яких висловлює свою думку на різні теми, ділиться своїм досвідом та порадами. Залучення — 384844.

3) Дарія Холод (@holod_books⁵⁸) — створює кумедні та оглядові відео, інформує підписників про книжкові новинки, надруковані українським видавництвом КСД, демонструє поповнення своєї колекції книг та популяризує даркромани. Залучення — 377060.

⁵⁶ Ліза Сусік, ТікТок-акаунт @susikliza URL: <https://www.TikTok.com/@susikliza>

⁵⁷ Mari, ТікТок-акаунт @say_mari URL: https://www.TikTok.com/@say_mari

⁵⁸ Дарія Холод, ТікТок-акаунт @holod_books URL: https://www.TikTok.com/@holod_books

4) Аня (@book.mak⁵⁹) — створює ліричні відео про своїх улюблених книжкових героїв та знімає гумористичні відео про свої читацькі звички, використовуючи ліпсінк, музичний супровід та ефекти ТікТок. Залучення — 241983.

5) Isabell_books (@isabell_books⁶⁰) — знімає гумористичні відео про свої читацькі звички, використовуючи ліпсінк, музичний супровід та звукові ефекти. Залучення — 216094.

Нас зацікавили секрети успіху лідерів, тож ми взяли інтерв'ю в ТікТокерки Лізи Сусік («Онлайн-контент про книги в освітньому процесі» (2024)).

Основну мотивацію створення книжкового блогу вона окреслила так: «Коли я почала вести блог, я просто хотіла говорити про книжки з іншими людьми. Я вирішила, що те, що читаю, повинно мати вихід». Крім того, блогерка звернула увагу на значення читання в її особистому житті: «Книжки стали для мене джерелом дофаміну, як для когось — соціальні мережі. Я розбавила свій час у ТікТок читанням».

Соціальні мережі, зокрема ТікТок, здатні заохочувати підлітків до читання, створюючи середовище для обміну думками та популяризації літератури. Блогерка розповіла: «Моя молодша двоюрідна сестра, якій 14 років, раніше не читала книжки. Вона почала читати після того, як побачила, що я веду блог про книги. Завдяки моему блогу вона дізналася про Букток. І хоч сама вона не знімає контент, вона вже стала частиною ком'юніті».

Соціальні медії створюють умови для обговорення літератури, що сприяє глибшому аналізу текстів і формуванню свідомого читача. Ліза Сусік зауважує: «Коли я прочитала книгу та сформувала свою думку про певну ситуацію, заходячи в ТікТок, я можу побачити, як інші люди говорять про цю саму книгу, і помітити зовсім інші аспекти, які не врахувала. Це допомагає розширити моє розуміння тексту». Таким чином, платформи сприяють обміну ідеями та рефлексії над прочитаним, що підвищує рівень читацької культури.

⁵⁹ Ann, ТікТок-акаунт @book.mak URL: <https://www.TikTok.com/@book.mak>

⁶⁰ Isabell_books, ТікТок-акаунт /@isabell_books URL: https://www.TikTok.com/@isabell_books

Значну роль у популяризації читання відіграє емоційний контент. Як зазначає Ліза Сусік, «люди люблять отримувати або корисну інформацію, або емоційну реакцію в ТікТок. Вони хочуть бачити, що книга тебе вразила, навіть спровокувала сльози».

Блогери в соціальних мережах стають важливими агентами популяризації літератури. За словами Лізи Сусік, співпраця між видавництвами та блогерами активізувалася останніми роками: «Видавництва почали активно працювати з блогерами, пропонуючи їм книги на огляд. Це вже серйозний бізнес, де видавництва включають блогерів у свої контент-плани і виділяють бюджети». Таким чином, блогери стають частиною маркетингових стратегій видавців — впливаючи на читацькі вподобання аудиторії.

Контент із соціальних мереж може бути ефективно використаний у шкільному навчанні для популяризації літератури. Ліза Сусік пропонує: «Викладачі можуть використовувати контент з вільного доступу на уроках, наприклад, скидаючи дотепні ТікТок-відео про письменників, яких планують обговорювати на наступному уроці. Це дало би певний ефект».

Проаналізувавши активності лідерок Буктоку, сформулюємо підстави їхнього успіху:

- судячи зі стилю, буктокерки цілеспрямовано звертаються до молодіжної аудиторії, з якою намагаються активно взаємодіяти: заохочують коментарі, вдаються до опитувань та інших інтерактивних елементів, що сприяє залученню підписників;
- креативлять, використовують різноманітні ігрові формати контенту — від простих оглядів книг до складних косплеїв та гумористичних скетчів;
- в контенті дуже важливим є відеоскладник: костюмовані відео, яскраві ефекти, цікаві локації — все це привертає увагу аудиторії та робить контент динамічним, видовищним;
- в контенті багато емоцій та гумору, що робить його чіпким, заразливим, легким для сприйняття та привабливим для поширення.

3.2.2.2. Буктуб: детальні відеооповіді для занурення в літературу

Буктуб — сегмент відеохостингу Ютуб, де відеоблогери публікують тривалі відео, в яких діляться враженнями від книг «через огляди, рецензії та критичні відгуки» [115].

Комунікативні особливості. Контент Буктубу — читацькі щоденники, дискусії про жанри, інтерв'ю з письменниками, розпаковки книжкових покупок, огляди книжкових полиць, тематичні підбірки книг тощо. Йдеться про різноманітні аспекти літератури: класика та сучасні бестселери, українські та зарубіжні автори, переклади та їх порівняння з оригінальними текстами, — і все це популяризує літературу для різних вікових груп.

Формат Ютуб дає змогу створювати відео, тривалістю у кілька годин, що сприяє розробці детальних оглядів книг та книжних серій, глибокому аналізу персонажів, сюжетів, літературних течій. Завдяки цьому, підлітки можуть отримувати глибокі знання про літературу та долучатися до обговорення літературних тем на більш складному рівні.

Тож, на відміну від ТікТок та Інстаграм, формат Ютуб сфокусований на поширенні довших відео та стрімів, тож контент Буктубу більш експертний, глибокий, аналітичний.

Функціональні особливості. Алгоритм рекомендацій контенту більшою мірою враховує поведінкову активність користувача (зокрема підписки на канали та тематику обраного відеоконтенту), а також час перегляду відео. Якщо користувач зацікавився оглядом книг або обговоренням, платформа пропонуватиме все більше подібного контенту, а функціонал підписок на обрані канали створюватиме глибші зв'язки між відеоблогерами та їхніми глядачами.

Лідери українського сегменту Буктубу. Буктубери — це книжкові влогери, серед них і окремі книголюби (письменники, бібліотекарі, педагоги), і юридичні особи (видавництва, книгарні, бібліотеки).

Згідно з результатами медіамоніторингового дослідження «Українські книжкові спільноти» (2023), проведеного на основі хештегу

#буктюб_українською, визначено топ-5 авторів із найвищими показниками залучення (лайки, коментарі, перегляди) за період моніторингу:

1) Ksenia Kellerman (@KseniaKellerman⁶¹) — створює атмосферні та естетичні відео, в яких ділиться враженнями від прочитаних книжок, тематичними добірками, книжковими покупками, влогами та проводить книжкові марафони. Залучення — 50498.

2) Reading Mary (@ReadingMary⁶²) — українська книжкова влогерка та авторка книги «Біла кімната» Марія Маргуліс, яка у своїх відео ділиться власним досвідом як письменниці, так і досвідченої читачки, демонструє свої книжкові полиці, розказує про нові книжкові надбання та обговорює прочитані книги. Залучення — 33891.

3) Anna Book Diary (@AnnaBookDiary⁶³) — у своїх відео ділиться відгуками на прочитані книги, розказує про книжкові анонси та нові книги у своїй колекції, демонструє книжкові полиці та створює тематичні добірки книг. Залучення — 19045.

4) Milka Read (@milkaread⁶⁴) — знімає читацькі влоги, ділиться враженнями від прочитаних книг, розказує про свої книжкові покупки та книжкові звички, створює тематичні добірки. Залучення — 18962.

5) Сандра (@Strangelovee⁶⁵) — у своїх відео обговорює прочитані книги, розказує про свої книжкові плани та книжкові покупки, створює тематичні добірки, ділиться відгуками на книжкові заходи та книгарні Києва. Залучення — 17327.

Під час експертного інтерв'ю «Онлайн-контент про книги в освітньому процесі» (2024) Буктуберка Марія Маргуліс поділилася своїм баченням соціальних мереж як потужного інструменту для розвитку читацької культури. Зокрема, вона наголосила: соцмережі стали джерелом натхнення та рекомендацій: «Люди зараз набагато легше знаходять натхнення читати, а також

⁶¹ Ksenia Kellerman, Ютуб-канал @KseniaKellerman URL: <https://www.Ютуб.com/@KseniaKellerman>

⁶² Reading Mary, Ютуб-канал @ReadingMary URL: <https://www.Ютуб.com/@ReadingMary>

⁶³ Anna Book Diary, Ютуб-канал @AnnaBookDiary URL: <https://www.Ютуб.com/@AnnaBookDiary>

⁶⁴ Milka Read, Ютуб-канал @milkaread URL: <https://www.Ютуб.com/@milkaread>

⁶⁵ Сандра, Ютуб-канал @Strangelovee URL: <https://www.Ютуб.com/@Strangelovee>

рекомендації, що почитати. І я сама така людина, і я думаю, що це не залежить від віку». Вона також зазначила, що ефективне використання соцмереж потребує свідомого підходу: «Можна користуватися ними дещо розумніше: дізнаючись, дивлячись те, що тебе надихає, те, що тебе робить освіченою. Не сидіти в них 24/7, тому що ні в чому не треба сидіти 24/7». І це дуже цікавий пасаж від блогерки про те, що соцмережі — це лише чинник у комплексній системі промоції читацької культури, і ми поділяємо такий погляд.

Водночас Марія Маргуліс акцентує увагу на тому, що соцмережі, пропонуючи доступ до різноманітного контенту, виконують роль освітнього ресурсу: «Мені іноді навіть шкода, що в мене не було таких ресурсів, як зараз, коли я вчилася. Тому що мені здається, що корисніше подивитися, наприклад, 3–5 оглядів на „Айвенго“, різної складності, різного стилю, ніж сидіти над хрестоматією». Звісно, твердження дискусійне, проте, погоджуємося, як доповнення відеогляди дають змогу отримати багатогранне розуміння літературних творів; і цей підхід підходить сучасним учням, які цінують інтерактивність і різноманітність подачі матеріалу.

Крім того, Марія Маргуліс підкреслює важливість подолання стереотипів щодо соціальних мереж, наголошуючи, що вони не є виключно негативним явищем: «Я не розділяю думку про те, що соцмережі — це погано і так далі. Соцмережі натепер — це доволі розумно фільтровані ресурси, які не показують людині того, що їй не цікаво». Таким чином, правильне використання соціальних платформ може бути корисним і сприяти інтелектуальному розвитку.

Особливу увагу блогерка приділяє ролі соцмереж у вихованні свідомого читача: «Я доволі регулярно отримую відгуки про те, що завдяки моїм відео люди перестали дивитися зверхньо на певні жанри або почали собі дозволяти ці жанри читати». Цей аспект вказує на вплив соціальних мереж у боротьбі зі стигматизацією літературних жанрів і допомагає користувачам знайти власні читацькі вподобання.

Отже, за словами Марії Маргуліс, соціальні мережі є багатограним інструментом, що сприяє розвитку читацької культури. Вони надихають,

пропонують рекомендації, розширюють освітні можливості, змінюють ставлення до читання як естетичної і привабливої практики.

Проаналізувавши контент лідерів Буктубу, сформулюємо основні його особливості:

- буктубери розглядають книги, сюжети, персонажів та літературні прийоми детальніше, створюючи розлогі відео (понад 20 хв.);
- контент буктуберів різноманітний у жанровому плані: огляди книг, книжкові виклики, інтерв'ю з авторами тощо;
- контент буктуберів емоційний, але водночас структурований, містить спостереження та аналіз, представляє різні погляди на літературні явища;
- контент буктуберів технологічний, поєднує зображення, звук, монтаж.

3.2.2.3. Букстаграм: візуальні щоденники книголюбів та атмосферна естетика книгочитання

Букстаграм (книжковий Інстаграм) — «спільнота, що складається із сотень облікових записів Інстаграм, які розміщують на своїх сторінках красиві фотографії книг та діляться враженнями від прочитаного» [115].

Комунікативні особливості. Користувачі спільноти Букстаграм створюють естетично привабливі фотографії улюблених книжок та публікують відгуки, рекомендації й списки. Вони організовують книжкові виклики (наприклад, щомісячні читацькі марафони), створюють тематичні колекції книжок і взаємодіють з іншими читачами через коментарі та приватні повідомлення.

Букстаграм охоплює різноманітні жанри книжкового блогінгу, серед яких найбільш популярними є рецензії на прочитані книги, що поєднують текстові та візуальні елементи. Основним елементом контенту є естетична фотографія, яка супроводжується текстом, що дозволяє користувачам активно взаємодіяти в рамках платформи [114].

Вважається, що Інстаграм — платформа атмосферних зображень і коротких текстів й відео. Однак насправді можуть бути й розлогі дописи: попри поширену

думку про те, що довгі тексти в соціальних мережах залишаються поза увагою користувачів, є протилежні приклади. Наприклад, відома Інстаграм-блогерка Жанна Школьна (@zhanna_shkolna) успішно веде книжковий блог у форматі естетичних зображень книг, доповнених розгорнутими текстовими відгуками. Ці публікації демонструють високе залучення аудиторії⁶⁶.

Функціональні особливості. Алгоритм Інстаграм аналізує активність користувача щодо взаємодії з подібними темами, тому користувачам, зацікавленим книжковим контентом, пропонуватиметься більше книжкових постів (текстові описи книг, огляди, цитати або рекомендації).

Хештег #bookstagram зазвичай застосовується до такого вмісту, як зображення книг (обкладинки, колекції книг, книжкові стеки та інше) та публікацій, що містять об'єкти та сцени, пов'язані з читанням, найбільш впізнаваними є зображення книжкових полиць, людей, які тримають і читають книги. Цей візуальний вміст супроводжується текстом, створеним для комунікації з іншими читачами, включаючи рецензії на книги та питання для обговорення.

Лідери українського сегменту Букстаграму. Згідно з результатами медіамоніторингового дослідження «Українські книжкові спільноти» (2023) контенту, проведеного на основі хештегу #українськийБукстаграм, визначено топ-5 авторів із найвищими показниками залучення (лайки, коментарі та перегляди) за період моніторингу:

1) Anastasia | Bookblog (@ua_book_time⁶⁷) — на своїй сторінці ділиться гумористичними відео на книжкову тематику, інспірує обговорення за різними книжковими темами, наприклад закликом поділитися в коментарях назвою своєї улюбленої книги, демонструє свої книжкові покупки.

2) Anny Rem (@lovebooks.ua⁶⁸) — на своїй сторінці ділиться враженнями та відгуками на прочитані книги, які супроводжує креативними фотографіями

⁶⁶ □ Інна Крулько @krulkoinna □ «Мачо на десерт не буде» URL: <https://www.Інстаграм.com/p/CvAeyx1NSnV/>

⁶⁷ Anastasia | Bookblog, Інстаграм-акаунт @ua_book_time
URL: https://www.Інстаграм.com/ua_book_time/reels/?locale=en-TN

⁶⁸ Anny Rem, Інстаграм-акаунт @lovebooks.ua URL: <https://www.Інстаграм.com/lovebooks.ua/?locale=en-TN>

паперових видань. Блогерка значною мірою фокусується на популяризації книг українських авторів, а також публікує власні інтерв'ю з українськими письменниками та книжковими блогерами.

3) Жанна Школьна (@zhanna_shkolna⁶⁹) — на своїй сторінці ділиться кумедними відео та власними відгуками на прочитані книги. Кожен відгук авторка супроводжує естетичною фотографією книги, обрамленої квітами та декоративними елементами, пост до якої складається з анотації, вражень та думок блогерки про книгу, а також її оцінки за 10-ти бальною шкалою. Блогерка входить до топ-30 авторів за рівнем залучення.

4) Настя • фентезі та фантастика, класика + книжкові експерименти (@reading_.hours⁷⁰) — на своїй сторінці ділиться відгуками на прочитані книги різних жанрів. Кожен пост авторки складається з опису книги, її особистих вражень, обраних цитат, супроводжується затишною фотографією книги на бежевому коцику.

5) Просто читака, просто Тетяна ;) (@tetnako⁷¹) — викладає на своїй сторінці цікаві та незвичні фотографії книг, доповнюючи їх постами, в яких описує свої враження від книг та авторів.

Книжкова блогерка Жанна Школьна під час експертного інтерв'ю «Онлайн-контент про книги в освітньому процесі» (2024) висвітлила вплив соціальних мереж на читацьку культуру підлітків. На її думку, соціальні мережі мають і позитивні, і негативні аспекти в контексті підліткового читання. Вона зазначила: «Підлітки читають набагато більше, але якість літератури не найвища». Основну увагу аудиторії, за її спостереженнями, привертають трендові книги, зокрема темні романи (dark romance), популярність яких блогерка вважає негативним явищем, з огляду на те, що молоді читачі не завжди можуть критично оцінити їхній зміст.

⁶⁹ Жанна Школьна, Інстаграм-акаунт @zhanna_shkolna https://www.Інстаграм.com/zhanna_shkolna/?locale=en-TN

⁷⁰ Настя • фентезі та фантастика, класика + книжкові експерименти, Інстаграм-акаунт @reading_.hours URL: https://www.Інстаграм.com/reading_.hours/

⁷¹ Просто читака, просто Тетяна ;) , Інстаграм-акаунт @tetnako URL: <https://www.Інстаграм.com/tetnako/>

Ці закономірності ми теж відстежили (див. п. 3.1.1. Книгочитання підлітків: улюблені жанри, теми, платформи), однак, на нашу думку, бажати, щоб усі підлітки відразу бралися за серйозну літературу — це очевидний максималізм. Либонь, хай починають із чогось, а далі буде.

Жанна Школьна наголосила на тому, що ключову роль в залученні підлітків до читання відіграє розважальний формат контенту: «Найбільше реагують на розважальний контент: сторіс, рілс і відгуки на молодіжні книги. Це зазвичай фентезі та янг едалт», «Однакові ролики та відгуки без слів, лише з емоціями, стають дедалі популярнішими, але це робить контент одноманітним». Таким чином, хоча соціальні мережі сприяють популяризації читання серед молоді, вони також створюють ризик примітивізації читацьких уподобань.

Водночас блогерка вбачає в соцмережах освітній потенціал: «Із розвитком сучасних технологій контент із соціальних мереж (якщо він високого рівня) можна прекрасно застосовувати у шкільному навчанні». Вона вказує на доцільність використання відеооглядів, книжкових марафонів, челенджів і тематичних підбірок фактів про авторів та літературу. За її словами, такий контент може стати додатковою мотивацією для учнів читати більше й аналізувати літературні твори.

На думку Жанни Школьної, соціальні мережі мають потенціал виховання свідомого читача, але вирішальну роль відіграє вибір контенту: «Якщо тільки книжковий фаст-фуд і гарячі новинки, то навряд чи це потенціал свідомого читача». Загалом блогерка визнає, що будь-яка книга, прочитана дитиною, є позитивним явищем, хоча й потребує критичного підходу до оцінки її змісту.

Проаналізувавши контент лідерів Букстаграму, сформулюємо основні його особливості:

- контент букстаграмерів прикметний візуально привабливими, атмосферними фото книжок — Букстаграмери естетизують читання;
- букстаграмери діляться особистими враженнями від прочитаного, тож їхній контент авторський, із виразним суб'єктивним фокусом;

- текстові дописи букстаграмерів змістовні, серед форматів, що тяжіють до аналітичності, — огляди книжок, тематичні підбірки;
- коментарі, опитування в Stories, використання гівевеїв спонукають до активнішого зворотного зв'язку аудиторії;
- Букстаграм є простором для комерційної співпраці з видавництвами та авторами.

3.3. Соцмережі — платформи для дозвілля і творчості підлітків

Читацькі спільноти в соціальних мережах (особливо Букток) дедалі більше нагадують театральний майданчик, де панує ігрова культура. Згідно з дослідженням «Читання книг і соцмережі» (2023), 14,5% респондентів написали, що охоче споживають розважальний контент: «розважальний контент», «музика», «записи з концертів», «щось розважальне», «смішні ролики», «недовгі розважальні відео», «приколи, час від часу якась швидко доступна інформація», «різні відео, які не відносяться до навчального процесу», «дивлюсь про тварин».

5% респондентів споживають відеоігри: «стратегії ігор», «відеоігри», «ігри, анімації», «проходження ігор», «рецензії на ігри», «club romance» («Клуб романтики» — гра-симулятор, де головний персонаж будує стосунки із обраним партнером), «летсплеї» (жанр відеороликів, у яких гравці публікують і коментують свій ігровий процес).

Втім, у соцмережах підлітки не тільки розважаються готовим медіаконтентом, а й самі експериментують — створюють новий контент. Згідно з результатами медіамоніторингу «Українські книжкові спільноти» (2023), вагоме місце в рейтингу найпопулярніших публікацій ТікТок (26%) та Інстаграм (18%) посідають відео з мемами та ліпсинками. Це форми перформансу, які дають змогу користувачам «проживати» прочитане через акторське відтворення улюблених сцен.

3.3.1. Косплей — спосіб творчої інтерпретації прочитаного

В епоху цифрової культури підлітки шукають нові способи вираження емоцій та рефлексій, пов'язаних із прочитаним. Респонденти анкетування «Читання книг і соцмережі» (2023) зазначали: книги для них — нові світи, в яких вони самі стають різними героями («Коли я читаю книгу, я наче опиняюся в ній, наче зі мною трапляється все, що написано» (Єлизавета, 11–13 років, м. Київ, проводить в соцмережах 2–3 год.). Йдеться про ігрову сутність мистецтва, адже мистецтво є наскрізно ігровим, про що писали Й. Гейзинга [87] та Е. Берн [67]. Потребу в грі підлітки реалізують у соціальних мережах — і набуває ця гра форм медіаторчості.

Книжковий косплей як форма фанатського контенту. Косплей (від *англ.* costume play — «гра в костюми») — форма творчого самовираження, яка поєднує створення костюмів і перевтілення в улюблених персонажів із фільмів, відеоігор, аніме, коміксів чи оригінальних ідей. Головні ідеї косплею — задоволення, творчість і можливість бути собою в дружньому середовищі⁷².

Насправді тут не потрібні складні костюми — в ТікТок-відео спрацюють і простіші варіанти, як-от макіяж або елементи одягу. Косплей є новою формою творчого самовираження, адаптованою до особливостей цієї соцмережі. ТікТок заохочує короткий, динамічний контент, тому косплей — короткі сценки, імпровізації, акцентовані на розвазі та взаємодії з аудиторією, а не на складних костюмах чи детальній професійній роботі. При цьому в ТікТоку поширюються власне книжкові косплеї.

Книжковий косплей у ТікТок — форма фанатського відеоконтенту, що дає змогу користувачам перевтілюватися в їхніх улюблених персонажів, розігравати сцени з книг, використовуючи, в разі потреби, костюми, реквізит тощо (авторська дефініція).

ТікТок надає можливість продемонструвати творчість, поєднуючи костюмовані виступи з популярними трендами та відеоефектами. Завдяки величезній користувацькій базі ТікТок, косплеєри мають змогу встановлювати

⁷² What Is Cosplay and Why Do People Do It? <https://blog.spoonflower.com/2022/03/07/what-is-cosplay/>

зв'язки з іншими фанатами по всьому світу та отримувати визнання за свої роботи, створюючи нові інтерпретації персонажів і сюжетів у «контексті цифрового мистецтва» [248].

Соціальні мережі надають «сцену» для цієї театралізованої культури, своєрідного читацького карнавалу, в якому фантазія та гра стають головними інструментами самовираження. Психологиня Анна Римаренко зазначає, що «коли ми захоплюємося косплеєм, то переходимо з позиції споживача — „я дивлюсь фільми або аніме і просто споживаю те, що роблять інші люди” — в позицію творця»⁷³. Тобто відбувається зсув від консьюмеризму до просьюмеризму — від пасивного медіаспоживання до медіаторчості.

Косплей набуває найбільшої популярності в ТікТоку, де учасники спільноти (Буктоку) перетворюють свої літературні захоплення на візуальні перформанси. Цей процес дає змогу підліткам не лише представляти їхнє бачення прочитаного, а й вступати в діалог з іншими користувачами, обмінюючись відгуками та ідеями.

Аналіз книжкових косплеїв. Під час медіамоніторингового дослідження «Українські книжкові спільноти» (2023), проведеного на платформі YouScan, за критерієм залученості встановлено 27 найпопулярніших відео (відібрані із 37 725 одиниць проаналізованого контенту). Виявилось, що чотири із цих 27 відео (15%) є косплеями:

1) Двоє українців-підлітків виступають у ролях Джуд та Кардана — головних персонажів роману «Жорстокий принц» Голлі Блек. Вони розіграють сцену⁷⁴ з твору: героїня, тримаючи ніж у руці, спочатку загрожує хлопцеві, а закінчується все обіймами та цілунком. Герої в костюмах, у відповідних аксесуарах та макіяжі — все атмосферно. І безпечно, на що вказує примітка: “! FAKE BLADE!” (укр. Клинок несправжній), який може вказувати на використання реквізиту, що не є реальною зброєю.

⁷³ Гузь Аліна. Що ви хотіли б дізнатися про косплей, але не знали, в кого спитати <https://nachasi.com/creative/2021/05/19/what-is-cosplay/>

⁷⁴ ! FAKE BLADE! URL: https://www.TikTok.com/@say_mari/video/7267102566385814789

Це відео викликало неабияке зацікавлення аудиторії: 102,5 тис. вподобайок та 800 коментарів. Відео було збережено 17 тис. разів; ним поділилися 8457 разів. Наприклад, промовистий коментар користувачки @fl0ridakilos11: «Почала читати «Жорстокого принца» та інші книжки тільки через цей ТікТок!! Одна з найулюбленіших книжок за весь час». Цей коментар засвідчує вплив соціальних медіа на читацькі інтереси та вибір літературних творів підлітків.

2) Відео-косплей відтворює сюжет із роману «Жорстокий принц» Голлі Блек, зокрема, сцену взаємодії між Джуд і Карданом. Використання костюмів, реквізиту та відповідного антуражу додає відео атмосферності. Під час медіамоніторингу це відео було актуальним: мало 387100 переглядів, 91500 вподобайок, 753 коментарі⁷⁵. Станом на січень 2025 р. блогерка відео видалила.

3) Відео-косплей відтворює іншу сцену з роману «Жорстокий принц» Голлі Блек, де підлітки в ролях Джуд і Кардан показують свої складні романтичні стосунки. Цей косплей так само відзначається костюмами, реквізитом й постановкою. Під час медіамоніторингу це відео було актуальним. Воно зібрало 336700 переглядів, 66300 вподобайок, 492 коментарі⁷⁶ Станом на січень 2025 р. блогерка відео видалила.

4) Соло-косплей⁷⁷ — блогерка втілила образ героїні Джуд із роману «Жорстокий принц». Завдяки ретельно підбраному костюму вона демонструє власне бачення цього персонажа. У відео героїня одягає корону та демонструє меч, використання якого супроводжується зазначенням «FAKE SWORD» (укр. «Меч несправжній»), що підкреслює безпечність реквізиту.

Особливу увагу привертають коментарі глядачів, які свідчать про вплив контенту на читацькі інтереси та емоційне сприйняття образу: «Ви мене змушуєте прочитати цю книгу...», «Ідеально все: ви, образ та гра □», «Саме такою я її уявляла, коли читала книжку □»."

⁷⁵ the King and the Queen of Elfhome □ URL: https://www.TikTok.com/@say_mari/video/7266354408215039237

⁷⁶ pov Jude and Cardan swope their roles URL: https://www.TikTok.com/@say_mari/video/7269821610926853381

⁷⁷ ! FAKE SWORD! URL: https://www.TikTok.com/@say_mari/video/7237450936476617989

Авторка цих косплеїв — українська Буктокерка @say_mari⁷⁸. Косплеї пов'язані переважно з фентезі, що свідчить про послідовність авторки у виборі літературної основи для своїх відео. Вона присвячує свої косплеї персонажам із популярних фентезі-романів: «Двір шипів і троянд» Сари Маас, «Гаррі Поттер» Джоан Роулінг, «Тінь та кістка» Лі Бардуго та ін.

Блогерка Ліза Сусік представила інсценізацію⁷⁹, зімітувавши персонажок із чотирьох популярних романів: «Мовчазна пацієнтка», «Двір шипів і троянд», «Гіпотеза кохання» та «Коефіцієнт поцілунку». Відео створено у форматі уявної зустрічі цих героїнь, що розпочинається обговоренням цікавих фактів їхніх життів. У першій частині діалогу персонажки іронічно діляться своїм досвідом:

Фейра (роман «Двір шипів і троянд»): Я вбила колись друга свого хлопця.

Алісія (роман «Мовчазна пацієнтка»): Слабенько, я вбила свого чоловіка. І за це потрапила в психлікарню.

Далі героїні обговорюють свої професії та захоплення. Завершується відео жартівливими розповідями персонажок про знайомства з їхніми партнерами. Виникає дотепний міжтекстуальний діалог, який популяризує літературні образи та книги, з яких вони походять.

Кейси свідчать: контент соцмереж може зацікавлювати, інтригувати, популяризувати літературу серед підлітків, а формат косплею ще й розвиває творчі здібності підлітків, допомагає їм самовиражатися.

3.3.2. Книжковий ліпсинк — форма перформансу

У контенті соцмереж є масив матеріалів, в яких книжкові блогери імітують слова чи спів, хоч насправді голос звучить із запису, — це т. зв. ліпсинки.

Книжковий ліпсинк (англ. синхронізовані губи) — форма перформансу; синхронізований рух губ під звуковий ряд, узятий з аудіокнижки чи адаптації (екранізації, театральної постановки тощо) (авторське визначення).

⁷⁸ Say Mari, ТікТок-акаунт @say_mari, URL: https://www.TikTok.com/@say_mari

⁷⁹ Взяла книги @vivat_book URL: <https://www.TikTok.com/@susikliza/video/7417539255909534982>

Ми зводимо цю сучасну форму медіаторчості до перформансу, оскільки зауважуємо родову з ним спорідненість. Перформанс можна визначити як акт художньої діяльності, що «поєднує різні форми виразності: тілесний рух, міміку, голос і технології» — для створення смислових або емоційних вражень у публіки. Цей процес зазвичай передбачає «живу взаємодію з аудиторією» або взаємодію між виконавцем і певними об'єктами чи середовищем [150].

Ліпсинк є специфічною формою перформансу, яка орієнтується на синхронізацію рухів губ з аудіо, що створює ілюзію живого виконання сцени. Це можна порівняти з театральною постановкою, де актор втілює образ за допомогою міміки, рухів і голосу, однак у ліпсинку акцент ставиться на синхронність з певним аудіоматеріалом (наприклад, з популярними піснями, короткими аудіофрагментами з кіно, телевізійних шоу, а також мемами, які часто використовуються для створення гумористичних відео, аудіоефектами та звуковими доріжками).

Ліпсинк та перформанс наближаються в тому, що обидві форми виразності зосереджуються на створенні образу та передаванні емоцій, при цьому велике значення має міміка та жести, тож від виконавця потребується і фізична майстерність, і емоційність.

Під час медіамоніторингового дослідження «Українські книжкові спільноти» (2023), проведеного на платформі YouScan, за критерієм залученості встановлено 27 найпопулярніших відео (відібрані із 37 725 одиниць проаналізованого контенту). Із цих 27 відео 5 (19%) є ліпсинками. Тож це доволі популярний тип відео у ТікТок, і це завдяки тому, що ТікТок містить інструмент для легкого створення таких відео⁸⁰.

Виявлені ліпсинки звертаються до творів і зарубіжної, і української літератури: «Вимикач» Пенелопи Дуглас, «Спогади про нього» Коллін Гувер, «Хірург» Тесс Геррітсен, «Я бачу, вас цікавить п'ятьма» Ілларіона Паавлюка. Найпопулярнішими серед них є ті, що відтворюють конкретні сцени або ситуації. Підлітки обирали улюблені аудіотреки, на основі яких створювали сценарії. Ці

⁸⁰ How to do lip-sync on ТікТок. URL: <https://www.malavida.com/en/faq/how-to-lip-sync-in-ТікТок>

сценарії ставали основою для відеороликів, де вони інсценізували відповідні ситуації, поєднуючи текст із візуальним контентом.

Переказування історій із книжок та розповіді про свій читацький досвід.

Ліпсинки використовуються в соцмережах для популяризації книг — у них відтворюються ключові сцени та ідеї творів. Це своєрідна форма спілкування, в якій важлива не тільки музика і текст, а й візуальна частина — як виконавець подає себе в кадрі. Вдаючись до ліпсинку, блогери не лише переповідають сцени з книг, виражають своє ставлення до прочитаного, а й розповідають про свій стиль життя, читацькі звички, акцентуючи на важливих аспектах, пов'язаних із читанням.

Наприклад, Буктокерка Катерина Демидова (@kaitlyn_books) змодельовала ситуацію: батьки вирішили подарувати їй «абонемент на книги на суму 10 000 грн». У першому кадрі вона, синхронізуючи рухи губ із аудіотреком, ніби озвучує слова матері. У наступному кадрі дівчина демонструє здивований вираз обличчя, виконуючи роль самої себе⁸¹. Цей ТікТок підкреслює роль батьківської підтримки та фінансової зацікавленості як важливих чинників у розвитку читацької культури підлітків.

Ліпсинк @isabell_books — про прагнення читати книги навіть у нічний час, коли неможливо відірватися від захопливого сюжету. Буктокерка скористалася аудіодоріжкою з фразою «Ніч буде спільною, можливо тривожною, можливо екзотичною, ніхто не дає гарантій, чим закінчиться ця ніч», що вдало передає атмосферу її читання⁸².

Ліпсинк як засіб самовираження та соціальної ідентифікації.

Виконуючи ліпсинки, підлітки самовиражаються — приміряють різні ролі, проживають різні сцени з книг. Вони відтворюють діалоги персонажів з

⁸¹Happy Birthday to me □ 17 розділ мого життя) #українськийБукток #укрБукток #книжковийблог #Буктокукраїнською #happybirthday #деньнародження https://www.TikTok.com/@kaitlyn_books/video/7242370938304531718

⁸² Дуже вибачаюсь за відсутність, з цим світлом це треш... обіцяю виправитись □□□ #ukrainianbooktok #книжковірекомендації #booktok #книги #українськийБукток #Буктокер URL: https://www.TikTok.com/@isabell_books/video/7170356259646868742

аудіокниг або адаптацій (наприклад, екранізацій), передають емоції та характер через рухи тіла, міміку та постановку кадру.

Наприклад, ТікТок-блогерка @xtinasbv (3317 підписників), використовуючи формат ліпсінку на аудіодоріжку, розповідає про свої читацькі вподобання. Вона демонструє прагнення відповідати соціальним нормам щодо «прийнятних» літературних жанрів: класична література, фентезі, наукова фантастика, історичні романи чи нонфікшн. Ці жанри зазвичай асоціюються з культурною цінністю та інтелектуальним статусом. Та насправді її читацькі інтереси зосереджені на фанфіках. Комічність ситуації полягає в тому, що блогерка намагається приховати своє захоплення фанфіками, оскільки цей жанр вважається умовно неприйнятним у суспільному дискурсі⁸³.

Крім того, ліпсінк є інструментом соціальної ідентифікації: за його допомогою підлітки виражають свою причетність до певних спільнот або трендів, що є важливим для соціалізації у пубертаті.

Блогерка @themaavka (4015 підписників) демонструє книги зі своєї бібліотеки, в яких головними героями є жінки. Очевидно, що таким чином авторка хоче виразити свої феміністичні переконання. Вона використовує гумор, ліпсінкуючи під відому фразу політикині Юлії Тимошенко «жінка — головнокомандувач». Аудіотрек повторюється щоразу, коли блогерка показує нову книгу. На відео з'являється текст: «Коли питають, чому саме ці книги, а там просто...», що логічно завершується фразою «жінка — головнокомандувач»⁸⁴.

Емоційне занурення та гумористичний підхід. Використовуючи ліпсінки як форму перформансу, книжкові блогери оповідають про емоції, які супроводжують книгочитання: страх, радість, здивування тощо.

Ліпсінк зазвичай передбачає використання ефектів, костюмів, постановку, що дає підліткам можливість проявити творчий потенціал. Це також спосіб весело провести час і продемонструвати свої здібності іншим. Відомі літературні

⁸³ #Букток #книжковийТікТок #fypシ #booktok #книжковірекомендації URL:

<https://www.TikTok.com/@xtinasbv/video/7406239892398787845?q=всезнайка%20грейнджер&t=1732722152879>

⁸⁴#укрБукток #українськийБукток #Буктоукраїна #книжковийТікТок #Буктоукраїнською URL:

<https://www.TikTok.com/@themaavka/video/7362584818816765189>

фрази або цитати стати основою для комедійних ліпсінків. Це привертає увагу молоді до класичної літератури через сучасні розважальні формати.

Буктокерка @susikliza доводить, що читання книг — це не нудно. У її відео вона виконує ліпсінк під англomовну аудіодоріжку "No, I'm speaking" (укр. «Ні, я говорю»)⁸⁵. Вона ефективно використовує гумор і популярну аудіодоріжку для популяризації читання, формуючи позитивний імідж книги в молодіжній спільноті.

3.3.3. Вірусний контент про книжки та читацькі враження

Сучасні соціальні мережі, особливо ТікТок, стали важливим простором для формування дозвілля підлітків. Вони об'єднують аудиторію навколо коротких відеоконтентів, які швидко набирають популярності — стають вірусними.

Вірусний контент платформи Букток стає ключовим чинником популяризації читання серед підлітків. Книги, які активно обговорюються на платформі здобувають величезну популярність завдяки відео, які набирають мільйони переглядів. Ці книги, популярні серед підлітків, сприяють змінам у видавничій індустрії. Вірусний контент не лише привертає нових читачів, а й формує «літературні тренди», впливаючи на популярність книг та їхнє позиціонування на книжкових платформах і в книгарнях⁸⁶.

Суть медіавірусу та інтернет-мему. Вірусний контент у соціальних мережах асоціюється з концепцією інтернет-мемів, оскільки популярні книги, які обговорюються у таких відео, часто стають частиною мем-культури.

Мем, інтернет-мем — дотепна, коротка інформація (фраза, зображення, звуковий супровід, відео), що містить іронічний підтекст і виражає ставлення до певних подій або обставин і швидко поширюється в інтернеті.

Для створення книжкових мемів використовують різноманітні матеріали, яким притаманна контрастність, іронія чи гумор: кадри з відомих фільмів,

⁸⁵ Без назви URL: <https://www.TikTok.com/@susikliza/video/7416430226999151878>

⁸⁶ How BookTok trends are influencing what you read – whether you use TikTok or not URL:

<https://theconversation.com/how-booktok-trends-are-influencing-what-you-read-whether-you-use-TikTok-or-not-213311>

серіалів, телевізійних шоу чи інтерв'ю, вірусні відео, записи реальних подій, що містять курйози чи фейли.

Звукові доріжки також відіграють важливу роль: це можуть бути популярні пісні, цитати з кіно чи серіалів, фонові звуки (сміх, драматичні ефекти) чи трендові аудіо з ТікТок.

Текстові вставки у вигляді іронічних підписів або пародій на відомі фрази додають глибини та гумору, особливо якщо використовуються нестандартні шрифти чи стилізації.

Графічні елементи, як-от GIF-анімації, малюнки, анімаційні персонажі, іконки чи емодзі ефективно підкреслюють емоції або ідеї.

Важливим є також використання візуальних ефектів: фільтри ТікТок, ретро-ефекти, сповільнення, прискорення чи інші динамічні прийоми посилюють гумористичний ефект. Крім того, до створення мемів часто залучають контент із соціальних мереж, зокрема коментарі, скріншоти постів або трендові матеріали з популярними хештегами.

Меми характеризуються високою емоційною та інформаційною насиченістю, що робить їх надзвичайно «привабливими для молодіжної аудиторії» [247].

Книжкові меми на платформі Букток різноманітні: про сюжети і героїв книг, комічних ситуації, пов'язані з книгочитанням та поведінкою читачів. Наприклад, у вірусних відео обігруються типові реакції чи емоції, які виникають у процесі читання: читачі переживають за героїв або сміються з незручних чи надмірно драматичних моментів у книзі. Такі меми часто зображують гіперболізовану реакцію на певні події чи персонажів, що створює комічний ефект. Наприклад, ситуації, де читачі не можуть впоратися з емоціями після фіналу книги, або коли вони виявляють непередбачувану поведінку героїв, що викликає іронічні меми.

Блогерка @anutkast_ створила оригінальний мем⁸⁷, який є своєрідною відповіддю на запитання: «Чому вона почала так багато читати під час війни?».

⁸⁷ ##укрБукток #українськийБукток #Букток #книжковийблог #Буктокукраїнською #Буктокукраїна #книжки #книжкиукраїнською URL: https://www.TikTok.com/@anutkast_/video/7189170096638528773

Перша ілюстрація в каруселі публікації зображує саму блогерку під час блекауту: вона читає книгу в налобному ліхтарі. Другий файл у каруселі — відео, яке демонструє чоловіка, схожого на продавця ринку, що б'є себе по голові металевим посудом і розрізаним навпіл кавуном, вигукуючи в емоційному напруженні. Блогерка адаптувала відео, додавши текст: «Мій психічний стан, якби я не читала». Тобто у легкій, веселій формі підкреслила важливість читання як способу збереження психологічної рівноваги в умовах стресу.

Відео стало мемом, продемонструвавши значний рівень взаємодії з користувачами: 7790 вподобайок, було збережене 605 разів, поширене 1430 разів. Загальна кількість коментарів становить 66. Зокрема, у коментарях зазначено: «Нарешті я зможу наочно показати своїм рідним, чому я зараз так багато читаю □»; «Та в мене він завжди такий, але книги дуже допомагають» (йдеться про психічний стан); «Ой так, я спочатку окупації ховалася у книжках □»; «Я через це і почала читати»; «Читаю і вдень, і вночі, тільки це допомагає не думати про погане».

Під час медіамоніторингового дослідження «Українські книжкові спільноти» (2023), проведеного за допомогою системи YouScan, за критерієм залученості встановлено 27 відео в ТікТок та 22 публікації в Інстаграм. У межах цієї вибірки відеомеми становлять 7% у ТікТок та 15% в Інстаграм. Найпопулярнішими серед роликів є відео на тему повсякденного життя читачів, в яких зображені кумедні та впізнавані ситуації, пов'язані з книгочитанням. Ось два з них:

1) Букстаграмерка Anastasia | Bookblog (@ua_book_time), яка має 3730 підписників, опублікувала фрагмент комедійного фільму «Барбі»⁸⁸. У цьому відео головній героїні пропонується вибір: туфелька, яка символізує «повернення до звичного життя», або сандаль, що символізує «дізнатися правду про всесвіт». Блогерка адаптувала контекст фільму, додавши до відео два текстові блоки: туфелька — «купувати нові книги», сандаль — «читати книги, що є». У відповідь Барбі миттєво обирає туфельку, що підкреслює характерний

⁸⁸ Всі ми трохи Barbie □URL: <https://www.Інстаграм.com/p/CvHAwCRNG3B/>

для персонажа вибір незалежно від змісту опцій. До відео блогерка додала підпис: «Всі ми трохи Барбі». Ця публікація отримала 30195 переглядів, 6730 вподобайок та 45 коментарів. У коментарях користувачі висловили підтримку спостереженням блогерки щодо поведінки книголюбів, залишаючи коментарі на кшталт: «□□□□ це така правда»; «Від нових книжечок неможливо відмовитися □»; «Ну нарешті я теж трохи Барбі □»; «Дуже життєво □»; «Правда□□».

2) Букстаграмерка Anastasia | Bookblog (@ua_book_time) опублікувала також фрагмент комедійного фільму «Брюс Всемогутній»⁸⁹. У цьому відео чоловік відкриває шухляду в кабінеті, яка стрімко рухається вперед, збиваючи його з ніг, що створює комічний ефект. Блогерка супроводила відео текстом: «Я і мої книжкові плани», акцентуючи увагу на нескінченності книжкових планів, які часто збивають читачів з пантелику. У дописі вона додала: «І список планів не зменшується □». Це відео набрало 12270 переглядів, 1640 вподобайок та 55 коментарів. У коментарях користувачі також підтримали її спостереження, зазначаючи: «Інколи вони не співпадають □»; «Так завжди □»; «Це мої нотатки, та книжки, які мене чекають □□□»; «І це тільки на осінь □»; «У мене планів нема, читаю за натхненням. А от на мої книжкові покупки схоже. Особливо, коли вночі заходжу на сайти книжкові, та ще й в період акційних знижок. □».

Меми надають можливість конденсувати думку або емоцію в просту, але потужну візуальну або звукову форму, зрозумілу аудиторії. Це не тільки спрощує комунікацію, а й робить її більш цікавою та інтерактивною. Такий спосіб самовираження створює відчуття спільноти, де образи і звуки стають спільними культурними маркерами, які зрозумілі та близькі кожному учаснику.

3.3.4. ТікТок-переписки на читацьку тематику

⁸⁹ І список планів не зменшується □ URL: <https://www.Інстаграм.com/p/CwJ5MSsNjZP/>

Колись люди листувалися паперовими листами, обмінюючись новинами, включно з враженнями від прочитаних книжок. Ця потреба не втратила актуальності, але змінила форму, адаптувавшись під новітні цифрові платформи, — виникли ТікТок-переписки. Про цей формат вже писали дослідники як про комбінацію тексту і відео — «повідомлення відображаються через анімовані або статичні елементи на екрані». Генрі Дженкінс у своїй концепції медіаконвергенції зазначає, що сучасні користувачі створюють власну «особисту міфологію» з фрагментів інформації, які отримують із медіапотоку, і перетворюють їх на ресурси для осмислення власного досвіду [233]. Саме цей процес спостерігається у ТікТок-переписках, коли молодь конструює новий тип цифрового спілкування, що поєднує елементи особистого листування, літературного цитування та мультимедійного сторітелінгу. Надаємо авторське визначення цього поняття:

ТікТок-переписка — короткий відеодіалог, який користувачі ТікТоку створюють, ділячись історіями, думками, емоціями та імітуючи живе спілкування. ТікТок-переписки часто засновані на текстах книжок, пісень або вигаданих сценаріях; креативно поєднують текстовий контент, візуальні ефекти, а також настроєву музику або звуки (див. Додаток В9).

Формат переписок став популярним завдяки своїй простоті та здатності передавати різні емоції і ситуації. У переписках зазвичай йдеться про історії, жарти, популярні меми, життєві ситуації або стосунки.

Відео у форматі переписок стали частиною колективної ТікТок-культури: користувачі активно взаємодіють і творять нові контексти, додаючи свої інтерпретації або коментарі до вже існуючих трендів. Це дає змогу користувачам долучатися до спільнот, де кожен може додавати нові елементи до цифрових наративів. Форма взаємодії через переписки сприяє появі нових мемів, формує т. зв. цифрову культуру, тож переписки не тільки є засобом комунікації, а й елементом культурної продукції [275].

В аспекті розвитку читацької культури це перспективно, адже формат не лише сприяє поширенню інформації про конкретні твори, а й активізує дискусії

у коментарях, що є свідченням високої зацікавленості та залученості підписників.

Актуальність цього підходу підтверджується численними запитами на назви книг, які згадуються у переписках, — увиразнюється потреба перекладати ці твори українською, щоб забезпечити їх доступність українським читачам.

Згідно з результатами медіамоніторингового дослідження «Українські книжкові спільноти» (2023), серед топ-авторів є блогерка Єлизавета (@lisy_books⁹⁰, яка спеціалізується на створенні відповідного контенту в ТікТок. Її творчість зосереджена на тематиці літератури категорії 18+, зокрема, на жанрах даркроману, мафіозних романах.

Особливістю контенту Єлизавети є використання формату переписки, через який вона демонструє ключові сюжетні моменти даркроманів⁹¹, що справили на неї найбільше враження. За допомогою цього формату авторка відповідає на поширені запитання, наприклад: чому їй цікаво читати про мафію⁹², чому читання посідає таке важливе місце в її житті⁹³ тощо. Таким чином, Єлизавета висвітлює свої емоційні реакції та тригерні точки, пов'язані з прочитаним.

Цікаво, що такий підхід резонує з її аудиторією. Коментарі під її відео свідчать про високу зацікавленість підписників, які часто запитують, з якої книги взято певний уривок або про яку книгу йде мова у контенті блогерки. Наведемо декілька ТікТок-коментарів, залишених під постами-переписками Єлизавети:

- «назва? де можна прочитати?»⁹⁴;
- «де можна прочитати і чи є українською?»⁹⁵;
- «А що це за книга і де почитати?»⁹⁶.

⁹⁰ Єлизавета □, ТікТок-акаунт @ lisy_books URL: https://www.ТікТок.com/@lisy_books_

⁹¹ Дідусь □ #Букток #укрБукток #Буктоукраїнс #читаю #книги #книгиукраїнською #переписка URL: https://www.ТікТок.com/@lisy_books_/video/7351387463744605446

⁹² Мафія □ □ #Букток #укрБукток #Буктоукраїнс #читаю #книги #книгиукраїнською #переписка URL: https://www.ТікТок.com/@lisy_books_/video/7351813828348284165

⁹³ #переписка #Буктоукраїнською #Букток #українськийТікТок #українськийБукток #книги #мафія #книгимафія #щопочитати URL: https://www.ТікТок.com/@lisy_books_/video/7341429212160478469

⁹⁴ □ #Букток #укрБукток #Буктоукраїнс #читаю #книги #книгиукраїнською #переписка #Буктоукраїнською URL: https://www.ТікТок.com/@lisy_books_/video/7354395283393924357

⁹⁵ Вона □ #Букток #укрБукток #Буктоукраїнс #читаю #книги #книгиукраїнською #переписка URL: https://www.ТікТок.com/@lisy_books_/video/7352188003378351366

⁹⁶ □ □ #переписка #Буктоукраїнською #Букток #українськийТікТок #українськийБукток #книги URL: https://www.ТікТок.com/@lisy_books_/video/7338726988913429765

3.4. Просвітницьке середовище соцмереж та освітні проєкти

3.4.1. Соціальні мережі — платформи неформальної освіти підлітків

У сучасній освіті активно розвивається напрям неформальної освіти. Йдеться про різноманітні курси, вебінари, семінари, які зазвичай функціонують на онлайн-платформах. Наразі в українському сегменті соцмереж є чимало прикладів освітніх проєктів з великими аудиторіями:

- *Освіторія*⁹⁷ — платформа, яка надає вчителям доступ до онлайн-курсів, відеоуроків та матеріалів для самостійного навчання;

- *Всеукраїнська школа онлайн*⁹⁸ — платформа для дистанційного та змішаного навчання учнів 5–11 класів, яка надає методичну підтримку вчителям. Мета проєкту — забезпечити рівний, безкоштовний доступ до якісного навчального контенту для всіх учнів та вчителів України. Платформа містить відеоуроки, тести та матеріали для самостійної роботи з 18 основних предметів, таких як українська мова, біологія, географія, математика, фізика, англійська мова та інші. Вона дозволяє учням навчатися під час карантину або наздоганяти пропущений матеріал. Для вчителів доступні рекомендації щодо проведення змішаного та дистанційного навчання. Весь контент відповідає державним освітнім програмам і був перевірений Українським інститутом розвитку освіти;

- *EdEra*⁹⁹ — українська студія онлайн-освіти, яка вже понад 8 років спеціалізується на розробці онлайн-курсів, навчальних платформ, інтерактивних ігор та підручників. EdEra працює як в Україні, так і за кордоном, зокрема в Берліні, де розташований технологічний стартап і розроблена унікальна LMS (система управління навчанням) для ефективного організування навчального процесу. EdEra підтримує інноваційні методи навчання та активно впливає на

⁹⁷ Освіторія, Інстаграм-акаунт @osvitoria_official URL: https://www.Інстаграм.com/osvitoria_official/

⁹⁸ Всеукраїнська школа онлайн, Ютуб-канал @ukrainian-online-school URL: <https://www.Ютуб.com/@ukrainian-online-school>

⁹⁹ EdEra, Інстаграм-акаунт @edera_ua – студія онлайн-освіти URL: https://www.Інстаграм.com/edera_ua/

розвиток освітнього сектора, пропонуючи доступ до якісної освіти для учнів та дорослих по всьому світу;

*Освітній хаб Prometheus*¹⁰⁰ — українська онлайн-платформа для безкоштовного навчання, яка пропонує курси для учнів, студентів та дорослих на різноманітні теми: від гуманітарних наук до технологій. Всі курси створюються за участю провідних українських та міжнародних викладачів, що дає можливість отримувати якісну освіту безкоштовно. Prometheus також активно співпрацює з освітніми установами і організаціями, пропонуючи курси, які допомагають вчителям удосконалювати свої навички та покращувати методику викладання. Це робить його важливою частиною екосистеми освітніх проєктів в Україні, яка доступна для широкої аудиторії.

«Всеукраїнська школа онлайн» (ВШО) є веб-платформою, яка надає допомогу у навчальному процесі, забезпечуючи доступ до відеоуроків, конспектів та вправ для перевірки знань. Ці ресурси призначені для учнів та вчителів загальноосвітніх навчальних закладів 5–11 класів. Усі матеріали на платформі доступні у відкритому доступі, що дає можливість користуватися ними і учням, і педагогам. Платформа сприяє покращенню якості навчання та надає додаткові можливості для самостійного опрацювання матеріалів. На 14.01.2025 р. платформа має 615 000 зареєстрованих учнів віком від 11 до 19 років, що є збільшенням на 32,9% порівняно з попереднім роком. Крім того, на платформі зареєстровано 198 000 вчителів, що на 11,7% більше, ніж за аналогічний період минулого року. Дані про відвідуваність курсів на платформі можна знайти у прикріпленому файлі. Учні можуть самостійно використовувати матеріали, що надаються платформою, або ж вчителі мають можливість додавати ці ресурси до класів, щоб відстежувати прогрес учнів. (див. Додатки Е2–Е3).

Освітня платформа EdEra поєднує освітні курси та інтерактивні цифрові ресурси, залучаючи підлітків до навчального процесу. Важливу роль у цьому відіграють соціальні мережі, пов'язані з проєктами платформи, зокрема спільнота «EdEra для школярів» у месенджері Viber, яка налічує 196 тис.

¹⁰⁰ Prometheus, Інстаграм-акаунт @prometheus.ua URL: <https://www.Інстаграм.com/prometheus.ua/>

учасників віком 10–17 років. Ця спільнота функціонує як інтерактивний простір, де учні не лише отримують освітній контент, а й беруть активну участь у його створенні, обмінюються рекомендаціями в межах рубрики #порада_едерівця, взаємодіють через коментарі та конкурси.

Соціальні мережі слугують важливим інструментом популяризації курсів, формування навчальної спільноти та розвитку критичного мислення й самостійності серед школярів. Такий підхід сприяє не лише оптимізації освітнього процесу, а й підвищенню мотивації учнів до самовдосконалення, розвитку впевненості у власних знаннях та активної залученості до освітнього середовища. У 2024 році EdEra пропонує 19 навчальних курсів для школярів, серед яких найбільш популярним став курс «Ізі ЗНО. Англійська мова» (4723 реєстрації). Значний інтерес також викликали курси «Українська мова» (2590 реєстрацій), «Математика. Просто» (2547 реєстрацій), «Англійська мова. Частини мови» (2369 реєстрацій) та «Лайфхаки з української мови. Підготовка до ЗНО» (1436 реєстрацій) (див. Додаток Е1).

Тож соцмережі надають підліткам доступ до величезної кількості інформації з різних галузей знань: нові технології, культура, наукові відкриття. Відповідні проекти створюють інтерактивне просвітницьке середовище, в якому підлітки можуть активно взаємодіяти з інформацією, висловлювати свою думку, дискутувати з іншими користувачами, що сприяє розвитку критичного мислення та комунікативних навичок. І тоді постає запитання: а чи знають про ці проекти підлітки і наскільки охоче вони звертаються до таких інформаційних платформ?

Освітні потреби підлітків та контент соцмереж. Згідно з дослідженням «Читання книг і соцмережі» (2023), багато підлітків використовують соціальні мережі для освітніх цілей:

- 77,3% респондентів активно споживають освітній або пізнавальний контент у різних форматах. Це підкреслює високий інтерес до цифрових джерел знань і навчальних матеріалів, які адаптовані до потреб сучасної молоді та інтегрують традиційне навчання з новітніми технологіями:

- 47,6% опитаних регулярно дивляться відео, що стосуються навчання та освіти, зокрема пояснення шкільного матеріалу або відеоуроки з різних предметів;

- 25,7% респондентів часто переглядають лекції та вебінари на освітні теми, що свідчить про попит на структурований освітній контент, доступний у зручному онлайн-форматі;

- 4% опитаних віддають перевагу пізнавальному контенту, включаючи танцювальні ролики, лекції, поради, соціальні ролики, подкасти, інтерв'ю, відео на теми психології, культури, фільмів, креативної сфери, здорового способу життя та естетики.

Нас зацікавило, чи шукають підлітки таку інформацію в соцмережах цілеспрямовано. На запитання «Чи звертаєте ви увагу на контент, пов'язаний із читанням книг або освітніми темами у соцмережах?»

- 52,9% респондентів відповіли, що іноді натрапляють на такий контент;

- 30,5% підлітків зазначили, що часто шукають і переглядають такий контент;

- 0,7% вказали, що їм нецікавий подібний контент;

- 5,9% повідомили, що не помічали такого контенту (див. Додаток А9).

На запитання «Чи сприймаєте ви навчальний контент у соціальних мережах як заміну традиційному навчанню в школі або університеті?» 50,8% підлітків зазначили, що в деяких випадках це можливо; 26,2% вважають, що це не може замінити традиційне навчання; 23% вказали, що соціальні мережі можуть бути ефективною заміною традиційному навчанню (див. Додаток А20).

2,6% респондентів зазначили, що часто споживають новинний контент у соцмережах. Поодинокими (2%) були відповіді про читання і конкретні жанри, до яких підлітки звертаються в соцмережах: «книжки», «манхви» (корейські комікси), «трукрайм» (жанр нехудожньої літератури, подкастів і фільмів, який досліджує злочини та детально описує дії учасників і жертв), аніме, манга.

Відеоформат як ефективна форма навчального матеріалу. Контент читацьких спільнот переважно представлений відеоматеріалами, що підкреслює

важливість візуального сприйняття серед підлітків. Їхнє мислення значною мірою ґрунтується на образах, що підтверджує домінування кліпового мислення, яке відіграє ключову роль у їхньому інформаційному сприйнятті.

Освітянин Артур Пройдаков поділився прикладом зі своєї практики: під час початку вивчення твору Івана Нечуя-Левицького «Кайдашева сім'я» він показав учням коротке відео на платформі ТікТок, де згадувалося, що письменник ніколи не був одружений. Після завершення вивчення твору та проведення ретельних обговорень, вчитель запитав учнів, що їм запам'яталося про Нечуя-Левицького. Учні пригадали саме той факт, представлений у кількасекундному відео: що він ніколи не був одруженим (*див.* Додаток Д2).

Оксана Качура, приватний викладач української мови й літератури, блогерка з аудиторією 224 тис. в ТікТок¹⁰¹ і 74 тис. підписників в Інстаграмі¹⁰². Її викладацька діяльність полягає в інтеграції різноманітних мультимедійних ресурсів для покращення навчального процесу. Використовуючи відео з платформ Ютуб та ТікТок, вона ефективно поєднує візуальне та аудіальне сприйняття інформації. За її словами, це сприяє кращому засвоєнню матеріалу учнями. Наприклад, короткі відео від таких авторів, як Анна Огойко та Олександр Авраменко, дають можливість розглядати лексичні помилки або фразеологізми через інтерактивні відео, що стимулює учнів до активного навчання та збереження інформації. Це покращує запам'ятовування складних тем через мультисенсорний досвід.

Це свідчить про те, що інформація, показана в короткому відеоформаті, залишається в пам'яті підлітків триваліший час, ніж інші аспекти матеріалу.

3.4.2. Образ письменника очима підлітків

У межах кейс-стаді «ТікТок як платформа для мотивації підлітків до читання» (2023) нас зацікавило, як підлітки сприймають письменників, що їх

¹⁰¹ Оксана Миколаївна ТікТок-акаунт @litera.zno <https://www.ТікТок.com/@litera.zno>

¹⁰² Оксана Миколаївна Інстаграм-акаунт @zno_lit_era https://www.Інстаграм.com/zno_lit_era/

приваблює у літературних постатях. Дослідження проведене у соцмережі ТікТок [239].

Підліткам імпонують письменники, які мають близькі цінності. Цей аспект демонструє кейс «Стівен Кінг — наш письменник». Відеоряд присвячений висловленням американського письменника Стівена Кінга щодо війни в Україні. Йдеться про дві ілюстрації:

1) зображення Стівена Кінга та напис «Як Стівен Кінг коментує ситуацію в Україні?»;

2) скріншот твіта з його офіційної сторінки на платформі твіттер, що містить фразу: «Українці сьогодні надерли дупи. Слава Україні» (з англ. «Ukrainians are kicking some ass today. SLAVA UKRAINI»).

Відеоматеріал датований 10 вересня 2022 р. Ймовірно, коментар Стівена Кінг стосується звільнення Харківської області (Василенкового та Артемівки) Збройними Силами України від російського окупанта.

Відеоматеріал представлений на платформі ТікТок користувачкою @bookling18 з 1900 підписниками. Отримав 72 тис вподобайок, 240 коментарів, 3209 збережень; ним поділилися 723 рази. У багатьох коментарях автори висловлюють бажання читати твори Стівена Кінга — ще дужче після таких його проукраїнських висловлювань.

Отже, для підлітків першочергово важливим є політична / громадянська позиція авторів-фаворитів, зокрема Стівена Кінга. Тікток-користувачі коментують: «НЕДАРМА Я ПОЧАЛА ЧИТАТИ ЙОГО КНИГИ»; «Піду куплю його книжки»; «Моє бажання перечитати „Воно”» □□□□□□□□»; «моє бажання купити його книги вдруге□□□»; «мабуть, варто купити його книжку».

Підліткам імпонують письменники — неординарні постаті. Такий висновок постає з кейсу «Джордж Байрон та його ведмідь». За сюжетом, відвідувачам заборонено входити до ресторанного закладу із собаками. Спершу «відвідувачка» запитує, чи обмеження стосуються тільки собак. Далі йде зображення англійського поета Джорджа Байрона та коротка розповідь про факт

із його біографії: під час вступу до Кембриджа Байрону заборонили тримати собаку в кімнаті. Тоді наступного дня він привів ведмедя.

Відео представлене користувачкою @iss_ssara на платформі ТікТок. Блогерка має 6680 підписників. Відеоматеріал отримав значну реакцію аудиторії: 71 тис. вподобайок, 360 коментарів, 6191 збережень та 1426 поширень. Судячи з реакцій, підліткам цікаві біографії письменників, але передовсім неординарні їх витівки, курйозні випадки життя. Тож відеоконтент може стимулювати зацікавлення підлітків літературними постатями, що згодом може стати поштовхом до зацікавлення глибшими аспектами життя письменників, а також їхніми творами.

Підліткам не імпонують літературознавчі штампи. Такий висновок постає, зокрема, з аналізу контенту про Тараса Шевченка.

Відео складається з двох сцен. Перша сцена супроводжується текстом «Вчитель укр. літ: Розповідає про тяжку долю Тараса Шевченка». У цій частині блогерка демонструє Шевченкову книгу та імітує промову вчителя на уроці. У наступній сцені блогерка танцює, натякуючи на те, що Тарас Шевченко мав різні епізоди в житті, в тому числі розважальні.

Ролик опублікований у ТікТок користувачкою @ff.hatford (1130 підписників). Він набрав 35,3 тис. вподобайок, 290 коментарів та 3250 збережень; ним поділилися 3509 разів. Тож відеоматеріал про постать Тараса Шевченка здобув бурхливу реакцію підлітків. Втім, підлітки виявили зацікавленість не так до смислів його творів, як до вишукування в просторах інтернету якихось провокацій та сенсацій у його біографії, часто-густо брехливих. Це вкотре свідчить про брак критичного та зрілого мислення в пубертаті та потребу мудрого й наполегливого виховання, послідовного формування цінностей.

Втім, проблемою є також однобічне, «іконописне» викладання життєпису письменників, що робить уроки української літератури нудними для сучасних дітей. Коментарі користувачів під наведеним відео: «В цьому проблема викладання, навіть коли по зарубіжній літературі вивчали письменницю

нетрадиційної орієнтації, вчителька не хотіла розказувати про це»; «Це реально не Ок, що вчителі відбілюють письменників»; «і так з всіма письменниками, їх роблять якимись мучениками»; «от весь час хочу скинути будь-які відео на таку тему своїй вчительці з літри але думаю краще не треба»; «якби на уроках ми проходили справжню історію та без цензури, я б була відмінницею по 20-бальній шкалі». Судячи з коментарів, підліткам важливо довідатися про «живу людину», а не якесь культурне кліше, на кшталт «Шевченко-кобзар», «Франко-каменярь» чи «Леся Українка — співачка досвітніх вогнів». Таким чином, школа сьогодні потребує вчителів новітньої генерації, без радянських нашарувань, які зможуть стати і прикладом, і цікавими оповідачами, здатними заохотити учнів до читання.

Підліткам імпонують письменники, які пишуть про почуття. Зокрема, підлітки розглядають поезію В. Симоненка як відображення їхніх стосунків. На відео — морські хвилі й цитата: «Коли він каже тобі: „Не винось мені мізки”, а В. Симоненко писав: „Ображайся на мене, як хочеш, Зневажай, ненавидь мене — Все одно я люблю твої очі І волосся твоє сумне”» □». У дописі до відео вказано: «У саме □ (емоджі органу серця людини)».

У пубертаті дівчата й хлопці вчаться будувати стосунки, вперше закохуються, переживають перші невдачі. Блогерка висловлює типову дівчачу тугу «за прекрасним принцом», коли порівнює неуважне ставлення котрогось пересічного хлопця до дівчини з глибоким ставленням поета Василя Симоненка до жінки.

Відео опубліковане у ТікТок користувачкою @r.miryashina (307 підписників). Воно набрало 30 тис. вподобайок, 58 коментарів та було збережене 5680 разів; ним поділилися 6422 рази. Тож підліткам насправді відгукується літературна класика, але треба втрапити в «потрібні» твори. Літературна класика дає безліч чудових рядків для «віддзеркалення» та артикуляції їхніх емоційних станів, і треба знайти спосіб донести ці образи й слова.

3.4.3. Читання англійською мовою та читацькі потреби

У сучасному світі, де доступ до інформації стає дедалі більш глобалізованим, підлітки активно шукають нові платформи для споживання інформації. За даними опитування «Читання книг і соцмережі» (2023), є підлітки, зацікавлені англомовною літературою, — вони охоче читають англійською, якщо наразі немає українського перекладу книжки. Так, їх небагато — лише 1% від усіх опитаних, наприклад, респондентка Анастасія (14–16 років, м. Хмельницький, проводить у соцмережах 2–3 год. щодня) зазначила, що переглядає «короткі відео про вивчення іноземних мов».

Цікавими є відповіді на запитання «Яку книжку ви прочитали завдяки соцмережам?». Три респонденти назвали твори й авторів англійською мовою:

- “Wings of Fire: The Graphic Novel” (Вікторія, 11–13 років, яка проживає в Канаді, проводить у соцмережах 2–3 год. щодня);
- “Fourth Wing” (Ірина, 17–18 років, м. Київ, майже не виходить із соцмереж);
- “The Trilogy of Poppy War” Ребекки Куанг, “The Winner's Trilogy” Марі Руткоскі, “Не озирайся і мовчи” Макса Кідрука та багато інших (Омелія, 17–18 років, м. Черкаси, проводить у соцмережах 2–3 год. щодня).

Дані ілюструють вплив соціальних мереж на вибір літератури, інтеграцію контенту англійською мовою до читацького досвіду підлітків. Крім того, впадає в око, що підлітки зацікавлені в англомовному контенті в різних медіаформатах: по-перше, і класична книжка, і навчальні відео, а по-друге, і жанр фентезі, і складніша література, яка має просвітницьке значення.

Ми поцікавилися, на які канали в соцмережах підписані підлітки. Ось прикметні відповіді:

- «Я підписана на ті канали, які роблять аматорський переклад книг, на які в Україні не отримали права перекладу» (Марина, 17–18 років, с. Великі Межирічі, проводить у соцмережах понад 3 год. щодня);

•«Ті, в яких можна було б отримати доступ до книг із зарубіжної літератури, у яких відсутні переклади на українську мову» (Петро, 11–13 років, м. Кропивницький, проводить у соцмережах понад 3 год.).

Цей феномен особливо виразний у Букток-спільнотах. ТікТокерка @bookmarine створила підбірку¹⁰³ книг, які, на її думку, є доступними для читання англійською мовою. До її списку ввійшли любовні романи: “The Fine Print” Лорен Ешер, “Addicted to You” Крісті та Бекки Річі, а також “People We Meet on Vacation” Емілі Генрі. Авторка зазначає: всі книги можна знайти на її телеграм-каналі. Контент @bookmarine також містить численні публікації, присвячені книгам англійською мовою, зокрема творам таких відомих авторок, як Сара Дж. Маас¹⁰⁴, Стефані Гарбер¹⁰⁵ та Еббі Хіменез¹⁰⁶, котрі пишуть у жанрах фентезі та любовної романтики.

Блогерка @dplakhotnik опублікувала відео¹⁰⁷, в якому дає рекомендації для ТікТок-користувачів, які бажають розпочати читання англійською мовою. Блогерка відповідає на поширені запитання: з чого почати читання та як подолати страх перед читанням іноземною мовою. Однією з цікавих порад є рекомендація розпочинати з романтичних комедій (ромкомів), оскільки ці книги зазвичай написані простою лексикою, доступною для розуміння. У відео вона також наводить конкретні приклади книг. У коментарях до публікації читачі активно діляться своїм досвідом і враженнями. Наприклад, один із користувачів зазначає: «Замовила щойно) спробую)))». Інші коментарі демонструють, що тема читання англійською є популярною серед підлітків: «Я також завжди боялась почати читати англійською, а потім купила “The Fine Print”. Спочатку було

¹⁰³ Всі книги ви можете знайти у мене на Телеграм каналі □ #укрБукток #книгианглійською URL: <https://www.TikTok.com/@bookmarine/video/7129200323679358214?q=укрБукток%20читання%20англійською&t=1735322097394>

¹⁰⁴ Трішки всплакнула і з нетерпінням чекаю на четверту частину, бо третю я вже давно прочитала англійською □ URL: <https://www.TikTok.com/@bookmarine/photo/7449791049473608982>

¹⁰⁵ Я закохалася у цю історію □ І тепер готова купувати всі видання цього всесвіту □ URL: <https://www.TikTok.com/@bookmarine/video/7446101243908394262>

¹⁰⁶ Чоловіки написані жінками>>> До речі, це найкращий ромком, який я коли-небудь читала □ #книжковіполички URL: <https://www.TikTok.com/@bookmarine/video/7444960236831640854>

¹⁰⁷ А як ви почали шлях читання англійською? □ #Букток #Буктокукраїнською #укрБукток #booktok #книги URL: <https://www.TikTok.com/@dplakhotnik/video/7424069822637444358?q=укрБукток%20читання%20англійською&t=1735322398662>

складно, майже кожне слово перекладала, але з часом стало легше, і зараз читаю майже без перекладача»; «Головне обирати на свій рівень. Я свій шлях англійською починала з Powerless, і це, напевно, було трохи занадто»; «Я коли читала “Ігри спадкоємців”, то подумала, що буде неважко її читати англійською: там прості короткі речення».

Аналіз коментарів свідчить про готовність молодих читачів виходити за межі зони комфорту задля доступу до бажаної літератури. Вони проявляють інтерес не лише до зарубіжних авторів, а й до можливості вдосконалення знання англійської мови через читання книг в оригіналі.

Спостерігається тенденція вибору книжок англійською мовою під впливом рекомендацій блогерів-буктюберів:

1. «Оніксова буря» (англ. *Onyx Storm*) Ребекки Ярос;
2. «Неонові боги» (англ. *Neon Gods*) Кейті Роберт;
3. «Порочний принц» (англ. *Vicious Prince*) Ріни Кент.

Серед жанрів, які підлітки найчастіше обирають для читання англійською мовою, значне місце посідають фентезі з елементами романтики, міфопоетичні романи та даркромани. Вибір літератури значною мірою зумовлений рекомендаціями блогерів-буктюберів, які популяризують зарубіжні новинки ще до їхнього офіційного перекладу українською мовою. Крім того, англійськомовні видання нерідко з'являються у цифровому форматі або надходять у продаж раніше за перекладені версії. Однак це не зупиняє підлітків, які завдяки своїм знанням англійської мови можуть задовольнити свою читацьку цікавість. Більше того, блогерка Ліза Сусік у своєму відео¹⁰⁸, обговорюючи книжкові анонси та очікувані літературні новинки, згадує любовний роман “The Price of Salt”. Вона називає книгу англійською мовою та зазначає: «Так, для цього я вчу англійську». Такий підхід до читання демонструє високий рівень мотивації та самостійності, а також здатність до самоосвіти.

¹⁰⁸ На що ви очікуєте? □ URL:
<https://www.Інстаграм.com/reel/DFDj6NktYQC/?igsh=MXNoYjZxZTE0MGplMQ%3D%3D>

Зазначені тенденції можна розглядати в контексті неформальної освіти, де хобі стає потужним інструментом для розвитку мовних компетенцій. Читання англійською мовою вимагає від підлітків не лише володіння мовою, а й критичного мислення, аналітичних здібностей та здатності до рефлексії над прочитаним. Водночас цей процес розширює їхній літературний кругозір, дозволяючи ознайомитися з творами, які не завжди доступні рідною мовою.

Таким чином, читання англійською мовою стає не лише засобом задоволення читацьких потреб, а й важливим кроком у розвитку особистісних та освітніх компетенцій підлітків. Це свідчить про зростаючу роль глобалізації в читацькій культурі та про здатність молодих людей адаптуватися до нових викликів, використовуючи свої мовні знання для задоволення особистих інтересів.

3.5. Потенціал соцмереж у просуванні читання для особистісної саморегуляції підлітків

3.5.1. Книгочитання як інструмент особистого самовираження підлітка

Підлітки вважають книжку шляхом до самопізнання та особистого зростання. В опитуванні «Читання книг і соцмережі» (2023) 3% респондентів зазначили, що цікавляться психологією, літературою про заможність тощо. Тож є (хай невеликий, але є) сегмент підлітків, які шукають відповіді на важливі життєві питання.

Наприклад, Анна (11–13 років, м. Запоріжжя, проводить у соціальних мережах понад 3 год. щодня) цікавиться книгами «про багатства» — вони для неї є джерелом знань про успіх.

На запитання «Як ви обираєте книги для читання?» 7% респондентів зазначили, що приймають рішення самостійно, керуючись власними потребами. Так, Дмитро (14–16 років, м. Запоріжжя, проводить у соцмережах 1–2 год. щодня) на запитання «Чим для вас є читання книг?» відповів: «Для розвитку».

Хотілося би інтерпретувати такі відповіді як дуже обнадійливі, проте повертаємо увагу до насправді невеликого відсотку такого зрілого читацького сегменту. Крім цих даних, маємо й інші: кейс-стаді «ТікТок як платформа для мотивації підлітків до читання» (2024) продемонстрував: людина-читач у підлітковому середовищі може сприйматися як «біла ворона», а книжка — як те, що вирізняє, робить несхожим на інших. Постає питання про соціальну перцепцію: чи сприймається в оточенні ровесників читач-підліток позитивно?

Розгляньмо цю проблему на прикладі юної блогерки левченко.янааа (@levchenko.yanaaaa), яка має 1570 підписників і позиціює себе як «Яна, або дівчина, що читає». У доробку Яни-читачки — відео «Чому вони думають, що все заради них... Чомусь впевнена, що я не єдина, з ким таке траплялось». Використовуючи ліпсінк, блогерка декламує слова пісні «Ти гірка» виконавиці Кажанни:

Якби не чоловік, тебе не було би на світі.

З таким підходом до життя нічого тобі не світить.

Боже мій, який жаль! Я образила мужлан.

Позбирай свої сльозинки, поклади в карман.

Молодий чоловік запросив мене на каву.

Він не може прийняти, що мені не цікаво.

Доданий текст: «Реальна історія: читала на вулиці книжку. Підходять двоє чоловіків і кажуть: «Не роби вигляд, що реально читаєш і типу розумна, все ж просто. Ти чоловіків так клеїш»¹⁰⁹.

Відео зібрало 25 тис. вподобайок, 365 коментарів, 1000 збережень; ним поділилися 2 тис. разів. У коментарях користувачі обурюються гендерними стереотипами: буцімто жінка не має права й не може бути розумною і повинна поступатися чоловікові в інтелектуальних здібностях:

- «Невидумані історії, про які неможливо промовчати»);

¹⁰⁹ чому вони думають, що все заради них..чомусь впевнена, що я не єдина з ким таке траплялось □ URL: <https://www.TikTok.com/@levchenko.yanaaaa/video/7271766716592508166>

- «Мені вчителька з музліт в 11–12 років сказала, що якщо читатиму, то не вийду заміж, бо всі хлопці зараз не читають і не захочуть таку розумну»;

- «Було схоже, але мені сказали, що я маю читати жіночі романи про любов і взагалі сидіти вдома, готувати, прати, прибирати чоловікові, а не бути розумною»;

- «Або сиджу, вчуса в кафе, то кажуть: навіщо тобі це, сидиш показуєш, що краща за інших? Краще б макіяж зробила, чоловікам так більше подобається. Я: □»;

- «Читала в кафе, мене спитали: 'А це зараз так модно з книжкою сидіти?'»;

- «Нічого не змінюється □ Я в поїзді розгадувала sudoku, і мені хлопець навпроти сказав те саме. А ми ж навіть не були знайомі і не вели жодної розмови □».

Тож відео зачепило аудиторію за живе: існують-таки гендерні стереотипи щодо інтелектуальних здібностей жінок і суспільні упередження, з якими вони стикаються в оточенні. Виявляється, читання (особливо якщо йдеться про жінку-читачку) може бути сприйняте як нестандартна або навіть провокаційна поведінка. У цьому контексті читання стає знаком інтелектуальної незалежності і самодостатності.

Є й інші відео на цю тему. Блогерка @holod_books (1200 підписників) інсценізує діалог зі своїм чоловіком. Вона гортає свою електронну бібліотеку і демонструє її чоловіку: «Диви! Ну шо, прикольно?». Її бібліотека складається з романів жанру темного роману (dark romance). У наступному кадрі — відповідь чоловіка: «Ти не ображайся, але ти якась ... в нас». Відео є вигаданим, про що свідчить підпис до нього: «□FAKE ALL□» (англ. «Все несправжнє»)¹¹⁰. Відео набрало 25,5 тис. вподобайок та 134 коментарі; збережено 2500 разів; ним поділилися 281 раз.

3.5.2. Читання як техніка подолання стресу

¹¹⁰ □FAKE ALL□мой тг holod_books □ URL: https://www.ТікТок.com/@holod_books/video/7144673399065922822

В опитуванні «Читання книг і соцмережі» (2023) 3% респондентів зазначили, що цікавляться психологічною літературою, що, звісно, мала цифра. Особливо з огляду на те, в Україні молодь потребує психологічної підтримки, бо має високий рівень тривожності. Згідно з результатами Всеукраїнського соціологічного опитування «Підлітки та їхнє життя під час війни», війна спричинила значні зміни в житті підлітків. Основним фактором занепокоєння для 73% респондентів є війна, що стало очікуваним наслідком сучасних подій. Найбільша зміна, викликана війною, — відчуття страху за життя та здоров'я своїх близьких, про що зазначили 38% опитаних. Превалюючою емоцією серед підлітків є страх, що відображено в їхніх висловлюваннях: «Я боюся за своїх родичів, друзів, особливо коли вони пишуть, що вибухи зовсім поруч»; «Мене хвилює ситуація в Україні. Навіть живучи в Запоріжжі, мене хвилюють вибухи в інших містах»; «Сумую за минулим життям». Окрім цього, страх поширюється і на їхнє майбутнє. Дослідження зазначає, що «невизначеність, страх за майбутнє, неможливість планувати — одні з ключових переживань, пов'язаних із навчанням». Відчуття тривоги та страху турбують 24% респондентів, що є найбільшим показником серед зазначених емоційних переживань [35].

З погляду бібліотерапії, припускаємо: деякі підлітки зараджують своїм стресам, читаючи книжки певних жанрів, наприклад, любовні романи. Адже під час опитування «Читання книг і соцмережі» (2023) 4% респондентів зазначили, що читання є для них засобом подолання стресу. На запитання «Чим є для вас читання книг?» надали відповіді:

- «спосіб ескапізму» (Яна, 14–16 років, м. Запоріжжя, проводить у соцмережах менше 1 год.);
- «спосіб відволіктися...» (Дмитро, 14–16 років, м. Полтава, проводить у соцмережах понад 3 год.);
- «коли я читаю, то повністю поринаю у книгу і забуваю про всі проблеми у житті» (Яна, 14–16 років, м. Нововолинськ, проводить у соцмережах понад 3 год.);

- «можливість втекти від проблем реального світу. Тільки в читанні я знаходжу спокій і мене залишає тривога» (Юлія, 17–18 років, м. Київ, практично не виходить із соцмереж);

- «варіант вбити час або замість снодійного» (Максим, 17–18 років, м. Варшава (Польща), ймовірно вимушений мігрант унаслідок повномасштабного російського вторгнення).

Читання книг для підлітків виконує важливу емоційну та психологічну функцію — є засобом подолання стресу та ескапізму. Респонденти зазначають: завдяки читанню, відволікаються від негативних аспектів повсякденного життя, знаходять внутрішній спокій. Крім того, вони сприймають читання як ефективний спосіб тимчасової втечі від реальних проблем. Блогерка Ліза Сусик розповіла під час інтерв'ю: «Книжки стали для мене джерелом дофаміну, як для когось — соціальні мережі. Я розбавила свій час у ТікТок читанням. Коли я тільки починала, я прочитала всього три книги, але вже тоді в мене виникла думка: «Хочу почати блог про це».

Ще однією блогеркою з високим рівнем залученості аудиторії, яка розглядає читання як спосіб втечі від реальності, є Дарія Холод (@holod_books у ТікТок). Вона часто зображає читання як спосіб втечі від повсякденних турбот, пропонуючи своїм підписникам можливість зануритися у світ книг. Це яскраво ілюструє відеомем, у якому Дарія складає стос книг¹¹¹. Текст у відео: «У моїх одноліток: діти, памперси, гуртки, садочки»; «Я з новенькими книгами». Цей контраст підкреслює, як читання може слугувати притулком від реальності для підлітків. Дарія говорить про книги так, наче вони живі, що надає їм емоційного значення і сприяє формуванню глибшого зв'язку між читачем і книгою. Її емоційне сприйняття книг підкріплюється звуковими ефектами, доступними на платформі ТікТок, що дозволяє посилити емоційний відгук аудиторії. Наприклад, у відео, присвяченому довгоочікуваному виходу перекладу українською мовою роману «Залізне полум'я», Дарія використовує звук, який підкреслює емоційну напругу — нестабільне, наростаюче серцебиття та звук

¹¹¹ ТГ holod_books □ URL: https://www.TikTok.com/@holod_books/video/7366684499394055442

розбитого скла¹¹². Також у відео додано текст: «Маю здогадки, що ми будемо відчувати цю книгу, як цей звук».

Одна читачка не помітила відсутності фонової музики, друга віддала перевагу книзі замість сну. Читачка, занурившись у книгу, не налаштувала фонову музику на постійне відтворення. Вірогідно, курйоз у тому, що блогерка настільки захопилася читанням, що навіть не помітила відсутності музики. Відео розміщене користувачкою @isabell_books з аудиторією 1500 підписників. Відео стало вірусним: налічує 87,7 тис. вподобайок, 306 коментарів, 5539 збережень, 1366 поширень.

Ще одне відео, в якому блогерка читає книжку, тримаючи у руках песика, під аудіо з мультфільму «Петрик П'яточкін», де лунає фраза: «Петрику, зараз тиха година. Треба спати». У відповідь на цей вислів блогерка використовує ліпсінк і «промовляє»: «Я не можу спати. У мене безсоння». Відео підкреслює, що книжка настільки захопила читачку, що вона не годна заснути і хоче читати далі. У відео є текст: «Те відчуття, коли на годиннику 5 ранку й твоя компанія — це книга Кінга, зелений чай та пес Соня». Відео опубліковане користувачкою @nikky.books (441 підписник). Ролик набрав 32 тис. лайків, 112 коментарів, збережений 2034 рази; ним поділилися 570 разів.

Йдеться про нову «нормальність» — життя у вирі багатьох медій, які конкурують за увагу людини. Відомо, що підлітки охоче слухають музику — вона постійно в їхніх навушниках. Аудиторії відгукується побачене — вона впізнає себе у відтворених сценах — так, спати неможливо, якщо книжка така цікава. Спостерігаючи за дівчиною з відео (одна із них — «своя»), підлітки запевнюють у своїй «нормальності», краще усвідомлюють свої почуття та поведінку.

Відеоролики відображають реальні ситуації та емоції, з якими можуть стикатися підлітки, підкреслюючи важливість читання як засобу втілення та вираження своїх внутрішніх переживань. Текст на екрані другого ролика створює асоціації між читанням, комфортом (чай) та релаксацією (песик), що

¹¹² Ще трішки і будемо читати. URL: https://www.ТікТок.com/@holod_books/photo/7371305426773839110

може посилити бажання підлітків віддати перевагу книгам над іншими формами розваги. Використання аудіо та фраз із відомого мультфільму додає елемент популярності та зрозумілості серед цільової аудиторії. Відео створює емоційний зв'язок з аудиторією шляхом демонстрування ситуації, відомої та зрозумілою для підлітків.

Це підкреслює, як читання може служити не лише джерелом емоційної підтримки, а й потужним антистресовим засобом.

3.6. Висновки до розділу 3

Читацькі зацікавлення підлітків. Дослідження підліткових читацьких вподобань показало популярність жанрів, які дарують емоційні переживання та розширюють світогляд: фантастика, фентезі, детективи, даркромани, любовні романи, пригодницька література. Підлітки також активно цікавляться й сучасними формами, як-от комікси, манга, короткі історії.

Більшість підлітків читають і паперові, і електронні книги, підтверджуючи, що сучасна читацька культура поєднує цифрові й традиційні формати.

Мотивація підлітків до читання є багатогранною, але домінують розважальні та релаксаційні аспекти (69,5%), тоді як знання та освіта мотивують менше (49,2%). Читання допомагає відволіктися від рутини, зануритися в інші світи й пережити новий досвід, що особливо важливо в умовах стресу, зокрема через війну. Бібліотерапія стає ефективним способом психологічної підтримки.

Основним рушієм вибору книг є соціальні зв'язки: відгуки читачів у соцмережах (52,4%), рекомендації друзів, блогерів, а також батьків. Батьки, будучи авторитетом для підлітків, можуть мотивувати читання через власний приклад, обговорення книг і культурні практики, роблячи читання спільним захопленням.

Читацькі бар'єри. Просування читацької культури підлітків у соцмережах стикається з такими бар'єрами: низька обізнаність про книжкові спільноти (47,6% не знають про них), незнання книжкових блогерів (48,1% не знають

жодного), брак часу через навчання та побутові обов'язки, а також спротив примушуванню до читання. Підлітки часто обирають книжки за відгуками інших у соцмережах, але відчують байдужість до шкільної програми, що асоціюється із «бунтом підлітка». Найефективніше мотивувати читання через створення середовища, де література є вибором, а не обов'язком. Соцмережі можуть стати рушієм цієї трансформації, заохочуючи самостійний вибір і радість від читання.

Книжкові спільноти в соцмережах. Соцмережі формують нові читацькі звички. Підлітки все частіше дізнаються про нові книги та авторів через соцмережі, а не через традиційні джерела, такі як бібліотеки чи школи.

Книжкові спільноти в соціальних мережах — цифрові кластери користувачів, які взаємодіють на основі спільного інтересу до книг. Вони формуються на платформах Букток, Букстаграм, Буктуб, пропонуючи простір для обговорення літератури, обміну відгуками та рекомендаціями. Спільноти трансформують читацьку культуру, роблячи її соціальною, інтерактивною та доступною.

Хештеги, як-от #українськийБукток, сприяють об'єднанню користувачів і популяризації контенту, зокрема українськомовного. Під час війни зросла зацікавленість підлітків до української літератури, а книжкові спільноти стали важливим засобом підтримки читання, розвитку літературної культури та просування нових авторів.

Букток у ТікТок — вірусний формат, що стимулює зацікавленість підлітків до читання завдяки коротким емоційним відео. Хештег #Букток об'єднує контент про книги: відгуки, рекомендації, огляди, косплеї та книжкові челенджі. Унікальний алгоритм ТікТок сприяє поширенню книжкового контенту, залучаючи нову аудиторію через тренди, ліпсинки, фільтри та ефекти. Букток трансформує читацьку культуру серед молоді, популяризує книги через інтерактив і емоційність.

Українські Буктокери, як-от @susikliza, @vikibooks, @say_mari чи @holod_books, стали лідерами сегменту завдяки креативним форматам та активному залученню аудиторії.

Буктуб — сегмент **Ютуб**, присвячений детальному обговоренню літератури через огляди, рецензії, читацькі щоденники, інтерв'ю з авторами, розпаковки книжок і тематичні підбірки. Формат Ютуб дає змогу створювати довші відео, спрямовані на глибокий аналіз персонажів, сюжетів і літературних явищ, що робить контент Буктубу більш експертним порівняно з іншими платформами.

Українські Буктубери, як-от Ksenia Kellerman, Reading Mary, @AnnaBookDiary і @milkaread, які поєднують емоційність із глибокими спостереженнями й аналітикою. Буктубери популяризують літературу через технологічні та структуровані відео, що зацікавлюють різні вікові аудиторії, зокрема підлітків.

Букстаграм — спільнота в **Інстаграм**, яка популяризує читання через естетичний контент: фото книг, текстові відгуки, списки рекомендацій та книжкові виклики. Основний фокус — на привабливих зображеннях, які супроводжуються авторськими враженнями від літератури.

Українські Букстаграмери, як-от @ua_book_time, @zhanna_shkolna і @sashas_reads створюють авторський контент, діляться рецензіями, тематичними підбірками, іноді доповнюючи його інтерактивами чи інтерв'ю з авторами. Хештег #українськийБукстаграм об'єднує аудиторію, заохочуючи до обговорень і взаємодії. Букстаграм також слугує платформою для комерційної співпраці з видавцями та сприяє естетизації читацького досвіду.

Книжковий косплей — найпопулярніша форма користувацького контенту в соцмережах, що має творчий характер; короткі відео, для яких характерна емоційність, візуальні ефекти та інтерактивність.

Книжковий косплей дає змогу підліткам перевтілюватися у персонажів і розігравати сцени з улюблених книг, демонструючи власне бачення прочитаного. Кейси українських Буктокерів, як-от @say_mari, показують, як косплей залучає аудиторію, популяризує книги та розвиває творчі навички підлітків.

Книжковий ліпсинк — форма перформансу в соцмережах, що поєднує синхронізацію рухів губ з аудіотреком (з книг, екранізацій чи театральних постановок). Цей інтерпретативний формат дає змогу блогерам емоційно виражати сцени з улюблених творів, розповідати про читацький досвід та популяризувати літературу. У ТікТок ліпсинки набули популярності завдяки легкості створення й інтерактивності. Вони допомагають підліткам самовиражатися, приміряти ролі персонажів, розповідати про свої читацькі вподобання.

Вірусний контент та книжки: Соціальні мережі, зокрема ТікТок, відіграють важливу роль у популяризації читання серед молоді. Вірусний контент та книжкові меми є ефективним інструментом для залучення нових читачів та формування позитивного іміджу читання.

Відео про книги на ТікТок стають вірусними, що призводить до зростання популярності цих книг та формує нові літературні тренди. Книжки стають частиною мем-культури. Меми про книги зазвичай містять іронічні підписи, популярні звукові доріжки та візуальні ефекти. Вони відображають різні аспекти читання — від емоцій під час читання до труднощів з дотриманням книжкових планів.

ТікТок-переписки на літературну тематику — короткі відеодіалоги, що поєднують текстовий контент, візуальні ефекти та музику. Це новий формат читацької комунікації: сприяють поширенню інформації про книги, стимулюють дискусії та формують нові літературні тренди. Завдяки ТікТок-перепискам формується онлайн-спільнота читачів, які обмінюються думками та рекомендаціями. Популярність ТікТок-переписок призводить до зростання попиту на переклади книг, які згадуються у відео.

Соцмережі є важливим інструментом для неформальної освіти підлітків. Вони вписуються в концепції «нової грамотності», «прихованого навчального плану», оскільки надають доступ до великої кількості інформації, сприяють розвитку комунікативних навичок. Допитливі підлітки (тож ми не маємо на увазі масову юнацьку аудиторію) активно споживають освітній контент

у соцмережах, шукають відповіді на свої запитання, розширюють кругозір. Відеоформат є найбільш ефективним для залучення підлітків до знаннєвого контенту: короткі, яскраві відео допомагають краще засвоїти інформацію і залишають більш стійке враження. Соціальні мережі можуть доповнювати традиційне навчання — надають додаткові можливості для освоєння матеріалу та розширення знань.

Підлітки — активні споживачі літературного контенту в соцмережах.

Згідно з результатами кейс-стаді «ТікТок як платформа для мотивації підлітків до читання» (2024), підлітків приваблює у письменниках таке: політична позиція, неординарність особистості, відсутність шаблонних образів, емоційний резонанс.

Відеоформат, інтерактивність та можливість обмінюватися думками роблять літературу більш доступною та цікавою для молоді. Школа повинна адаптувати методи викладання літератури: слід відходити від шаблонних підходів і пропонувати учням більш сучасний і цікавий контент.

Літературні критики та блогери можуть відігравати важливу роль у формуванні читацьких смаків підлітків. Їхні рекомендації та аналізи можуть вплинути на вибір літератури молодими людьми.

Англомовна література стає доступнішою завдяки соцмережам.

Завдяки інтернету та соціальним мережам підлітки мають доступ до широкого спектру англомовної літератури, навіть якщо вона не перекладена українською. Для невеликої групи респондентів (3%) читання англійською мовою є не лише розвагою, а й інструментом саморозвитку.

Сприйняття читання підлітками як інструменту самовираження та самопізнання. В опитуванні «Читання книг і соцмережі» (2023) 3% респондентів використовують читання для пошуку відповідей на важливі життєві питання, самовдосконалення та особистісного зростання. Через читання підлітки можуть виражати свою індивідуальність і відрізнятись від інших.

Незважаючи на позитивні аспекти читання, воно може сприйматися оточенням як нестандартна поведінка, особливо серед дівчат. Підлітки, які читають, часто стикаються з упередженнями та стереотипами.

Читання як техніка подолання стресу серед підлітків. Згідно з даними опитування «Читання книг і соцмережі» (2023), 4% респондентів використовують читання як спосіб відволіктися від проблем реального світу і зануритися в інший світ (читання як ескапізм). Читання допомагає знизити рівень стресу і заспокоїти нервову систему (читання як засіб релаксації). Підлітки використовують читання для вираження своїх емоцій і почуттів (читання як форма самовираження).

РОЗДІЛ 4

ПОТЕНЦІАЛИ РОЗВИТКУ ЧИТАЦЬКОЇ КУЛЬТУРИ ПІДЛІТКІВ У СЕРЕДОВИЩАХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ (АВТОРСЬКА МОДЕЛЬ)

У розділі обґрунтовано авторську модель розвитку читацької культури українських підлітків у середовищі соціальних мереж, яка базується на аналізі та інтерпретації здобутих емпіричних даних та аналізі ключових національних стратегій (Стратегія розвитку читання на період до 2032 року, Національна молодіжна стратегія до 2030 року, Концепція Нової української школи (2016), Концепція виховання дітей та молоді в цифровому просторі (2021)).

4.1. Загальна характеристика моделі розвитку читацької культури підлітків у середовищах соцмереж

Пропонована модель базується на тому, що, згідно із здобутими даними, соціальні мережі володіють комплексом потенціалів (просвітницький, комунікативний, рекреаційний), який ми пропонуємо використати для досягнення важливої мети — розвитку читацької культури українських підлітків:

- *комунікативний потенціал* — для інформування підлітків про книжкові проекти та просування читацьких наративів у соцмережових спільнотах;
- *рекреаційний потенціал* — для змістовного, культурного дозвілля, саморегуляції, творчості підліткової аудиторії;
- *просвітницький потенціал* — для формування пізнавальних потреб та кругозору підлітків.

Модель розвитку читацької культури не обмежується цифровими платформами, зокрема соцмереж, — ми вбачаємо необхідність поєднувати онлайн- та офлайн-можливості, щоби більше, наполягаємо на тому, що виховання

підлітка повинно мати комплексний характер. Доцільно інтегрувати читання в повсякдення шляхом введення родинних традицій відвідувати театри, музеї, виставки, інші культурні локації та їхні події. Синергія культурних заходів створюватиме цілісний культурний досвід підлітка, формуватиме його цінності, розвиватиме громадянську позицію та розуміння інших людей. Звісно, таке комплексне духовне виховання сприятиме також розвитку мовлення та мислення, збагачуватиме словниковий запас, розвиватиме уяву та логічне мислення.

Читання повинно бути не просто навчальною активністю, а складовою частиною життя підлітка. Вчителі, батьки, культурні інституції, лідери думок відіграють важливу роль у цьому процесі, адже саме вони можуть створити середовище, в якому читання стане важливою частиною повсякдення підлітка:

- *вчителі* — інтегрувати літературу в освітній процес таким чином, щоб вона розвивала не лише розуміння фактів, а й літературне чуття, смак, соціокультурні навички, мотивувала до самостійного пізнання та розширення власних знанневих горизонтів;

- *батьки* — підтримати цей процес вдома, створюючи умови для читання та обговорення книг, сприяти емоційному та інтелектуальному розвитку дитини. Читання повинно стати невід’ємною частиною стилю життя родини — органічно сприяти духовному розвитку підлітка. Здорова, позитивна атмосфера в родині, в якій шанують книжку, підвищуватиме стресостійкість підлітка, сприятиме формуванню його позитивної самооцінки, Я-концепції;

- *культурні інституції (бібліотеки, музеї, галереї тощо)* — як центри популяризації літератури та читання, повинні створити комфортне і безпечне середовище, зручно інтегроване із цифровими платформами, і пропонувати в своїх просторах цікаві для підлітків заходи;

- *лідери думок*, як-от популярні письменники, культурні діячі, книжкові блогери, можуть стати важливими прикладами для підлітків, сприяти формуванню позитивного ставлення до літератури через власні рекомендації та участь у освітніх проєктах.

4.2. Комунікативний потенціал соцмереж та читацька комунікація

Згідно з Національною молодіжною стратегією до 2030 року, активна соціальна взаємодія є важливим рушієм соціальних зв'язків і комунікації. Одним із пріоритетів стратегії є «залучення молоді до участі у суспільному житті, підвищення її самостійності, конкурентоспроможності, формування у молоді громадянських компетентностей» [7].

Використання комунікативного потенціалу соцмереж для просування читацької культури передбачає:

- розвиток книжкових спільнот та віртуальних книжкових клубів у соцмережах;
- взаємодію з творцями книжки та книжкової культури через соцмережі (научіння і приклад, згідно з теорією научіння (А. Бандура), теорією когнітивного конструктивізму (Ж. Піаже));
- формування читацьких звичок через рекомендації та підказки (нагадування і спонукання).

4.2.1. Розвиток книжкових спільнот та віртуальних книжкових клубів у соцмережах

Букток, Буктуб та Букстаграм — книжкові спільноти в соцмережах є платформами обміну думками, джерелом натхнення та взаємної підтримки. Вони трансформують традиційну читацьку культуру: соціалізують, візуалізують читання, демократизують літературну критику, індивідуалізують читацький досвід і підтримують нових авторів.

Соціальні мережі є платформами для функціонування книжкових клубів — забезпечують можливість не лише обговорювати прочитані твори, а й ділитися рецензіями, створювати та організовувати читання-обговорення, челленджі, що стимулює зацікавленість літературою серед підлітків.

Крім того, наразі на платформах соцмереж уже напрацьований досвід функціонування книжкових клубів: Буктокери (@viki.books, @gavrish.nastya, @alisumanova, @boomyrk) вже мають власні книжкові клуби¹¹³. Це сучасна версія класичних літературних салонів, читальних товариств. У соцмережеских читацьких клубах підписники разом з блогерами читають певну книгу, діляться враженнями, обговорюють головні ідеї, беруть участь у дискусіях, що формує навички критичного аналізу, публічного висловлювання та аргументованого відстоювання власної думки.

Одним із прикладів успішного книжкового клубу, організованого в межах соціальних мереж, є “Ua Readers Club”, створений ТікТок- та Інстаграм-блогеркою @alisumanova¹¹⁴ разом з її колегою. Ключовою особливістю цього клубу є орієнтація на сучасну українську літературу та камерний формат зустрічей, що проходять у домашній атмосфері. Такий підхід сприяє більш комфортному спілкуванню учасників та створює умови для відкритого обговорення літературних творів. Зустрічі організовуються через соціальні мережі, де заздалегідь оголошується книга для читання, дата події та формується група з 10 учасників. Формат заходів передбачає етап знайомства, під час якого кожен учасник має можливість представити себе, та основну частину — обговорення книги (питаннях і темах продумують заздалегідь). Організаторки використовують презентаційні матеріали, які спрямовують дискусію та допомагають розкрити ключові аспекти твору.

Мотивація блогерок до створення книжкових клубів у соціальних мережах ґрунтується на кількох ключових чинниках, серед яких – особистий інтерес до літератури, прагнення популяризувати сучасну українську літературу та формування читацької спільноти. Одним із основних стимулів є бажання змінити стереотипи щодо української літератури, яка досі сприймається багатьма як похмура та важка для сприйняття. Організаторки, як у випадку з “Ua Readers Club”, прагнуть довести, що сучасна література охоплює широкий спектр тем і жанрів, що

¹¹³ Люблю цілую кожную учасницю! Це було шикарно! Дякую за такий чудовий день □ URL: <https://www.TikTok.com/@victorybooks/video/745351697772956934?lang=en>

¹¹⁴ ЕміЛяси □ ТікТок-акаунт @alisumanova URL: <https://www.TikTok.com/@alisumanova?lang=en>

робить її цікавою та актуальною. Важливим аспектом є також створення простору для осмисленого читання та обговорення, що дозволяє не лише глибше зрозуміти твір, а й розглянути його з різних точок зору. Крім того, книжкові клуби мотивують учасників до регулярного читання, адже наявність визначеного дедлайну сприяє завершенню книг та більш уважному аналізу їхнього змісту.

Аудиторія Ua Readers Club є досить різноманітною та не має жорстких обмежень за віком чи гендером, проте на практиці учасниками здебільшого стають молоді дорослі віком від 19 до 35 років. Попри відкритість клубу для всіх охочих, його основна аудиторія формується природним шляхом – це підписники організаторок у соціальних мережах, їхні друзі, знайомі або особи, які дізналися про ініціативу через рекомендації інших учасників. Хоча підлітки поки що не були активними відвідувачами зустрічей, потенційна аудиторія постійно розширюється завдяки згадкам про клуб у соціальних мережах та позитивним відгукам учасників. Головним критерієм для долучення до спільноти є не вік чи соціальний статус, а зацікавленість у читанні сучасної української літератури та готовність до активної участі в обговореннях. Таким чином, книжковий клуб виконує не лише освітню та культурну функцію, а й слугує майданчиком для формування читацької спільноти на основі спільних інтересів. (див. Додаток Д7)

ТікТок-блогерка @boomyrk¹¹⁵ розглядає книжковий клуб у форматі тематичного онлайн-чату як засіб об'єднання однодумців та формування комфортної читацької спільноти. Мотивуючим чинником для створення такого клубу стала відсутність у її найближчому оточенні людей, зацікавлених у літературі. Основна концепція передбачає інтерактивний формат комунікації: учасники клубу мають доступ до тематичних чатів для обговорення конкретних книг, а загальний чат використовується для ширших дискусій про книжкові новинки, покупки та читацькі відкриття.

Окремим напрямом діяльності є спільні читання, у межах яких учасники синхронно читають обраний твір, обговорюючи його в режимі реального часу. Завершальним етапом є голосова зустріч, під час якої відбувається детальний

¹¹⁵Валерія. ТікТок-акаунт @boomyrk. URL: <https://www.ТікТок.com/@boomyrk?lang=en>

аналіз прочитаного. Наразі такі обговорення проходять онлайн, однак у перспективі планується перехід до офлайн-зустрічей.

Авторка підкреслює, що, хоча існує багато книжкових клубів, новим учасникам іноді складно інтегруватися у вже сформовані спільноти. Тому її ініціатива спрямована на створення інклюзивного простору, де кожен почуватиметься комфортно незалежно від попереднього досвіду участі в подібних заходах. Крім того, блогерка прагне заохочувати ширшу аудиторію до читання та сприяти глибшому розумінню літератури. (див. Додаток Д8)

Усе це позитивно. Однак результати наших емпіричних досліджень свідчать: молодь має значні прогалини в знаннях про такі осередки літературного та читацького життя. Згідно з даними опитування «Читання книг і соцмережі» (2023), 47,6% респондентів не мають достатньої обізнаності про існування таких спільнот, тому доцільно їх розвивати й популяризувати.

Пропоновані заходи — підвищувати обізнаність про книжкові спільноти шляхом реалізації інформаційних кампаній та освітніх програм:

- створювати серії постів та відео з поясненням, що таке Букток, Буктуб, Букстаграм, їхні переваги та до них долучитися;
- використовувати популярні хештеги (#Букток, #українськийБукстаграм, #Буктуб_українською) для охоплення ширшої аудиторії;
- включити інформацію про книжкові соцмережіві спільноти до шкільних програм із медіаграмотності.

Розвиток книжкових спільнот та віртуальних книжкових клубів у соцмережах потребує комплексного підходу, де різні суб'єкти мають виконати свої завдання:

Освітні установи (школи, коледжі, гімназії, ліцеї) повинні інтегрувати інформацію про книжкові соцмережі до програм медіаграмотності, допомагаючи підліткам усвідомити можливості участі в таких спільнотах. Вчителі можуть активно використовувати приклади з Буктоку, Буктубу чи Букстаграму на уроках літератури та медіаосвіти, залучаючи учнів до обговорень і дискусій. Це сприятиме формуванню критичного мислення та читацьких навичок.

Батьки мають виконати роль посередників між підлітками та книжковими спільнотами, підтримуючи зацікавленість дітей до літератури в родинному колі. І тут потрібна батьківська ініціатива.

Бібліотеки повинні організувати інформаційні кампанії через власні цифрові платформи та соціальні мережі, також тематичні заходи (вебінари, книжкові марафони, зустрічі із залученням популярних Буктокерів). При цьому важливо створювати контент, орієнтований не лише на підлітків, а й на дорослих читачів, зокрема, батьків.

Скоординована діяльність цих суб'єктів посприє зміцненню книжкових спільнот, формуванню сталої читацької культури.

4.2.2. Взаємодія з творцями книжкової культури через соцмережі

Особливу цінність мають можливості, які надають соцмережі для безпосередньої взаємодії підлітків з авторами, видавцями та іншими учасниками книжкової спільноти. Інтерактивність соцмереж уможливорює прямий контакт, глибше занурює підлітків у літературний процес. І це відповідає вимогам концепції Нової української школи, яка наголошує на важливості розвитку критичного мислення та соціокультурних навичок у підлітків через участь у різноманітних освітніх і культурних ініціативах: «Усі перелічені компетентності однаково важливі й взаємопов'язані. Кожну з них діти набувають під час вивчення різних предметів на всіх етапах освіти. Спільними для всіх компетентностей є такі вміння:

- уміння читати і розуміти прочитане;
- уміння висловлювати думку усно і письмово;
- критичне мислення;
- здатність логічно обґрунтовувати позицію;
- виявляти ініціативу;
- творити;
- уміння вирішувати проблеми, оцінювати ризики та приймати рішення;
- уміння конструктивно керувати емоціями;

- застосовувати емоційний інтелект;
- здатність співпрацювати в команді» [15].

Пропоновані заходи. Важливо популяризувати і зарубіжну, і українську книжку, просувати українських авторів та український контент:

- організовувати заходи, в яких беруть участь популярні письменники та культурні діячі, які насправді цікаві підліткам і є для них реальними лідерами (авторитет спікера); у межах таких заходів стверджувати престижність освіти та книжки, просувати книжкову культуру в середовищі потенційної аудиторії;

- реалізувати проекти за участю книжкових блогерів: воркшопи, онлайн-лекції, серії вебінарів на тему читання; організовувати стріми або відеоконференції, де підлітки можуть разом із блогерами обговорювати книги, обмінюватися думками, ставити запитання;

- розвивати колаборації між блогерами та спільнотами — поєднувати книжкову тематику з іншими популярними напрямками (мода, техніка, лайфстайл) у спільному контенті чи продуктах (наприклад, мерч з книжковими цитатами);

- просувати хештеги #українськийБукток, #укрБукстаграм тощо для згуртування аудиторії.

Бібліотеки повинні відіграти ключову роль у взаємодії підлітків із книжковою культурою. Вони можуть організовувати публічні події за участю письменників і культурних діячів, створювати вебінари та стріми для обговорення новинок літератури, особливо української. Перспективно співпрацювати з блогерами для популяризації книжкових спільнот і залучення підлітків через соціальні платформи.

Освітні установи мають інтегрувати літературу у свої навчальні програми через зустрічі та дискусії з авторами, видавцями та книжковими блогерами. Учителям варто ознайомлювати учнів із літературними новинками, залучати підлітків до створення рецензій чи обговорень у класах, створювати читацькі гуртки.

Батьки повинні самі стати прикладом начитаності — відвідування літературних вечорів, книжкових фестивалів і виставок, особливо разом із дітьми, буде дієвим чинником згуртування родини та виховання дітей.

4.2.3. Формування читацьких звичок шляхом рекомендацій і підказок

Регулярні нагадування про книги та потребу читати формують довгострокові читацькі звички. Це твердження корелює з концепцією книги «Атомні звички. Легкий і перевірений спосіб набути корисних звичок і позбутися звичок шкідливих» Джемса Кліра [111], де акцентується увага на створенні звичок через повторюваний вплив і контекст. Дж. Клір зазначає, що середовище, яке забезпечує постійні «підказки» (triggers), допомагає формувати бажану поведінку. У книжкових спільнотах такими «підказками» є регулярні публікації про книги, відеорецензії чи дискусії, що утримують увагу до читання.

Пропоновані заходи:

- соцмережеві спільноти повинні забезпечити постійний потік книжкових рекомендацій, відеорецензій та обговорень. Відповідно, підлітки зможуть бачити книги у своїх соцмережах регулярно, що сприятиме формуванню звички читати частіше або шукати книги, які обговорюються в їхніх улюблених спільнотах.

- доцільно розробити мобільні застосунки, вебсайти для організації віртуальних книжкових клубів (з інтеграцією з ТікТок чи Інстаграм);

- використовувати можливості персоналізації — індивідуальні рекомендації книжок на основі смаків користувачів; календар подій і нагадувань для обговорення книг.

Забезпечити безперебійний потік книжкової інформації, адресований підліткам, повинні всі стейкхолдери культури читання, починаючи від активностей та ініціатив владних інституцій (наприклад, Національний тиждень дитячого читання, організований Українським інститутом книги¹¹⁶, або підготовлений УІК, радше для дорослої аудиторії, посібник «#Живі

¹¹⁶ В Україні розпочався Національний тиждень дитячого читання. URL: <https://mcsc.gov.ua/news/v-ukrayini-rozpchavsya-nacjonalnyj-tyzhden-dytyachogo-chytannya/>

Письменники: хто вони?»¹¹⁷, пов'язаний із промоцією дитячого читання), книжкових журналістів і блогерів, медіакритиків¹¹⁸ і закінчуючи книжковими вчителями та батьками.

4.3. Рекреаційний потенціал соцмереж і творчість підлітків-читачів

Відповідно до Стратегії розвитку читання на 2021–2025 роки, ключовою метою є перетворення читання на популярну та привабливу дозвіллеву практику, інтегровану в сучасні культурні форми: «Розроблення Стратегії зумовлено необхідністю кардинальних змін у підходах до промоції читання як усвідомлено обраної дозвіллевої, освітньої практики та практики саморозвитку — задля всебічного та гармонійного розвитку особистості, зокрема, критичного мислення та освітнього рівня, що відповідатиме європейським освітнім та іншим нормам» [13]. Соціальні мережі, генеруючи вірусний контент, здатні посилити цю тенденцію. Рекреаційний потенціал соціальних мереж значною мірою сприяє трансформації читання на культурний тренд, що відповідає сучасним вимогам молодіжної аудиторії.

Використання рекреаційного потенціалу соцмереж для просування читацької культури передбачає:

- творчі, ігрові форми просування читацької культури;
- використання мемів, ліпсінків та інших креативних форм контенту для популяризації читання;
- естетичність контенту в залученні до читання;
- психотерапевтичні практики в культурі читання.

4.3.1. Креативні, ігрові форми просування читацької культури

Т. Крайнікова, досліджуючи феномен інтерактивності, слушно стверджує: «Аудиторія стає все більш активною та заангажованою: люди хочуть брати

¹¹⁷ #Живі Письменники: хто вони? URL: <https://aw.ubi.org.ua/>

¹¹⁸ Макарик Віталіна Таке різне Різдво: 14 книжок для малюків і підлітків до свят. URL: <https://chytomo.com/take-rizne-rizdvo-14-knyzhok-dlia-maliukiv-i-pidlitkiv-do-sviat/>

участь у створенні контенту, який вони споживають. Також вони хочуть бачити себе відображеними у видавничій продукції» [120, с. 29]. Так, сучасна читацька культура не зводиться до споживання контенту — це культура інтерпретативна, інтерактивна; згідно з концепцією В. Ізера, читання — це «о-мовлення себе». Саме соцмережі надають максимальні можливості для таких «активних читачів».

Пропоновані заходи — розвивати цікаві, креативні, інтерактивні формати, які сприятимуть позитивному сприйняттю книгочитання та вірусному поширенню книжкового контенту:

- організовувати літературні челенджі (наприклад, «Прочитай 5 книг за місяць» або «Розкажи про свою улюблену книгу за 60 секунд»), тематичні марафони в межах книжкових спільнот, освітніх програм, медійних кампаній або фестивалів, які підлітки можуть висвітлювати у своїх соцмережах із відповідними хештегами;

- створювати квізи або вікторини, пов'язані з популярними книгами чи жанрами, із можливістю виграти призи;

- конкурси на створення косплеїв, ліпсінків, буктрейлерів, що можуть перетворитися в книжкові меми.

Завдяки візуальній привабливості, меми швидко доносять ключові ідеї до аудиторії, мають доступну й легко сприйману форму, що залучає до подальшого поширення контенту.

Пропоновані заходи або їх окремі форми можуть організувати всі стейкхолдери культури читання: і окремі особи (блогери, родини), і інституції (освітні та культурні установи).

4.3.2. Естетичність та емоційність контенту в залученні до читання

Красиві, атмосферні, стильні ТікТок- чи Інстаграм-публікації формують позитивне сприйняття книжки та читання в підлітковій аудиторії, читацькі передочікування.

У промоції читання важливими аспектами є естетичність та емоційність книжкового контенту — на цьому наголошують опитані блогери.

Марія Маргуліс, Буктуберка, авторка Ютуб-каналу @ReadingMary, висловила так: «Наразі спостерігається естетизація читання. Зараз не працює „просто щось прочитати з телефону” — треба, щоб були красиві полиці, книжковий декор, книжковий мерч. Крім того, в моді колекціонування книжок, тому є особлива увага до зовнішнього вигляду книжки. Людям подобається, щоб видання було красивим, в суперобкладинці, зі зрізами тощо». І додала: «Читання зараз, принаймні як його подає спільнота блогерів, це дещо більше, ніж просто читання. Це естетика, це колекціонування — все в такому дусі».

Ліза Сусік, контент-креаторка книгарні «Сенс», із власного досвіду розповіла про ефект від трендових публікацій: «Популярність роману „Четверте крило” зростає саме через оформлення відео (воно передавало сильні емоції — плач під час прочитання). Це стало своєрідним маркетинговим інструментом, що стимулює зацікавленість книгою».

Пропоновані заходи пов’язані з підходами в оформленні соцмережевого контенту:

- Індивідуальний стиль та відповідність аудиторії — дотримання унікального візуального почерку, який відображає особливість акаунту (мінімалізм, ретро-стиль, бохо тощо), що пов’язано з розумінням аудиторії, тематичними та жанровими домінантами постів (пости переважно про даркромани, любовні романи, фентезі тощо). Водночас важливо дотримуватися модних трендів, на яких добре знається підліткова аудиторія і які є змінними.

- Колірні палітри — продуманість колірних схем, що забезпечує гармонійний вигляд акаунту (використання фільтрів, градієнтів, теплі / холодні тони тощо).

- Деталі та композиція — увага до деталей (розташування об’єктів, використання простору, симетрія, цікаві ракурси зйомки).

- Емоційність — візуальний образ повинен викликати емоційний відгук: відчуття затишку, натхнення, мотивації, ностальгії, що корелює з настроєм книжки, темою, сюжетом.

- Тексти та шрифти — оформлення текстів на зображеннях (цитати, підписи) впливає на сприйняття естетики, тому шрифти повинні бути читабельними й стильними, гармонізувати із загальним виглядом сторінки.

- Динамічність — інтерактивні сторіз, рілс, IGTV надають можливість урізноманітнити контент, використовувати музику, анімацію, монтаж і рух, що може бути корисним для створення ліпсінків, косплеїв та інших матеріалів.

Ці поради адресовані передовсім книжковим блогерам, які ведуть і корпоративні, і особисті акаунти.

Але якщо йдеться про візуалізацію / видовищність книжкового контенту, то неможливо оминати таку можливість, як екранізації літературних творів та роботу кінотеатрів.

Кінотеатри можуть виконувати роль посередника між літературою та візуальним мистецтвом. Покази екранізацій відомих книг із подальшими дискусіями, лекціями або воркшопами дадуть змогу розкрити глибші смисли творів, зацікавити аудиторію оригінальною літературною основою.

Наприклад, екранізація роману Колін Гувер «Покинь, якщо кохаєш» викликала зацікавленість і серед шанувальників книги, і серед нових глядачів¹¹⁹. До програми Державного агентства України з питань кіно (Держкіно) доцільно включати екранізації романів, зокрема творів сучасних українських письменників.

Доцільно взяти до уваги американський досвід: Стівен Кінг, окрім написання літературних творів, також працює над сценаріями до екранізацій своїх книг. Участь автора у створенні фільму допомагає зберегти дух оригінального тексту та розкрити його нові грані. Впровадження таких практик в Україні сприятиме не лише розвитку кінематографії, а й формуванню глибшого розуміння літературних творів у суспільстві. Додатково кінотеатри можуть співпрацювати з письменниками, залучаючи їх до презентацій екранізацій, що додає інтерактивності таким заходам. При цьому рекомендуємо суб'єктам

¹¹⁹ Екранізація «Покинь, якщо кохаєш» підняла попит на книжку в Україні URL: <https://chytomo.com/ekranizatsiia-pokyn-iakshcho-kokhaesh-pidniala-popyt-na-knyzhku-v-ukraini/>

кіноіндустрії активно налагоджувати в соцмережах зв'язок із підлітками як своєю потенційною аудиторією.

4.3.3. Бібліотерапія та психотерапевтичні практики

Підлітки використовують соціальні мережі, зокрема читацькі спільноти, не лише для обміну інформацією, а й для зняття стресів. У цьому контексті спільноти, де обговорюються книги, в умовах повномасштабного російського вторгнення стають простором для емоційної підтримки та обміну досвідом.

Пропоновані заходи спрямовані на створення безпечного та інтерактивного середовища, яке сприяє зниженню стресу, підвищенню емоційного благополуччя та розвитку почуття приналежності серед підлітків:

- чат-бот, звернувшись до якого підліток вибирає свою поточну емоційну ситуацію («відчуваю стрес», «хочу розслабитися», «потрібен мотиваційний заряд») — і на основі відповіді алгоритм рекомендує літературні твори, що можуть бути помічними. Рекомендацію можуть доповнювати візуальні елементи: віддизайнені цитати або короткі відео;

- книжкові марафони, опитування, челенджі, марафони та інші заходи створюватимуть ефект приналежності до спільноти. Це має важливе значення для підтримки емоційного благополуччя, оскільки дасть змогу підліткам почуватися частиною великої групи з подібними інтересами — серед «своїх»; за результатами заходу учасники можуть ділитися своїми враженнями, роздумами та цитатами з книг на соціальних платформах за допомогою хештегів, наприклад, #КнигаЯкЛікар;

- організація переглядів фільмів за книгами, обраними для терапевтичного ефекту, з подальшим їх обговоренням;

- аудіокниги — через слухання літературних творів підлітки отримують можливість не лише розслабитися, а й поринути у віртуальні світи, які знімають стрес і «перезавантажують» психіку; доцільно організувати сесії з аудіокнигами для медитацій та релаксації: підлітки зможуть прослуховувати терапевтичні

аудіокниги в супроводі заспокійливих візуалізацій, тихих медитативних музичних треків, що допомагає знижувати рівень стресу і тривожності.

Психологічні центри мають величезний інструментарій для організації літературно-культурних активностей такого характеру.

Психологічні центри все частіше звертаються до бібліотерапії і використовують соціальні медіа для просування літературних рекомендацій¹²⁰, щоб допомагати підліткам долати депресію і тривожність. Одним з основних напрямів є інтеграція соціальних медіа, які активно використовуються для поширення літературних рекомендацій та залучення клієнтів до терапевтичних практик. Платформи соціальних медіа дозволяють розширювати аудиторію через публікацію текстів, відео-поезії, танцювальних перформансів та інших арт-форм. Залучення контенту з цих мереж сприяє розвитку творчого самовираження та покращує доступність і ефективність бібліотерапії. Важливим елементом успішної практики є кваліфікований фасилітатор, який коректно інтегрує ці ресурси, зокрема відео, тексти та мультимедійні матеріали, у терапевтичний процес [135]. Тож доцільно активніше розповсюджувати через соціальні мережі інформацію про книги з терапевтичним ефектом.

Також перспективними є тематичні книжкові клуби на основі психологічних центрів: вони сприяють розвитку емоційної грамотності та навичок управління власними емоціями. У таких клубах учасники не лише діляться враженнями від прочитаних книг, а й отримують підтримку однодумців, що дає змогу знижувати рівень стресу та тривожності. Ефективне застосування бібліотерапії в таких клубах потребує залучення кваліфікованого фасилітатора, здатного забезпечити належний супровід цього процесу [135]. Підлітки можуть обговорювати важливі життєві питання, що виникають на фоні прочитаного, отримувати емоційне відновлення від спільного переживання літературних історій.

¹²⁰ Bibliotherapy in the age of digitization URL: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/download/9429/7597>

4.4. Просвітницький потенціал соцмереж і неформальна освіта підлітків

У Концепції виховання дітей та молоді в цифровому просторі (2021) акцентовано, що в сучасних умовах «взаємодія соціальних інститутів у вихованні дітей та молоді в цифровому освітньому просторі має спрямовуватися на формування цифрового освітнього середовища; створення нових та модернізацію існуючих можливостей для соціалізації й виховання дітей та молоді в цифровому просторі...» ...» [16]. Тобто в інформаційному суспільстві освіта реалізуватиметься на цифрових платформах, а без платформ соціальних мереж це складно уявити. У цьому контексті йдеться, зокрема, і про неформальну освіту.

Неформальна освіта охоплює різноманітні види навчання, які відбуваються поза межами традиційних освітніх установ. Це процес набуття знань, навичок та компетентностей у гнучких, інтерактивних і часто неформальних умовах. Сутність неформальної освіти полягає у добровільності, самоорганізації та орієнтації на практичне застосування отриманих знань. Вона сприяє розвитку творчості, критичного мислення, адаптивності та соціальної активності молоді. Важливість неформальної освіти підкреслюється в державних стратегічних документах, таких як Концепція виховання дітей та молоді в цифровому просторі (2021) і Стратегія розвитку читання на період до 2032 року. У цих документах наголошується на необхідності створення цифрового освітнього середовища, яке підтримуватиме соціалізацію, розвиток критичного мислення та залучення підлітків до освітнього процесу. Неформальна освіта гармонійно корелює з цими концепціями, оскільки відповідає потребам сучасного інформаційного суспільства, де основні канали отримання знань переміщуються в цифровий простір.

Неформальна освіта забезпечує індивідуалізований підхід до навчання, надаючи можливість самостійно обирати теми, формат і темп здобуття знань. Її сутність полягає у спрямованості на практичне застосування знань, розвиток

критичного мислення, творчих здібностей та особистісних компетентностей, що є важливими в умовах сучасного інформаційного суспільства.

Однією з ключових переваг неформальної освіти над традиційною є її адаптивність до інтересів і потреб учасників. Вона дає змогу поєднувати навчання з іншими видами діяльності, сприяє більшому залученню через інтерактивні формати (наприклад, онлайн-курси, воркшопи, менторські програми), а також формує навички самонавчання, необхідні в умовах швидкої зміни інформаційного середовища.

Забезпечення доступу до якісної інформації є одним із визначальних чинників у формуванні читацької культури підлітків. Це питання набуває особливої актуальності в контексті реалізації Стратегії розвитку читання на період до 2032 року та Національної молодіжної стратегії до 2030 року. Одним із головних викликів є недостатня поінформованість молоді про наявні бібліотечні ресурси, новинки літератури та сучасні формати читання, що можуть стимулювати читацьку активність.

Використання просвітницького потенціалу соцмереж для просування читацької культури передбачає:

- 1) доступ до цифрових бібліотек та освітніх онлайн-платформ;
- 2) інклюзивність у функціонуванні читацьких практик;
- 3) розвиток евристичних потреб і критичного мислення через освітні проєкти і менторство.

4.3.1. Доступ до цифрових бібліотек та освітніх онлайн-платформ

Важливим аспектом є доступ до цифрових бібліотек. Зокрема, як зазначено на офіційному вебсайті Міністерства культури та стратегічних комунікацій України (МКСК), у 2024–2029 рр. за підтримки ЮНЕСКО та ІФЛА реалізуватиметься проєкт Національної електронної бібліотеки України: «В результаті створення Національної Електронної Бібліотеки України (НЕБУ) буде впроваджена централізована система довготривалого зберігання електронних документів, що сприятиме збільшенню доступності для користувачів та

підвищенню захисту об'єктів національного значення»¹²¹. Інтеграція Національної електронної бібліотеки з мобільними застосунками соціальних мереж є перспективним напрямом, адже розширює доступ підлітків до літератури. Оскільки сучасні підлітки багато часу проводять у соцмережах, бібліотекам необхідно активно комунікувати з ними на відповідних платформах. Це передбачає конструювання позитивного іміджу бібліотеки як модного та актуального ресурсу, що відповідає трендам молодіжної культури.

Наразі українські підлітки вже мають доступ до цифрових бібліотек, які надають вільний або умовно вільний доступ до книг і навчальних матеріалів, наприклад:

- E-bookua¹²² надає можливість завантажити українські книги, зокрема підліткову літературу;

- Open Library¹²³ — міжнародна бібліотека з великою кількістю електронних книг, зокрема й українською мовою, яку можна читати безкоштовно;

- Storytel¹²⁴ — підписна платформа для аудіо- та електронних книг, популярна серед підлітків завдяки сучасній літературі, зокрема українських авторів, і активній присутності в ТікТок та Інстаграм. Нові користувачі можуть скористатися безкоштовним пробним періодом, після якого доступ надається за щомісячну плату.

Пропоновані заходи:

- активна присутність цифрових бібліотек та освітніх онлайн-платформ у популярних соціальних мережах (ТікТок, Інстаграм, Ютуб);

- регулярне інформування підлітків про діяльність цифрових бібліотек та освітніх онлайн-платформ через креативний контент;

- залучення до штату контент-мейкера для створення якісних публікацій та впровадження інтерактивних форматів, таких як челенджі, літературні марафони, опитування й стріми;

¹²¹ Цифрова скарбниця: Національна Електронна Бібліотека (НЕБ). URL: <https://mcsc.gov.ua/news/czyfrowa-skarbnycza-naczionalna-elektronna-biblioteka-neb/>

¹²² E-bookua URL: <https://e-bookua.org.ua>

¹²³ Open Library URL: <https://openlibrary.org>

¹²⁴ Storytel URL: <https://www.storytel.com/tv>

- інформаційні кампанії цифрових бібліотек та освітніх онлайн-платформ в соціальних мережах про доступ електронних ресурсів.

Такий підхід дозволить бібліотекам та освітнім онлайн-платформам знаходити аудиторію там, де вона є, забезпечувати зручний доступ до літератури та сприяти розвитку читацької культури серед підлітків.

Досвід книгарні «Сенс» демонструє ефективність активної присутності у соціальних мережах для залучення аудиторії та популяризації читання. Вона успішно використовує сучасні комунікаційні стратегії, створюючи яскравий та цікавий контент, який резонує з підлітковою аудиторією. Завдяки професійному контентмейкеру книгарня активно веде свої сторінки у популярних соціальних мережах, регулярно інформуючи про новинки, акції та події. Такий підхід трансформує книгарню «Сенс» з простої торговельної точки на осередок культурного життя, що сприяє формуванню читацьких інтересів підлітків та стимулює їхнє залучення до читання.

4.3.2. Інклюзивність у промоції читацької культури

Стратегія розвитку читання наголошує на такому важливому аспекті, як інклюзивність, — йдеться про забезпечення доступу до літератури для різних соціальних груп, зокрема для осіб з обмеженими можливостями. Соціальні мережі можуть суттєво покращити доступність літератури для таких груп.

Інклюзивність у читацьких практиках є важливим аспектом забезпечення рівного доступу до літератури для всіх соціальних груп, включаючи осіб з обмеженими можливостями. Національна стратегія із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року акцентує увагу на необхідності адаптації інформації та літературних матеріалів для осіб з інвалідністю [11].

Незважаючи на значний потенціал соціальних мереж та цифрових технологій у покращенні доступності літератури, такі ініціативи залишаються поодинокими. Наприклад, проєкт «Аудіокнига «Легенди Чарівнолісся», спрямований на створення адаптованих аудіоматеріалів для дітей з

порушеннями зору та дислексією, є одним із небагатьох прикладів інклюзивних проєктів у цій сфері¹²⁵.

Пропоновані заходи — поширення адаптованих матеріалів, а саме аудіокниг та відео із субтитрами для підлітків, що мають порушення зору, слуху.

Бібліотеки можуть стати центрами інновацій у літературній сфері. Окрім традиційної функції доступу до книг, вони могли би організовувати тематичні виставки. Наприклад, за мотивами класичних або сучасних аудіокнижок, поєднавши аудіотекст із візуальними й мультимедійними компонентами, інсталяціями тощо.

Музеї та галереї можуть інтегрувати літературу у свої експозиції. Наприклад, виставки, присвячені творчості письменників або літературним епохам, можуть доповнюватися інтерактивними інсталяціями.

4.3.3. Розвиток евристичних потреб через освітні проєкти і менторство

У контексті Концепції Нової української школи (2016), яка акцентує увагу на формуванні не лише академічних, а й соціокультурних навичок у підлітків, соціальні мережі можуть стати важливим середовищем для розвитку критичного мислення та самостійного навчання.

Створення онлайн-курсів, вебінарів та освітніх проєктів, які висвітлюють важливість читання для розвитку інтелектуальних та емоційних навичок, може заохочувати молодь до залучення до літературної діяльності. Тому слід розвивати співпрацю освітніх та культурних установ, зокрема шкіл та бібліотек:

- бібліотекам співпрацювати з освітніми установами, вчителями для реалізації проєктів, спрямованих на популяризацію читання через соцмережі та інтеграції таких платформ у навчальний процес;

- заохочувати бібліотеки та культурні центри до організації клубів за інтересами, де підлітки можуть обговорювати книги, брати участь у челенджах та марафонах.

¹²⁵ “Легенди Чарівнолісся”: книга і фільм Віктора Андрієнка стануть інклюзивною аудіовиставою для дітей з порушеннями зору і дислексією URL: <https://playua.net/legendy-charivnolissya-knyga-i-film-viktora-andriyenka-stanut-inklyuzivnoyu-audiovystavoyu-dlya-ditej-z-porushennyamy-zoru-i-dysleksiyeyu/>

- партнерство з бібліотеками та культурними організаціями для проведення освітніх акцій, інтерактивних виставок і літературних заходів як онлайн, так і офлайн, що дасть змогу підліткам розвивати соціокультурні навички і заохочувати їх до активної участі в культурному житті.

Державні органи та інституції (Міністерство освіти і науки України, Міністерство молоді та спорту України, Державне агентство з питань електронного урядування України), відповідальні за реалізацію молодіжної політики та освіти, покликані розробити національні стратегії, які інтегрують соціальні мережі в освітнє середовище, підтримати ініціативи, спрямовані на соціалізацію молоді та розвиток її критичного мислення.

Онлайн-освітні платформи («Освіторія», «ВШО», Prometheus та EdEra) мають великий потенціал для розвитку соціокультурних навичок у підлітків та підтримки ідеї Нової української школи — ключової реформи Міністерства освіти і науки – щодо формування критичного мислення і самостійного навчання. Прикметно те, що освітні проєкти на зазначених онлайн-платформах поєднують інноваційні підходи та соціокультурний контекст. Шляхом онлайн-курсів та вебінарів вони працюють над розвитком у школярів таких якостей, як емоційний інтелект та соціальна відповідальність. Крім того, онлайн-платформи проводять курси з педагогічної майстерності для вчителів, тож педагоги зможуть використовувати новітні методи для інтеграції соціальних мереж і цифрових інструментів у процес навчання, що підвищить рівень залученості учнів.

Освітні установи (школи, коледжі, університети та інші заклади освіти) відіграють ключову роль у поширенні освітнього контенту через соціальні платформи, забезпечуючи інтерактивність навчання та популяризацію читання серед учнів і студентів; *педагоги й освітяни* – вчителі, викладачі і освітні менеджери, які створюють та поширюють навчальні матеріали у формі онлайн-курсів, вебінарів, відеоуроків тощо, сприяючи залученню підлітків до сучасних освітніх практик, в тому числі позашкільних.

4.5. Висновки до розділу 4

Авторська модель розвитку читацької культури підлітків у соцмережах базується на їхньому просвітницькому, комунікативному та рекреаційному потенціалах.

Модель передбачає поєднання онлайн- та офлайн-активностей: родинних традицій, відвідувань культурних подій, синергії освітніх і культурних інституцій. Залучення підлітків до читання є спільним завданням різних зацікавлених сторін: владних органів (формування та реалізація державної культурної політики та промоція культури читання), освітніх закладів та учителів (інтеграція читання в навчання), батьків (створення умов для читання вдома), культурних інституцій, як-от бібліотеки, музеї, галереї, театри, кінотеатри (популяризація літератури через заходи), лідерів думок (приклад для наслідування, участь у проєктах). Унаслідок синергії співпраці зазначених суб'єктів читання має стати природним складником, стилем життя підлітка. І всі вони в своїй взаємодії та активностях можуть використовувати соціальні мережі, з огляду на те, що соцмережі володіють комунікативним, рекреаційним та освітнім потенціалами, які слід ефективно використати.

Комунікативний потенціал соцмереж доцільно застосовувати для інформування підлітків про книжкові проєкти, просування читацьких наративів. Це передбачає:

Розвивати книжкові спільноти: Букток, Буктуб і Букстаграм — перспективні платформи для обміну думками, критичного аналізу та популяризації читання. Зокрема, блогери мають можливість формувати віртуальні книжкові клуби. Необхідно поширювати в Мережі пояснювальні відео, використовуючи хештеги #Букток, #українськийБукстаграм, #Буктуб_українською для охоплення ширшої аудиторії (підлітки, батьки, інші зацікавлені сторони). А також додати контент про соцмережеві спільноти в уроки з медіаграмотності.

Взаємодіяти з творцями книжкової культури: Інтерактивність соцмереж дає змогу підліткам спілкуватися з авторами, видавцями, зазираючи в їхні творчі майстерні. Потрібно налагодити живий діалог через воркшопи, онлайн-лекції, вебінари та інші заходи про книжки.

Формувати читацькі звички: Постійні рекомендації, рецензії, обговорення книг, календар подій і нагадувань у соцмережах створюють середовище для розвитку стійкої потреби підлітка в читанні. Досягати невід’ємної присутності книжки в повсякденні варто також шляхом колаборації блогерів — потрібно інтегрувати книжкові теми в контент блогерів інших ніш, як і хештеги #Букток, #українськийБукстаграм, #Буктуб_українською. Зручною і персоналізованою формою комунікації з підлітками є мобільні застосунки, інтегровані з Букток чи Букстаграм.

Рекреаційний потенціал соцмереж доцільно використовувати для змістовного, культурного дозвілля, творчості, саморегуляції юних читачів. Соцмережі можуть перетворити читання на привабливу дозвілєву практику, адже вони пропонують:

Творчі, ігрові форми просування книжкової культури: літературні челенджі, квізи, вікторини, конкурси буктрейлерів чи мемів.

Косплеї, ліпсинки, діалоги: легкі та вірусні форми, що інтегрують книги в популярну культуру.

Естетичний контент: атмосферні візуальні публікації, стильно оформлені цитати, графіка створюють емоційний зв’язок із літературою.

Соцмережі також підтримують ментальне здоров’я через тематичні книжкові клуби, інтерактивні опитування та аудіокниги для релаксації. Бібліотерапія та емоційна підтримка в книжкових спільнотах сприяють зниженню стресу, розвитку емоційного інтелекту та почуття спільності.

Просвітницький потенціал соцмереж і неформальна освіта підлітків доцільно використовувати для формування пізнавальних потреб та розширення горизонтів підлітків. Соцмережі — ефективний інструмент формування читацької культури підлітків, адже вони сприяють доступу до якісної інформації,

цифрових бібліотек та освітніх онлайн-платформ. Стратегія розвитку читання (до 2032 р.) наголошує на важливості поінформованості молоді про бібліотечні ресурси, новинки літератури та сучасні формати читання.

Основні напрями використання просвітницького потенціалу соцмереж:

Доступ до цифрових бібліотек та освітніх онлайн-платформ. Важливим аспектом розвитку читацької культури є доступ до цифрових бібліотек та освітніх онлайн-платформ («Освіторія», «ВШО», Prometheus та EdEra). У 2024–2029 рр., згідно з планами Міністерства культури та стратегічних комунікацій України (МКСК) та за підтримки ЮНЕСКО та ІФЛА, реалізуватиметься проєкт Національної електронної бібліотеки України. Цей масштабний проєкт, також уже існуючі (E-bookua, Open Library, Storytel) потрібно інтегрувати із соцмережами, адже креативний контент, активне інформування сприятиме залученню підлітків.

Інклюзивність: адаптовані матеріали (аудіокниги, субтитри) для підлітків із порушеннями зору чи слуху.

Розвиток критичного мислення: освітні проєкти, клуби за інтересами, партнерство шкіл і бібліотек для організації літературних заходів.

Реалізація пропонованої моделі сприятиме формуванню соціокультурних навичок і популяризуватиме читання серед українських підлітків.

ВИСНОВКИ

1) Термін «соціальна мережа» має широкий зміст: «група вузлів» (Дж. Барнс), об'єднання людей за допомогою комп'ютерної мережі (Л. Гартон, К. Гейторнтвейт, Б. Велман), платформа для інформаційного обміну (А. Каплан, М. Галейн), платформа соціалізації на основі спільних зацікавлень (Д. Галлардо, К. Гусман, О. Марченко, Е. Огар), середовище формування віртуальної особистості (Ю. Лавриш).

Соцмережеві ресурси (Фейсбук, Інстаграм, ТікТок, Ютуб тощо), оперті на алгоритми, формують стрічку відповідно до вподобань користувача (звісно, тут є загрози маніпулювання), але є й потенціал швидкої комунікації та персоналізації контенту.

Соцмережі похитнули традиційні інститути читання, впливаючи на формування новітньої читацької культури — цифрової, інтерактивної, діяльнісної, яку можливо описати в парадигмах рецептивної естетики (В. Ізер, Г. Р. Яусс), деконструкції тексту і дискурсу (Ж. Дерріда, М.-П. Фуко), концепції «емпіричного і зразкового читача» (У. Еко), технологічного детермінізму (Т. Веблен, М. Маклюен).

Підлітки, як «цифрове покоління» («покоління Альфа», згідно з теорією поколінь Штрауса — Гоува), ідентифікують себе переважно з урбаністичною культурою, мають емоційні коливання, риси динамізму, креативності, але демонструють низький рівень читацької грамотності (PISA); втім, не всі. Дослідники (В. Балюк, А. Бессараб, Т. Крайнікова, О. Мітчук, Е. Огар, О. Рижко, Н. Чепелева) акцентують на ролі медіакультури у формуванні читацької компетентності — здатності шукати, аналізувати та створювати інформацію. Нині ця якість залежить не лише від формальної освіти, а й від активності в соцмережах.

2) Досліджено читацьку поведінку підлітків в аспектах літературних уподобань, регулярності читання, улюблених платформ, мотивації та бар'єрів.

Згідно з даними анкетного опитування «Читання книг і соцмережі» (2023), підлітки віддають перевагу жанрам, які передовсім дарують емоційні переживання: фантастика і фентезі (67,4% респондентів), детективи, трилери, даркромани (63,1%), пригодницька література (62,6%), любовні романи (47,1%).

Більшість підлітків (85,6%) читають паперові книги, проте майже третина читає рідко (35,3%); 72,2% респондентів читають електронні книги, однак серед них постійних читачів ще менше (34,7%). Тож популярність мають і паперові, і цифрові формати, а твердження про повну кризу читання дещо перебільшене.

Основні мотиви читання підлітків — розваги та релаксація (69,5%), тоді як освітні цілі менш поширені (49,2%). Соціальні зв'язки є ключовим рушієм вибору книг: спрацьовують відгуки інших читачів у соцмережах (52,4%), усні рекомендації друзів (43,3%), рекомендації книжкових блогерів (39%), усні рекомендації батьків (25,1%). Прикметно, що найменшу вагу мають усні рекомендації вчителів (16,6%).

Читацькі бар'єри: недостатня обізнаність підлітків про книжкові спільноти в соцмережах (47,6%), незнання книжкових блогерів (48,1%), байдужість та неготовність до рекомендацій книг, брак часу, спротив примушуванню до читання.

3) Книжкова спільнота в соціальній мережі — інтерактивна цифрова група, сформована на платформі соцмережі, кластер користувачів, які цікавляться книгами і спостерігають за процесом читання інших осіб (авторське визначення).

В українському сегменті соцмереж найактивнішими є: Букток — у ТікТок, Буктуб — в Ютуб, Букстаграм — в Інстаграм. Їх можливості: об'єднання у групи однодумців, функціонування віртуальних книжкових клубів, обговорення прочитаного, обмін читацькими враженнями та новинами, комунікація з авторами та видавцями, постинг, побудова кар'єри у книжковій сфері.

Книжкові спільноти мають особливості, що зумовлено алгоритмами відповідних платформ. Технічним чинником для створення спільнот є хештеги. Упродовж вересня 2022 — серпня 2023 хештеги #українськийБукток,

#українськийБукстаграм та #Буктокукраїнською згадувалися у відповідних соцмережах 50 622 рази.

4) Згідно з результатами медіамоніторингового дослідження «Українські книжкові спільноти» (2023), за найвищими показниками сумарного залучення (лайки, коментарі, перегляди контенту) виявлено топ-5 авторів у кожній книжковій спільноті, а відтак проаналізовано особливості їхнього контенту:

Лідери Буктоку: 1) Єлизавета Сусік, (@susikliza); 2) Марина, Mari (@say_mari); 3) Дарія Холод (@holod_books); 4) Аня (@book.mak); 5) Isabell_books (@isabell_books).

Буктокери цілеспрямовано звертаються та взаємодіють із молодіжною аудиторією, креативлять, використовують різноманітні ігрові формати; в контенті домінує відеоскладник; багато емоцій та гумору.

Лідери Буктубу: 1) Ksenia Kellerman (@KseniaKellerman); 2) Reading Mary (@ReadingMary); 3) Anna Book Diary (@AnnaBookDiary); 4) Milka Read (@milkaread); 5) Сандра (@Strangelovee).

Буктубери розглядають книги детальніше, створюючи розлогі відео (понад 20 хв.); контент різноманітний (огляди, книжкові виклики, інтерв'ю), емоційний, але структурований, технологічно складніший (зображення, звук, монтаж).

Лідери Букстаграму: 1) Anastasia | Bookblog (@ua_book_time); 2) Anny Rem (@lovebooks.ua); 3) Жанна Школьна (@zhanna_shkolna); 4) Настя • фентезі та фантастика, класика + книжкові експерименти (@reading_.hours); 5) Просто читачка, просто Тетяна ;) (@tetnako).

Букстаграмери естетизують читання — багато атмосферних, стильних фото, контент із виразним суб'єктивним фокусом, текстові дописи змістовні, тяжіють до аналітичності (огляди книжок, тематичні підбірки); застосовують коментарі, опитування в Stories, гівевеї.

Характерно, що всі згадані акаунти належать жінкам, — блогери-чоловіки в книжкових спільнотах є, але їх менше і вони менш впливові.

5) Підлітки прагнуть розваг, шукають нові способи вираження емоцій та рефлексій, пов'язаних із прочитаним. Потребу в грі реалізують у соцмережах —

і набуває ця гра різних форм медіаторчості. У дисертації відповідні явища проаналізовані, надані авторські дефініції:

Книжковий косплей у ТікТок — форма фанатського відеоконтенту, що дає змогу користувачам перевтілюватися в їхніх улюблених персонажів, розігрувати сцени з книг, використовуючи, в разі потреби, костюми, реквізит.

Книжковий ліпсінк — форма перформансу; синхронізований рух губ під звуковий ряд, узятий з аудіокнижки чи адаптації (екранізації, театральної постановки тощо).

Читацький дуєт у ТікТок — відео про читання й книжки, створене як відповідь на відео іншого ТікТокера: дві паралельні сцени в одному екрані, де кожен учасник може взаємодіяти з контентом іншого, доповнюючи або коментуючи його.

ТікТок-переписка — короткий відеодіалог, який користувачі ТікТоку створюють, ділячись історіями, думками, емоціями та імітуючи живе спілкування. ТікТок-переписки часто засновані на текстах книжок, пісень або вигаданих сценаріях; креативно поєднують текстовий контент, візуальні ефекти, а також настроєву музику або звуки.

Такого плану контент демонструє високу вірусність, пости поширюються як меми, набираючи тисячі реакцій.

б) Застосування соцмереж у неформальній освіті корелює з концепціями «нової грамотності» та «прихованого навчального плану».

Згідно з дослідженням «Читання книг і соцмережі» (2023), 77,3% підлітків активно споживають освітній або пізнавальний контент у соцмережах. При цьому 52,9% респондентів відповіли, що іноді натрапляють на такий контент; 30,5% зазначили, що часто шукають і переглядають його. Їх цікавить інформація у відеоформаті. Крім того, згідно із кейс-стаді «ТікТок як платформа для мотивації підлітків до читання» (2023), важливим є цікавість інформації. Підліткам імпонують письменники — неординарні постаті, які мають близькі цінності, пишуть про почуття; підліткам не імпонують літературознавчі штампи.

Також певні респонденти демонструють високу зацікавленість вивчати англійську мову, споживаючи контент у соцмережах.

Проведений аналіз засвідчив, що освітні онлайн-платформи («Освіторія», «EdEra», «Prometheus») вже звертаються до соцмереж, прагнучи залучати підлітків та просувати їхні проєкти.

7) В умовах російсько-української війни підлітки виявляють високий рівень тривожності. Тому актуалізується такий психотерапевтичний, а водночас культурницький напрям, як бібліотерапія. Опитані підлітки (дослідження «Читання книг і соцмережі» (2023)) стверджували, що читання для них є способом подолання стресу, допомагає відволікатися та самовиражатися.

8) За результатами дослідження запропоновано авторську модель розвитку читацької культури підлітків у соцмережах. Модель базується на комунікативному, рекреаційному та просвітницькому потенціалах соцмереж, поєднуючи онлайн- і офлайн-активності. Передбачає, що читання має стати природною частиною життя підлітків завдяки співпраці владних органів, освітян, батьків, культурних установ і лідерів думок, з використанням можливостей соцмереж (див. Додаток Є).

9) Перспективні напрями подальших досліджень: синергія онлайн- та офлайн-активностей у промоції культури читання, інтеграція цифрових бібліотек та освітніх онлайн-платформ із соцмережами, соцмережі як простір для бібліотерапії та емоційної підтримки трансформація читацької культури через вірусний контент у соцмережах; інклюзивність у читацькій культурі та можливості соцмереж, довгостроковий вплив соцмереж на формування читацької компетентності та ін.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

Законодавчі акти, нормативні документи, концепції

1. *Про внесення змін до деяких законів України щодо встановлення обмежень на ввезення та розповсюдження видавничої продукції, що стосується держави-агресора, Республіки Білорусь, тимчасово окупованої території України* : Закон України № 2309-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2309-20#Text>
2. *Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо протидії булінгу (цькуванню)*: Закон України № 2657-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-19#Text>
3. *Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні* № 601-IV: Закон України (редакція від 20.06.2024). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/601-15#Text>
4. *Про забезпечення функціонування української мови як державної* : Закон України № 2704-VIII (редакція від 27.06.2024). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text>
5. *Про затвердження Критеріїв оцінки видавничої продукції, що дозволена до розповсюдження на території України* : наказ Державного комітету телебачення і радіомовлення України від 03.03.2017 № 47. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0586-17#Text>
6. *Про media* : Закон України №2849-IX (редакція від 11.02.2024) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>
7. *Про Національну молодіжну стратегію до 2030 року*: Указ Президента України № 94/2021 (редакція від 12.03.2021). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/94/2021#Text>
8. *Про освіту* : Закон України № 2145-VIII (редакція від 27.06.2024). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>

9. *Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 14 травня 2021 року «Про Стратегію людського розвитку»* : указ Президента України від 2 червня 2021 р. № 225/2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/225/2021#Text>

10. *Про схвалення Концепції Державної цільової національно-культурної програми забезпечення всебічного розвитку і функціонування української мови як державної в усіх сферах суспільного життя на період до 2030 року* : розпорядження Кабінету Міністрів України від 19 травня 2021 р. № 474-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/474-2021-%D1%80#Text>.

11. *Про схвалення Національної стратегії із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року*: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 14 квітня 2021 р. № 366-р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/366-2021-p?utm_source=chatgpt.com#Text

12. *Про схвалення Стратегії розвитку бібліотечної справи на період до 2025 року «Якісні зміни бібліотек для забезпечення сталого розвитку України»* : розпорядження Кабінету Міністрів України від 23 березня 2016 р. № 219-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/219-2016-%D1%80#Text>.

13. *Про схвалення Стратегії розвитку читання на період до 2032 року «Читання як життєва стратегія» та затвердження операційного плану її реалізації на 2023–2025 роки*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/190-2023-%D1%80#Text>

14. *Сімейний кодекс України*. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2002, № 21–22, ст. 135. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2947-14#Text>

15. *Нова українська школа. Концептуальні засади реформування середньої школи*: Міністерство освіти і науки України, 2016. URL: <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/zagalna%20serednya/nova-ukrainska-shkola-compressed.pdf>

16. *Концепція виховання дітей та молоді в цифровому просторі.* Київ : Інститут проблем виховання НАПН України, 2021. 52 с.
URL: <https://ipv.org.ua/wp-content/uploads/2021/08/Kontseptsiia-vykhovannia-ditey-ta-molodi-v-tsyfrovomu-prostori.pdf>

17. *Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (2010).* Схвалено постановою Президії Національної академії педагогічних наук України 20 травня 2010 року, протокол № 1-7/6-150 URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/11048/2010-09-29-kontseptsiya-vprovadzhennya-mediaosvity-v-ukraini/>

18. *Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) /* За ред. Л. А. Найдьонової, М. М. Слюсаревського. Київ : Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, 2016. 16 с.

Етичні кодекси спільнот

19. *Кодекс етики українського журналіста*
URL: <https://cje.org.ua/ethics-codex/>

20. *Правила спільноти ТікТок*
URL: <https://www.ТікТок.com/community-guidelines/uk-ua/overview/>

21. *Стандарти спільноти Фейсбук.*
URL: <https://transparency.fb.com/uk-ua/policies/community-standards/?source=https%3A%2F%2Fwww.Фейсбук.com%2Fcommunitystandards%2F>

22. *Правила спільноти Інстаграм* URL: <https://help.Інстаграм.com/477434105621119?hl=uk>

Вторинні емпіричні дослідження

23. *Аналітичний звіт за результатами всеукраїнського соціологічного дослідження в межах проекту «Підтримка промоції читання в Україні» /* відповідно до договору № 1 від 3 липня 2023 року на замовлення ГО «Форум видавців», виконавець ТОВ «Інфо Сапієнс Інтернешнл». 2023.

24. *Вивчення практик медіаспоживання та оцінка рівня медіаграмотності підлітків віком 12–18 років //* ГО «Детектор медіа». – 2025. – URL:

<https://detector.media/infospace/article/237295/2025-01-21-vyvchennya-praktyk-mediaspozhyvannya-ta-otsinka-rivnya-mediagramotnosti-pidlitkiv-vikom-1218-rokiv/>

25. *Від «Трухи» до Гордона: найпопулярніші канали українського сегмента Телеграм // Детектор медіа. 2022.*
 URL: <https://detector.media/monitorynh-internetu/article/202665/2022-09-09-vid-trukhy-do-gordona-naupopulyarnishi-kanaly-ukrainskogo-segmenta-Telegram/>

26. *Віртуальний світ та підлітки: що показують дослідження? // Центр громадського здоров'я МОЗ України.*
 URL: <https://phc.org.ua/news/virtualniy-svit-ta-pidlitki-scho-pokazuyut-doslidzhennya>

27. *Вплив пандемії COVID-19 на щоденні практики дитинства: результати дослідження на замовлення ГО «Культурні географії», за фінансової підтримки Українського культурного фонду (2021).*
 URL: <https://childrencovid19.org.ua/rezultaty/>

28. *Дозвілля молоді : звіт дослідження U-Report Ukraine разом із Радою з молодіжних питань при Президентові України (березень 2023).*
 URL: <https://ukraine.ureport.in/story/1400/>

29. *За рік карантину кількість українських користувачів в соцмережах зростає на 7 млн і досягла 60% населення країни (GlobalLogic, 2021).* URL: <https://www.globallogic.com/ua/about/news/social-media-during-quarantine/>

30. *Індекс взаємодії молоді з інформацією (Y-VIBE). Медіаграмотність та споживання інформації серед української молоді (2021–2022).* 2022. URL: <https://drive.google.com/drive/folders/1KUDJOvW9jBcTsAJ357dZp6pD7sloO9ib?usp=sharing>

31. *Національний звіт за результатами міжнародного дослідження якості освіти PISA-2018 / М. Мазорчук та ін. Київ : УЦОЯО,*

2019. 439 с. URL: https://testportal.gov.ua/wp-content/uploads/2019/12/PISA_2018_Report_UKR.pdf

32. *Національний звіт за результатами міжнародного дослідження якості освіти PISA-2022* / кол. авт. : Г. Бичко (осн. автор), Т. Вакуленко, Т. Лісова, М. Мазорчук, В. Терещенко, С. Раков, В. Горох та ін. ; за ред. В. Терещенка та І. Клименко ; Український центр оцінювання якості освіти. Київ, 2023. 395 с.

33. *Звіт за результатами дослідження якості організації дистанційного навчання у закладах загальної середньої освіти України*. Київ : Державна служба якості освіти України, 2022. URL: https://sqe.gov.ua/wp-content/uploads/2022/09/Zvit_Distance_learning_spreads_SQE_SURGe_05.09.2022.pdf

34. *Медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни*. Опитування ОПОРИ. URL: https://opora.ua/org/polit_ad/mediaspozhyvannia-ukrayintsiv-v-umovakh-povnomasshtabnoyi-viini-opituvannia-opori-24068

35. *Підлітки та їхнє життя під час війни: настрої, цінності, майбутнє всеукраїнського соціологічного дослідження* : звіт дослідження компанії Kantar (2023). URL: <https://dobrodiy.club/wp-content/uploads/2023/03/doslidzhennya-pidlitky-ta-yihnye-zhyttya-pid-chas-vijny-nastroyi-czinnosti-majbutnye.pdf>

36. *Повоєнне відновлення України та медіаспоживання: загальнонаціональне соціологічне опитування (3-12 березня 2024)* : Фонд «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва ; Центр політичної соціології. URL: <https://dif.org.ua/article/povoenne-vidnovlennya-ukraini-ta-mediaspozhyvannya-zagalnonatsionalne-sotsiologichne-opituvannya>

37. *Популярність піратських сайтів з книжками збільшилася на 26,6% — дослідження*. URL: <https://chytomo.com/populiarnist-piratskykh-sajtiv-z-knyzhkamy-zbilshylasia-na-26-6-doslidzhennia/>

38. *Соціальні мережі під час війни: як мають змінитися платформи і самі користувачі.* URL: <https://cedem.org.ua/news/sotsialni-merezhi-pid-chas-viynu/>
39. *Україна: дослідження споживання та сприйняття медіаконтенту : звіт дослідження на замовлення Thomson Reuters Foundation (2020).* URL: <https://epim.trust.org/>
40. *Українська молодь сьогодні / Центр аналізу та соціологічних досліджень (CISR) Міжнародного республіканського інституту (MPI) в межах програми USAID “Мріємо та діємо”. – 2024. – URL: https://mriemotadiemorazom.org/ukrainian-youth-today?fbclid=IwY2xjawEoJ8dleHRuA2FlbQIxMAABHTgRPqCEEbPWafadgijJ4GOK10ArBZSN3CEhmRJZCn6X6OOoLqg786yn8g_aem_Ix6GofEeAaPjtSGni2bCMQ*
41. *Читання в контексті медіаспоживання: вплив карантину на читацьку поведінку українців (2020): звіт дослідження Українського інституту книги.* URL: https://drive.google.com/file/d/15eZw4iK-ldrXewQLFQ63eI_8nBE-GFqU/view
42. *Читання в контексті медіаспоживання та життєконструювання : звіт дослідження Українського інституту книги (2020).* URL: <https://ubi.org.ua/uk/news/kategoriya-2/uik-oprilyudniv-rezultati-doslidzhennya-chitannya-v-konteksti-mediaspozhyvannya-ta-zhitt-konstruyuvannya-dokument>
43. *Читання в Україні: престиж, культура, інфраструктура: форум (2015).* URL: https://utppublishing.com/doi/pdf/10.3138/ukrainamoderna.22.008?utm_source=chatgpt.com
44. *Що більше часу в соцмережах, то більший ризик депресії у підлітків: результати дослідження.* URL: <https://osvitoria.media/opinions/shho-bilshe-chasu-v-sotsmerezah-to-bilshyj-ryzyk-depresiyyi-u-pidlitkiv-rezultaty-doslidzhennya/>

45. *ЮНІСЕФ*: Українські підлітки нехтують своїм здоров'ям, погано харчуються та проводять життя в соціальних мережах : результати дослідження ЮНІСЕФ-2019. URL: <https://www.unicef.org/ukraine/%D0%BF%D1%80%D0%B5%D1%81-%D1%80%D0%B5%D0%BB%D1%96%D0%B7%D0%B8/%D1%8E%D0%BD%D1%96%D1%81%D0%B5%D1%84-%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D1%96-%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%BA%D0%B8-%D0%BD%D0%B5%D1%85%D1%82%D1%83%D1%8E%D1%82%D1%8C-%D1%81%D0%B2%D0%BE%D1%97%D0%BC-%D0%B7%D0%B4%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B2%D1%8F%D0%BC-%D0%BF%D0%BE%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%BE-%D1%85%D0%B0%D1%80%D1%87%D1%83%D1%8E%D1%82%D1%8C%D1%81%D1%8F-%D1%82%D0%B0-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B4%D1%8F%D1%82%D1%8C-%D0%B6%D0%B8%D1%82%D1%82%D1%8F>

46. *Як читають українці під час повномасштабної війни*. Всеукраїнське соціологічне дослідження в межах проекту «Підтримка промоції читання в Україні». Український інститут книги. 2023. URL: https://drive.google.com/drive/folders/11dCLVlo5Evmc_9n_QI9ZBF99So1S7ZZ.

47. *Children and young people's reading in 2024* / National Literacy Trust. 2024. URL: https://nlt.cdn.ngo/media/documents/Children_and_young_peoples_reading_in_2024_Report.pdf

48. *Digital 2022: Another Year Of Bumper Growth* : Wearesocial report. URL: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>

49. *Digital* 2024: *Ukraine*. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-ukraine>

50. *Investing in a safe, healthy and productive transition from childhood to adulthood is critical*. URL: <https://data.unicef.org/topic/adolescents/overview/#:~:text=Defined%20by%20the%20United%20Nations,it%2C%20significant%20growth%20and%20development>

51. *Most popular social networks worldwide as of January 2023, ranked by number of monthly active users* : Statista report.

URL: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

52. *Qustodio 2020*. Screen Time All the Time. Apps and kids: A year trapped behind screens : Qustodio's annual report on children's digital habits in 2020. URL: <https://www.qustodio.com/en/screen-time-all-the-time/>

53. *Qustodio 2021*. Living and learning in a digital world. The complete snapshot of how children are living and growing with technology : The Qustodio annual data report 2021. URL: <https://www.qustodio.com/en/living-and-learning-in-a-digital-world/>

54. *Qustodio 2022*. From Alpha to Z: raising the digital generations. How are our new digital natives shaping technology habits? How are families adapting to an ever-changing world? : The Qustodio annual data report 2022. URL: <https://www.qustodio.com/en/from-alpha-to-z-raising-the-digital-generations/>

55. *Social Media, Social Life: How Teens View Their Digital Lives : A Common Sense Media Research Study* (2012). URL: <https://www.common sense media.org/sites/default/files/research/socialmediasociallife-final-061812.pdf>

56. *Teens, Social Media and Technology* / Pew Research Center. – 2018. – URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/>

57. *The Common Sense Census: Media Use by Tweens and Teens : national survey done by Common Sense Media* (2019). URL: <https://www.common sense media.org/sites/default/files/research/report/2019-census-8-to-18-full-report-updated.pdf>

58. *ТікТок став найпопулярнішою соцмережею серед молоді в Україні, решта дивиться Ютуб — дослідження* (2022). URL: <https://biz.nv.ua/ukr/tech/ТікТок-став-найпопулярнішою-соцмережею-серед-молодих-українців-новини-ukrajini-50210070.html>

Наукова, навчальна, довідкова література

59. *Абрамович С.* Археписьмо / С. Д. Абрамович // Велика українська енциклопедія. URL: <https://vue.gov.ua/Археписьмо>
60. *Алексеєнко Ю.* Соціальні медіа й соціальні мережі в процесі конвергенції старих і нових медіа / Ю. О. Алексеєнко // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Журналістика». Т. 32(71). № 5 Ч. 2 2021. С. 160–164
URL: http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/5_2021/part_2/27.pdf
61. *Артемов В.* Ризики, які виникають в ході використання соціальних мереж в Інтернеті: психологічний аспект / В. Ю. Артемов, В. М. Жалубак, О. В. Руснак // Правничий вісник Університету «КРОК». 2019. Вип. 34. С. 178–186
URL: <https://library.krok.edu.ua/media/library/category/zhurnali/pravnychyi-visnyk-universytetu-krok/pravnychyi-visnyk-universytetu-krok-n34.pdf>
62. *Балакірева О.* Куріння, вживання алкоголю та наркотичних речовин серед підлітків, які навчаються: поширення й тенденції в Україні за результатами дослідження 2019 року в рамках міжнародного проекту «Європейське опитування учнів щодо вживання алкоголю та інших наркотичних речовин — ESPAD»: монографія. Київ: ТОВ «Обнова Комп.», 2019. 214 с.
URL: https://www.unicef.org/ukraine/media/2521/file/ESPAD_2019_ukr.pdf
63. *Балакірева О., Бондар Т. та ін.* Соціальна обумовленість та показники здоров'я підлітків та молоді: за результатами соціологічного дослідження в межах міжнародного проекту «Здоров'я та поведінкові орієнтації учнівської молоді» / О. М. Балакірева, Т. В. Бондар та ін. ; наук. ред. О. М. Балакірева. – Київ: Поліграфічний центр «Фоліант», 2019. – 127 с.
64. *Балюк В.* Формування читацької культури старшокласників на уроках української літератури / В. Є. Балюк // Вісник Дніпропетровського

університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Педагогіка і психологія». 2016. № 1. С. 57–61.

65. Бандура, А. Теорія соціального навчання / А. Бандура. — 2-е вид. — 1977. URL: <https://archive.org/details/BanduraSocialLearningTheory/mode/2up>.

66. Безручко О. Діти і читання в новій реальності / О. Безручко // Вісник Книжкової палати, 2015. № 8. С. 44–47. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2015_8_15

67. Берн Е. Ігри, у які грають люди / Ерік Берн. Харків : КСД, 2024. 256 с.

68. Бессараб А. Соціально-комунікаційні технології формування інтересу до читання української книги : монографія / А. О. Бессараб. Запоріжжя : КПУ, 2016. 360 с.

69. Бессараб А. Соціально-комунікаційні технології формування культури читання на телебаченні на прикладі телеканалу «Інтер» / А. О. Бессараб // Держава та регіони. Серія «Соціальні комунікації». 2016. № 3. С. 4–12. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2016_3_3

70. Бессараб А. Технології доповненої реальності як новий тренд у формуванні культури читання / А. О. Бессараб // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2016. № 4. С. 4–8. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2016_4_3

71. Бондаренко Н. Модернізована Європейська рамка ключових компетентностей: нова грамотність як інновація для України // Педагогічна компаративістика і міжнародна освіта 2020: глобалізований простір інновацій : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 28 трав. 2020 р. Київ ; Біла Церква : Авторитет, 2020. С. 117–119. URL: https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/123456789/15182/1/Comparative_2020_web.pdf

72. Бондаренко Н. Україна під «новою парасолькою грамотності» / Неллі Бондаренко // Нова педагогічна думка. 2020. № 2(102). С. 55–59.

73. *Борисов В.* Культура читання — культура самостійної дослідницької діяльності / В. Борисов // *Бібліотечний вісник*. 2010. № 2. С. 26–29. URL: <http://jnas.nbuv.gov.ua/article/UJRN-0000004789>
74. *Бриль І.* Штучний інтелект в реаліях сучасності // *The 17th International scientific and practical conference System analysis and intelligent systems for management (May 02–05 2023)*. Ankara, Turkey. International Science Group. 2023. P. 66–69.
75. *Вавілова А.* Стратегії самопрезентації дорослих та підлітків у соціальних мережах // *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Психологічні науки»*. Харків, 2021, № 2. С. 14–21. URL: <https://pj.journal.kspu.edu/index.php/pj/article/view/1186/1131>
76. *Ведмідь Н.* Термінологічні підходи до визначення категорії «сервіс» та його роль в економіці країн // *Н. І. Ведмідь // Економічний часопис-XXI*. 2012. №3–4. С. 49–52. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/48223/14-Vedmid.pdf?sequence=1>
77. *Великий тлумачний словник сучасної української мови* / Уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. Київ ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2003. 1440 с.
78. *Видавнича діяльність в умовах розвитку новітніх технологій: вивчення запитів фахівців : монографія* / за заг. ред. Г. В. Горбенко; упоряд., наук. ред. Н. М. Вернигора ; Інститут журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка. Київ, 2019. 272 с.
79. *Вилегжаніна Т.* Криза читання як сучасна проблема світового рівня // *Бібліотечна планета*. 2011. № 4. С. 4–6.
80. *Вилегжаніна Т.* Публічні бібліотеки України на зламі століть. Київ : Нац. парлам. б-ка України, 2015. 271 с.
81. *Водолазька С.* Буктрейлер / С. А. Водолазька // *Велика українська енциклопедія*. URL: <https://vue.gov.ua/Буктрейлер>.
82. *Водолазька С.* Іновації у видавничій галузі : навч. посіб. / Світлана Водолазька. – 2021. – 323 с.

83. *Водолазька С.* Соціальні мережі як інноваційний спосіб просування та популяризації видавничої продукції / С. А. Водолазька // Український інформаційний простір. 2013. Вип. 1. С. 30–34.

84. *Вознесенська О.* Медіаторчість як складова сімейної медіаосвіти: використання ресурсів арт-терапії / Олена Вознесенська, Марина Сидоркіна // Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Медіаосвіта — пріоритетний напрям в освіті ХХІ століття: проблеми, досягнення і перспективи» : http://conf-hano.at.ua/load/statti/voznescenska_o_sidorkina_m_mediatorchist_jak_skladova_simejnoji_mediaosviti_vikoristannja_resursiv_art_terapiji/3-1-0-234

85. *Габор Н.* Журналістська освіта епохи Web 3.0: дослідження, новітні навички, спроби перезавантаження / Н. Габор // Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. С. 273–279.

86. *Гавеля О.* Культурологічний аналіз читацьких інтересів обдарованої молоді вищих навчальних закладів України // Вісник Книжкової палати. 2012. № 3. С. 49–51.

87. *Гейзинга Й.* Homo Ludens. Спроба визначення ігрового елемента культури / Йохан Гейзинга. К.: Основи, 1994. 328 с

88. *Герасимова О.* Кросмедійні шкільні підручники: поняття, класифікація, проблеми редакційно-видавничої підготовки / О. О. Герасимова, М. І. Женченко // Поліграфія і видавнича справа. 2022 № 1(83). С. 125–133.

89. *Гич Г.* Нова читацька практика учнів у технологічному полі сучасної шкільної освіти / Галина Гич // Вересень. 2021. № 4(91). С. 54–65.

90. *Глущенко С.* Соціально-психологічні особливості Інтернет-адиктивної поведінки особистості / С. Д. Глущенко // Молодь: освіта, наука, духовність: тези доповідей. Частина І. Київ : Університет «Україна», 2008. 547 с.

91. *Гогуленко О.* Вплив засобів масової інформації на формування читацької культури підростаючого покоління. Науковий вісник

Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія». 2019. № 38, Т. 3. С. 41–44.

92. *Гоян В.* Телеграм стає телебаченням: нові концепти освітніх та навчальних аудіовізуальних проєктів / Віта Гоян, Олесь Гоян // V Всеукраїнська науково-практична конференція «Актуальні проблеми медіапростору ННІЖ КНУТШ (06 квітня 2023 р.). URL: <http://journ.univ.kiev.ua/nauka1/archives/3319>

93. *Гресько О.* Роль і місце громадянської журналістики у процесі творення новин. Держава та регіони. Серія «Соціальні комунікації». 2015. № 2(22). С. 76–80.

94. *Григорова З.* Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі — ієрархія інформаційного простору. Технологія і техніка друкарства. 2017. № 3(57). С. 93–100. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/22642/1/10_hryhorova_zv_new_media.pdf

95. *Демченко М.* Особливості онлайн-комунікації сучасної української бібліотеки (регіональний аспект) / Максим Демченко, Владлена Мироненко // Communications and Communicative Technologies, 2023. № 23. С. 30–40.

96. *Денисенко М. П.* Теорія поколінь та який її вплив на сучасний бізнес / М. П. Денисенко, Н. В. Давиденко // Економіка та держава. 2020. № 1. С. 46–49.

97. *Дмитрів, Л.* Видавнича комунікація у соціальній мережі Фейсбук / Л. Й. Дмитрів. — 2013. — *Наукові записки Інституту журналістики.* — С. 246-247.

98. *Еко У.* Роль читача. Дослідження з семіотики текстів / Умберто Еко ; пер. з англ. М. Гірняк ; наук. ред. М. Зубрицька. Львів : Літопис, 2004. 384 с.

99. *Еко У., Кар'єр Ж.-К.* Не сподівайтесь позбутися книжок / У. Еко, Ж.-К. Кар'єр. Львів: Видавництво Старого Лева, 2022. 256 с.

100. *Єжель І.* Медіаграмотність у викладанні природничих дисциплін / І. М. Єжель // Медіаграмотність та соціальна відповідальність педагогів в умовах війни. 2023 URL: <http://enpuir.udu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/39488/Yezhel%20I.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

101. *Женченко М.* Дитяча література в електронному форматі: типологічна характеристика, бізнес-моделі / М. І. Женченко // Вісник Книжкової палати, 2016. № 5. С. 14–17.

102. *Женченко М.* Підручники для Нової української школи як засіб ефективної освітньої комунікації: дискурс-аналіз і проблеми культури видання. Підручники для нової української школи як засіб ефективної освітньої комунікації: дискурсний аналіз та проблеми культури видання / М. І. Женченко, І. В. Женченко, Я. В. Прихода, Т. Б. Харламова // Актуальні питання масової комунікації. 2019. № 25. С. 51–65.

103. *Зелінська Н.* Просування книжкових видань у традиційних та новітніх українських медіа у контексті європейської практики / Н. М. Зелінська // Наукові записки Інституту журналістики. 2014. Т. 56. С. 96–99.

104. *Зубрицька М.* Homo legens: Читання як соціокультурний феномен / М. Зубрицька. Львів: Літопис, 2004. 352 с.

105. *Іванців М.* Вплив телевізійних шоу на соціалізацію особистості віком вісімнадцять років (на прикладі сприйняття телевізійних шоу «Хата на тата», «Один за всіх», «Хто зверху?», «Супермама») М. Іванців, О. Холод. С. 114–116.

106. *Ізер В.* Процес читання: Феноменологічне наближення // Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст. / Львів. держ. ун-т ім. Івана Франка. Центр гуманіт. дослідж., Наук. т-во ім. Шевченка; за ред. М. Зубрицької. Львів : Літопис, 1996. С. 263–277. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/ua/elib.exe?Z21ID=&I21DBN=UKRLIB&P21DBN=UKRLIB&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=online_book&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=FF=&S21STR=ukr0001643

107. *Ісаєва О.* Теорія і технологія розвитку читацької діяльності старшокласників у процесі вивчення зарубіжної літератури : дис. ... д-ра пед. наук / Київ : Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова, 2004. 446 с.

108. *Качак Т.* Дитяче читання / Тетяна Качак // Українська бібліотечна енциклопедія. URL: <https://ube.nlu.org.ua/article/%D0%94%D0%B8%D1%82%D1%8F%D1%87%D0%B5%20%D1%87%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F>

109. *Капраль О.* Аналіз доцільності окремих обмежень у алгоритмах соцмереж в рамках соціальної відповідальності / О. Капраль, Я. Яричевська // Економіка та суспільство, 2021. № 32. URL: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/773>

110. *Квадрі М.* Специфіка формування читацької та літературознавчої компетентності учнів в умовах дистанційного навчання / М. Квадрі // Адаптивні технології управління навчанням: збірник матеріалів дев'ятої міжнародної конференції. Одеса-Київ, 25–27 жовтня 2023 р. Київ : ЩО НАПН України, 2023. С. 65–67.

111. Клір Дж. Атомні звички. Легкий і перевірений спосіб набути корисних звичок і позбутися звичок / Дж. Клір. Київ: КМ-Букс, 2021. 304 с.

112. *Ковальова О.* Букстаграм як інструмент підтримки читацької активності підлітків на платформі Інстаграм: аналіз та перспективи / О. Ковальова // Scientific Collection «InterConf+». 2024. № 42(189). С. 303–316. URL: <https://archive.interconf.center/index.php/2709-4685/article/view/5467>

113. *Ковальова О.* Популярні українськомовні спільноти як чинник формування читацької культури підлітків / О. Ковальова // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Соціальні комунікації: інструменти, технологія і практика» (29 квітня 2023 р.). С. 23–27.

114. *Ковальова О.* Тренди «Букстаграм» та «Букток» як фактори розвитку читацької культури серед підлітків / О. Ковальова // Scientific Collection «InterConf+». 2023. № 35(163). С. 131–137. URL: <https://archive.interconf.center/index.php/2709-4685/article/view/4085>

115. *Ковпак В.* Українські буктьюб та Букстаграм: дискурси культури читання української книги та національної безпеки / В. Ковпак, О. Політова // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Журналістика. 2021. Т. 32(71), № 6(3). С. 126–132. URL: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/6_2021/part_3/22.pdf
116. *Котлер Ф.* Маркетинг: класичне видання / Філіп Котлер. Київ : Науковий світ, 2023. 622 с.
117. *Кошелюк О.* Соціальні мережі для читачів: виклики, реконструкції, світовий видавничий досвід / О. В. Кошелюк, Н. Б. Благовірна М. А. Рожило // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Журналістика». Т. 32(71). № 4. Ч. 3. 2021. С. 262–267.
118. *Крайніков Е.* Психологія розвитку: словник-довідник / Едуард Крайніков. Київ : Арістей, 2004. 257 с.
119. *Кулеба Д.* Війна за реальність: як перемагати у світі фейків, правд і спільнот / Дмитро Кулеба. Київ : Книголав, 2022. 384 с.
120. *Крайнікова Т.* Інтерактивність — актуальна комунікаційна концепція / Т. Крайнікова // Science, education and technology: global trends and the regional aspect. International scientific-practical conference. Collection of materials (Tampere (Finland). February 3, 2024). P. 28–30.
121. *Крайнікова Т.* Культура медіаспоживання в Україні: актуальний стан і механізми формування : дис. ... д-ра наук із соц. комунікацій : 27.00.01. Київ : Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2015. 477с.
122. *Крайнікова Т.* Розвиток лояльності аудиторії на основі знання комунікаційної поведінки вболівальників: «Від любові до ідентичності» / Т. Крайнікова Т., Е. Крайніков, Т. Єжижанська // Наукові записки Інституту журналістики. Т. 2(81). 2022. С. 35–53.

123. *Крайнікова Т.* Фанатство як явище медіаповідінки української молоді / Т. Крайнікова Т., Е. Крайніков, Т. Єжижанська // Актуальні питання масової комунікації 2021. № 30. С. 33–47.
124. *Крайнікова Т.* Як зарадити медіабезграмотності? // Детектор медіа. URL: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/15764/2016-01-22-yak-zaradyty-mediabezghramotnosti/>
125. *Крайнікова Т., Ришко О.* Бізнес-комунікації книжкових видавництв: від соціальних мереж до метавсесвіту. Обрії друкарства. 2023. Вип. 2(14). С. 127-139. DOI: 10.20535/2522-1078.2023.2(14).295266
126. *Кузнєцова І.* Інтернет як середовище діяльності сучасних підлітків. URL: http://ecopsy.com.ua/data/zbirki/2003_01/sb01_33.pdf
127. *Кучаковська Г., Бодненко Д., Прошкін В.* Організація контролю та аналізу успішності студентів закладів вищої освіти засобами соціальних сервісів. Інформаційні технології і засоби навчання. 2019. Т. 73, № 5. С. 135–148.
128. *Лавриш Ю.* Віртуальна реальність у системі нових медіа. Вісник Львівського університету. Серія «Журналістика». 2019. Вип. 46. С. 304–309. URL: <https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/05/Visnyk-46-sayt.pdf#page=304>
129. *Лаута О.* Феноменологічний огляд В. Ізером процесу читання в контексті його «літературної антропології» / О. Д. Лаута, С. М. Гейко // Гуманітарні студії: педагогіка, психологія, філософія 2020. № 11 (1). С. 64–70.
130. *Ланцута З.* Культура читання (методичні рекомендації) : метод. рек. Львів : Малий вид. центр, 2015. 50 с.
131. *Лемко Г.* Агресивність підлітків як наслідок впливу соціальних мереж: соціально-педагогічний аспект / Г. Лемко // Вісник науки та освіти. 2023. № 10(16). С. 675–686. URL: [https://doi.org/10.52058/2786-6165-2023-10\(16\)-675-686](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2023-10(16)-675-686)

132. *Листвак Г. Б.* Дослідження читання в Україні: результати і значення / Г. Б. Листвак // Наукові записки [Української академії друкарства]. Серія: Соціальні комунікації. 2015. № 2. С. 84–90.

133. *Локшина О. І.* Європейська довідкова рамка ключових компетентностей для навчання впродовж життя: оновлене бачення 2018 року / О. І. Локшина // Український педагогічний журнал. 2019. № 3. С. 21–30. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/718031/1/3.pdf>

134. *Ляшенко Н. О.* Чинники збільшення використання інтернету у сучасних українських підлітків / Н. О. Ляшенко, В. М. Лаптії // Розвиток сучасного українського суспільства у соціологічному вимірі : матеріали 9-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 25 листопада 2022 р. / ред. кол.: В. М. Мороз [та ін.] ; Харків : Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т» [та ін.], 2023. С. 91–94. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/63696>.

135. *Мазза Н., Райтер Ш., Тангіс К., Дешпанде А., Люднова А.* (упоряд.) Діалог із собою: відновлення через письмо / Ніколас Мазза, Шеррі Райтер, Кетрін Тангіс, Анджана Дешпанде, Анна Люднова та учасники воркшопів. – Львів: Піраміда, 2024. – 200 с.

136. *Маклюен М.* Галактика Гутенберга. Становлення людини друкованої книги / Маршалл Маклюен. Київ : Лабораторія, 2024. 384 с.

137. *Маранчак Н.* Соціальна мережа ТікТок як засіб інтернет-маркетингу бібліотек України / Н. Маранчак // Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук. 2022. № 10. С. 22–35.

138. *Мартиненко В.* Структура і зміст читацької компетентності молодших школярів. Збірник наукових праць : Педагогічна освіта: теорія і практика. Вип. XV. Кам'янець-Подільський, 2013, с. 145–151.

139. *Марченко О.* Вплив соціальних мереж на самооцінку підлітків / О. С. Марченко // Україна і світ: гуманітарно-технічна еліта та соціальний прогрес : матеріали міжнар. наук.-теорет. конф. студ. і аспірантів, 14-15 квітня 2021 р. / ред. кол. В. М. Скляр [та ін.] ; Харків : Нац. техн. ун-т

«Харків. політехн. ін-т», 2021. С. 444–446.
URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61848>.

140. *Медведева В.* Читання як опанування нового культурного простору і підвищення особистісної компетентності / В. Медведева // Вісник КНУКіМ. Серія «Соціальні комунікації». 2013. Вип. 2. С.86–91.

141. *Мітчук, О.* (2022). Наративи медіапросвітництва сучасної ліберальної інформаційної культури. Інтегровані комунікації, (2 (14), 9-15. <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2022.2-14.2>

142. *Мітчук О., Крупський І.* Медіакультура як ознака лібералізму сучасного інформаційного суспільства. Синопис: текст, контекст, медіа. 2023. Т. 29, № 3. С. 220–225. URL: <https://doi.org/10.28925/2311-259x.2023.3.9>.

143. *Миронюк Т.* Кібербулінг в Україні — соціально небезпечне явище чи злочин: визначення та протидія / Т. В. Миронюк, А. К. Запорожець // Юридичний часопис Національної академії внутрішніх справ. 2018. № 2(16). С. 275–284.

144. *Михайлова О.* Книжкова культура в незалежній Україні: тенденції, виклики, перспективи / О. Ю. Михайлова // Стратегічні пріоритети. 2019. № 2 (50). С. 60–69.

145. *Міхно Н.* Місто як культурний текст: особливості семантики та синтагматики міського простору / Н. К. Міхно. Дніпро : Видавничо-поліграфічний дім «Формат А+». 2020. 423 с.

146. *Мовчан К.* Культура читання як чинник самоосвіти студентів / К. М. Мовчан // Бібліопсихологія, бібліопедагогіка, бібліографістика, бібліотерапія в освіті: теорія і практика : збірник тез доповідей II-ї Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (14–15 квітня 2022 р.). Мукачєво : МДУ, 2022. С.41–42.

147. *Мурзіна О.* Медіакомпетентність та медіаграмотність: сутність понять / О. Мурзіна // Неперервна професійна освіта : теорія і практика. 2021. № 4. С 18–23. URL: <http://npo.kubg.edu.ua/article/view/249787/247141>

148. *Найдьонова Л.* Медіапсихологічні феномени інфодемії // Досвід переживання пандемії covid-19: дистанційні психологічні дослідження, дистанційна психологічна підтримка: матеріали онлайн-семінарів 23 квітня 2020 року «Досвід карантину: дистанційна психологічна допомога і підтримка» та 15 травня 2020 року «Дистанційні психологічні дослідження в умовах пандемії covid-19 і карантину». Київ : ІСПП НАПН України, 2020, С. 6–9. URL: https://ispp.org.ua/wp-content/uploads/Static/dosvid_onl-sem_23-04-20_and_15-05-20_ncov19.pdf

149. *Найдьонова Л.* Цифрові ризики в умовах дистанційної освіти в часи пандемії / Любов Найдьонова // Вісник Національної академії педагогічних наук України. 2021. Т. 3. № 1 С. 1–4. URL: <https://visnyk.naps.gov.ua/index.php/journal/article/view/137>

150. *Нечиталюк І.* Український літературний перформанс / Ірина Нечиталюк. Вісник ОНУ. Серія: Філологія, 2014. Т. 9, вип. 2(8).

151. *Новальська Т.* Український читач у бібліотекознавчих дослідженнях (кінець ХІХ — початок ХХІ ст.): монографія. Київ : Київ. нац. ун-т культури і мистецтв, 2005. 250 с.

152. *Нова українська школа: порадник для вчителя* / Під заг. ред. Н. М. Бібік. Київ : ТОВ «Видавничий дім «Плеяди», 2017. 206 с.

153. *Огар, Е.* Сучасна дитяча книга як національний культурний продукт / Е. Огар. — 2014. — Поліграфія і видавнича справа. — Вип. 1-2. — С. 3-8. — Українська академія друкарства.

154. *Пасічник Н.* Гендерні аспекти «прихованого навчального плану» / Н. О. Пасічник, І. В. Лупан // Наукові записки. Серія: Педагогічні науки. 2022. Вип. 204. С. 51–57.

155. *Петришина О.* Шаблонність у комунікації користувачів соціальної мережі «Інстаграм» / О. І. Петришина, Х. В. Лотоцька // Українська філологія в контексті розвитку європейської наукової думки : матеріали всеукраїнської наукової конференції з міжнародною участю присвячені 85-річчю від дня народження професора Дмитра Бучка (10–11

листопада 2022 р.). Тернопіль : ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2022. С. 77–82.
URL: http://dspace.tnpu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/28021/1/Conf_Filolog_Vychko.pdf#page=77

156. *Погрібна І.* Потреба в читанні як передумова читацької культури особистості / І. О. Погрібна // Роль вузівських бібліотек в освітянському просторі : матер. засідання круглого столу / Дніпропетр. обл. метод. об'єднання бібліотек. Дніпропетровськ, 2015. С. 27–31.

157. *Польщикова В.* Особливості навчання аналітичного читання студентів-філологів / В. Польщикова // Наукові записки КДПУ. Серія: Педагогічні науки / ред. В. В. Радул [та ін.]. Кіровоград : КДПУ, 2012. Вип. 103. С. 236–244.

158. *Пометун О.* Навчаємо мислити критично : посібник для вчителів / за ред. Пометун О., Сущенко І. Дніпропетровськ : Ліра, 2016. 144 с.

159. *Почепцов Г.* Токсичний інфопростір. Як зберегти ясність мислення і свободу дії / Георгій Почепцов. Харків : Віват, 2021. 384 с.

160. *Почепцов Г.* Фейк. Технології спотворення реальності / Георгій Почепцов. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 175 с.

161. *Прашко О.* Розвиток соціальної компетентності підлітків засобами проектування навчально-виховного процесу: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.07 / Прашко Олена Володимирівна. Київ, 2015. 312 с.
URL: <https://nauka.udpu.edu.ua/dysertatsiya-10/>

162. *Прокопенко Л.* Читання як складова у формуванні культури сучасної молоді / Л. І. Прокопенко // Культура і мистецтво у сучасному світі. 2019. Вип. 20. С. 178–188.

163. *Прокопенко Н.* Читаюча людина — цінність XXI століття. Харків, 2020.
URL: http://izumschool6.at.ua/2020/biblioteka_teritorija_chitannja_prokopenko.pdf

164. *Рекун О.* Медіаграмотність у системі вищої освіти. Вісник Національного університету «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка. Вип. 8 (164) / Нац. ун-т «Черн. колегіум» ім. Т. Г. Шевченка; голов. ред. М. О. Носко. Чернігів : НУЧК, 2020. С. 41–44. (Серія «Педагогічні науки»).

URL: <http://erpub.chnpu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/7150/1/%d0%9c%d0%b5%d0%b4%d1%96%d0%b0%d0%b3%d1%80%d0%b0%d0%bc%d0%be%d1%82%d0%bd%d1%96%d1%81%d1%82%d1%8c%20%d1%83%20%d1%81%d0%b8%d1%81%d1%82%d0%b5%d0%bc%d1%96%20%d0%b2%d0%b8%d1%89%d0%be%d1%97%20%d0%be%d1%81%d0%b2%d1%96%d1%82%d0%b8.pdf>

165. *Ремимідт, Г.* Підлітковий та юнацький вік: Проблеми становлення особистості. 1994.

166. *Рижко О.* Моделі використання штучного інтелекту в контексті життєвих практик української молоді / *О. Рижко, Т. Крайнікова, Е. Крайніков* // *Образ*. 2023. № 3(43). С. 111–122.

167. *Рижко О.* Рецепція гейміфікації як нової конвергенції / *О. М. Рижко* // Вісник Львівського університету. Серія «Журналістика». 2019. № 46. С. 265–272.

168. *Рижко О., Крайнікова Т., Крайніков Е.* Моделі використання штучного інтелекту в контексті життєвих практик української молоді. *Образ*, 2023. Вип. 3 (43). С. 111–122. DOI: 10.21272/Obraz.2023.3(43)-111-122

169. *Різун В.* Маси : тексти лекцій / *В. В. Різун*. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2003. 118 с.

170. *Різун В.* Соціальні комунікації як інженерне вчення, або соціальні комунікації в системі соціального інжинірингу (соціальної інженерії) / *В. В. Різун* // *Комунікація: збірка з питань комунікації у суспільстві*, Видавництво «КІС». 2012. С. 8–19.

171. *Рябічев В.* Верифікація контенту в соціальних медіа / *В. Л. Рябічев* // *Актуальні питання масової комунікації*. 2015. № 18. С. 44–61.

URL: https://www.researchgate.net/publication/305925552_Content_Verification_in_Social_Media

172. *Савченко О.* Ключові компетентності — інноваційний результат шкільної освіти / О. Я. Савченко // Рідна школа. 2011. № 8–9. С. 4–8.

173. *Саленко А.* Визначення постіндустріального суспільства на основі еволюційного аналізу теорій технологічного детермінізму / А. С. Саленко // Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 13–14. С. 27–31.
URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/13-14_2021/6.pdf.

174. *Санатарчук М.* Громадянська журналістика, її особливості під час війни в Україні. Збірник статей за матеріалами XV Регіональної студентської наукової конференції «Мова — література — ідеологія» (7 квітня 2023 року), Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2023. С. 57–60.
URL: http://library.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/17787/2/Zbirnyk_2023.pdf#page=72

175. *Семенова М.* Культура читання як чинник самоосвіти студентів вищого педагогічного навчального закладу / М. О. Семенова // Наукові записки кафедри педагогіки. 2015. Вип. 38. С. 228–237.

176. *Ситник О.* Проблематика впровадження штучного інтелекту в сучасних ЗМІ та медіатехнологіях / О. В. Ситник // Український інформаційний простір, 2023. № 2(12), С. 252–265.

177. *Сімольчук А.* Формування соціокультурної компетентності учнів основної школи на основі крос-культурного читання / А. Г. Сімольчук // Сучасні філологічні дослідження та навчання іноземної мови в контексті міжкультурної комунікації : збірник наукових праць. 2018. С. 349–352.

178. *Скібчик О.* Розвиток читацької компетентності у початковій школі в контексті принципів НУШ / О. А. Скібчик // Збірник студентських наукових праць «Освітній альманах». Львів, 2021. Вип. 4. С. 177–181.

179. *Скрипник М.* Проблема навчальних текстів цифрової ери: питання теорії та практики / Скрипник М. І., Кравчинська Т. С.,

Волинець Н. П. // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 5. Педагогічні науки: реалії та перспективи. 2021. Вип. 80. Т. 2. С. 136–139.

180. *Смаглий Б.* Традиційні та новітні медіа в сучасному соціумі / Б.О. Смаглий // Феномен культури постглобалізму : зб. мат. II Міжнар. наук.-практ. конф., м. Маріуполь, 26 листопада 2021 р. : у 2 ч. / Маріуп. держ. ун-т. Маріуполь : МДУ, 2021. Ч. II. С. 131–135. URL: https://repository.mdu.in.ua/jspui/bitstream/123456789/2992/1/fenomen_kultury_2021_ch2.pdf#page=131

181. *Солодка Л.* Дослідження способів популяризації читання на матеріалі регіонального соціокомунікаційного проекту / Л. І. Солодка // Поліграфія і видавнича справа. 2016. № 2. С. 245–255. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pivs_2016_2_29

182. *Стягайло В.* Книжкове блогерство як дієвий інструмент промоції читання в Україні / В. В. Стягайло // Молодий дослідник. 2023. № 2. Київський університет імені Бориса Грінченка. URL: <https://mold.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/20>

183. *Судакова В.* Медійна система сучасного суспільства як комунікативна модель культурних трансформацій // Нові медіа в сучасному суспільстві: культурологічний вимір: монографія. Київ : Інститут культурології НАМ України, 2017. 352 с. URL: http://icr.org.ua/wp-content/uploads/2019/10/New-Media-in-Contemporary-Society_Cultural-Dimension.2017.pdf

184. *Теремко В.* Психологічні виміри читання у контекстуальній системі видавничих стратегій / Василь Теремко // Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства. 2011. № 1. С. 238–255.

185. *Тверезовська Н.* Роль і місце соціальних мереж у формуванні освітньоінформаційного середовища аграрних університетів / Н. Т. Тверезовська, С. М. Мигович // Науковий вісник національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія «Педагогіка, психологія. Філософія». 2012. Вип. 175(3). С. 291–298.

186. *Твердохліб Г.* Медіаграмотність та цифрове громадянство / Г. В. Твердохліб // Наука та освіта в дослідженнях молодих учених : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. для студ., аспірантів, докторантів, молод. учених, Харків, 16 трав. 2024 р. / Харків. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди. Харків, 2024. С. 38–40.
187. *Тодоров Ц.* Поняття літератури та інші есе / Цветан Тодоров / Перекл. з франц. Є. Марічева. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2006. 162 с.
188. *Тонкіх І.* Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті : навч. посібн. / І. Ю. Тонкіх. Запоріжжя : ЗНТУ, 2017. 130 с.
189. *Трищук О., Штефан А.* Способи лаконізації викладу в дитячій пізнавальній книзі. Технологія і техніка друкарства. 2022. № 1(75). С. 59–65. URL: <http://ttdruk.vpi.kpi.ua/article/view/258044>
190. *Тучак К.* Феноменологія поняття «культура читання» // Початкова освіта: історія, проблеми, перспективи. Збірник матеріалів II-ї Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Ніжин, 21 жовтня 2021 р.). Уклад.: Т. В. Гордієнко, Н. М. Демченко. Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2021. С. 169–171.
191. *Федорів О., Петрик Н.* Вплив сучасних гаджетів на здоров'я дітей та підлітків / О. Федорів, Н. С. Петрик // Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України. 2023. № 3 (97). URL: https://www.researchgate.net/publication/386044351_Vpliv_sucasnih_gadzetiv_na_zdorov'a_ditej_ta_pidlitkiv
192. *Філіна О.* Визначення показників ефективності використання соціальних мереж підприємствами / О. В. Філіна // Вчені записки Тавр. нац. ун-ту імені В. І. Вернадського. Серія: «Економіка і управління». 2020. Київ. Вип. № 4. Т. 31(70). С. 23–29. URL: https://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/31_70_4/31_70_4_2/6.pdf
193. *Фурман Ю.* Досягнення сучасної психологічної науки та практики // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції

студентів, аспірантів і молодих вчених з міжнародною участю (м. Вінниця, 28 березня 2019 р.) : тези доповідей / За заг. ред. проф. О. В. Бацилевої. Вінниця, 2019. С. 172–174.

URL: <https://r.donnu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/103/%D0%94%D0%9E%D0%A1%D0%AF%D0%93%D0%9D%D0%95%D0%9D%D0%9D%D0%AF%20%D0%A1%D0%A3%D0%A7%D0%90%D0%A1%D0%9D%D0%9E%D0%87%20%D0%9F%D0%A1%D0%98%D0%A5%D0%9E%D0%9B%D0%9E%D0%93%D0%86%D0%A7%D0%9D%D0%9E%D0%87%20%D0%9D%D0%90%D0%A3%D0%9A%D0%98%20%D0%A2%D0%90%20%D0%9F%D0%A0%D0%90%D0%9A%D0%A2%D0%98%D0%9A%D0%98.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=172>

194. *Чепелева Н.* Технології читання. Київ : Главник, 2004. 95 с.

195. *Чепелева Н.* Читання як чинник інтелектуального розвитку особистості / Чепелева Н. В., Яковенко Л. П. //Актуальні проблеми психології : зб. наук. пр. / Ін-т психології ім. Г. С. Костюка АПН України. Київ, 2009. Т. 8: Психологічна теорія і технологія навчання, Вип. 6. С. 299–308. URL: <https://www.newlearning.org.ua/sites/default/files/praci/zbirnyk-2009/32.htm>

196. *Череповська Н.* Медіаторчість як соціально-психологічний ресурс особистості. Типологія відеосприймання / Н. І. Череповська // Збірник наукових праць Інституту психології АПН України «Актуальні проблеми психології» у 12 томах ; [за ред. В.О. Моляко]. Т. 12. Вип. 8. Житомир : Видавництво ЖДУ ім. І. Франка, 2009. С. 318–325.

197. *Чміль Г.* Людина — екран: візуальна антропологія (пост)сучасності: монографія / Г. П. Чміль. — К.: Ін-т культурології НАМ України, 2020. — 256 с.; 4 іл. ч/б.

198. *Шмаленко Ю.* Еволюція ролі соціальних мереж у сучасному публічному дискурсі // Матеріали ІІ Всеукраїнської науково-практичної конференції «Трансформація українського суспільства в цифрову еру». м. Одеса, 2023. С 45–49.

URL: <http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/24417/%D0%A8%D0%BC%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

199. *Шмига Ю.* Читацькі звички підлітків у соціальних мережах: результати опитування / Ю. Шмига, О. Ковальова // Scientific Collection «InterConf+». 2024. № 44(197). С. 242–250.

200. *Яворська Т.* Соціальні мережі бібліотек як ефективний інструмент промоції книг і читання / Тетяна Яворська // Вісник Книжкової палати. 2023. № 4. С. 21–27.

201. *Яусс Г.* Естетичний досвід і літературна герменевтика (фрагменти) // Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст. / Львів. держ. ун-т ім. Івана Франка. Центр гуманіт. дослідж., Наук. т-во ім. Шевченка; за ред. М. Зубрицької. Львів : Літопис, 1996. С. 279–307.

202. *Adomi E.* Students' Experience with Фейсбук in a Nigerian Library and Information Science (LIS) School. / E.E. Adomi, L. Ejirefe. Nigerian libraries, 2012. № 4(2). P. 75–83.

203. *Andel S.* Do social features help in video-centric online learning platforms? A social presence perspective Author links open overlay panel / Stephanie A. Andel, Triparna de Vreede, Paul E. Spector, Balaji Padmanabhan, Vivek K. Singh, Gert-Jan de Vreede // Computers in Human Behavior, 2020. Vol. 113.

URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563220302570>

204. *Asplund S.-B.* Reading practices in transformation: Re-designing print-base literacy mindsets in the Swedish digital classroom / Asplund Christina, Olin-Scheller. // Working with Literature in Nordic Secondary Education, edited by A.F. Gourvennec, H. Höglund, M. Johansson, K. Kabel and M. Sønneland (for the Nordic Research Network on Literature Education) with John Gordon. L1-Educational Studies in Language and Literature, 2021. P. 1–27.
URL: <https://l1research.org/article/view/349/352>

205. *Bessarab A., Hyrina T., Sytnyk O., Kodatska N., Yatchuk O., Ponomarenko L.* The Modern Transformation of Internet Communications. Journal of Theoretical and Applied Information Technology. 15th August 2022. Vol. 100, No. 15. URL: https://www.researchgate.net/profile/Anastasiia-Bessarab/publication/363736806_THE_MODERN_TRANSFORMATION_OF_INTERNET_COMMUNICATIONS/links/63f9b638b1704f343f7e7feb/THE-MODERN-TRANSFORMATION-OF-INTERNET-COMMUNICATIONS.pdf.

206. *Bandura A.* Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory / Albert Bandura Prentice-Hall, 1986. 617 p.
207. *Barnes J.* Class and Committees in a Norwegian Island Parish / J. A. Barnes // Human Relations. 1954. Vol. 7. Issue 1. P. 39–58.
208. *Birke D.* Social reading? On the rise of a «Bookish» Reading culture online. *Poetics Today*, 2021. № 42(2). P. 149–172.
209. *Bott E.* Family and social network: Roles, norms, and external relationships (2nd ed.) / Elizabeth Bott. New York : Free Press, 1971. 363 p.
210. *Chornodon M.* Psychological Aspects of the Study of Gender Sphere of Concept in the Media / Myroslava Chornodon, Nataliia Leonova, Tetyana Doronina, Olha Yadlovska, Ellina Tsykhovska, Viktoriia Zarva // Postmodern Openings. 2022. Vol. 13. Issue 1. P. 103–130.
211. *Chuyin X.* Influence of Artificial Intelligence in Education on Adolescents. Social Adaptability: A Machine Learning Study / Chuyin Xie, Minhua Ruan, Ping Lin and others // International Journal of Environmental Research and Public Health. 2022 № 19(13):7890. URL: <https://www.researchgate.net/publication/361608842> Influence of Artificial Intelligence in Education on Adolescents' Social Adaptability A Machine Learning Study
212. *Combi C.* Generation Z: Their Voices, Their Lives / C. Combi. London: Cornerstone, 2015. 320 p. URL: <https://archive.org/details/generationztheir0000comb>
213. *Craig, G.* Human development. 1999. 696 p. URL: <https://archive.org/details/humandevlopment0008crai>
214. *Crosbie V.* What is New Media? / Vin Crosbie. URL: [https://www.academia.edu/37596635/What is New Media April 27 2004](https://www.academia.edu/37596635/What_is_New_Media_April_27_2004)
215. *Daghall A., Parazajder M.* Shared Book Reading Communities: A Comparative Study of The StoryGraph as an Alternative to Goodreads / Anna Daghall, Mirjam Parazajder. University of Borås, 2024.
216. *Duggan Jennifer* Who Writes Harry Potter Fan Fiction? Passionate Detachment, 'Zooming Out,' and Fan Fiction Paratexts on AO3." Transformative /

Jennifer Duggan // Works and Cultures, 2020. № 34.
URL: <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/1863/2599>

217. Dukper, K., Agyekum, B., Arthur, B. Exploring the effects of social media on the reading culture of students in Tamale Technical University. (2018).

218. *El-Badawy Tarek A.* The Impact of Social Media to the Development of High School Students / Tarek A. El-Badawy, Yasmin Hashem // International Journal of Business Administration. 2015. Vol. 6, № 1. P. 46–52.

219. *Fisenko T., Husak O., Trishchuk O.* The use of web-services and applications in forming media literacy of future journalists. Information Technologies and Learning Tools. 2021. Vol. 85, No. 5. P. 288-303. URL: <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000723917100019>

220. *Gallardo D.* Influence of social networks on teenagers. Social skills / D. Gallardo, C. Guzmán, J. Barba-Ayala, V. Jhomira // Technology, Sustainability and Educational Innovation (TSIE). 2020. URL: https://www.researchgate.net/publication/338346361_Influence_of_Social_Networks_on_Teenagers'_Social_Skills

221. *Garton L.* Studying Online Social Networks / L. Garton, C. Haythornthwaite, B. Wellman // Journal of Computer-Mediated Communication. 1997. № 3(1). URL: <https://www.learntechlib.org/p/83989/>

222. *Gray A.* The 10 skills you need to thrive in the Fourth Industrial Revolution / Alex Gray. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-10-skills-you-need-to-thrive-in-the-fourth-industrial-revolution/>

223. Heidegger M. Being and Time / M. Heidegger. Oxford: Blackwell, 1962. URL: <http://pdf-objects.com/files/Heidegger-Martin-Being-and-Time-trans.-Macquarrie-Robinson-Blackwell-1962.pdf>

224. *Havik T.* Do teachers matter? Students' perceptions of classroom interactions and student engagement / Trude Havik, Elsa Westergård // Scandinavian Journal of Educational Research URL:

https://www.researchgate.net/publication/330412266_Do_teachers_matter_Students'_perceptions_of_classroom_interactions_and_student_engagement_In_press_in_Scandinavian_Journal_of_Educational_Research

225. *Hidden Curriculum* // The Glossary of Education Reform. URL: <https://www.edglossary.org/hidden-curriculum/>

226. *Heidegger M. Sein und Zeit* / Martin Heidegger. Berlin : De Gruyter, 2006. 458 S.

227. *Horodenko L. Increasing trust in information among high school students through media literacy training. Вісник Книжкової палати. 2024. №10. С. 20-28. URL: <http://visnyk.ukrbook.net/article/download/315155/306035>*

228. *Horodenko L. Multimediality as a Technology of Genre Diffusion Within Transformation of Media Industry. Scientific Notes. 2023. Issue 82. URL: <http://www.scientific-notes.com/en/archives/1652>.*

229. *Horodenko, L., & Tsymbalenko, Y. (2023). Ukrainians theorists of mass communication: overview of main works. Current Issues of Mass Communication, 34, 18-41. <https://doi.org/10.17721/CIMC.2023.34.18-41>*

230. *Horska K. A New Test of Artificial Intelligence: Should the Media Industry Be Afraid? / K. Horska // Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences. Vol. 8(39). Issue 231. 2020 June. P. 26–29.*

231. *Iser W. Der Akt des Lesens: Theorie ästhetischer Wirkung / Wolfgang Iser. Stuttgart :UTB, 1994. 358 S.*

232. *Jackson P. Life in Classrooms / Philip W. Jackson. Teachers College Press, 1990. 168 p.*

233. *Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide / Henry Jenkins. – New York: New York University Press, 2006. 308 p.*

234. *Jenkins H. Participatory Culture: Interviews / Henry Jenkins. Polity, 2019. 240 p.*

235. *Jenkins H. Popular Culture and the Civic Imagination: Case Studies of Creative Social Change / Henry Jenkins, Gabriel Peters-Lazaro et al. NYU Press, 2020. 400 p.*

236. *Jenkins H.* Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture / Henry Jenkins, Sam Ford, Joshua Green NYU Press, 2013. 352 p.

237. *Kaplan A.* Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media / A. M. Kaplan, M. Haenlin // Business Horizons, 2010. № 53(1). P. 59–68.

238. *Kim Y.* Human consciousness and prosthetic temporality: On the way to new technological humanities / Youngmin Kim // New Techno Humanities. 2022. Vol. 2, Issue 1. P. 41–46.

239. *Kovalova O.* Content of TikTok as a Motivator for Teen Reading / Oleksandra Kovalova // State and Regions. Series: Social Communications. 2024. Issue 1(57). P. 70–80.
URL: http://www.zhu.edu.ua/journal_cpu/index.php/der_sc/article/view/1054

240. *Kovalova O.* Instagram as a tool for developing teenage reading culture / Oleksandra Kovalova // Current Issues of Mass Communication. 2023. Issue 34. P. 58–70. URL: http://www.library.univ.kiev.ua/ukr/host/10.23.10.100/db/ftp/univ/apmk/apmk_2023_34.pdf#page=58

241. *Kovalova O., Shalman T.* Reading Culture of Teenagers in Social Media: A Study of Reading Habits and Perception of Online Literary and Educational Content by Teenagers. Studies in Media and Communication. 2024. Vol. 12. Issue 2. P. 26–36.

242. *Kovalova O.* Semantic aspects of the concept of the Ukrainian book in the conditions of modern reading culture / O. Kovalova // Journal Science and Education a New Dimension. 2023. Vol. 261, Issue 9 (48). P. 73–76.

243. *Kovalova O.* Social networks as a tool for the formation of teenagers' media literacy and social skills / O. Kovalova // Conference materials «Childhood. Literature. Culture. Education. Book of Abstracts of the I International Multidisciplinary Scientific Conference» (October 5–7, 2023). P. 129–130.

244. *Kovalova O.* The positive impacts of incorporating social media into adolescent social practices / Oleksandra Kovalova // Scientific Collection «InterConf+». 2024. Issue 45(201). P. 309–314. URL: <https://archive.interconf.center/index.php/2709-4685/article/view/6252>

245. *Kryvka E., Mitchuk O., Bykova O., Rudyk M., Khamedova O., Voitovykh N.* Social Media Applications as an International Tool for the Development of English-Language Communicative Competencies. *Journal of Curriculum and Teaching*. 2022. Vol. 11, No. 6. URL: <https://www.sciedupress.com/journal/index.php/jct/article/view/22503>.

246. *Kryvka E., Mitchuk O., Bykova O., Rudyk M., Khamedova O., Voitovykh N.* Social Media Applications as an International Tool for the Development of English-Language Communicative Competencies. *Journal of Curriculum and Teaching*. 2022. Vol. 11, No. 6. URL: <https://www.sciedupress.com/journal/index.php/jct/article/view/22503>.

247. *Kuss D., Griffiths M.* Social Networking Sites and Addiction: Ten Lessons Learned / Daria J. Kuss, Mark D. Griffiths. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2017. Vol. 14, No. 3, p. 311. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC5369147/>.

248. *Lamerichs N.* Stranger than Fiction: Fan Identity in Cosplay / Nicolle Lamerichs. Maastricht University, 2011. Vol. 7. <https://doi.org/10.3983/twc.2011.0246>.

249. *Leu, D., Kinzer, C., Coiro, J., Cammack, D.* Toward a theory of new literacies emerging from the Internet and other information and communication technologies, in Ruddell, RB & Unrau, R (eds), *Theoretical models and processes of reading* 5th ed. Newark, DE: International Reading Association, 2004. p. 1568–1611.
URL: http://www.readingonline.org/newliteracies/lit_index.asp?HREF=/newliteracies/leu

250. *Leu D. J., Zawilinski, L, Castek, J, Banerjee, M, Housand, B, Liu, Y & O’Neil, M.* What is new about the new literacies of online reading

comprehension, in Rush, L, Eakle, J & Berger, A (eds), *Secondary school literacy: what research reveals for classroom practices*, [S.L.]: National Council of Teachers of English, 2007. p. 37–68.

251. *Liu Z.* The effects of social media addiction on reading practice: a survey of undergraduate students in China / Ziming Liu, Rui Hu, Xiaojun Bi // *Journal of Documentation*. 2023. Vol. 79. № 3. P. 670–682. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JD-05-2022-0111/full/html>

252. *Loh C.* Building a reading culture in a Singapore school: Identifying spaces for change through a socio-spatial approach. *Changing English*, 2015. № 22(2). P. 209–221.

253. *Loving M.* Facebook as a Classroom Solution / M. Loving, M. Ochoa // *New Library World*. 2011. № 112(3–4). p. 121–130.

254. *McLuhan M.* *Counterblast* / Marshall McLuhan. Harcourt, Brace & World, 1969. 141 p.

255. *Mitchuk O.* Changes in Social Communication as a Tool of Social Work under the Influence of Digitalization / Olha Mitchuk, Inna Penchuk, Nataliia Podluzhna, Olena Malovichko, Olga Shirobokova, Angelina Tregub // *Studies of Applied Economics*. 2021. Vol. 39(3). URL: <https://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/4717>

256. *Newcombe, N.* *Child development: Change over time*. New York: HarperCollins. (8th edition of *Child development and personality* by P. Mussen, J. Conger, J. Kagan & A. Huston). 1996.

257. *Ofuani F.* The Reading Habits of Junior Secondary School Students: A Case Study of University of Benin Demonstration Secondary School, Benin City / F. N. Ofuani, U. B. Gbenedio // *African Journal of Student Education*. 2009. № 4–5(1–2). p. 66–79.

258. *Ogugua J.* Developing a reading culture in Nigerian society: Issues and Remedies / J. C. Ogugua, N. Emerole, F. O. Egwim, A. I. Anyanwu,

F. Haco-Obasi // *Journal of Research in National Development*. 2015. Vol. 13(1). P. 62–67. URL: <https://www.ajol.info/index.php/jorind/article/view/120589>

259. *Oji M.* Discourse on social media use and reading culture of Nigerian youths / M. Oji, A. J. Erubami // *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 2020. № 9(6). P. 105–113.

260. *Palani K.* Promising Reading Habits and Creating Literate Social / K. K. Palani // *Journal of Arts, Science & Commerce*. 2012. Vol. 3. Issue 2(1). p. 90–94. URL: https://didarnews.ir/files/fa/news/1398/8/21/129559_545.pdf

261. *Piaget, J.* Construction of reality in the child. London: Routledge & Kegan Paul. 1957.

262. *Piaget, J.* The moral judgment of the child. London: Routledge & Kegan Paul. 1932.

263. *Primack B., Shensa A., Escobar-Viera C., Barrett E., Sidani J., Colditz J., James A.* Use of multiple social media platforms and symptoms of depression and anxiety: A nationally-representative study among U.S. young adults / B. A. Primack, A. Shensa, C. G. Escobar-Viera, E. L. Barrett, J. E. Sidani, J. B. Colditz, A. E. James // *Computers in Human Behavior*. 2017. Vol. 69. P. 1-9. URL: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.013>

264. *Primack B., Shensa A., Sidani J., Colditz J., Radovic A., Miller E.* Social media use and perceived social isolation among young adults in the U.S. / B. A. Primack, A. Shensa, J. E. Sidani, J. B. Colditz, A. Radovic, E. Miller // *American Journal of Preventive Medicine*. 2017. Vol. 53, Issue 1. P. 1-8.

265. *Reddan B.* Social reading cultures on BookTube, Bookstagram, and BookTok / Bronwyn Reddan // *Synergy*. 2022. Vol. 20 № 1. URL: <https://slav.vic.edu.au/index.php/Synergy/article/view/597/592>

266. *Reddan B., Rutherford L., Schoonens A., Dezuanni M.* Social Reading Cultures on BookTube, Bookstagram, and BookTok / Bronwyn Reddan, Leonie Rutherford, Amy Schoonens, Michael Dezuanni. 2024. P. 108. <https://doi.org/10.4324/9781003458616>.

267. *Reis T.* Study on The Alpha Generation And The Reflections of Its Behavior in the Organizational Environment / Thompson Augusto dos Reis, Camila Gomes Carneir, Fernanda de Melo Bezerra, Graziela Oste Graziano Cremonezi // Journal of Research in Humanities and Social Science. 2018. Issue 1. P. 9–19.

268. *Rushkoff D.* Media Virus: Hidden Agendas in Popular Culture / Douglas Rushkoff. Ballantine Books, 1996. 368 p.

269. *Rosebrock C.* Elementare Lesekultur. Zum Leitbild schulischer Lesedidaktik für Kinder / Cornelia Rosebrock. 2021.

URL: [https://www.researchgate.net/profile/Cornelia-](https://www.researchgate.net/profile/Cornelia-Rosebrock/publication/353775892_Elementare_Lesekultur_Zum_Leitbild_schulischer_Lesedidaktik_fur_Kinder/links/611139751ca20f6f860bbdfd/Elementare-Lesekultur-Zum-Leitbild-schulischer-Lesedidaktik-fuer-Kinder.pdf)

[Rosebrock/publication/353775892_Elementare_Lesekultur_Zum_Leitbild_schulischer_Lesedidaktik_fur_Kinder/links/611139751ca20f6f860bbdfd/Elementare-Lesekultur-Zum-Leitbild-schulischer-Lesedidaktik-fuer-Kinder.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Cornelia-Rosebrock/publication/353775892_Elementare_Lesekultur_Zum_Leitbild_schulischer_Lesedidaktik_fur_Kinder/links/611139751ca20f6f860bbdfd/Elementare-Lesekultur-Zum-Leitbild-schulischer-Lesedidaktik-fuer-Kinder.pdf)

270. *Ryzhko O.* The subject of queer community in teen-age books: Ukrainian dis-course // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2023. № 4(56). С. 98-109. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=drsk_2023_4_14

271. *Ryzhko O., Krainikova T., Vodolazka S., Sokolova K.* Generative AI Changes the Book Publishing Industry: Reengineering of Business Processes / Olena Ryzhko, Tetiana Krainikova, Svitlana Vodolazka, Kateryna Sokolova. – Communication & Society, 2024. – P. 255–271.

272. *Šesek L.* Reading popular literature and digital media: Reading experience, fandoms, and social networks / L. Šesek, M. Pušnik // Anthropological Notebooks, 2014. № 20(2). P. 103–126.

273. *Siddiqui S.* Social Media its Impact with Positive and Negative Aspects / Shabnoor Siddiqui, Tajinder Singh // International Journal of Computer Applications Technology and Research. 2016. Vol. 5. Issue 2. P. 71–75.

274. *Sirges T.* Die Bedeutung der Leihbibliothek für die Lesekultur in Hessen-Kassel 1753–1866 / Thomas Sirges. Tübingen Max Niemeyer Verlag, 1994. 468 p.

275. *Shifman L.* Memes in Digital Culture / Limor Shifman. Cambridge, MA: MIT Press, 2014.
276. *Strauss W.* Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069 / William Strauss, Neil Howe. Quill, 1992. 538 p.
277. *Strauss W.* The Fourth Turning: What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny / William Strauss, Neil Howe. Crown, 1997. 400 p.
278. *Sytnyk O.* Addiction Formation and Habits Formation as a Result of the Effects of Influence Technologies on Digital Media Users. State and Regions. Series: Social Communications. 2020. No. 4(44). URL: http://www.zhu.edu.ua/journal_cpu/index.php/der_sc/article/view/752.
279. *Sytnyk O., Hrozna O., Filonenko D., Konoplyannykova M., Serdiuk O.* Development of Interactive Forms of Communication Through Artificial Intelligence. Journal of Theoretical and Applied Information Technology. 15th November 2024. Vol. 102, No. 21. URL: <https://www.jatit.org/volumes/Vol102No21/14Vol102No21.pdf>.
280. *Thelwall M., Kousha K.* Goodreads: A Social Network Site for Book Readers / Mike Thelwall, Kayvan Kousha // Journal of the Association for Information Science and Technology. 2016. DOI: 10.1002/asi.23733.
281. *Tomaselli K.* New media: Ancient signs of literacy, modern signs of tracking / Keyan G. Tomaselli, Damien R. Tomaselli // New Techno-Humanities, 2021. Vol. 1. P. 1–9.
282. *Trishchuk O., Figol N., Faichuk T., Fiialka S.* Students' and Teachers' Perceptions of Using Electronic Textbooks in Educational Process. Advanced Education. Issue 15, 2020. URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1287554.pdf>.
283. *Vassiliou M.* Progressing the definition of e-book / Magda Vassiliou, Jennifer Rowley // Library Hi Tech. 2008. № 26(3). p. 355–368.

284. *Veblen T. The Instinct of Workmanship and the State of the Industrial Arts / Thorstein Veblen.*
URL: <https://www.gutenberg.org/cache/epub/69888/pg69888-images.html>

285. *Voronova E. Organization of virtual interaction in the context of the coronavirus pandemic / Voronova E., Lapshova A., Bystrova N., Smirnov Z., Bulaeva M. // Propósitos y Representaciones. 2020. Vol. 9 (SPE1). e820. 8 p.*
URL: https://www.researchgate.net/publication/352495827_Organization_of_virtual_interaction_in_the_context_of_the_coronavirus_pandemic

286. *Wang R., Yang F., Haigh M. M. Let me take a selfie: Exploring the psychological effects of posting and viewing selfies and groupies on social media / R. Wang, F. Yang, M. M. Haigh // Telematics and Informatics. 2017. Vol. 34, Issue 4. P. 274-283.* URL: <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.07.004>

287. *Zhenchenko M., Melnyk O., Prykhoda Y., Zhenchenko I. Experience of Use of Electronic Educational Resources by Ukrainian Teachers During the Distance Learning Due to the COVID-19 Pandemic (March–May 2020) / Maryna Zhenchenko, Oksana Melnyk, Yaroslava Prykhoda, Igor Zhenchenko. – 2022. – P. 55–65.*

288. *Zhenchenko M., Melnyk O., Prykhoda Y., Zhenchenko I. Ukrainian E-Learning Platforms for Schools: Evaluation of Their Functionality / Maryna Zhenchenko, Oksana Melnyk, Yaroslava Prykhoda, Igor Zhenchenko. – International Review of Research in Open and Distributed Learning, 2022. – Vol. 23, No. 2. – P. 136–150.*

ДОДАТКИ

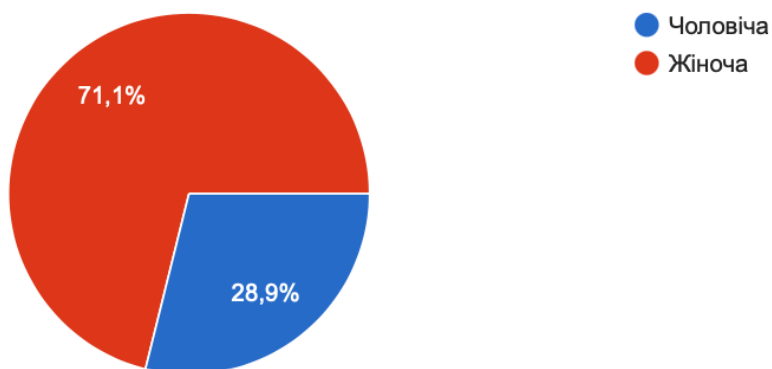
Додаток А

АНКЕТНЕ ОПИТУВАННЯ ПІДЛІТКІВ «ЧИТАННЯ КНИГ І СОЦМЕРЕЖІ» (2023)

Додаток А1

Розподіл відповідей на запитання 1 «Ваша стать»

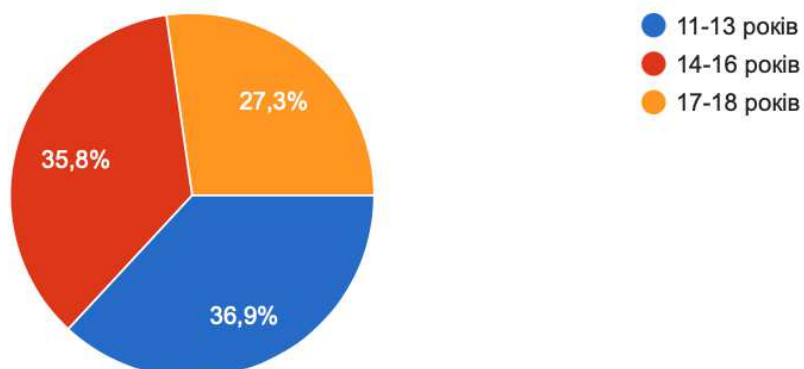
1. Ваша стать:



Додаток А2

Розподіл відповідей на запитання 2 «Ваш вік»

2. Ваш вік:



Додаток А3

Розподіл відповідей на запитання 3 «Ви перебуваєте...»

3. Ви перебуваєте в ...

Київ
Запоріжжя
Запоріжжя
Київ
Запоріжжі
Київ
Києві
Львів
Івано-Франківськ

Додаток А4

Розподіл відповідей на запитання 4

«Скільки часу ви проводите в соціальних мережах щодня?»

4. Скільки часу ви проводите в соціальних мережах щодня?

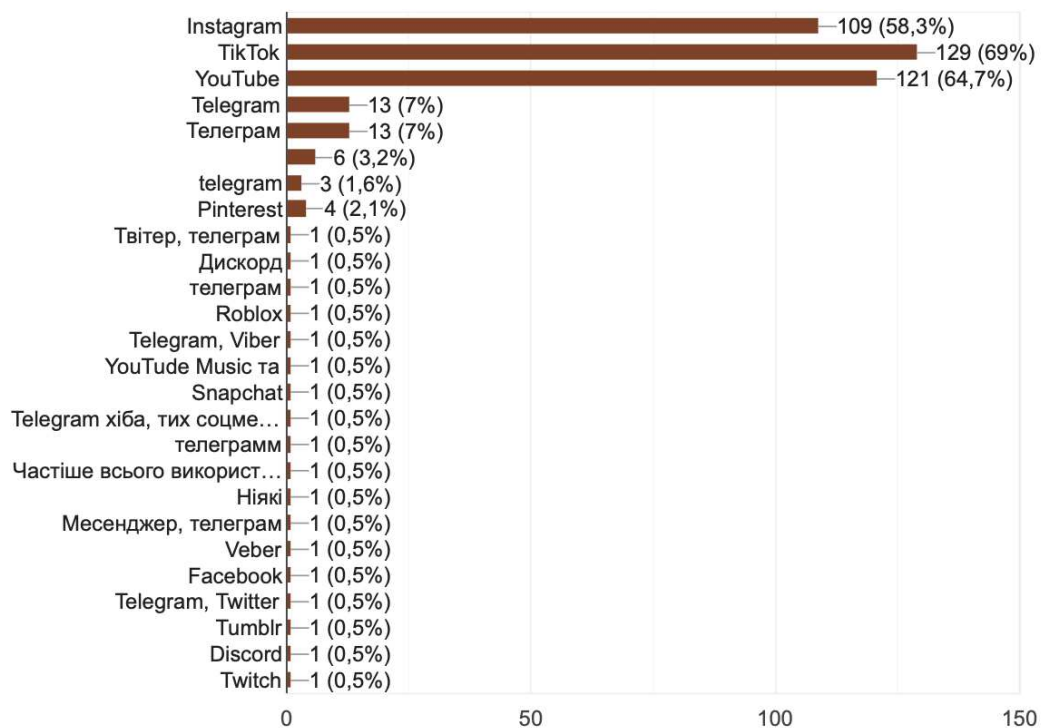


Додаток А5

Розподіл відповідей на запитання 5

«Які соціальні мережі ви використовуєте найчастіше?»

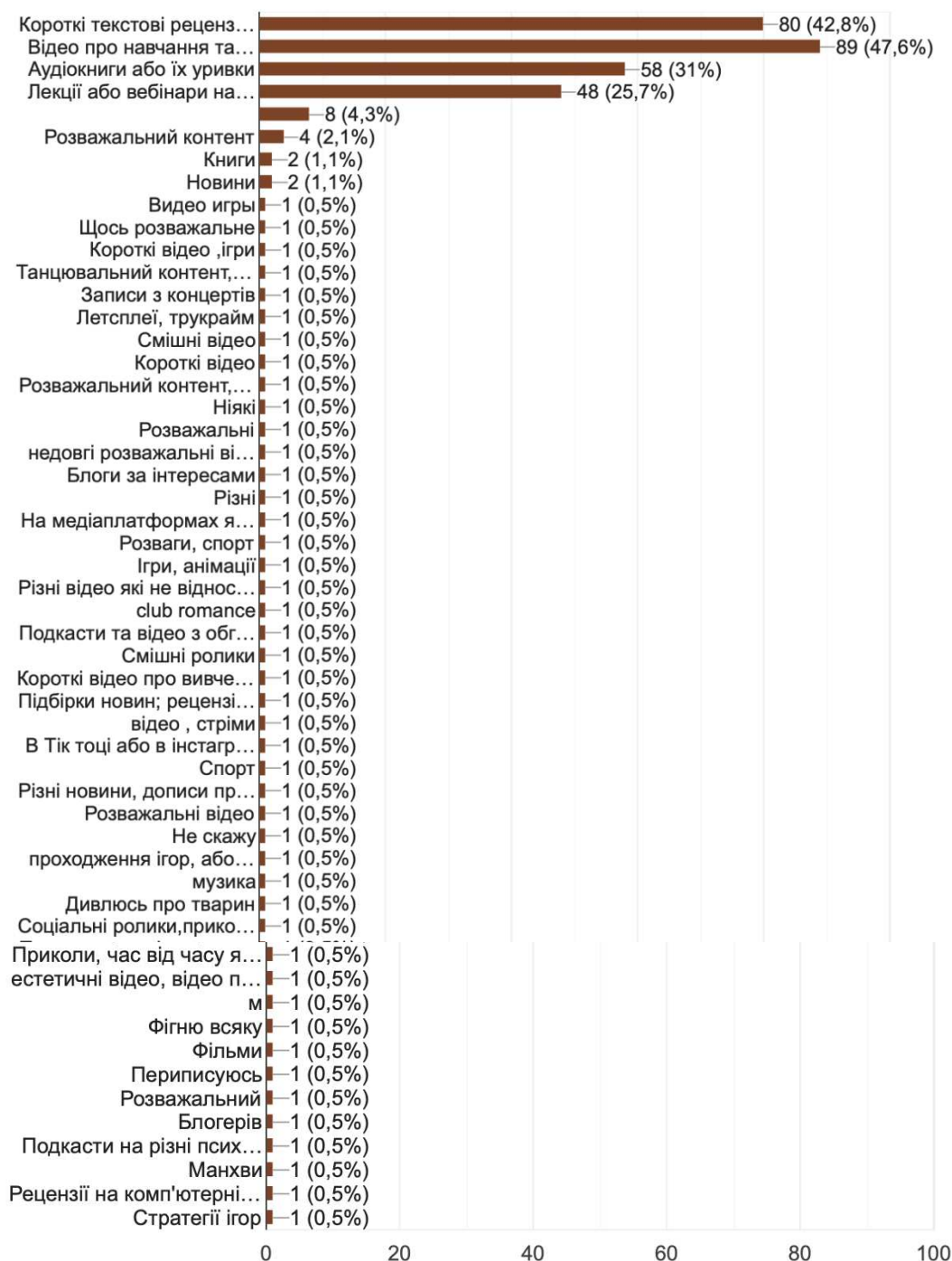
5. Які соціальні мережі ви використовуєте найчастіше?



Додаток А6

Розподіл відповідей на запитання 6 «Які види контенту ви читаете найчастіше на цих медіаплатформах?»

6. Які види контенту ви читаете найчастіше на цих медіаплатформах?

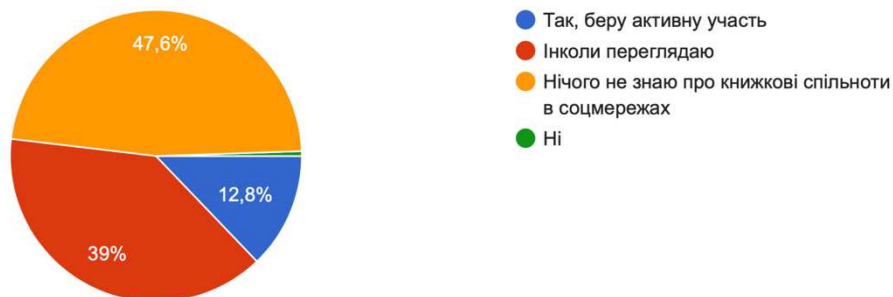


Додаток А7

Розподіл відповідей на запитання 7

«Чи відстежуєте ви якусь книжкову спільноту в соцмережах?»

7. Чи відстежуєте ви якусь книжкову спільноту в соцмережах?



Додаток А8

Розподіл відповідей на запитання 8

«Вкажіть книжкові спільноти, в яких ви зацікавлені»

8. Вкажіть книжкові спільноти, в яких ви зацікавлені

-
Фантастика
В ніяких
.
Метро 2033
ВРАЖЕННЯ UA
The Ukrainians
Я дуже багато читаю, і тим паче слідкую в інтернеті за великою кількістю книжкових свільнот. Я підписана на багато українських та закордонних авторів в їх соц. мережах і слідкую за всіма новинами. Підписана на багатьох буктокерів (люди що знімають короткі відео/рецензії/жарти з приводу книг в тік ток інстаграм або ютуб) Я і сама веду свій бук ток, але там Я не така активна

приводу книг в тік ток інстаграм або ютуб) Я і сама веду свій бук ток, але там Я не така активна наразі, раніше також писала рецензії на прочитані книги для свого інстаграму але також перестала це робити через недостаток вільного часу на це.

Книжкова спільнота Emi Peatch, книжкова спільнота «Цегла»

Це книжкові клуби в яких ми обговорюємо книжки і ділимося враженнями про них.

sasha_shev

Фантастика, романи

Я підписана на ті канали, які роблять аматорський переклад книг, на які в Україні не отримали права перекладу

Не всяких

Історична література

Фентезі

ніякі

КнигарняЄ

Немає Таких

2 світова війна

Bookling

Літературні клуби

Ті, в яких можна було б отримати доступ до книг із зарубіжної літератури, у яких відсутні переклади на українську мову.

Міфи

історія

Не в яких

Таких немає

Незацікавлений

Полюбляю фентезі. Двір шипів і троянд, Кров і попіл, Жорстокий принц

ULA Readers

в никаких

Не беру участь в книжкових спільнотах

Harry Potter

Футбол

Не має

Азіатські комікси

ніяких

@onlybooksua @akuniebooks @regin.mood

—

Yakaboo

Не знаю

Різні букблогери в Телеграмі

Ніякі

slovamy_povyazani

Незнаю

GoodReads

КСД, Зачитаємо, Книгарня Є

Сторінки видавництв та букток блогери

Київ Бук Фест

Комікс

Ніякими спільнотами я не зацікавлена

Нема

Book tok

Незнаю що таке спільноти

ЄКнигарня

Не можу сказати.. чесно

Я й не знаю

Обмін книг

Інстаграм та ютуб блогери та інстаграм сторінки українських видавництв

виробництво Vivat

В інстаграмі і в тіктоці слідкую за читацькими блогами

Шерлок Хомс

Букток

Небо

Читаю книги разом з дітьми

Айвенго ,
Світязь , і т.д.

Не можу віжповісти

Зно на всі 200.

Гаррі Поттер

Немає

SATWII

Книжковий блог Ксенії Близнець

Біологія, астрономія

зарубіжна література

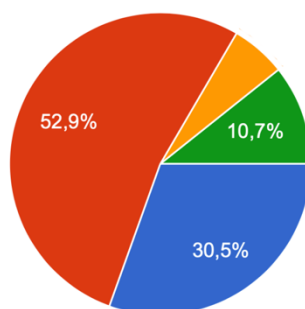
Аніме, манга

Не цікавився

Додаток А9

Розподіл відповідей на запитання 9 «Чи звертаєте ви увагу на контент, пов'язаний із читанням книг або освітніми темами, у соцмережах?»

9. Чи звертаєте ви увагу на контент, пов'язаний із читанням книг або освітніми темами, у соцмережах?



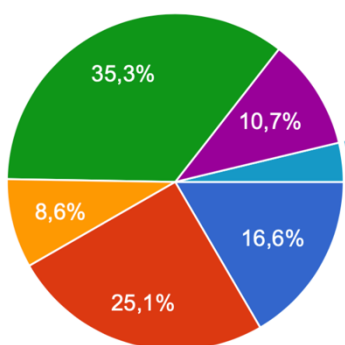
- Так, часто шукаю та переглядаю такий контент
- Іноді потрапляю на такий контент
- Ні, не помічав/ла такого контенту
- Мені не цікавий такий контент

Додаток А10

Розподіл відповідей на запитання 10

«Як часто ви читаєте книги в паперовому форматі?»

10. Як часто ви читаєте книги в паперовому форматі?

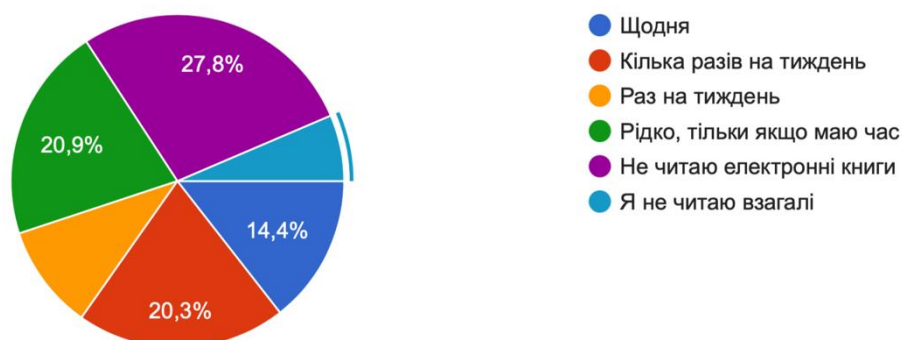


- Щодня
- Кілька разів на тиждень
- Раз на тиждень
- Рідко, тільки якщо маю час
- Не читаю паперові книги
- Я не читаю взагалі

Додаток А11

Розподіл відповідей на запитання 11 «Як часто ви читаєте електронні книги (на планшеті, смартфоні, читальному пристрої тощо)?»

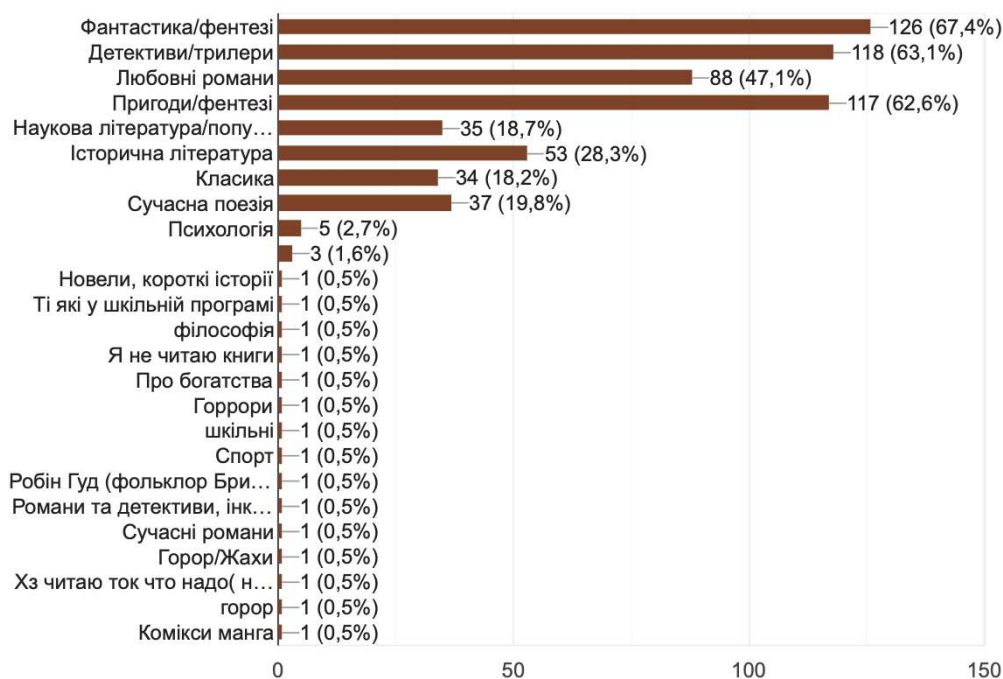
11. Як часто ви читаєте електронні книги (на планшеті, смартфоні, читальному пристрої тощо)?



Додаток А12

Розподіл відповідей на запитання 12 «Які книги вам подобаються?»

12. Які книги вам подобаються?

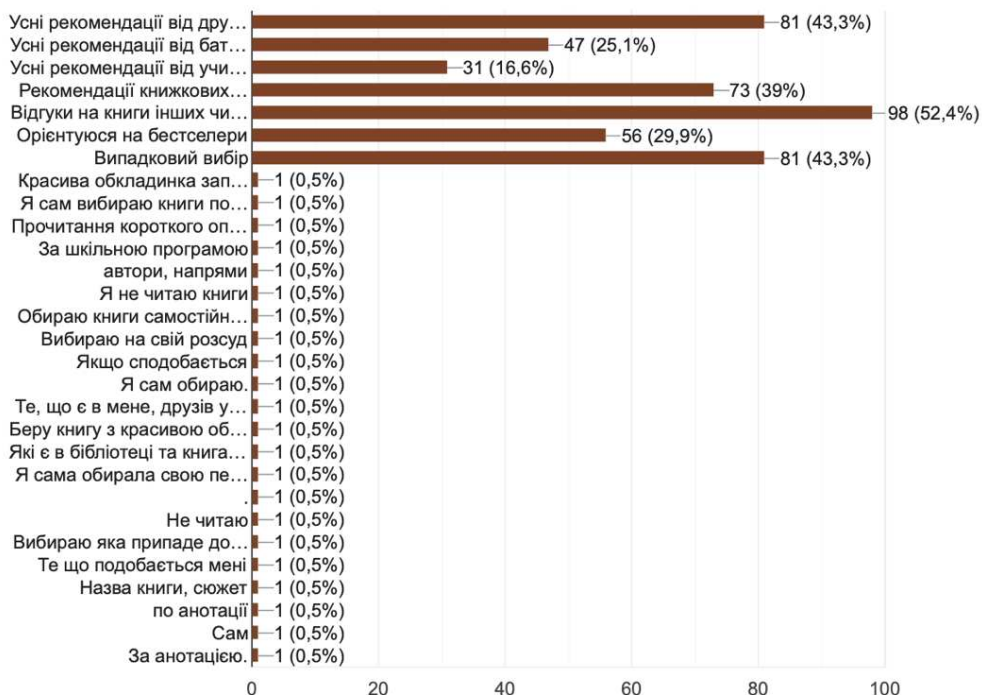


Додаток А13

Розподіл відповідей на запитання 13

«Як ви обираєте книги для читання?»

13. Як ви обираєте книги для читання?

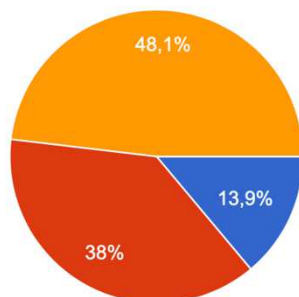


Додаток А14

Розподіл відповідей на запитання 14

«Чи цікаві вам книжкові блогери?»

14. Чи цікаві вам книжкові блогери?



- Постійно стежу за конкретними блогерами
- Інколи переглядаю щось у будь-кого, хто трапиться
- Не знаю жодного книжкового блогера

Додаток А15
Розподіл відповідей на запитання 15
«Хто з книжкових блогерів вам цікавий?»

15. Хто з книжкових блогерів вам цікавий?

Ніхто

-

Не знаю

Не знаю таких

.

Ні хто

Не знаю жодного

Ніхто

Немає

mari.inich; ms_jillena; susikliza; book_art_cats

Крадійка книжок, книжкова фея, книжкове буття, гобітська книгарня

Никто

Алінка читає

Yevalib

Kseniia Kellerman, нотатки варварки

Проліт

Тік ток: victorybooks, susikliza, mari.inich, book_queen, vio.books, pizzaat2am, regin.books, irenashel_books, books_art_cats (це звичайно не всі але саме за ними я слідкую найбільше)

немає

Блогерка Сандра. Має свій канал на YouTube

На платформі тік-току є багато буктокерів, які знайомлять свою аудиторію зі світовими бетселерами і не тільки, тому мені цікаво спостерігати саме за ними у форматі коротких відео.

Не знаю нікого.

Ole Sia
КнигоСвіт Світлана
Reading Mary
Anna Book Diary
SashaBooks and other

Хз

Не дивлюсь

Не знаю

Всі

усі, хто просуває не лише найпопулярніші книги, про які вже всі знають, а ті, про які, зазвичай, не згадують

Неллі

Ліза Сусік, Марі Ініч, Саша Шевченко

Молочко Катерина

Немає таких

Не знаю ждного

Да боже я ж сказав, я не знаю таких ноунеймів

не знаю книжкових блогерів

Мені не потрапляли такі блогери

Афіна

Ніякий

Люда Дмитрук

@bookkana, @books_natali, друзі, які часто діляться своїми знахідками у себе в сторіз

apostrophe.books , книжЮля

Не пам'ятаю

Я не знаю жодного книжкового блогера

@samborskaja0 @knigoland.ua @loginirara

Немає таких

мої друзі які читають та діляться книгами

Limboy_olya, irenabooks

Емма Антонюк

peake-week Paperes

Не запам'ятовую їх імена

книжЮля (інстаграм та Тік ток)

Milka Read. ...

Я не знаю

Проліт, kseniakellerman

Ні які

edidkovskaya

Людмила Личи

Не знаю жодного книжкового блогера

Читай, kqw, книжки

Укрліб

я не дивлюсь їх

Дівчатка з інстаграму АняБукс

@akuniebooks

тік ток: susikliza

—

Не цікавлюсь книжковими блогерами

Не знаю.

Яна Панч

Не слідкую

Юлія Кубай

Ольга Мантро,але це не її основний контент.

Українські блогери

Ельф мовить про книги, Анна Book Diary

Крадійка книжок, in book we trust, книжковий бункер

ніхто

Ніякий

—

Не знаю таких

Незнаю

Клуб «Вовчиці»

Анастасія Чорненко

Не підписана ні на кого конкретного, просто іноді трапляються в рекомендаціях

Не пам'ятаю імені

Энтони Юлай

Леді бак

Улічева

Svitlo Bibliotek

Я не знаю їх

незнаю таких

Sasha Shevchenko

Не знаю))

@zlata.artsoul @akuniebooks

не пам'ятаю назву каналу

Ентоні Юлай

Настя Гавриш, Це ніхто не буде дивитись, The book Leo, Haley Pham

knygolove

Тупочитай

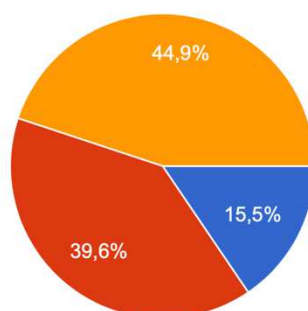
Калинкін, Юзефович

Не натрапляла на них

Додаток А16

Розподіл відповідей на запитання 16 «Чи ви коли-небудь рекомендували книгу, яку ви прочитали і яка вам сподобалася, у соціальних мережах?»

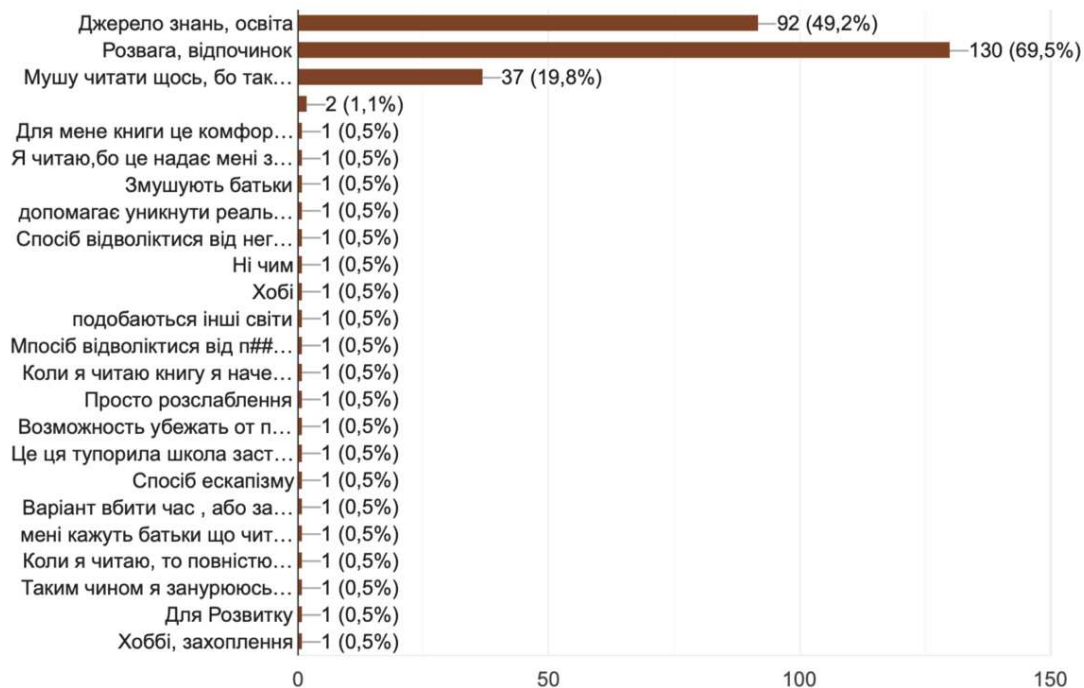
16. Чи ви коли-небудь рекомендували книгу, яку ви прочитали і яка вам сподобалася, у соціальних мережах?



- Так, завжди так роблю
- Іноді рекомендую, якщо книга дійсно вражаюча
- Ні, не рекомендую книги іншим у соцмережах

Додаток А17
Розподіл відповідей на запитання 17
«Чим є для вас читання книг?»

17. Чим є для вас читання книг?



Додаток А18

Розподіл відповідей на запитання 18

«Яку книжку ви прочитали завдяки соцмережам?»

18. Яку книжку ви прочитали завдяки соцмережам?

Ніяку
-
Гарі Поттер
Двір шипів і троянд
Ні яку
.
Майже всі книжки, які читаю з соцмереж. Такі як: Макова війна, безніч, незрима життя Адді Лярю, цикл Із крові та попелу та двір шипів і троянд; і тд
Ревна молитва
"Пляжне читиво", безліч книг Кінга та Агати Крісті, всі книги Іларіона Павлюка, декілька книг Макса Кідрука, "Дівчина Онлайн", декілька книг Фредеріка Бакмана, "Дівчина в потягу", "Танці з кістками", "Відьмак", "Випадкові наречені"
Метро 2033
Дівчатка блогерики 2
"Хіба ревуть воли, як ясла повні?"
Кава з кардамоном
Багацько, «із крові і попелу» «квартира на двох» «жорстокий принц» «хірург і наступні книги»

Це багато книг, зазвичай я дуже піддався маркетингу і якщо я десь побачила хоч один хороший відгук на книгу або хтось розповів цікаво про зміст то я маю її прочитати. Але з банальної книги які я читала завдяки соц мережам це "Трон зі скла" "Двір шипів і троянд" "Жорстокий принц" (Ну ви певно зрозуміли що фентезі мій улюблений жанр) ще "Хірург", із книг які я ще не читала але вони стоять на моїх полицях і чекають свого часу це "Шістка воронів" "Незриме життя Адді Лярю" "Місто півмісяця "

Поліанна

Віра Агієва «За лаштунками імперії»

Керстін Гір "Таймлесс"

Нестайко Лісова школа

«квіти для елджерона»

The trilogy of Poppy war by Rebecca Kuang

"Винні зірки " Джон Грін

Тисяча пам'ятних поцілунків

"Злочин і кара"

Ніяку_-

"Абсолютно не цілована"

Дівчина онлайн, П'ятеро пошукачів і пес.

Чорнильне серце

Інферно

Гаррі Поттер

Дмитрий Силлов закон міченого

Несподіване кіно

Коллін Гувер «Спогади про нього»

Джуді Муді

Із Крові і Попелу

Більше спираюся на власний вибір або поради знайомих, не мала такого досвіду

Сара Джіо «Бунгало»

Око всесвіту

Важко пригадати

В пошуках Аляски, Танці з кістками

Енн із зелених дахів

Історія України від діда Свирида

гетьман Сагайдачний

Бійцівський клуб

Кінг С. Воно

Гіпотеза кохання, дшіт, кіп

Спіймати кішку

ведьмак

"Дванадцять Стульєв"

східний експрес Агата Крісті

Я не читаю книги

Сім чоловіків Евелін Г'юго

Війна і мир

Аліса в країні чудес

молоко й мед

Дівчина онлайн

Роналдо, Бекхем

Чудове Чудовисько

Ліниві і ніжні. Ю.Іздрик

Завдяки соцмережам ніяку

Гордість та упередження

Не пам'ятаю

Жодну

"Чудовий ранок. Як не простати життя" Гел Елрод

Жорстокий принц

Ні яку, але думаю прочитати

гаррі потер

Не знаю

Джордж Р. Р. Мартін, цикл «Пісня льоду й полум'я»

90% своїх книг

Академія Черечіля Бредлі(4 частини)

Коти вояки, магічна битва.

Пасажири

клуб романтики

Я не слідкую за книгами через соцмережі.

Гаррі Поттер та Келих Вогню

Террі Прачет

1984

Зазирни у мої сни

Томас Еріксон - Навкруги одні ідіоти.

Академія Еліти

Практично усі мої книги

Насправді більшість таких. «Ведмеже місто», «Без Меріт», «Веріті», «Я бачу, вас цікавить п'ятьма» та інші

Майже всі)

ніяку

Гарі Поттер Дитя темряви

Трансерфінг реальності

Два капітана

Портрет Доріана Грея

Ведмежа книга, айвенго

Моя вина

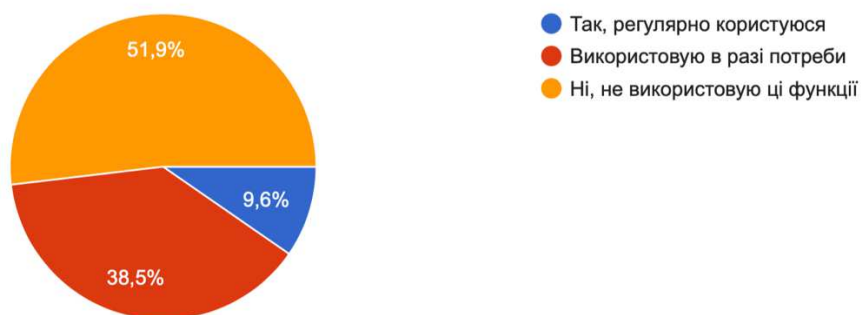
«Я бачу, вас цікавить п'ятьма»

Додаток А19

Розподіл відповідей на запитання 19 «Чи використовуєте ви функції збереження або розміщення закладок для освітнього контенту на соціальних мережах?»

19. Чи використовуєте ви функції збереження або розміщення закладок для освітнього контенту на соціальних мережах?

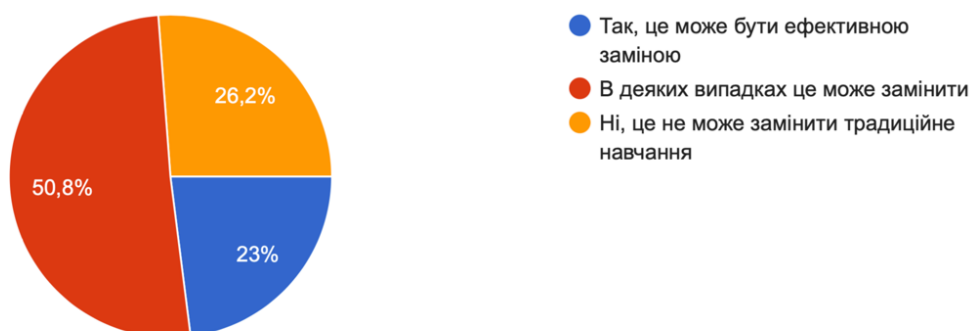
1



Додаток А20

Розподіл відповідей на запитання 20 «Чи сприймаєте ви навчальний контент у соціальних мережах як заміну традиційному навчанню в школі або університеті?»

20. Чи сприймаєте ви навчальний контент у соціальних мережах як заміну традиційному навчанню в школі або університеті?



Додаток Б
МЕДІАМОНІТОРИНГ «УКРАЇНСЬКІ КНИЖКОВІ СПІЛЬНОТИ».
КОМПЛЕКСНИЙ ДАШБОРД: ТІКТОК, ЮТУБ ТА ІНСТАГРАМ НА
ПЛАТФОРМІ YOUSCAN
(01.09.22 — 31.08.23)

Додаток Б1 «Загальна кількість згадувань»

Всього згадувань

За період: 1 вересня 2022 - 31 серпня 2023

Тема: UKR BOOK

Згадування

50,622

↑ 100%



Додаток Б2 «Загальна кількість авторів»

Загальна кількість авторів

За період: 1 вересня 2022 - 31 серпня 2023

Тема: UKR BOOK

Автори

3,580

↑ 100%

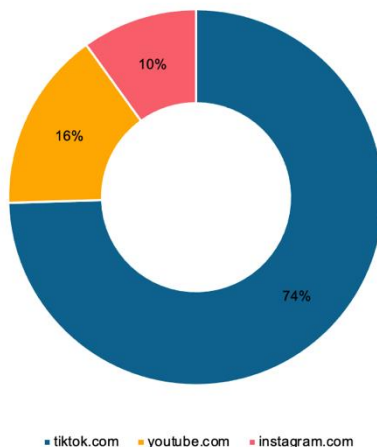


Додаток Б5 «Розподіл джерел згадувань»

Розподіл джерел

За період: 1 вересня 2022 - 31 серпня 2023

Тема: UKR BOOK

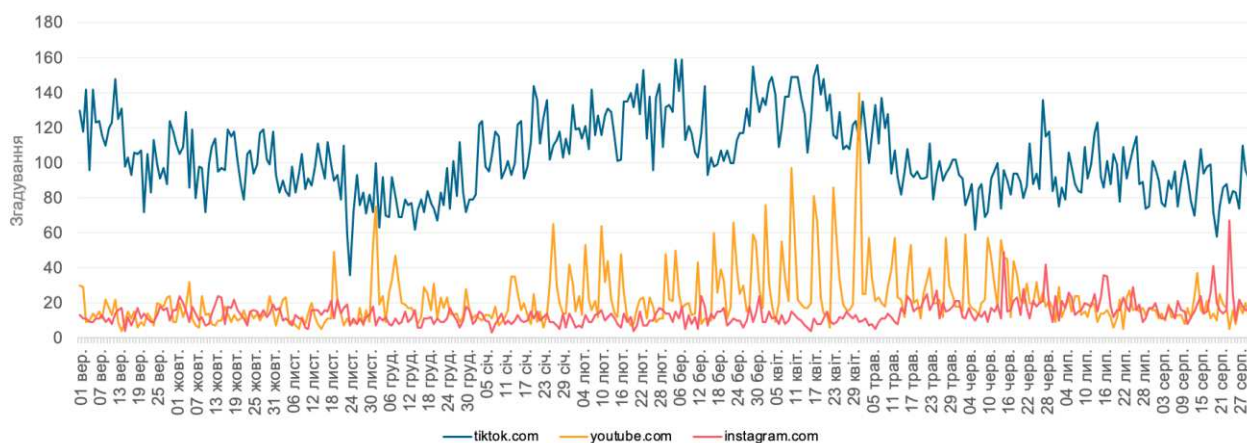


Додаток Б6 «Динаміка медіаактивності

у соціальних мережах ТікТок, Ютуб та Інстаграм»

За період: 1 вересня 2022 - 31 серпня 2023

Тема: UKR BOOK



Додаток В
МЕДІАМОНІТОРИНГ «УКРАЇНСЬКІ КНИЖКОВІ СПІЛЬНОТИ»
СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ ТІКТОК НА ПЛАТФОРМІ YOUSCAN
(01.09.22 — 31.08.23)

Додаток В1 «Загальні відомості»

Загальні відомості

Всього згадувань

37 725



Автори

2 189



Залучення

12 831 163



NSR

64



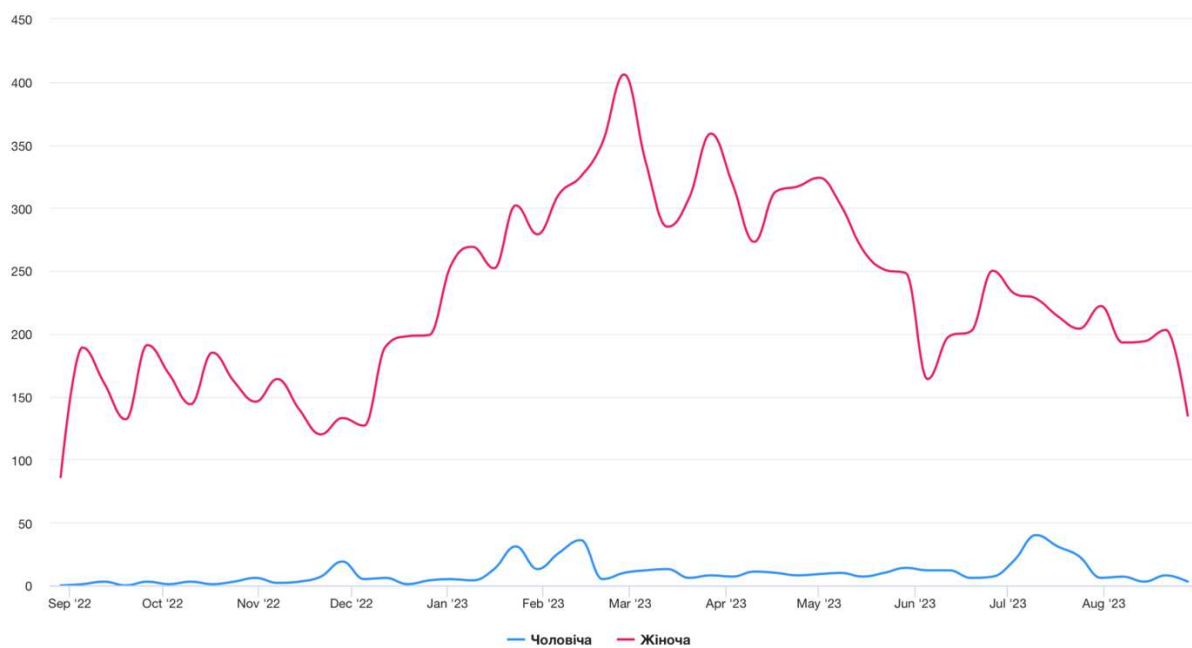
Експорт ▾



Додаток В4 «Аудиторні інсайти. Демографія»

Демографія

1 вересня 2022 р. - 31 серпня 2023 р.



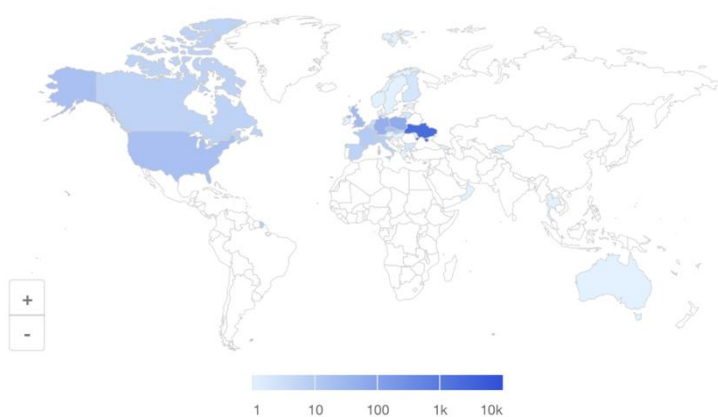
Додаток В5 «Аудиторні інсайти. Демографія.

Місцезнаходження авторів. Вік авторів за статтю»

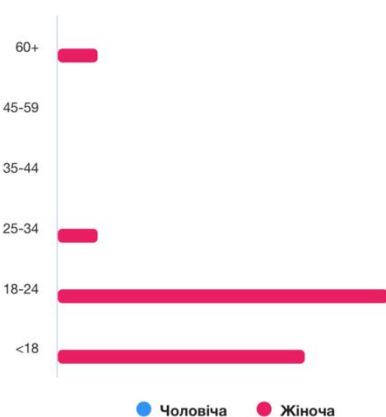
Демографія

1 вересня 2022 р. - 31 серпня 2023 р.

Місцезнаходження авторів












Вік авторів за статтю



Додаток В6 «Топ авторів за залученням»

Топ авторів

1 вересня 2022 р. - 31 серпня 2023 р.

Ім'я	Інтереси	Залучення ↓	Підписники	Згадування
 Susik	—	843 487	22 200	282
 mari	husband	384 844	256 200	25
  Холод Дарія 	blogging books	377 060	9 257	522
 book.mak	books	241 983	3 513	224
 isabell_books	—	216 094	1 548	88
 viki.books	—	209 414	18 015	58
 Юлія Нагорнюк	—	193 364	4 170	402

Додаток В7 «Топ 30 згадок»


Font
Топ 30 згадок

За період: 1 вересня 2022 - 31 серпня 2023

Тема: UKR BOOK

mari
tiktok.com
14 серп., 2023 12:09


FAKE BLADE #thecruelprince
#hollyblack #folkoftheair #judeduarte
#cardangreenbriar #booktok
#жорстокийпринц #jurdan
#українськийбукток #pov
#народповітря #fantasy



👍 102100 🔄 2854 💬 800 👁 447000

Your Ukrainian 🇺🇦
tiktok.com
17 жовт., 2022 02:27


#українськийтікток #рекомендації
#українськийбукток #букток
#черлідінг #сша #сшашкола
#американськашкола
#книгиукраїнської
#всебудеукраїна 🇺🇦💙💛
Американська школа Влог



👍 97400 🔄 107 💬 139 👁 562600

mari
tiktok.com
12 серп., 2023 11:46


the King and the Queen of
Elfame 🍀🌟 #thecruelprince
#judeduarte #cardangreenbriar #pov
#hollyblack #жорстокийпринц
#українськийбукток #booktok
#fantasy #jurdan #буктокукраїнською
@hollyblackwriter



👍 91500 🔄 2259 💬 753 👁 387100

isabell_books
tiktok.com
17 лист., 2022 17:12


#ukrainianbooktok
#книжковірекомендації #booktok
#книги #українськийбукток
#буктокер #книгиукраїнською #гес
#книжковийтікток #bookгес #букток
#укрбукток #буктокерукраїнською
#reading #Ukraine
#bookrecommendations #буктокерка
#рекомендації #книжковийблог
#recommendation Коли сіла читати
книгу і забула поставити пісню на
постійний програвач:



👍 87700 🔄 306 💬 306 👁 401400

Marta
tiktok.com
10 вер., 2022 14:03


#stephenking #стівенкінг
#війнаукраїні #україна
#українськийбукток
#книжковийблог #букток
#українськийтікток Як Стівен Кінг
коментує ситуацію в Україні?
«Українці сьогодні надерли дули.
Слава Україні»❤️



👍 71900 🔄 723 💬 237 👁 508100

iss_ssara
tiktok.com
11 лист., 2022 08:01

#джорджбайрон #байрон #донжуан
#класичналітература #літток #букток
#укрбукток #українськийбукток
#книжковийтікток
#літературнийтікток #література - До
вас можна з собакою? - На жаль,
правила забороняють - Шкода... - А
в правилах тільки собаки? ("Дон
Жуан") Джордж Байрон: Коли
Байрон вступав до Кембриджу, йому
заборонили утримувати свого собаку
в кімнаті, на наступний день він
притягнув ведмедя.



👍 70700 🔄 917 💬 360 👁 310600

mari

tiktok.com

21 серп., 2023 20:00

rov Jude and Cardan swope their roles ✨ #thecruelprince #folkoftheair #booktok #жорстокийпринц #буктокукраїнською #rov #українськийтікток #народповітря #fantasy #hollyblack #judeduarte #cardangreenbriar #jurdan #українськийбукток



👍 66300 🔄 1383 💬 492 👁 336700

Susik

tiktok.com

03 січ., 2023 18:28

✂️ Хтось випадково не продає книги Аґати «Тріснуло дзеркало», «Поїзд о 4:50 з Педдінґтона» у цьому виданні?) #аґатакрісті #книгиукраїнською #буктокукраїнською #українськийбукток Це я прочитала 11 романів Аґати Крісті і ні разу не вгадала вбивцю



👍 66000 🔄 414 💬 670 👁 564300

mari

tiktok.com

26 трав., 2023 14:26

! FAKE SWORD ! #thecruelprince #thefolkoftheair #booktok #hollyblack #жорстокийпринц #народповітря #judeduarte #джуддуарте #букток #українськийбукток #sarcut



👍 62500 🔄 496 💬 357 👁 283200

Veronica

tiktok.com

06 лист., 2022 23:42

тг: Таинственный сад 🐝 #українськийбукток #укрбукток #книжнийтікток #книжньерекомендации #книги #букток #мафия когда твоя любимая гг, которая была сухой, могла постоять за себя, стала мягкой, неуверенной в себе и прогнулась под мужика odu>



👍 54600 🔄 249 💬 423 👁 238800

Аня

tiktok.com

04 трав., 2023 00:04

#букток #книжки #укрбукток #українськийбукток # Я: щоразу, коли бачу ціни на книжки



👍 46400 🔄 2349 💬 264 👁 257600

book.mak

tiktok.com

18 лют., 2023 20:49

не, ну а шо? #буктокукраїнською #книжковірекомендації #книгиукраїнською #укрбукток #українськийбукток #книги #яой #манга #манхва #юри -Чого ви такі шумні? Оно, Аня, сидить тихенько увесь урок. Берить приклад Аня, яка пів ночі читала поєНушку:



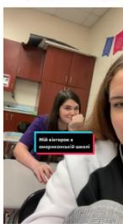
👍 46000 🔄 1256 💬 780 👁 326800

Your Ukrainian 🇺🇦

tiktok.com

20 жовт., 2022 00:04

#українськийтікток #рекомендації
 #українськийбукток #сша
 #сшашкола #всебудеукраїна 🇺🇦💙💛
 #американськийтікток
 #американськашкола #черлідінг
 #українськийконтент #життявсша
 Мій вівторок в американській школі



👍 47800 🔄 29 💬 94 👁 345400

читацьке літо 🌱❤️

tiktok.com

16 січ., 2023 11:48

мені залишилося 38 сторінок 😊
 #букток #буктоукраїнською
 #українськийбукток
 #тисячапамятнихпоцілунків
 #тіллікоул коли дочитуєш ту саму
 книгу : 🍷 :: знову відходимо
 місяць?? так, сер 🍷 :: щось
 відчуваєш? нічого, сер



👍 46900 🔄 576 💬 276 👁 542300

Susik

tiktok.com

07 лист., 2022 22:35

#інелишилосьжодного #агатакрісті
 #книгиукраїнською
 #українськийбукток
 #буктоукраїнською Коли Агата
 Крісті довела тебе до того, що ти
 почала підозрювати мертвих



👍 45600 🔄 382 💬 312 👁 224900

Tamila

tiktok.com

17 груд., 2022 23:58

#українськийбукток #прочитане
 #книжковийтікток #букток тг-
 booktamila Прочитане за рік (майже)
 Січень Лютий Березень Квітень
 Травень Червень Липень Серпень
 Вересень Жовтень Листопад



👍 41800 🔄 523 💬 710 👁 647100

isabell_books

tiktok.com

05 січ., 2023 16:46

#книжковиймем #ukrainianbooktok
 #книжковірекомендації #booktok
 #книги #українськийбукток
 #буктокер #книгиукраїнською #rec
 #книжковийтікток #bookrec #reading
 #букток #рекоменадії #укрбукток
 #Ukraine #буктокерукраїнською
 #книжковийблог
 #bookrecommendations
 #книжковийсвіт #буктокерка «І його
 світле волосся» В СЕНСІ СВІТЛЕ?!



👍 42200 🔄 321 💬 316 👁 409100

Booklover Anna

tiktok.com

28 лист., 2022 15:33

Друга частина вже у профілі 🍷
 #буктоукраїнською #книжковийблог
 #книжковийтікток
 #українськийбукток #букток
 #щопочитати #книжковірекомендації
 Книги від яких я не могла відірватись
 (Частина перша)



👍 40100 🔄 1028 💬 339 👁 633200

Світлана Вертола

tiktok.com

09 січ., 2023 17:08

Один мінус - книжки капець як швидко розбирають 😊 Адреси книгарень @vivat_book у Києві - Петра Сагайдачного 8. У Львові - Галицька Площа 12 ❤️ #букблог #книжковийблог #букблогер #букблогерка #українськийтікток #українськийбукток #букток #vivat #vivat #видавництвоvivat Прийшла у книгарню Vivat купити книжки на вагу 😊 На окремому стенді усі акційні книжки Акція триває відсьогодні і до 12 січня у книгарнях Vivat у Києві та Львові і одразу огляд того, що я придба...



👍 37800 🔄 2197 💬 360 👁 464900

yankaаа

tiktok.com

08 лют., 2023 20:42

Хто придумав цю парашу? #globalrecommendations #export #букток #українськийбукток #українськийбуктокер #книжнийтікток #романи #книжнийблог #aronwarner Серія книг, яка одразу мені не зайшла:



👍 38900 🔄 645 💬 465 👁 313600

Євгенія Хетфорд

tiktok.com

10 січ., 2023 20:31

#fur #fur #on #fur 🍷 #рге #укртікток #українськийбукток #booktok #українськийтікток #книжнийтікток #тарасшевченко #кобзар Вчитель укр літ: Розповідає про тяжку долю Тараса Шевченка Також Тарас Шевченко в рандомному борделі:



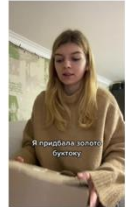
👍 35300 🔄 437 💬 290 👁 169200

Susik

tiktok.com

25 січ., 2023 21:31

#буктокукраїнською #книгиукраїнською #українськийбукток #укрбукток #книжковийтікток Я придбала золото буктоку - скількии?



👍 31300 🔄 240 💬 447 👁 334200

Vi+

tiktok.com

08 січ., 2023 04:37

вона пробувала з'їсти книгу, любить гризти граніт науки як її мати... #книжнийтікток #книги #букток #укрбукток #українськийбукток #стівенкінг #докторсон те відчуття коли на годиннику 5 ранку й твоя компанія це книга Кінга, зелений чай та пес Соня



👍 31700 🔄 140 💬 114 👁 196800

Катерина Демидова


tiktok.com


08 черв., 2023 20:38

Happy Birthday to me 🍷 17 розділ мого життя) #українськийбукток #укрбукток #книжковийблог #буктокукраїнською #happybirthday #деньнародження Мама: ми з татом поговорили і вирішили подарувати тобі абонемент на книги на 10000 грн






👍 30900 🔄 254 💬 279 👁 204000





Ruslana 

 tiktok.com


[08 бер., 2023 22:31](#)

У саме  **#українськийтікток**
#українськийбукток
#booktokukraine **#книжковийтікток**
#українськийбуктокер **#симоненко**
 Коли він каже тобі: «Не винось мені мізки» А В.Симоненко писав:
 «Ображайся на мене, як хочеш,
 Зневажай, ненавидь мене- Все одно я люблю твої очі І волосся твоє сумне.» 





 29100  1627  58  355400





Книжковий Лев


 tiktok.com


[07 груд., 2022 14:02](#)

#українськийтікток **#україна**  **#fyp**
#гес **#ukraine** **#booktok** **#букток**
#книгиукраїнською **#safe**
#українськийбукток **#kyiv** **#kyivsafe**
#safekyiv **#книжковірекомендації** що ми як книгарня НЕ РАДИМО читати?? переписки з колишніх
















 27600  282  105  146700





ТВОЯ КНИЖКОВА ПОЛИЦЯ 


 tiktok.com


[06 бер., 2023 09:55](#)

#укрбукток **#українськийбукток**
#буктокукраїнською **#книжнийтікток**
#книгиукраїнською **#книги прочитати**
 книгу за 3 дні      
 прочитати дві сторінки шкільної літератури      




 26200  223  486  380600





АЛІНА: ЇЖ-ЧИТАЙ-КОТИ 


 tiktok.com


[08 квіт., 2023 21:45](#)

#закладикиєва **#рекомендації**
#українськийбукток
#буктокукраїнською **#рестораникиїв**
 ОГЛЯДАЄМО РЕСТОРАН ЕКТОРА
 ОГЛЯДАЄМО РЕСТОРАН ЕКТОРА
 смажені дім сами з телятиною — 227€
 дорадо гриль з пюре із цвітної капусти — 579€
 курка у кисло-солодкому соусі з ананасом — 349€
 половина курки по-пекінськи — 547€
 чек на трьох вийшов 2349€




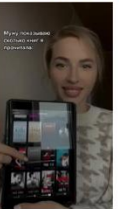
 26500  166  149  540600




Холод Дарія 



 tiktok.com


[18 вер., 2022 14:01](#)

! FAKE ALL ! мой тг holod_books 
#українськийбукток **#booktok**
#книжнийблог **#укрбукток**
#книжнірекомендації
#книжніереки **#книги18** **#романи18**
#книжнийтікток **#моментиизкниг**
#книгипроподростков
#книгипромафію **#букток**
#книжніеподборки
#книжніемужчини
#книжковірекомендації
#пенелопадуглас **#ринакент**
#корарейли **#линамур** **#лджшэн**
#щопочитати **#заразчитаю**
#книжковіполички **#бібліотека**
#любимыекниги **#улюбленікниги**
#сейчасчитаю **#любимаякнига**
#улюбленакнига **#анахуанг**
#извращенна...





 29500  128  341000





Яна, або дівчина, що читає  

 tiktok.com

[27 серп., 2023 01:48](#)

чому вони думають, що все заради них..чомось впевнена, що я не єдина з ким таке траплялось  **#укрбукток**
#букток **#буктокукраїна** **#книжки**
#книги **#українськийбукток**
#книжковийтікток **#книжковийблог**
#рекомендації
#книжковірекомендації **#книголюб**
#фентезі **#фентезікниги**
#фентезіукраїнською
#книжковічоловіки **#booktok** **#fyp** **#fyp**
 > **#foryou**



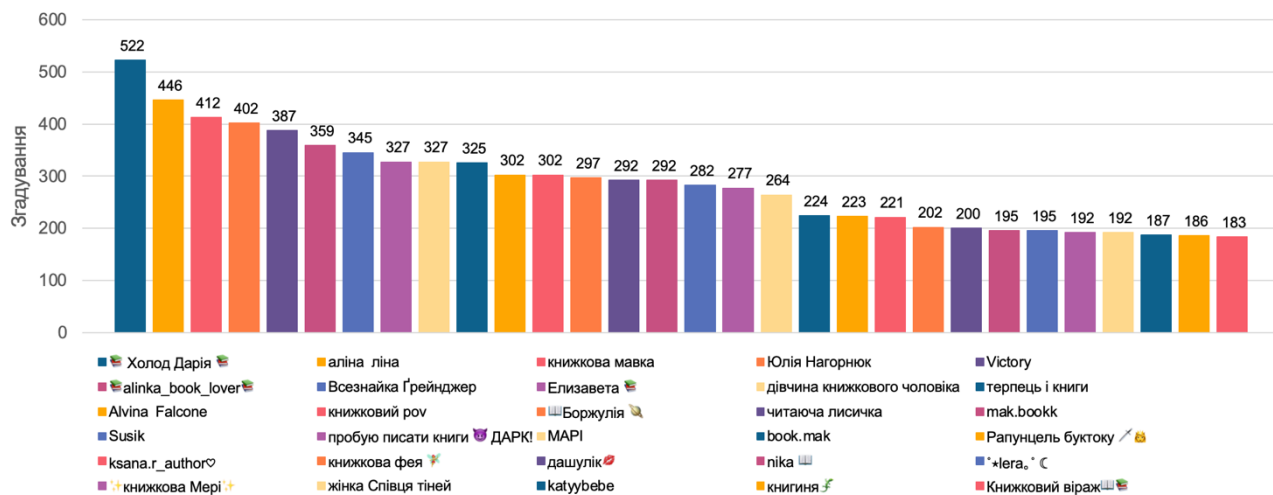
 24600  570  367  111300

Додаток В8 «Топ 30 авторів»

Топ 30 авторів

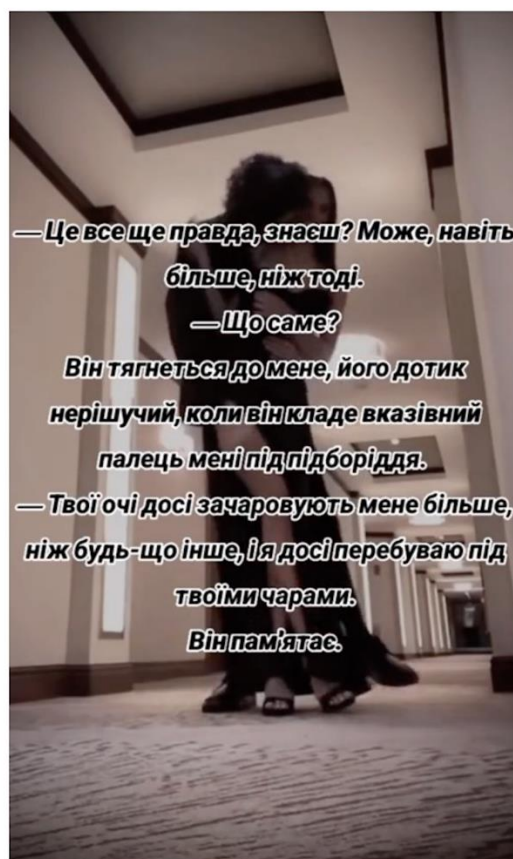
За період: 1 вересня 2022 - 31 серпня 2023

Тема: UKR BOOK



Додаток В9

ТікТок-перепишки як форма форма екранізації книжкового тексту



Додаток Г

МЕДІАМОНІТОРИНГ «УКРАЇНСЬКІ КНИЖКОВІ СПІЛЬНОТИ»

ВІДЕОХОСТИНГУ ЮТУБ НА ПЛАТФОРМІ YOUSCAN

(01.09.22 — 31.08.23)

Додаток Г1 «Загальні відомості»

Загальні відомості

Всього згадувань
7 866



Автори
936



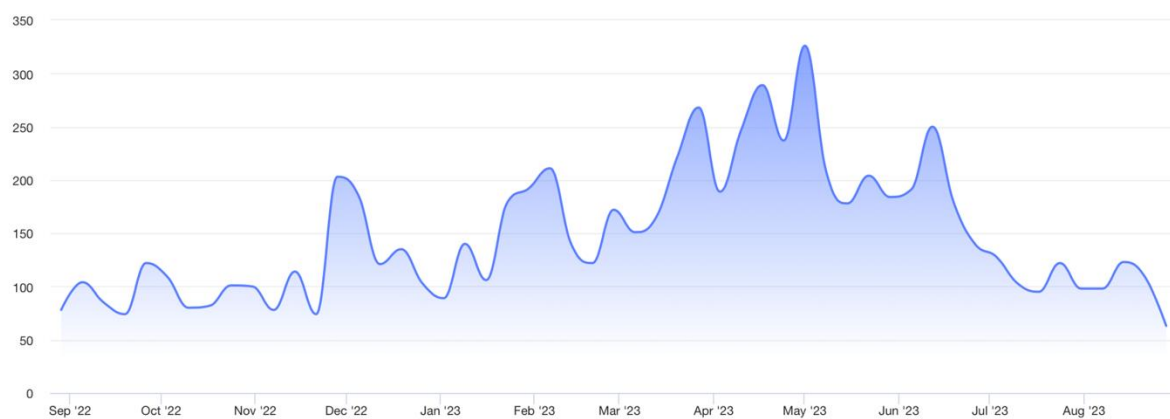
Залучення
506 627



NSR
68



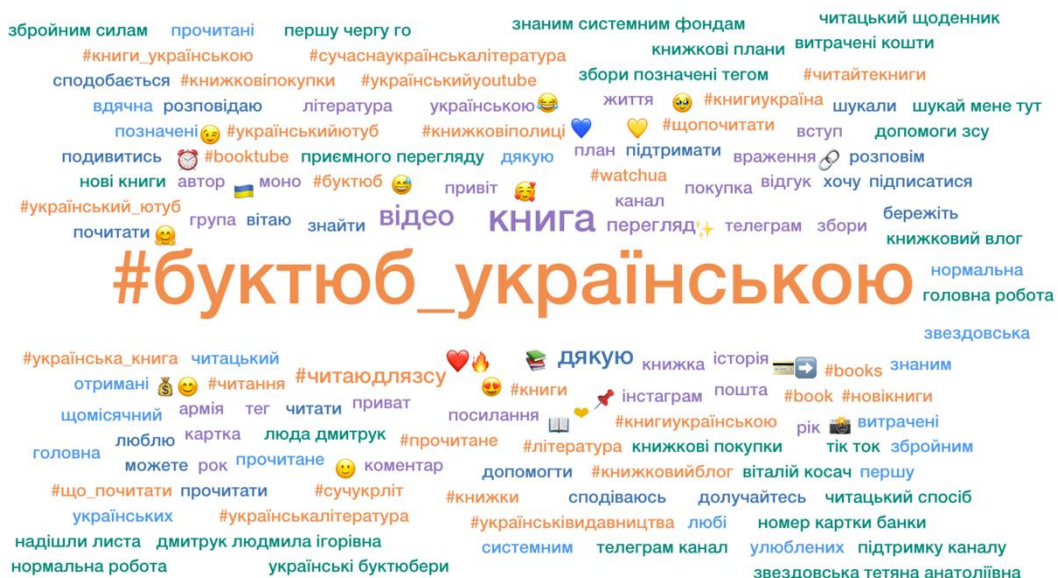
Експорт ▾



Додаток Г2 «Хмара слів»

Хмара слів

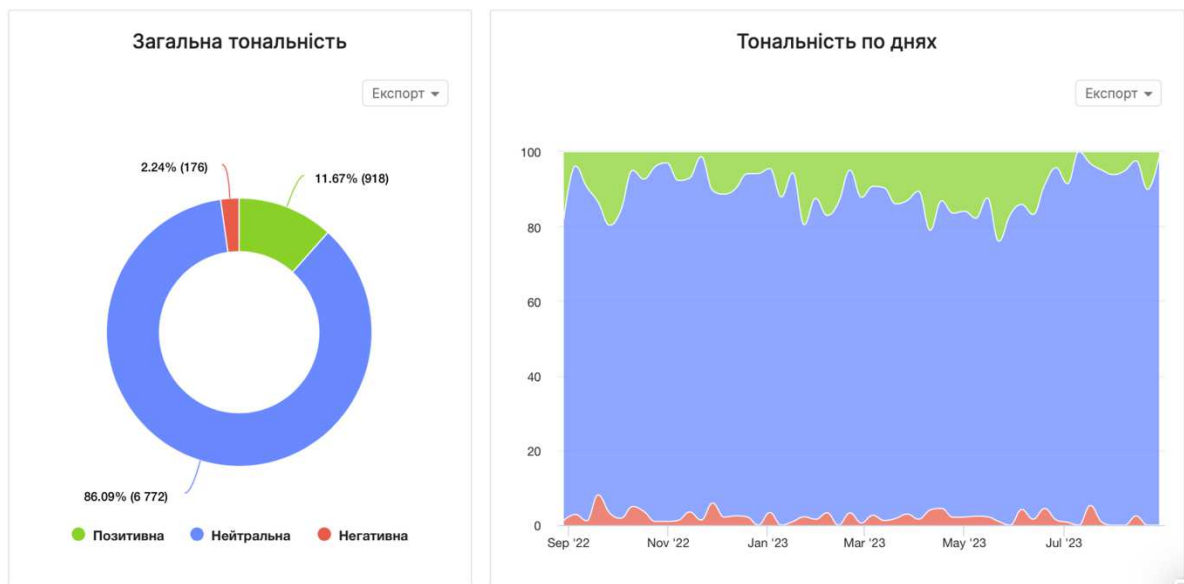
1 вересня 2022 р. - 31 серпня 2023 р.



Додаток Г3 «Розподіл тональності»

Розподіл тональності

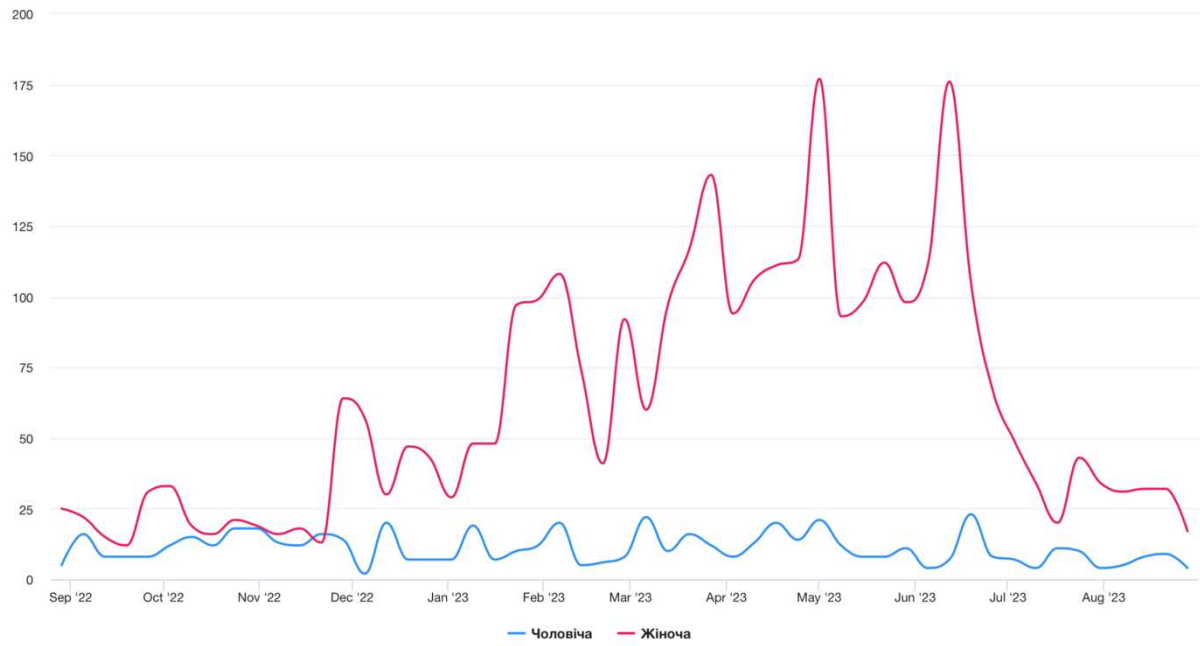
1 вересня 2022 р. - 31 серпня 2023 р.



Додаток Г4 «Аудиторні інсайти. Демографія»

Демографія

1 вересня 2022 р. - 31 серпня 2023 р.

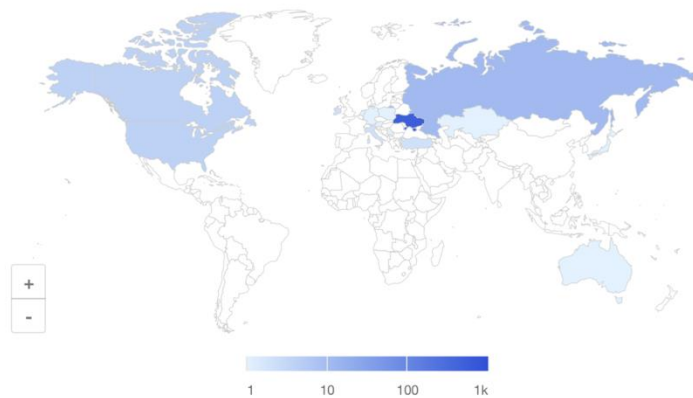


Додаток Г5 «Аудиторні інсайти. Демографія. Місцезнаходження авторів. Вік авторів за статтю»

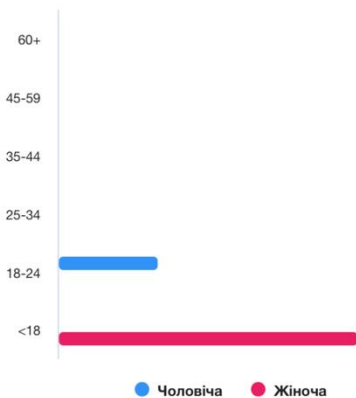
Демографія

1 вересня 2022 р. - 31 серпня 2023 р.

Місцезнаходження авторів










Вік авторів за статтю



Додаток Г6 «Топ авторів за залученням»

Топ авторів

1 вересня 2022 р. - 31 серпня 2023 р.

Ім'я	Інтереси	Залучення ↓	Підписники	Згадування
 Ksenia Kellerman	shopping travel	50 498	15 100	65
 Reading Mary	do it yourself books poetry	33 891	10 600	115
 @AnnaBookDiary	books reading shopping	19 045	6 140	69
 @milkaread	—	18 962	6 040	962
 @Strangelovee	books cats	17 327	4 820	86
 Svitlo Bibliotek	books reading	15 320	3 830	90
 @dolli.k	—	15 270	3 040	67

Додаток Г7 «Топ 30 згадок»

Топ 30 згадок

За період: 1 вересня 2022 - 31 серпня 2023

Тема: UKR BOOK

Аліна Ольшанська

youtube.com

19 черв., 2023 11:22

Історія створення, приховані сенси та психологічний розбір "Гаррі Поттера" Джоан Роулінг

битви за Гогвортс 00:48:42
Тема сирітства: сценарій Гаррі 00:59:28
Тема сирітства: сценарій Тома Редла 01:01:24
Дітям про темну сторону світу і особистості 01:03:59
Епілог #роулінг #джоанроулінг #гарріпоттер #поттеріана #фентезі #книги #література #урокилітератури #українською #українськийютуб #буктюб_українською #прихованийсенси Відео-фрагменти кінострічок використані відповідно до авторського права: Соругі...



👍 6828 🗨️ 1860 👁️ 96719

Сторінки Успіху

youtube.com

18 вер., 2022 12:00

Наближається 3 Світова Війна - Україна стане епіцентром подій?

://www.youtube.com/watch?v=nkm9Qtwjj04&list=PL_VQh9VZiECf5QTdE3TjAMrHbRuXFFxEo 🗨️ 3бїрка різноманітних відео, де кожен знайде щось для себе ▼
https://www.youtube.com/watch?v=6y2HoEnNxr0&list=PL_VQh9VZiECduRqhKhG3l1BjEY5Emk2W 📢



Підпишіться ▶
https://tinyurl.com/StorinkyUspihuPidpyska #сторінки_успіху #україна #війна #буктюб_українською

👍 3556 🗨️ 629 👁️ 274891

Фантастичні talk(s) / Fantastic talk(s)

youtube.com

03 серп., 2023 20:00

Анджей Сапковський - "Відьмак", слов'янська міфологія, Геральт із Рівії 🇇🇵🇵🇵

#SFFwritersforUkraine
#фантастичніtalks
#буктюб_українською #фентезі 🌟
ТОП-анонс року! Творець "Відьмака" Анджей Сапковський зустрінеться з українськими фанатами, щоб дати відповідь на такі питання: Як і для чого він створив Відьмака? Чи вірив, що його романи спіткає успіх? Чи підозрював, що Відьмак вплине на розвиток, як польської та і української фантастики та, зрештою, стане світовим феноменом? І чому?..



👍 3140 🗨️ 181 👁️ 27757

Аліна Ольшанська

youtube.com

28 квіт., 2023 15:48

ВОЛОДАР ПЕРСНІВ: чому ця історія підкорила світ?

Розповідаю про Дж.Р.Р.Толкіна та його книги, шукаю їх приховані сенси. Трохи про історію створення світу Середзем'я та трилогії "Володар перснів", біографічні нотки самого автора у ній, ідею гобітів, пацифізму, проблему абсолютної влади та лідерства, образи Фродо, Сема, Арагорна, Леголаса й Гімлі. #толкін #володарперснів #гобіт #перснівлади #фентезі #українською #українськийютуб #українськийконтент #українськийблогер...



👍 2246 🗨️ 542 👁️ 18922

Сторінки Успіху

youtube.com

25 груд., 2022 12:00

Гуру саморозвитку мовчать про цей ефект

[_VQh9VZiECf5QTdE3TJAMrHbRuXFFxEO](https://www.youtube.com/watch?v=6y2HoEnNxr0&list=PL_VQh9VZiECduRqhKhG31VJiEY5Emk2W) Збірка різноманітних відео, де кожен знайде щось для себе ▼
https://www.youtube.com/watch?v=6y2HoEnNxr0&list=PL_VQh9VZiECduRqhKhG31VJiEY5Emk2W
 Підписуйтесь ►
<https://tinyurl.com/StorinkyUspihuPidpyska> #сторінки_успіху #саморозвиток #психологія #буктьюб_українською #watchua --- Ілюстрації для обкладинки freepik.com



👍 2255 💬 74 👁 29510

Макс читає?!

youtube.com

24 трав., 2023 17:06

ІЗ КРОВІ І ГОВНА❤️ ТУПИЙ РОМФАНТ ЯКИЙ НЕМОЖЛИВО ЧИТАТИ😱 І ЦЕ СЕРЙОЗНО ПОПУЛЯРНО???

#буктьюб_українською

#ІЗКРОВІЙПОПЕЛУ Підтримати канал: Карта - 5375414126596757

Посилання на банку - <https://send.monobank.ua/jar/2TCsVqRNQU> . Ще раз нагадую що це відео - виключно розважальний контент який не закликає ні до чого. Тут висловлена суб'єктивна думка яка ні на що не претендує. . Підписуйся на український контент: Інстаграм: https://www.instagram.com/bookmax_/ Тік-Ток: https://www.tiktok.com/@bookmax_



👍 1891 💬 307 👁 16845

Ksenia Kellerman

youtube.com

29 жовт., 2022 16:30

УСІ МОЇ КНИГИ 📖 Реорганізація книжкових полиць та трохи про кожную з моїх 296 книг

спрямовуються на допомогу ЗСУ. Також можна подивитись: 📖 МОЇ УЛЮБЛЕНІ КНИГИ СТІВЕНА КІНГА ❤️ відео до Дня Народження автора - https://youtu.be/DM_o53WRoxg 📖 КНИЖКОВІ ПОКУПКИ 🌟 20 нових книг за вересень - <https://youtu.be/rprrmgBqzI0E> 📖 ПРОЧИТАНЕ ВЕРЕСНЯ 🌟 Пратчетт, Гемінгвей, Модіано та Сара - https://youtu.be/wFcG_H6Trwo 📖 ПЕРШІ ОСІННІ КНИГИ 🌟 похід до книгарні, книжкова посилка та осінні настрої 📖 <https://youtu.be/nbw...>



👍 184 💬 104 👁 20858

Ksenia Kellerman

youtube.com

21 вер., 2022 16:05

МОЇ УЛЮБЛЕНІ КНИГИ СТІВЕНА КІНГА ❤️ відео до Дня Народження автора

Стівена Кінга - <https://youtu.be/7yi7-OYPZG0> 📖 ПЕРШІ ОСІННІ КНИГИ 🌟 похід до книгарні, книжкова посилка та осінні настрої - https://youtu.be/nbwq8_rXUPs 📖 Читацький щоденник по КІНГУ 🌟 «Мертва зона», Карпати, Bullet journal і трішки сліз - <https://youtu.be/utny81DMejo> Мене можна знайти: 📖 Інстаграм: <https://www.instagram.com/ksenia.kellerman> 📖 Telegram: https://t.me/ksenia_kellerman 📖 Pinterest: https://www.pinterest.com/ksenia_kellerman



👍 145 💬 189 👁 14244

Ksenia Kellerman

youtube.com

11 черв., 2023 20:25

80 НОВИХ КНИГ 📖 Купа книжок за квітень та травень

ПОЛИЧКИ 📖 та велика книжкова перестановка - <https://youtu.be/WOJNsPKy4ww> 📖 КНИЖКОВІ ЦИКЛИ, які я буду дочитувати 📖 Фентезі, фантастика, детективи - <https://youtu.be/lxbtcUMPMI> Мене можна знайти: 📖 Інстаграм: <https://www.instagram.com/ksenia.kellerman> 📖 Telegram: https://t.me/ksenia_kellerman 📖 Pinterest: <https://www.pinterest.com/kseniakeller> 📖 GoodReads: <https://www.goodreads.com/user/show/140892098-ksenia-kellerma...>



👍 142 💬 96 👁 15548

SashaBooks

youtube.com

25 лип., 2023 18:01

Збираємо 3D пазли по Гаррі Поттеру #буктьюб_українською



👍 1242 💬 13 👁 24784

Ksenia Kellerman

youtube.com

29 січ., 2023 16:30

КНИЖКОВІ АНОНСИ 2023 🍷 Купа книг, які з'являться українською цього року

КНИЖКОВІ ПЛАНИ 2023 🍷 Що я читатиму цього року - https://youtu.be/_1m40U6oznE
 🍷 КНИЖКОВІ НОМІНАЦІЇ
 Підсумки 2022 року - <https://youtu.be/Pfv2-DCSONw>
 🍷 НАЙКРАЩІ КНИГИ 2022 - https://youtu.be/h4_JEWKvjuA 🍷 УСІ МОЇ КНИГИ 🍷 Реорганізація книжкових полиць та трохи про кожну з моїх 296 книг - <https://youtu.be/6FXATLfhGSA> 🍷 ЧИ Є В МЕНЕ ТАКА КНИГА 🍷 26 запитань від підписників 🍷 95 👁 9030
<https://youtu.be/esEiEjVfZEo> Мене можна знайти...



Reading Mary

youtube.com

23 лют., 2023 16:00

Наскільки сильно мені соромно читати любовні романи та романтичне фентезі 🍷

Давайте сьогодні поговоримо про любовні романи - безумовно найбільш стигматизований жанр літератури. 🍷 Підтримати Україну: <https://send.monobank.ua/jar/8NBkfSueys> 🍷 Стати патроном каналу: <https://bit.ly/3VMjr07> 🍷 Я в Інстаграм: https://www.instagram.com/marmaria_/ 🍷 Я на Гудрідз: <https://www.goodreads.com/user/show/6683908-maria-margulis> 🍷 Мої хендмейд прикраси: https://www.instagram.com/merrymary_/ 🍷 Нагадує... 261 👁 9303



Ksenia Kellerman

youtube.com

17 трав., 2023 18:15

НОВІ КНИЖКОВІ ПОЛИЧКИ 🍷 та велика книжкова перестановка

ОБГОВОРЮЄМО зі спойлерами 🍷 "Без Меріт" Коллін Гувер разом з @doll.k || Частина 1 - <https://youtu.be/Z8UQRNcepL4> Мене можна знайти: 🍷 Інстаграм: <https://www.instagram.com/ksenia.kellerman> 🍷 Telegram: https://t.me/ksenia_kellerman 🍷 Pinterest: <https://www.pinterest.com/kseniakellerman> 🍷 GoodReads: <https://www.goodreads.com/user/show/140892098-ksenia-kellerman> 🍷 Книжковий український клуб 👁 8533



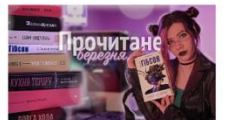
Ksenia Kellerman

youtube.com

16 квіт., 2023 20:51

ШИКАРНЕ ПРОЧИТАНЕ березня 🍷 8 книг, на які варто звернути увагу

перечитую - <https://youtu.be/pFDPvZg7Ad8>
 🍷 КНИЖКОВІ ЦИКЛИ, які я буду дочитувати 🍷 Фентезі, фантастика, детективи - <https://youtu.be/lxbtcUMPMI> 🍷 ЩО Я ЧИТАЛА у березні минулих років 🍷 2016-2022 та дуже багато книг - <https://youtu.be/RltgEwAkCBs>
 🍷 ПРОЧИТАНЕ та книжкові покупки за лютий 🍷 4 + 7 книг в одному відео - <https://youtu.be/FdJ-budl0hY>
 Мене можна знайти: 🍷 Інстаграм: <https://www.instagram.com/ksenia.kellerman> 🍷 Telegram: https://t.me/ksenia_kellerman 🍷 Pinterest: <https://www.pinterest.com/kseniakellerman> 🍷 GoodReads: <https://www.goodreads.com/user/show/140892098-ksenia-kellerman> 🍷 Книжковий український клуб 👁 7061



Ksenia Kellerman

youtube.com

06 лют., 2023 16:30

ВЕЛИКІ КНИЖКОВІ ПОКУПКИ 🍷 24 нові книги за січень

буде передано на потреби ГО «Валькірія». Звіти щодо зібраних коштів буде опубліковано у групі «Booktube Українською»: <https://www.facebook.com/groups/428118234229130> Також можна подивитись: 🍷 КНИЖКОВІ ПЛАНИ 2023 🍷 Що я читатиму цього року - https://youtu.be/_1m40U6oznE
 🍷 КНИЖКОВІ АНОНСИ 2023 🍷 Купа книг, які з'являться українською цього року - <https://youtu.be/TFQDEmgL-Fw> 🍷 УСІ МОЇ КНИГИ 🍷 Реорганізація книжкових полиць ... 👁 7591



Ksenia Kellerman

youtube.com

14 лют., 2023 16:30

ШИКАРНЕ ПРОЧИТАНЕ січня 🍷 Віхола, Пратчетт, Павлюк, Сйон і багато іншого

АНОНСИ 2023 🍷 Купа книг, які з'являться українською цього року - <https://youtu.be/TFQDEmgL-Fw>
 🍷 ВЕЛИКІ КНИЖКОВІ ПОКУПКИ 🍷 24 нові книги за січень - <https://youtu.be/3Gy9sJi9adw>
 🍷 КНИЖКОВІ НОМІНАЦІЇ
 Підсумки 2022 року - <https://youtu.be/Pfv2-DCSONw>
 🍷 НАЙКРАЩІ КНИГИ 2022 - https://youtu.be/h4_JEWKvjuA Мене можна знайти: 🍷 Інстаграм: <https://www.instagram.com/ksenia.kellerman> 🍷 Telegram: https://t.me/ksenia_kellerman 🍷 Pinterest: <https://www.pinterest.com/kseniakellerman> 🍷 GoodReads: <https://www.goodreads.com/user/show/140892098-ksenia-kellerman> 🍷 Книжковий український клуб 👁 8009



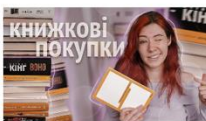
Ksenia Kellerman

youtube.com

20 квіт., 2023 17:09

КНИЖКОВІ ПОКУПКИ березня 📖 19 нових книг

/gYSLk99uiKM 📖 ТРИ УЛЮБЛЕНІ КНИГИ ❤️ і відео, де я їх перечитую - <https://youtu.be/pFDPvZg7Ad8> 📖 ЩО Я ЧИТАЛА у березні минулих років 📖 2016-2022 та дуже багато книг - <https://youtu.be/RltgEwAkCBs> Мене можна знайти: 📧 Інстаграм: <https://www.instagram.com/ksenia.kellerman> ✈️ Telegram: https://t.me/ksenia_kellerman 📌 Pinterest: <https://www.pinterest.com/kseniakellerman> 📖 GoodReads: <https://www.goodreads.com/user/show/140892098...>



Ksenia Kellerman

youtube.com

27 вер., 2022 19:40

КНИЖКОВІ ПОКУПКИ + 10к на каналі 📖

📖 ПЛАНИ НА ОСІНЬ + Підсумки Кінгомарафону - <https://youtu.be/7qBm76R2Y4s> 📖 ВГАДУЮ КНИГУ ЗА ПЕРШИМ РЕЧЕННЯМ 🔥 разом з Dollітературне - <https://youtu.be/QbHGZ5oMQTg> Мене можна знайти: 📧 Інстаграм: <https://www.instagram.com/ksenia.kellerman> ✈️ Telegram: https://t.me/ksenia_kellerman 📌 Pinterest: <https://www.pinterest.com/kseniakellerman> 📖 GoodReads: 118 👁 6394 <https://www.goodreads.com/user/show/140892098-ksenia-kellerman>



Ksenia Kellerman

youtube.com

04 трав., 2023 21:36

2 РОКИ КАНАЛУ 📖 Відповідаю на питання глядачів: про книги, блог, особисте

19 нових книг - https://youtu.be/WdF3h_c_iSQ Мене можна знайти: 📧 Інстаграм: <https://www.instagram.com/ksenia.kellerman> ✈️ Telegram: https://t.me/ksenia_kellerman 📌 Pinterest: <https://www.pinterest.com/kseniakellerman> 📖 GoodReads: <https://www.goodreads.com/user/show/140892098-ksenia-kellerman> #буктьюб_українською



👍 898 💬 80 👁 7273

Ksenia Kellerman

youtube.com

16 серп., 2023 17:44

НОВІ КНИГИ за все літо 📖 Покупки, подарунки та багато новинок

розчарування першої половини 2023 - <https://youtu.be/MGCZZugi0bs> Мене можна знайти: 📧 Інстаграм: <https://www.instagram.com/ksenia.kellerman> ✈️ Telegram: https://t.me/ksenia_kellerman 📌 Pinterest: <https://www.pinterest.com/kseniakellerman> 📖 GoodReads: <https://www.goodreads.com/user/show/140892098-ksenia-kellerman> #буктьюб_українською



👍 931 💬 45 👁 7113

Ksenia Kellerman

youtube.com

24 лист., 2022 17:00

ЩО ПОЧИТАТИ ВЗИМКУ 📖 14 книг на будь-який смак. Від трилерів до теплих історій

вихідні || Дві книги, Львів, дощ і чай - <https://youtu.be/v9-Gb0VmVr0> 📖 ГЕЛЛОВІНСЬКІ ЧИТАННЯ 📖 Три моторошні книги: Лавкрафт, Бредбері, Крісті || Влог - <https://youtu.be/K4iInPtEg8E> 📖 Емоційне ПРОЧИТАНЕ ЖОВТНЯ 📖 Пратчетт, МакКарті, Шеклі - <https://youtu.be/i7u7pmQfJqc> Мене можна знайти: 📧 Інстаграм: <https://www.instagram.com/ksenia.kellerman> ✈️ Telegram: https://t.me/ksenia_kellerman 📌 Pinterest: <https://www.pinterest.com/kseniakellerman>



👍 894 💬 109 👁 6155

Ksenia Kellerman

youtube.com

27 груд., 2022 21:20

НАЙКРАЩІ КНИГИ 2022 🔥

/XqWzyDW5Tgw 📖 Мої улюблені заклади Львова 📖 Від сніданків та піци до кави зі смаколикami || Vlogmas №14 - <https://youtu.be/PkDcgm7RptA> 📖 ВУДГАУС та книжкова презентація 📖 а ще одне рідкісне книжкове придбання || Vlogmas №15 - <https://youtu.be/Y6n7Bv2dLaE> Мене можна знайти: 📧 Інстаграм: <https://www.instagram.com/ksenia.kellerman> ✈️ Telegram: https://t.me/ksenia_kellerman 📌 Pinterest: <https://www.pinterest.com/kseniakellerman>



👍 894 💬 65 👁 6558

Ksenia Kellerman

youtube.com

09 лист., 2022 19:17

КНИЖКОВІ ПОКУПКИ ✨ 16 нових книг жовтня

- <https://youtu.be/v9-Gb0Vmvr0>
 📖 ГЕЛЛОВІНСЬКІ ЧИТАННЯ 🍌 Три моторошні книги: Лавкрафт, Бредбері, Крісті || Влог' - <https://youtu.be/K4ilnPtEg8E>
 📖 ПРОЧИТАНЕ ВЕРЕСНЯ ✨



Пратчетт, Гемінгвей, Модіано та Сага - https://youtu.be/wFcG_H6Trwo
 📖 МОЇ УЛЮБЛЕНІ КНИГИ СТВЕНА КІНГА ❤️ відео до Дня Народження автора - https://youtu.be/DM_o53WRoxg 📖 УСИ МОЇ КНИГИ 🍌 Реорганізація книжкових полиць 🍌 трохи про кожну з моїх 296 книг - https://www.youtube.com/watch?v=nkm9Qtwj04&list=PL_VQh9VZiECf5QTdE3TjAMrHbRuXFFxEo Збірка різноманітних відео, де кожен знайде щось для себе ▼ https://www.youtube.com/watch?v=6y2HoEnNxr0&list=PL_VQh9VZiECduRqKhG3i1BJiEY5Emk2W 📌 Підписуйтесь ► <https://tinyurl.com/StorinkyUspihuPidpyska> #сторінки_успіху #життя #зміни #буктюб_українською #watchua

👍 883 🗨️ 85 👁️ 7395

Ksenia Kellerman

youtube.com

05 черв., 2023 18:24

ПЛАНИ НА ЛІТО ✨ улюблені автори, літні історії та річні плани

марафону з таймером - <https://youtu.be/GgEmbJ00JuU> Мене можна знайти: 📱 Інстаграм: <https://www.instagram.com/ksenia.kellerman> 📧 Telegram: https://t.me/ksenia_kellerman 📌 Pinterest: <https://www.pinterest.com/kseniakellerman> 📖 GoodReads: <https://www.goodreads.com/user/show/140892098-ksenia-kellerman>
#буктюб_українською



👍 901 🗨️ 63 👁️ 6808

Сторінки Успіху

youtube.com

09 жовт., 2022 12:00

Завдяки цим вміння подолаєш будь-які життєві труднощі

https://www.youtube.com/watch?v=nkm9Qtwj04&list=PL_VQh9VZiECf5QTdE3TjAMrHbRuXFFxEo 📌 Збірка різноманітних відео, де кожен знайде щось для себе ▼ https://www.youtube.com/watch?v=6y2HoEnNxr0&list=PL_VQh9VZiECduRqKhG3i1BJiEY5Emk2W 📌 Підписуйтесь ► <https://tinyurl.com/StorinkyUspihuPidpyska> #сторінки_успіху #життя #зміни #буктюб_українською #watchua



👍 926 🗨️ 28 👁️ 12099

Ksenia Kellerman

youtube.com

15 бер., 2023 17:02

ПРОЧИТАНЕ та книжкові покупки за лютий 🍌 4 + 7 книг в одному відео

ПОКУПКИ 🍌 24 нові книги за січень - <https://youtu.be/3Gy9sJi9adw>
 📖 ШИКАРНЕ ПРОЧИТАНЕ січня ✨ Віхола, Пратчетт, Павлюк, Сйон і багато іншого - <https://youtu.be/uYf4dR8irrg> Мене можна знайти: 📱 Інстаграм: <https://www.instagram.com/ksenia.kellerman> 📧 Telegram: https://t.me/ksenia_kellerman 📌 Pinterest: <https://www.pinterest.com/kseniakellerman> 📖 GoodReads: <https://www.goodreads.com/user/show/140892098-ksenia-kellerman> **#ody>**




👍 831 🗨️ 76 👁️ 6242

Ksenia Kellerman
 youtube.com 01 груд., 2022 17:00

ЧИТАЦЬКИЙ ЩОДЕННИК 📖 "Таємна історія" Донна Тартт


ПОЧИТАТИ ВЗИМКУ 🌟 14 книг на будь-який смак. Від трилерів до теплих історій - <https://youtu.be/iG4FZggGi-g> Усі МОЇ КНИГИ 📖 Реорганізація книжкових полиць та трохи про кожну з моїх 296 книг - <https://youtu.be/6FXATLfhGSA> МЕНЕ ЗМУСИЛИ ЦЕ ЧИТАТИ !! Три книги з полиць дотлівають - <https://youtu.be/e8ONTfvq2PY> Мене можна знайти: Instagram: <https://www.instagram.com/ksenia.kellerman> Telegram: https://t.me/ksenia_kellerman 84 👁️ 7741



Reading Mary
 youtube.com 04 черв., 2023 18:00

Реагую на ваші непопулярні думки про книги 🤔🤔🤔

: <https://www.goodreads.com/user/show/6683908-maria-margulis> 📖 Мої хендмейд прикраси: <https://www.instagram.com/merrymaryshop/> 📖 Нагадую, що всі прикраси продаю на благодійність - 100% прибутку перераховую на фонди Притули, "Повернись живим" та Harry Raw. В цьому відео: 00:00 Вступ 00:45 Попередження 03:12 Як працює це відео 04:52 Непопулярні думки про літературу в цілому 09:52 Непопулярне про Елізабет Гілберт 11:...




Ksenia Kellerman
 youtube.com 15 жовт., 2022 17:10

КНИЖКОВІ ПОКУПКИ 🌟 20 нових книг за вересень

, bullet journal, прощання з літом - <https://youtu.be/L8ZERQWao5A> ПЕРШІ ОСІННІ КНИГИ 🌟 похід до книгарні, книжкова посилка та осінні настрої - https://youtu.be/nbwq8_rXUPs ЧИТАЮ ТРИЛЕРИ 📖 Майже книжкові вихідні || Дві книги, Львів, дощ і чай - <https://youtu.be/v9-Gb0VmVr0> МОЇ УЛЮБЛЕНІ КНИГИ СТВЕНА КІНГА 📖 відео до Дня Народження автора - https://youtu.be/DM_o53WRoxg ПРОЧИТАНЕ ВЕРЕСНЯ 🌟 👁️ 6609


Пратчетт, Гемінгвей, Моді...



Ksenia Kellerman
 youtube.com 20 січ., 2023 16:30

КНИЖКОВІ ПЛАНИ 2023 📖 Що я читатиму цього року

УЛЮБЛЕНІ КНИГИ СТВЕНА КІНГА 📖 відео до Дня Народження автора - https://youtu.be/DM_o53WRoxg Усі МОЇ КНИГИ 📖 Реорганізація книжкових полиць та трохи про кожну з моїх 296 книг - <https://youtu.be/6FXATLfhGSA> НАЙКРАЩІ КНИГИ 2022 📖 - https://youtu.be/h4_JEWKvjuA Мене можна знайти: Instagram: <https://www.instagram.com/ksenia.kellerman> Telegram: https://t.me/ksenia_kellerman Pinterest: https://www.pinterest.com/ksenia_kellerman 82 👁️ 6846

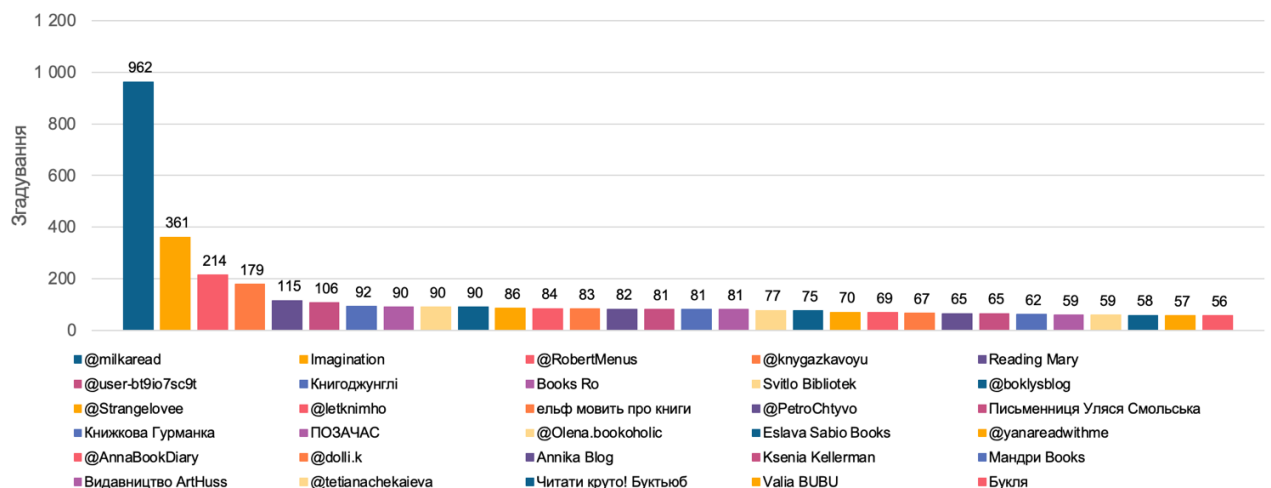


Додаток Г8 «Топ 30 авторів»

Топ 30 авторів

За період: 1 вересня 2022 - 31 серпня 2023

Тема: UKR BOOK



Додаток Г

МЕДІАМОНІТОРИНГ «УКРАЇНСЬКІ КНИЖКОВІ СПІЛЬНОТИ»

СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ ІНСТАГРАМ НА ПЛАТФОРМІ YOUSCAN

(01.09.22 — 31.08.23)

Додаток Г1 «Загальні відомості»

Загальні відомості

Всього згадувань
5 031



Автори
455



Залучення
798 369



NSR
56



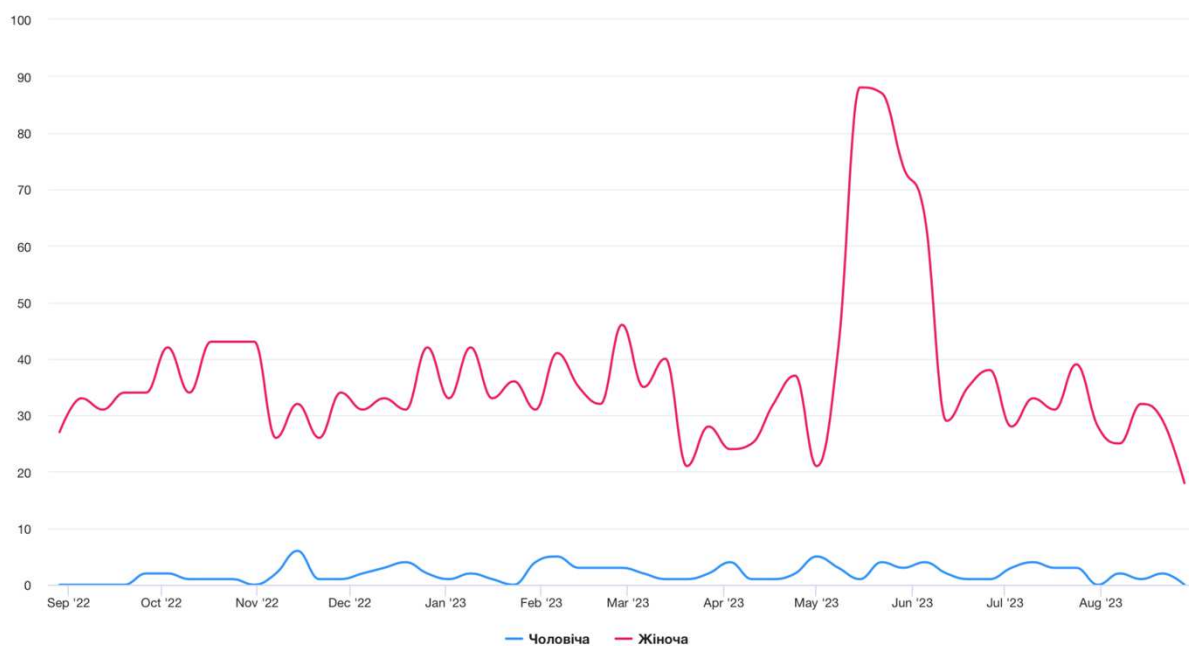
Експорт ▾



Додаток Г4 «Аудиторні інсайти. Демографія»

Демографія

1 вересня 2022 р. - 31 серпня 2023 р.



Додаток Г5 «Аудиторні інсайти. Демографія. Місцезнаходження авторів. Вік авторів за статтю»

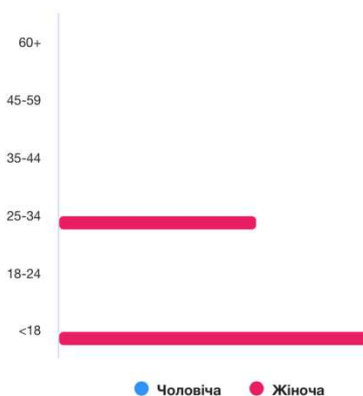
Демографія

1 вересня 2022 р. - 31 серпня 2023 р.

Місцезнаходження авторів










Вік авторів за статтю



Додаток Г6 «Топ авторів за залученням»

Топ авторів

1 вересня 2022 р. - 31 серпня 2023 р.

Ім'я	Інтереси	Залучення ↓	Підписники	Згадування
 BOBAC	—	408 934	35 281	26
 Жінка, яка читає 📖	books	40 120	2 870	57
 Книжкова барахолка	—	36 175	9 234	951
 Anastasia Bookblog	—	23 279	3 085	37
 <i>Anny Rem</i>	books	18 207	2 079	80
 Iryna Zinchuk copywriter	—	14 797	2 236	51
 Оксана Поліщук marketing manager	mom radio	14 023	1 810	45

Додаток Г7 «Топ 30 згадок»

Топ 30 згадок

За період: 1 вересня 2022 - 31 серпня 2023


Тема: UKR BOOK

instagram.com 15 трав., 2023 21:03

На харизмі 🔥🔥🔥💎💎💎💎💎
 Вкрали танк - купили гітару 🎸
 Приєднуйся 📍@g.o.p.a.k Та тисни 💙💛

#українськийінстаграм
 #українськийстиль
 #українськийбукстаграм
 #українськіприколи
 #українськіцитати #українськівірші
 #українськітрадиції #український #fур #українськийконтент
 #гарноспіває #реки #циган #цигани
 #романс #харизма #горак #згітарою
 #спів #місто
 #внебичистомучутигімн 💙💛
 #піснянавулиці #внебичистому


👍 265685 💬 4381 👁 4834



instagram.com 24 трав., 2023 19:34

Привіт з Трускавця 😊 Тисни 💙💛
 💎 Підпишись @g.o.p.a.k 📍
 💎 Підпишись @g.o.p.a.k 📍
 💎 Підпишись @g.o.p.a.k 📍
 #трускавець #місто
 #мемиукраїнською
 #мемчикиподъехали #мемимеми
 #меми #fур #мемики
 #українськімеми #мемитоп #горак
 #українськийінстаграм
 #українськийстиль
 #українськийбукстаграм
 #українськіприколи

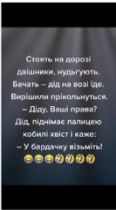
👍 51529 💬 492 👁 2097



instagram.com 10 трав., 2023 23:45

АНЕкДоТ 😂😂😂 Приєднуйся
 📍@g.o.p.a.k Та тисни 💙💛
 #українськийінстаграм
 #українськийстиль
 #українськийбукстаграм
 #українськіприколи #fурシ #жарти
 #приколи #гумор #funny #позитив
 #украина #горак #українськіцитати
 #українськівірші #українськітрадиції
 #український #руф
 #українськийконтент
 #українськіжарти

👍 37360 💬 159 👁 615

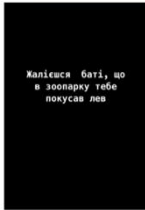


instagram.com 15 серп., 2023 23:50

Небезпечний лев 😱 Приєднуйся
 📍@g.o.p.a.k Та тисни 💙💛

 #українськийінстаграм
 #українськийстиль
 #українськийбукстаграм
 #українськіприколи #меми #fур
 #мемики #українськімеми #мемитоп
 #горак #українськіцитати
 #українськівірші #українськітрадиції
 #український #українськийконтент
 #українськіжарти

👍 16580 💬 9 👁 140933



instagram.com 30 черв., 2023 19:13

Тисни 💙💛💙 Підпишись
 @g.o.p.a.k 📌 Підпишись
 @g.o.p.a.k 📌 Підпишись
 @g.o.p.a.k 📌
 #мемимеми #меми #фур #мемики
 #українськімеми #мемитоп #горак
 #українськийстиль
 #українськийбукстаграм
 #українськіприколи
 #українськіцитати

👍 8392 💬 47 👁 3385

instagram.com 21 трав., 2023 00:27

Тисни 💙💛💙 Підпишись
 @g.o.p.a.k 📌 Підпишись
 @g.o.p.a.k 📌 Підпишись
 @g.o.p.a.k 📌
 #кума #кумікума #фур 📌 #жарти
 #приколи #гумор #funny #позитив
 #украина #горак
 #українськийбукстаграм
 #українськіприколи
 #українськіцитати #українськівірші
 #українськітрадиції #рекомендації

👍 7880 💬 42 👁 13785

Anastasia | Bookblog
 instagram.com 25 лип., 2023 09:02

Всі ми трохи Barbie 😊
 #світповинензнатищоячитаю
 #заразчитаю #букстаграм_ua
 #книжковаполиця #книжковийблогер
 #книжковийблог #bookstagram_ua
 #ua_читаю #книголав
 #українськийбукстаграм
 #щопочитати #букблог
 #bookstagramreels #bookreels #barbie

👍 6751 💬 45 👁 30195

instagram.com 14 трав., 2023 10:03

Майже на одній хвилині 😊 Приєднуйся
 @g.o.p.a.k Та тисни 💙💛.....
 #смішнівідоси #смішнівідео
 #ржакадослез #гуморукраїнською
 #фур 📌 #жарти #приколи #гумор
 #funny #позитив #украина #горак
 #українськийінстаграм
 #українськийстиль
 #українськийбукстаграм
 #українськіприколи
 #українськіцитати #українськівірші
 #українськітрадиції

👍 6741 💬 9 👁 1564

Запекла книгожерка
 instagram.com 20 трав., 2023 15:04

Знов забігла у книгарню
 @ksd_bookclub і дечого собі
 знайшла 😊 А взагалі, тут крутий
 вибір, можна порозглядати усі
 новинки (і не тільки 😊) - і, звісно ж,
 знижки на книги українських авторів,
 як і на сайті 📌 #bookstagram
 #bookstagram_ua #букстаграм
 #букстаграм_ua
 #українськийбукстаграм
 #книжковийблог #книжковийблогер
 #читатицекруто #читатицемодно
 #прокнижки #україніті #книгоголік
 #книгозалежна #книгоман
 #світмаєзнатищоячитаю #книгарня
 #книгарнякиїв #кудипітикиїв...

👍 3161 💬 36 👁 9044

instagram.com 13 лип., 2023 14:34

Сокабле 😊 Тисни 💙💛💙 Підпишись
 @g.o.p.a.k 📌 Підпишись
 @g.o.p.a.k 📌 Підпишись
 @g.o.p.a.k 📌
 #українськийінстаграм
 #українськийстиль
 #українськийбукстаграм
 #українськіприколи
 #українськіцитати #фур 📌 #жарти
 #приколи #гумор #funny #позитив
 #украина #горак

👍 3153 💬 13 👁 53690

Запекла книгожерка

instagram.com

30 трав., 2023 11:10

В книгарнях @ksd_bookclub вже по-троху розкладають найсвіжіші новинки червня, продаж яких стартує вже за 2 дні 🍷 «Казка» навіть гарніша, ніж малювала моя уява 🍷 А «Аеропорт» значно об'ємніший, ніж я очікувала з огляду на перші дві книги з серії КультRead 🍷 «Тихий орендар» видався мені дуже привабливим (найочікуваніший трилер року, як-ніяк 🍷) Але я ще точно повернусь за «Адвокатом диявола» і дечим для вас 🍷 #bookstagram #bookstagram_ua #букстаграм #букстаграм_ua #...



👍 2132 💬 38 👁 962

Anny Ret

instagram.com

02 жовт., 2022 13:11

Знайшла такий цікавий звук 🍷 допучайтесь #муд_осені звук взяла у @ksyu_kuzmenko «— Чого б стояла, якби слухати не хотіла?» 🍷 #книги #світповинензнатищочитаю #букстаграм_ua #читатице модно #українськийбукстаграм #книжкиукраїнською #ячитаю #читайукраїнською #букстаграм #книголюб #book #bookstagram #booksblogger #booksblog #books #bookslover #bookshelf #booksbooksbooks #книгиукраїна #книжковаполиця #книжковийблог #україначитає #букблог #книгоман #книгоманія...



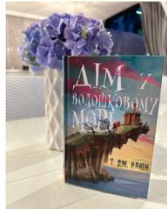
👍 1791 💬 81 👁 2122

Жінка, яка читає 🍷

instagram.com

11 лип., 2023 16:21

підтексти. Що я побачила в цій книзі? Головна ідея сприйняття і толерантність (дівчинка-гном з бородою? Серйозно?), ви ж зрозуміли, кого цей герой/героїня ототожнює? І от так там з кожним. Бо кожен символізує, щось до чого суспільство має бути толерантнішим. Коротше написано добре, але от ця вся філософія не моє. Сподобається всім, хто читатиме як казочку і не буде задумуватися над глибшим змістом. Або тим, кому подобаються одностатеві стосунки в книгах. #сві...



👍 1671 💬 97

Жінка, яка читає 🍷

instagram.com

22 лип., 2023 20:10

героїням по 35 років, як і мені 🍷 Загалом, враження було немов подивилася один з сезонів «Сексу у великому місті», тільки події не в Нью-Йорку, а у Валенсії. Ще не була в Іспанії, але однозначно +1 країна у список «must visit». Та й при моїй любові до Італії, впевнена, що мені сподобається 🍷 Якщо ви любите сучасну українську прозу і легкі книги з прекрасним гумором та живими героями, то однозначно маєте прочитати цю книгу. #світповинензнатищочитаю #заразчитаю ...



👍 1557 💬 179

Anastasia | Bookblog

instagram.com

20 серп., 2023 08:27

І список планів не зменшується 🍷 #світповинензнатищочитаю #заразчитаю #букстаграм_ua #книжковаполиця #книжковийблогер #книжковийблог #bookstagram_ua #ua_читаю #книголав #українськийбукстаграм #щопочитати #букблог #bookstagramreels #bookreels



👍 1637 💬 55 👁 12267

Жінка, яка читає 🍷

instagram.com

01 лип., 2023 18:02

наша дочка народилася 9 листопада 🍷 Самі розумієте, що я мусіла прочитати цю книгу 🍷 І Боже, от цей момент із зустрічами щороку в один і той же день. Ну для мене, з огляду на мою особисту історію, це просто мегаромантично. Я закохалася в цей роман, і він надовго залишиться зі мною. Впевнена, що перечитаю її пізніше. Раджу всім, хто любить романтичні книги і готовий читати трохи банальну, але прекрасну історію кохання 🍷 #світповинензнатищочитаю #заразчитаю #...



👍 1496 💬 172

книжкова мандрівниця Аня ✨

instagram.com

14 лют., 2023 10:18

— НЕОБМЕЖЕНА! (все) Чекайте 21 лютого, коли я оберу переможця за допомогою рандомайзера 😊
!! УВАГА: 🙏 у розіграші НЕ БЕРУТЬ участь закриті акаунти, магазини та призолови 🙏 усі умови я буду ретельно перевіряти, і якщо ви не виконаєте всі умови, а рандомайзер обере вас, переможець буде ПЕРЕОБРАНИЙ 🙏 учасники — лише з УКРАЇНИ 🙏 доставка — за мій рахунок. Хай пощастить саме ВАМ! ❤️ • 🎵 music: @michaelbuble - L.O.V.E #книголюб #книгоман #книги #книжковийблог #книжкови...



👍 503

💬 1103

svreading

instagram.com

13 лист., 2022 10:38

сподобалися деякі герої, як-от Іджі, яка викликала в мене захват своїм вольовим характером і рішучістю та Евелін Крауч, котра ближче до кінця показала свій характер та наполегливість. Для того, щоб зрозуміти цю книгу, потрібно бути доволі уважним читачем, оскільки майже чи не через кожні кілька сторінок змінюються не тільки події, а й дата (різниця в роках) та герої, а їх правда багато. Та якщо ви зрозумієте цю історію, то вона точно залишиться у Вашому серденьку,...



👍 1517

💬 24

Жінка, яка читає 😊

instagram.com

01 серп., 2023 10:12

книги. Бо я теж чекала звичайний ромком, а вийшов детектив з сімейними таємницями. Детективна лінія звичайно не Агата Крісті 😊 але мені було цікаво. І як не дивно, я не вгадала, хто ж найбільше зло 😊 Може тому, що вгадувати навіть не хотілося. Я просто читала і насолоджувалась. Отже, тут є і романтична складова, і детективна, і елементи сімейної драми. Все, що я люблю. І величезний плюс книга затягує і хочеться читати далі. Я однозначно раджу! Плануєте цю книг...



👍 1262

💬 191

Жінка, яка читає 😊

instagram.com

22 серп., 2023 09:08

слова та думки. Точно знаєш, що є тобі куди рости і розвиватися. І найголовніше захоплюєшся красою тексту. Автор розкрився зовсім з іншого неочікуваного боку ❤️ Для мене ця книга стала неоцінним досвідом. Після прочитання, я зрозуміла, що потрібно, ще більше писати і хто зна, може я допишуть і до свого власного роману 🙏
 #світповинензнатищочитаю
 #заразчитаю #букстаграм_ua
 #букстаграмм #книжковаполиця
 #книжковийблогер #книжковийблог
 #bookstagram #bookstagram_...



👍 1173

💬 139

●●●●●

instagram.com

22 квіт., 2023 13:49

Україна Переможе 🇺🇦💙💛💙 Підпишись
 @g.o.p.a.k 🙏💙 Підпишись
 @g.o.p.a.k 🙏💙 Підпишись
 @g.o.p.a.k 🙏..... #ukraine 🇺🇦
 #nowarukraine #ukrainetravel
 #українаподадусе #україна
 #паляниця #ukrainegirls #ukraine_art
 #ukrainewar #standwithukraine #nowar
 #українськийінстаграм
 #українськийстиль
 #українськийбукстаграм
 #українськіприколи
 #українськіцитати #nowarinukraine
 #ukrainephoto #ua #gorak
 #гордонсука #лисападла #гандончик
 #гандончикльський #гордон
 #гордонгандон... 13



👍 1235

👁️ 1423

Закохаєшся в мої очі ❤️

instagram.com

10 черв., 2023 13:02

Тут своя атмосфера, тут люблять книги і книгоманів 📖 В книгарню КСД @ksd_bookclub заходжу як до старих друзів на гостину 🙏 і зараз це безцінно 🙏 Які книги нещодавно придбали? 📖 Де ваше місце сили? 📖
 #читаюксд #клубсімейногодозвілля
 #ксд #читаюукраїнською
 #українськийбукстаграм #букток
 #буктоукраїнською #букстаграм_ua
 #букстаграм @ksd_bookclub



👍 1229

💬 62

👁️ 235

Жінка, яка читає 🍷

instagram.com

16 черв., 2023 21:02



одразу. Знайомі з Локвудом та його командою? Чи не дуже ваш жанр? #світповинензнатищочитаю #заразчитаю #букстаграм_ua #букстаграмм #книжковаполиця #книжковийблогер #книжковийблог #bookstagram #bookstagram_ua #book #booklove #bookblog #bookblogger #ya_читаю #booklover **#українськийбукстаграм** #щопочитати #букблог #локвудіко #локвудікомпанія #порожнямогила #джонатанстрауд #jonathanstroud #lockwoodandco

👍 1170

💬 117

Жінка, яка читає 🍷

instagram.com

18 лип., 2023 10:38



виноградом у Тоскані і їздила б на маленькому авто до Флоренції на вихідні 🍷 Я вже така доросла, а все ще вмію мріяти 😊 Отже, якщо вам хочеться легкого літнього настрою, трошечки ностальгії, трошечки душевності і прекрасної Італії, то я вам дуже раджу цю книгу ❤️ #світповинензнатищочитаю #заразчитаю #букстаграм_ua #букстаграмм #книжковаполиця #книжковийблогер #книжковийблог #bookstagram #bookstagram_ua #book #booklove #bookblog #bookblogger #ya_читаю #booklover...

👍 1166

💬 114

Жінка, яка читає 🍷

instagram.com

15 серп., 2023 22:27



хочете чогось легкого, захопливого і щоб прямо точно сподобалось 🍷 Ви як ставитесь до підліткових книг? #світповинензнатищочитаю #заразчитаю #букстаграм_ua #букстаграмм #книжковаполиця #книжковийблогер #книжковийблог #bookstagram #bookstagram_ua #book #booklove #bookblog #bookblogger #ya_читаю #booklover **#українськийбукстаграм** #щопочитати #букблог #таємницівіолетивейль

👍 1136

💬 73

Жінка, яка читає 🍷

instagram.com

12 черв., 2023 12:07



, ви зацінили, яка в мене шикарна свічка від моєї @ua_book_time ??? #світповинензнатищочитаю #заразчитаю #букстаграм_ua #букстаграмм #книжковаполиця #книжковийблогер #книжковийблог #bookstagram #bookstagram_ua #book #booklove #bookblog #bookblogger #ya_читаю #booklover **#українськийбукстаграм** #щопочитати #букблог #дженніферарментраут #війнадвохкоролів #ізкрівіпопелу

👍 1069


💬 117

Жінка, яка читає 😊

instagram.com

29 серп., 2023 18:10

із Іспанією. Це що натяк від Всесвіту до мене? 😊 А якщо про книгу, то враження мої такі. Любите детективи із скандинавським смаком? То однозначно ця книга для вас. Тут є і таємниця, і дещо неординарне розслідування і найголовніше цікаві герої. Я навіть не думала, хто ж злочинець, бо мені цікаво було спостерігати за самим процесом розслідування. Помічати зачіпки і розплутувати цей клубок разом із детективом. Думаю, що інші книги про Вільяма Вістинга я теж про...



👍 1052 💬 108


Жінка, яка читає 😊

instagram.com

12 серп., 2023 14:01

передмови написані так, що хочеться обов'язково прочитати все-все. Кому сподобається ця книга? Всім, хто цікавиться літературою і готовий до читацьких експериментів. Я особисто прочитала із задоволенням.

#світповинензнатищоячитаю
#заразчитаю #букстаграм_ua
#букстаграмм #книжковаполиця
#книжковийблогер #книжковийблог
#bookstagram #bookstagram_ua
#book #booklove #bookblog
#bookblogger #ya_читаю #booklover
#українськийбукстаграм
#щопочитати #букблог



👍 1054 💬 94


Жінка, яка читає 😊

instagram.com

26 черв., 2023 18:32

більше історій). Ну і плюс, я люблю всі ці історичні розповіді, бо завжди цікавилася історією, минувшиною і політичними інтригами. Тут цього є вдосталь. Кому сподобається? Любителям історії - однозначно, бо книга пізнавальна та цікава у плані порівняння минулого із сьогоденням. Та й великий плюс, що це не нудний переказ підручника з історії, а повноцінна жива книга.

#світповинензнатищоячитаю
#заразчитаю #букстаграм_ua
#букстаграмм #книжковаполиця
#книжковийбло...



👍 1016 💬 130


Жінка, яка читає 😊

instagram.com

20 черв., 2023 18:04

помічав. Серйозно? Ну може в 16 я в таке б повірила, але не в 35 😊 Загалом книга достойна вашої уваги, але одразу відкиньте думки, що вас чекає легке читання. Ні, готуйтеся до роману про життя та любов. Читали вже? Любите такі історії?

#світповинензнатищоячитаю
#заразчитаю #букстаграм_ua
#букстаграмм #книжковаполиця
#книжковийблогер #книжковийблог
#bookstagram #bookstagram_ua
#book #booklove #bookblog
#bookblogger #ya_читаю #booklover
#українськийбукстагр...



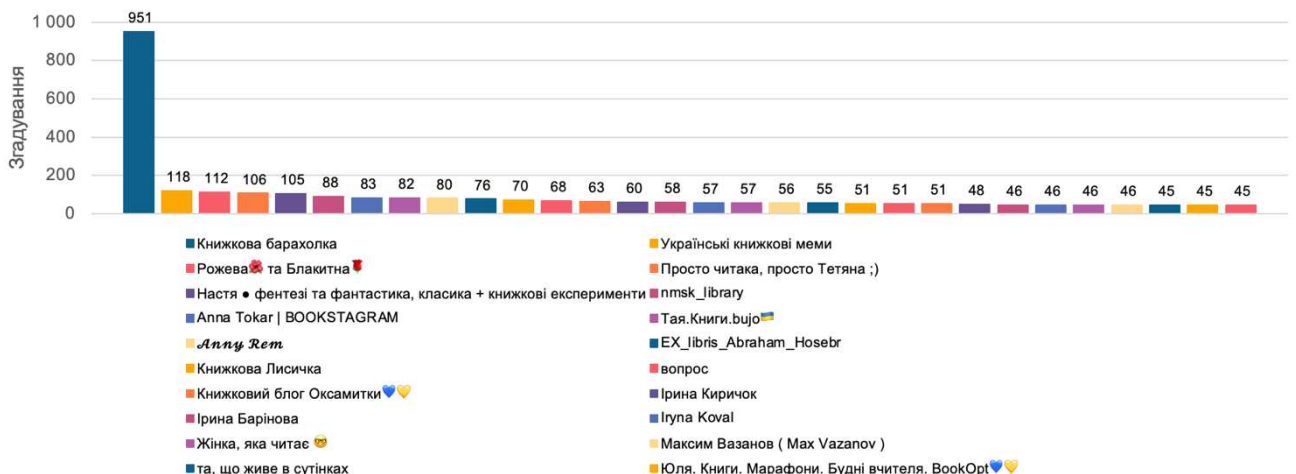
👍 1038 💬 83

Додаток Г8 «Топ 30 авторів»

Топ 30 авторів

За період: 1 вересня 2022 - 31 серпня 2023

Тема: UKR BOOK



Додаток Д
ЕКСПЕРТНІ ІНТЕРВ'Ю
«ОНЛАЙН-КОНТЕНТ ПРО КНИГИ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ»

Додаток Д1

Лідія Поворознюк

*викладачка української мови, літератури, зарубіжної літератури
у приватному ліцеї “Educator”,
фахівчиня з медіаграмотності,
авторка подкасту – аудіоуроків для 6-11 років «Вчися вухами»;
фіналістка “Global Teacher Prize Ukraine 2021”,
авторка спецкурсів із медіаграмотності
для мережі приватних шкіл України,
член журі Всеукраїнського етапу турніру з журналістики.*

Олександра Ковальова: Підлітки занурені в соцмережі, але це не означає занепад читання — радше його трансформацію. Соцмережі можуть позитивно впливати на читацьку культуру, створюючи нові форми грамотності та книжкові спільноти, де підлітки діляться враженнями, знімають відеорецензії та косплеї. Чи використовуєте ви такий контент із соціальних мереж у своїй роботі під час уроків української мови та літератури?

Лідія Поворознюк: Так, я використовую матеріал соціальних мереж, бо це хороше поле для творчості і для роботи. Мова — це інструмент. Тобто, коли ми вчимо, ми вчимо не сухій граматиці, ми не вчимо на табличках і ми вчимо не заповнювати пропуски слів. Ми вчимо дітей досягати своїх цілей у майбутньому. Це неможливо без знання мови. І тому ми маємо розуміти весь контекст, де ця мова використовується. Тому соціальні мережі — це однозначно необхідний інструмент, де ми можемо дивитись на власні приклади різних текстів. Медіатекстів, в тому числі. Ми можемо їх писати як від себе, так і від імені персонажів чи авторів. Це дуже старий прийом. Соціальні мережі — це простір для різного виду комунікацій, то ми його і використовуємо. Питання в тому, як це робити. Зрозуміло, якщо я просто скажу: «Так, нам потрібні соцмережі для викладання», тут може бути поле для різного типу коментарів. Там може бути нецензурний контент, там може бути щось некероване. І це дійсно так. Ключ у розумному підході.

ОК: Чи могли б ви навести приклади використання матеріалів із соціальних мереж як мовного інструментарію у вашій педагогічній практиці з підлітками?

ЛП: У мене є кілька розробок уроків з розвитку зв'язного мовлення, під час яких діти навчаються писати. Ми ознайомлюємося з різними типами текстів, і я можу показувати їм різноманітні приклади. Наприклад, можна обговорити теми, такі як кулінарія, використовуючи блог Клопотенка, або тревел-блоги, як у Антона Птушкіна. Діти обирають тему і читають різні види текстів. Для теми борщу ми можемо використовувати текст з художнього підручника, історичний текст з сайту про те, як Україна домоглася визнання борщу світовою спадщиною ЮНЕСКО, а також матеріал з блогу Клопотенка. Порівнюючи ці три тексти, ми з'ясуємо, чому кожен з них написаний по-своєму. Аналізуємо структуру текстів: як вони починаються, продовжуються та закінчуються. Розглядаємо побудову речень: їхню довжину та логіку викладу. Також звертаємо увагу на слова, які використовуються, та специфіку кожного джерела — ВВС, блогів та підручників. Ми можемо також знайти казку про борщ, яка стане зовсім іншим текстом. Таким чином, ми показуємо дітям різні типи текстів і розширюємо їхній світогляд.

ОК: Чи ефективний цей підхід на уроках літератури для обговорення творів і зацікавлення підлітків? З огляду на стереотипне сприйняття шкільної програми (Шевченко, Українка, Франко) та низький рівень засвоєння матеріалу після випуску, як саме ви інтегруєте контент із соціальних мереж у викладання літератури?

ЛП: Мені дуже подобаються формати шоу, де коміки говорять про літературу. Стендапери збираються разом, обговорюють літературні твори. Цей формат створений для того, щоб підлітки могли з ним працювати. Він прийнятний: у ньому немає нічого вульгарного, цей контент досить простий і веселий, з жартами про досвід читання. Я використовувала його на уроці з 11-класниками цього року, і фрагменти виявилися дуже вдалі.

Зрозуміло, що не всім дітям це подобається: десь вони кажуть: «Фу, це не смішно». Це нормально, адже це підлітки. Але це спосіб наблизити літературну класику до дитини. Вона ще не може її повністю зрозуміти, набрати досвід, подорожувати світом і бачити його красу.

Наша задача — наблизити класику до учня, сформувати культурний код та національну ідентичність. Це потрібно для того, щоб вона могла піднятися до більш складних текстів у дорослому житті. Різний контент допомагає у цьому. Наприклад, у ТікТок є проєкт «Дистанційна», що має цікаві відео про літературу. Насправді таких матеріалів багато, і їх можна показувати, пропонувати учням подивитися, зробити огляди. На основі такого контенту можуть базуватися завдання.

Ми всі боремося за естетичну грамотність і вміння працювати з довгими текстами. Є велике питання до майбутнього: наскільки через 30 років ця навичка буде дійсно необхідна? Поки ми стверджуємо, що вона важлива. Думаю, ми не знаємо, яким буде світ через 30 чи 50 років, можемо лише прогнозувати. Але для роботи з довгими текстами потрібна певна підготовка. І зрозуміло, що, окрім споживання освіти, учні можуть також продукувати контент.

ОК: Які аспекти навчальної програми потребують найбільших змін, щоб відповідати сучасним потребам учнів?

ЛП: Коли ми говоримо про школу та базову освіту, важливо, щоб вона була наближена до життя дитини. Те, що я роблю зараз, — це не сферичний кінь у вакуумі. Це навички, які будуть корисними в майбутньому. Освіта має бути цікавою, адже без інтересу вчитися довго неможливо.

ОК: Ви згадали про проєкти ТікТок, зокрема «Дистанційне». Чи транслюєте ви ці ролики, чи даєте учням можливість переглядати їх самостійно? Які конкретні домашні завдання ви ставите перед ними?

ЛП: Учні можуть створити сторінку в соціальних мережах для персонажа або автора — це досить звичний підхід. Вони можуть також зняти власне відео чи записати вірш у форматі ТікТок-відео, оскільки багато хто не любить читати біля дошки, і це виглядає нудно. Замість цього учні можуть створити відео з додаванням різних ефектів, що робить процес більш цікавим. Якщо хтось соромиться знімати себе, це цілком нормально для підлітків, адже вони часто стикаються з труднощами у сприйнятті власного тіла. В такому випадку можна виступити критиком, робити огляди різних відео та платформ.

Можемо підготувати допис, що включає рекомендації для 11-класників про те, що варто подивитися в ТікТок, щоб підготуватися до уроку. Це дозволяє працювати не лише з створенням контенту, а й з його оглядом та висловленням власної думки. Також це може бути аналіз наявного контенту, наприклад, медіатекстів. Цього року вийшов чудовий проєкт «Ти [Романтика]» (реп-мюзикл), що охоплює «Розстріляне відродження». Однокласники слухали ці романтичні твори, а потім аналізували тексти пісень. Ми розділили ці пісні, і кожен учень отримав певний фрагмент для роботи. Їм потрібно було знайти автора, зрозуміти зміст тексту, його контекст і провести аналіз. Наявність цікавого аудіо робить цей процес набагато легшим і зручнішим.

ОК: Які типи контенту у ТікТок, Інстаграм та Ютуб є найбільш ефективними для заохочення підлітків до читання? До прикладу, відеоогляди книжок, читацькі челенджі, інтерв'ю з авторами, читання уривків чи книжкові марафони?..

ЛП: Найкраще в соцмережах працюють відео, де автор грає різні ролі. Наразі популярні навіть формати, в яких один автор одночасно виконує кілька образів, але говорить від імені лише одного персонажа. Це стосується не тільки освіти; такий підхід ефективно просуває різні товари — сукні, техніку, подорожі. Тобто, коли розігруються сценки. З книжками це також працює: контент, в якому люди грають і реалізують сценки, показує кращі результати, адже на це цікаво дивитися.

ОК: Які жанри, формати та елементи соціальних мереж можна інтегрувати для неформальної освіти? У формальній освіті є викладач, заняття проходять за програмою. Ця концепція зрозуміла. Але що відбувається за межами аудиторії, коли підліток залишається з гаджетом сам-на-сам?

ЛП: Усе залежить від завдання. Формальна освіта має різні аспекти, а соціальні мережі є інструментом, який можна використовувати для різних цілей. Це можуть бути книжкові клуби, до прикладу. Наприклад, мені дуже подобається ТікТок-акаунт київської групи «Лесина бібліотека». Вони адаптують різні тренди і створюють захоплюючі відео, заохочуючи людей приходити. Соціальні мережі слугують медіамайданчиком, що поєднує людину з публікою, і вся неформальна освіта, пов'язана з цим, використовуватиме їх. Журналістські гуртки та гуртки образотворчого мистецтва також можуть активно застосовувати ці платформи.

ОК: Такі підходи, на жаль, застосовуються в приватних навчальних закладах. Чому сучасних підходів так мало в державних навчальних закладах?

ЛП: У мене немає досвіду роботи в державній структурі. Я ніколи не працювала в державній школі чи установі, тільки перетиналася на заходах. У мене було кілька тренінгів у державних організаціях, куди людей змусили прийти і послухати. Вони не були дуже зацікавлені. Основна причина – недофінансування.

Я займаюся тим, що мені цікаво, тому що нормально заробляю. Якщо б моя зарплата була незадовільною, я б більше думала про те, де ще заробити, ніж про розвиток моєї справи. У мене немає ідеї працювати лише на державу, тож я шукала відповідну роботу. Не всі викладачі можуть це зробити.

Питання недофінансування не можна ігнорувати. Коли говоримо про реформи, без грошей вони не можуть рухатися вперед.

Я знаю багато колег у державних школах, які люблять свою роботу, але їх не так вже й багато. Коли всі говорять про мотивацію вчителів, фінансовий складник є одним з основних. У сферах ІТ та маркетингу люди отримують гарні зарплати. Я сама працювала в маркетингу, тому розумію, що для того, щоб вимагати від людей багато, потрібно їм добре платити. Це єдина логіка. Далі вже постає питання, чи людина на своєму місці, чи є для цього умови, час і ресурси.

ОК: Яка ще підтримка потрібна, щоб викладачі використовували новітні підходи та соціальні мережі в навчанні підлітків? Як ви зазначили, ми повинні наближати класику до дитини, а не навпаки. Яка допомога необхідна колегам у державних школах для ефективного використання цих інструментів у викладанні, окрім фінансування? Можливо, їм потрібні курси з медіаграмотності, адже вони можуть не знати, як це робити?

ЛП: У нас є багато курсів підвищення кваліфікації, більшість з яких безкоштовні, але чомусь вони не дають очікуваного ефекту. По-перше, система перенасичена кількістю: вчителі в київських школах можуть відвідувати один і той самий тренінг кілька разів, тоді як колеги з віддалених районів, як-от Харківський чи Закарпатський, мають зовсім інші умови через відсутність доступу до якісних програм.

Необхідна єдина стратегія, яка б забезпечила рівний доступ до курсів підвищення кваліфікації та враховувала потреби кожного вчителя. Більшість курсів безкоштовні завдяки грантам, але грантодавці мають своє бачення, яке не завжди відповідає реальним потребам вчителів. Наприклад, проводячи навчання з медіаграмотності, не враховують, чи є в педагогів попередні знання.

Ми стикаємося з внутрішньою проблемою: одні вчителі проходять курси кілька разів, отримуючи сертифікати, а інші не мають можливості їх відвідувати. На ринку освіти є багато громадських організацій, що створює конкуренцію і підвищує якість послуг. Однак потрібна політика, яка б організувала цей процес, а не регулювала його. Це допоможе уникнути ситуації, коли в одному місці багато учасників, а в інших — жодного.

Якщо підсумувати, то це фінансування і організаційний момент.

ОК: Які переваги у використанні соціальних мереж для мотивації підлітків до читання ви бачите?

ЛП: Перевага в тому, що читання сприймається не як покарання, а як розвага. Це важливо, адже читання насправді є джерелом задоволення. Іноді батьки або вчителі використовують його як метод покарання: "Ти не зробив - сідай і читай десять сторінок". Це негативно позначається на ставленні дітей до читання. Якщо ж ми асоціюємо читання з цікавим проведенням часу, це стає корисною навичкою. Читання також допомагає залишатися в знайомому середовищі.

Якщо ознайомитися з класиками педагогіки, можна згадати думку Виготського: навчання відбувається лише в межах найближчого розвитку. Не можна стрибнути з першої сходинки на дванадцяту, адже для цього не вистачить сил. Але можливо піднятися з першої на другу або хоча б на третю. Це і є зона мого найближчого розвитку.

Тож, коли ми прагнемо навчити дитину, нам потрібно зрозуміти, де вона зараз, куди ми її спрямовуємо і які контрольні точки — ідейні зони найближчого розвитку — варто визначити.

Соціальні мережі дозволяють створити комфортну зону розвитку. Це знайоме середовище, яке відкриває можливості для багатьох дій.

Отже, перша перевага — це інтерес, асоціація з чимось захоплюючим. Друга перевага полягає в тому, що соціальні мережі створюють зону найближчого розвитку через знайоме життєве середовище. Коли нам цікаво, і ми розуміємо, що відбувається, це сприяє реалізації навчального процесу.

ОК: Чи можна вважати читання після початку повномасштабного вторгнення засобом для зняття стресу?

ЛП: Це питання індивідуальне, і я не є психологом, тож навряд чи можу дати експертну відповідь. Це лише моя особиста думка. Дехто, навпаки, перестав читати. Багато людей кажуть, що не можуть зосередитися на читанні, оскільки воно вимагає концентрації, а концентрація, у свою чергу, вимагає почуття безпеки. Коли ситуація небезпечна, важко читати, оскільки ти постійно відволікаєшся, щоб оцінити навколишнє середовище.

Я також мала труднощі з читанням. Наприклад, у Харкові, під час повітряних тривог, це було неможливо. Ти можеш лише скролити швидкі відео, оскільки увага не зосереджена. Хоча я намагалася щось прочитати, справді з цим справлялася лише через кілька місяців, коли ми виїхали до Чернівців. Коли переїхала до Києва у вересні, купила книгу Ремарка, і він допоміг мені впоратися, оскільки хтось уже пережив цей досвід.

Для багатьох людей читання залишається важким через брак фізичних ресурсів. Адже читання — це фізіологічний процес, який вимагає зосередження, сприйняття очима, обробки мозком та збереження інформації в пам'яті. Отже, це дуже неоднозначна історія, оскільки вона залежить від особистих обставин кожної людини.

ОК: Чи діляться ваші учні з вами тим, що читають на позакласних засадах? Можливо, вони побачили щось у ТікТок. Моніторинг показав, що зараз шалено популярний жанр фантастики. До прикладу, роман Коллін Гувер «Покинь, якщо кохаєш». Роман «Залізне полум'я». Шалено популярні темні романи.

ЛП: Учні, які читають щось поза уроками, часто діляться своїми враженнями. Мені це цікаво, тому ми реалізуємо проекти, пов'язані з їхніми інтересами. З 2011 року я впровадила таку практику: учні могли замовити книжку, з якою працюватимуть певний проміжок часу. Це, до речі, було можливо, оскільки я працюю в приватній школі і могла замовити художні книжки. Учні самі написали, які книжки хотіли б прочитати, і у них був час подумати. Ми зверталися до книжкових магазинів, які надали перелік доступних видань. Серед обраних книжок були дуже різні твори: «У пошуках Аляски», «Джейн Ейр», а також спеціалізована книжка з агрономії для одного учня, який вступав до університету в Австрії. Я жартувала з ним, що він буде вирощувати і продавати свої помідори, а я купуватиму тільки в нього, адже його підхід

до навчання справді серйозний. Також ми читали «Три товариші» Ремарка. Книжки були дуже різноманітні, і це додавало інтересу до читання. Школа купила ці книжки, і учні їх активно читали. Ми паралельно працювали над граматичними темами, адже будь-яку граматику можна накласти на хорошу книжку. В кінці кожного модуля учні захищали свої проекти, підготовлені за прочитаними книжками. Завдяки різноманіттю вибору їм було цікаво слухати одне одного. У них немає можливості сказати: "Мені не цікаво." Якщо ти обрав цю книжку, але вона тобі не подобається — просто заміни її на щось, що буде тобі цікавішим. Це важливо, адже ми надаємо їм відчуття контролю над своїм навчанням.

Відчуття безпорадності, яке є у багатьох дорослих, може суттєво впливати на навчальний процес. І дуже добре надавати їм відчуття, що вони контролюють багато аспектів свого навчання. Наприклад, ти не обираєш вивчати складні речення, але це інструмент, який є всюди. Читаючи книжку, яка тебе цікавить, знайди складне речення і поясни, чому автор обрав саме цю структуру. Чому не прості речення? Це важливо, і таким чином ми поєднуємо теорію з практикою.

Додаток Д2

Артур Пройдаков

*вчитель української мови та літератури;
переможець національної премії Global Teacher Prize Ukraine у 2021;
увійшов до десятки найкращих учителів світової премії Global Teacher Prize 2023;
автор уроків у Всеукраїнській школі онлайн та вебінарів з підготовки до національного
мультипредметного тесту (НМТ) в проєкті ILearn;
переможець грантової програми «Talents for Ukraine» від KSE Foundation, що допомагає
дітям війни та їхнім учителям
адаптувати освіту до умов воєнного стану;
експерт безоплатної освітньої онлайн-платформи iLearn від ГС «Освіторія»;
автор курсу «Подкасти з української літератури»,
ведучий Телеграм-каналу «ЗНО українська», долучає учнів до адміністрування.*

Олександра Ковальова: Я розглядаю книжкові спільноти на таких платформах, як ТікТок (Букток), Інстаграм (Букстаграм) і Ютуб (Буктуб), не як конкурентів друкованій книзі, а як інструменти трансформації сучасного читання. Замість того, щоб сприймати соціальні мережі як загрозу, важливо виявити їхній позитивний вплив і адаптувати освітній процес до нових реалій.

Артур Пройдаков: Вашу думку я поділяю.

ОК: Ви використовуєте контент соціальних мереж у своїй викладацькій роботі?

АП: Так, використовую стабільно.

ОК: Чи могли б ви поділитися найбільш вдалим кейсами зі своєї практики? Яка ваша регулярна стратегія використання матеріалів із соціальних мереж? Як реагують учні, наскільки вони залучені? Мені цікаво побачити кореляцію між рівнем залученості підлітків і тим контентом, який ви їм пропонуєте.

АП: Я стараюся «доганяти». Період, коли я був молодшим, суттєво відрізняється від теперішнього. У той час, коли я ще не був одружений і не мав дитини, я повністю присвячував себе професійній діяльності, витрачаючи на роботу практично весь свій час. Такий підхід тривав аж до 30-річного віку, коли я прагнув максимально реалізувати свій професійний потенціал. Однак після досягнення цього вікового рубежу я усвідомив необхідність гармонійного балансу між професійною діяльністю та особистим життям. Це стало своєрідною місією, що має надзвичайно важливе значення, оскільки родинні цінності та турбота про близьких є невід'ємною частиною повноцінного життя. Відтак, хоча мій робочий

темп дещо знизився, я продовжую прагнути ефективної комунікації, особливо у взаємодії з дітьми, використовуючи доступну та зрозумілу для них мову.

Єдиною складністю, яка виникає в цьому контексті, є певне збільшення психологічної та емоційної дистанції. Підлітки залишаються у віці 9–11 класів, зберігаючи свою стабільність та незмінність, тоді як я з кожним роком змінююся, і цей процес неминуче відбувається у бік не лише вікової зрілості, але й мудрості та поблажливості. Проте я свідомо намагаюся підтримувати діалог на рівні, який буде простим, відкритим та зрозумілим для підростаючого покоління.

Тепер про соцмережі. Мені подобається Інстаграм. Я його використовую на уроках літератури. До прикладу, у мене тема «Павло Григорович Тичина». 10 клас.

Готуючи презентацію про Павла Тичину, я намагаюся підходити до цього творчо й сучасно. Завантажити готову презентацію з інтернету — це не вихід, адже більшість таких матеріалів виглядають досить посередньо. Тому я створюю презентацію самостійно: шукаю зображення Павла Тичини через Google, копіюю їх і вставляю в слайди. Проте цього недостатньо, адже матеріал виходить однобоким і не завжди цікавим.

Щоб додати сучасності, я використовую Інстаграм. У пошуку, як на телефоні, так і в веб-версії, вводжу запит “Павло Тичина”. Мені трапляються дописи від блогерів, пабліків та медіа-сторінок, які часто створюють яскраву візуальну графіку, готують матеріали для ЗНО/НМТ або просто цікаво розповідають про письменника. Я роблю скріншоти, зберігаючи авторські права: вказую назву сторінки та її авторство, і вставляю ці матеріали в презентацію. Такий підхід дозволяє мені знайти нову інформацію, яку важко було б відшукати традиційними методами. Наприклад, якось я натрапив на допис про збірку Тичини “Я утверждаюсь”, де був перелік назв поезій, і виявив, що з двадцяти віршів десять присвячені Леніну. Це стало цікавим відкриттям для уроку.

Вважаю, що завдання створити фейкову сторінку Павла Тичини в Інстаграмі, яке було популярне 10 років тому, зараз втратило актуальність. Таких сторінок вже надто багато, і виглядають вони не дуже вдало. Замість цього краще шукати сучасні рілси, дописи або меми про письменника, які можна використати на уроці для зацікавлення дітей. Важливо розуміти, що це лише додатковий матеріал, який не замінює книги, але допомагає “продати текст” — зацікавити учнів, створити своєрідний гачок.

Щодо інших платформ: Телеграм я використовую для комунікації з учнями. Створюю окремі чати для кожного класу, де ділюся лінками на Ютуб, подкасти та додаткові матеріали. Хоча не всі учні переглядають ці ресурси, важливо показати, що культура є всюди, а не лише в підручнику чи на уроці. У Телеграмі я також проводжу опитування в ігровій формі, щоб підтримати інтерес до предмета.

Фейсбук для підготовки використовую рідше, адже матеріал там часто менш актуальний, ніж в Інстаграмі. А от ТікТок стає все більш корисним ресурсом, оскільки книжкових блогерів на цій платформі дедалі більше, і стежити за всіма вже стає складно.

ОК: Чи звертаєтеся ви до контенту, створеного книжковими блогерами?

АП: Я активно використовую ТікТок-контент книжкових блогерів для демонстрації того, що книга є об'єктом обговорення та дискусії. Це важливо для формування зацікавленості підлітків та залучення їх до читання.

Окрім контенту соціальних мереж, корисним є також звернення до культурних афіш та подій. Наприклад, можна наочно продемонструвати популярність сучасних українських письменників. Зокрема, я часто показую на сайтах «Контрамарка» чи «Карабас» вартість квитків на концерти Сергія Жадана, що нерідко викликає здивування в учнів: «700 гривень за квиток? За що?». Це чудовий привід пояснити, що сучасна українська література має цінність і користується значним попитом. Я також демонструю відео з поетичних вечорів Жадана, на які приходять тисячі людей, наприклад, понад 7 тисяч відвідувачів на читання в серпні в Києві. Такий підхід допомагає створити ефект соціальної значущості книги.

Контент у Телеграм, Інстаграм, Фейсбук і ТікТок має великий потенціал для навчання. Особливо цінними є відео за мотивами літературних творів, створені ентузіастами. Наприклад, відео за мотивами "Тіней забутих предків" з музикою, субтитрами, краєвидами Верховини та гуцульською культурою є чудовим ілюстративним матеріалом. Я використовую ці ресурси для ілюстрації та доповнення уроку, адже самостійно створювати подібний контент часто немає часу. Такі відео можна демонструвати як на початку вивчення твору, так і після його прочитання, з пропозицією порівняти з екранізацією Параджанова чи іншими Ютуб-проектами.

Більше того, навіть популярні тревел-шоу, такі як «Орел і решка», можуть бути використані для занурення в атмосферу твору, наприклад, через сюжет про Хату-гражду у Верховині. Якщо вчитель мешкає поблизу, то екскурсія до Карпатської локації стає ще одним потужним інструментом.

Отже, практично в кожній соціальній мережі можна знайти матеріали, які підсилюють емоційний та інтелектуальний ефект від прочитання літературного твору. У 2024 році, в умовах підвищеної уваги до української культури, ці ресурси стають надзвичайно цінними для популяризації читання серед молоді.

ОК: Чи правильно я розумію, що увага до української культури значно зросла з початком повномасштабного вторгнення?

АП: Зростання інтересу до української культури є 100%. Хоча вираз «100%» звучить дещо гіперболічно, цей феномен можна виміряти за рівнем зростання зацікавленості, яка наразі є

очевидною. Водночас важливо пам'ятати про циклічність подібних хвиль інтересу: вони піднімаються, але згодом можуть спасти. Однак на даний момент ця хвиля триває, і вона активно підживлюється різними ініціативами. Зокрема, видавництво МУР випустило «Ти (Романтика)», зростає активність книжкових клубів, книгарня «Сенс» залучає нову аудиторію, книжкові блогери створюють якісний контент, а премія «Слушно» відзначила подкаст «ПереФарбований лис» як найкращий проєкт про читання.

У такому контексті соціальні мережі відіграють важливу роль, підсвічуючи ці події та сприяючи їхній популяризації, подібно до асистента на уроках. Це особливо актуально для онлайн-навчання, де відсутність безпосереднього контакту з учнями створює додаткові виклики. У таких умовах контент книжкових блогерів може стати ефективним навчальним матеріалом, який доповнює освітній процес і заохочує дітей до читання.

ОК: На вашу думку, які з цих запропонованих форм залучення викликають у підлітків найбільший інтерес? На що вони реагують найактивніше та демонструють найвищий рівень залученості?

АП: Відеоконтент. Відео — це безперечний лідер залученості. Коли учні бачать якісно створений відеоресурс із привабливою візуальною мовою, вони надзвичайно добре його сприймають і запам'ятовують. Дозвольте навести приклад.

Під час розповіді про Івана Нечуя-Левицького я, як додатковий контент, показав учням два відео з ТікТок, створені не мною. В одному з них під типову для ТікТок музику демонструвався портрет Нечуя-Левицького, а на екрані з'являвся текст із фактами про нього: що він ніколи не був одружений, що хотів стати священником тощо. Це коротке відео тривало лише 10 секунд.

Згодом, після п'яти уроків, протягом яких ми читали "Кайдашеву сім'ю", дивилися уривки серіалу "Спіймати Кайдаша" та обговорювали актуальність твору, я запитав: "Що ви запам'ятали про Нечуя-Левицького?" Учні одразу згадали, що він ніколи не був одружений — саме цей факт із ТікТок зафіксувався в їхній пам'яті. Вони сприймають відео надзвичайно ефективно, і я не вважаю це поганим.

Це явище є феноменальним: короткий відеоконтент, спожитий за лічені секунди, залишає глибший слід, ніж тривалі дискусії чи аналіз творів. Навіть у контексті сучасної української літератури, наприклад, у проєкті МУР із їхніми професійно створеними reels в Інстаграм, де поєднуються тексти пісень і візуальні образи, діти із задоволенням сприймають контент і запам'ятовують важливі культурні моменти.

Подкасти, на жаль, не мають такої популярності. Учні рідко підписуються на книжкових блогерів або літературознавців у соціальних мережах. Наприклад, імена Богдани Неборак, Насті Євдокимової, Стасіневича чи Семківа їм здебільшого невідомі. Хоча я можу показати їм

анонс літературної дискусії у Молодому театрі, продемонструвати інтерес аудиторії та попит на квитки, але навряд чи це викличе у дев'ятикласників особливе зацікавлення.

Зрештою, я розумію цю ситуацію. У дев'ятому класі важливо знати імена письменників, а знання літературних критиків чи книжкових оглядачів — це вже, можливо, забагато. Можливо, зі стартом старшої профільної школи у 2027 році з'явиться більше можливостей для глибшого вивчення літератури, залучення критиків і розширення цього культурного контексту. Але на даний момент відеоконтент є найефективнішим засобом привернення уваги і створення стійких асоціацій у свідомості підлітків.

ОК: Якщо розглядати відеоконтент як інструмент заохочення підлітків до читання, які саме типи такого контенту, на вашу думку, є найбільш ефективними? Зокрема, цікаво було б дізнатися, як, на вашу думку, можна інтегрувати ці формати в освітній процес.

Наприклад, на платформі ТікТок спостерігається різноманіття жанрів книжкового контенту: це можуть бути рецензії на книги, відеоогляди, розпаковки нових видань, челенджі (на кшталт "5 книг за вересень"), рекомендації літератури, інтерв'ю з авторами, читання уривків і навіть формати на зразок «Читання пів години зі мною», де блогер демонструє власний процес читання в режимі таймлапсу. Цей широкий спектр форматів створює різні шляхи для залучення молоді до книжкової культури.

Отже, які з цих форматів, на вашу думку, є найбільш дієвими для популяризації читання серед підлітків? Чи бачите ви потенціал інтеграції подібного контенту в шкільну програму, зокрема в межах профільної освіти?

АП: Формат книжкових рецензій, на мою думку, може бути ефективним на початковому етапі знайомства з твором. Але важливо, щоб це були не складні літературознавчі аналізи, а доступні та цікаві подачі. Наприклад, це не просто дівчина в кадрі, яка говорить: «Привіт, я буду читати вам книжку «Есенціалізм». Ця книжка про щось» — ні. Значно краще, якщо буде динамічна графіка: спочатку ведуча в кадрі, потім коротка візуальна вставка — що таке есенціалізм, інформація про автора, якась інтригуюча деталь. Гарна візуальна рецензія тривалістю до двох хвилин — цього достатньо, щоб зацікавити. Дивитися довше немає сенсу. Ще один важливий момент — якщо говорити про соцмережі, то може добре спрацювати формат колективного обговорення. Хоча це більше стосується перегляду фільмів, але можна адаптувати й для книжок. Тут важливо створити атмосферу: без пауз на 10-хвилинні перерви, щоб діти не розбігалися. Сісти разом, подивитися і одразу обговорити — це може бути цікаво. Або ж обговорення після перегляду, але важливо, щоб всі залишилися залученими.

Щодо соціальних мереж, ТікТок дуже добре підходить для коротких форматів. Один із варіантів — короткий ролик про книжку, а інший — цікаві факти про письменника чи

письменницю. Наприклад: «Хто такий Тарас Шевченко?», з кількома інтригуючими фактами на початку. Такий підхід може зробити знайомство з літературою живим і захопливим.

Я був у середу в музеї Шевченка, і нам потрапила неймовірна екскурсовод. Я сказав: «Дивіться, у нас 9 клас, ми читаємо Шевченка, розкажіть їм так, будь ласка, щоб їм було цікаво, тому що вони можуть трошки нудьгувати». І вона була класна! Вона розповіла, як Шевченко знайомився з жінками в Петербурзі: «Ну, діти, тоді Тіндера не було, він писав листи». Вона подавала матеріал так легко і цікаво — це було чудово.

Мені здається, дайте нам ще трохи часу, і ми самі почнемо говорити про Шевченка інакше. Це питання часу. Нові покоління вчителів, які поступово приходять у професію, рано чи пізно говоритимуть про Шевченка не нудними пафосними словами, а живо й цікаво.

Але якщо є якийсь ТікТок, Reels чи інший короткий відеоконтент, де вже хтось розповів про Шевченка цікаво, і це можна використати на уроці — це чудово. Наприклад, на початку уроку можна зробити тест: «Який улюблений напій Тараса Шевченка? Ром, чай, кава чи віскі?» Учні зреагують: «О, прикольно!» Це одразу створює інтригу.

Так само можна використовувати ТікТок: блогер ставить запитання, показує три варіанти відповідей, вчитель ставить відео на паузу, учні голосують, а потім дізнаються правильну відповідь. Це візуальний контент, який зацікавлює і мотивує прочитати більше про письменника чи твір. Мені здається, це може спрацювати.

ОК: Чому подібні ініціативи та уроки, що сприяють реальній залученості учнів, найчастіше реалізуються лише на приватних засадах?

АП: Я працював у державній сфері дуже довго. На своїх уроках я показував ТікТок-відео, і вважаю це цілком нормальним. Причому це було не в Києві, а в районному центрі на Сумщині — у Ромнах, де я прожив і працював шість років. Це цілком можливо, адже вчителі бувають різні. Тут питання в іншому: чи хочемо ми докладати зусиль, чи ні? Інколи людям простіше відкрити підручник і читати рядок за рядком, параграф за параграфом, сторінку за сторінкою, ніж шукати нові підходи. Поїздка в музей — це також певна складність, адже треба організувати дітей, взяти на себе відповідальність, переживати за безпеку. Хтось готовий цим займатися, а хтось — ні. Робота з ТікТок також вимагає часу та ресурсів: хтось їх має, а хтось — ні.

Звісно, є ще питання фінансової мотивації. Тут я не буду оригінальним: зарплата вчителів у державних школах не завжди спонукає до суперякісної підготовки до уроків. Є програма, вчитель підготувався, провів 45 хвилин з класом — і це вже добре. Не всі готові включитися на всі 100%. Але я вам скажу більше: і в приватних школах таке трапляється. Тобто питання не в тому, державна це чи приватна школа, а в мотивації самого вчителя.

Щодо державних інституцій, наприклад, Українського інституту книги. Якщо за ними стежити, то можна побачити виставки, закупівлі книжок для бібліотек. Але, на жаль, роботи з освітянами там дуже мало. Вони декларують, що щось роблять, але конкретного відчутного ефекту не видно. Один раз за останні роки на мене вийшли — я був амбасадором читання, просто взяли моє фото для картинки, і на цьому все. Жодних серій зустрічей, навчань чи підвищення кваліфікації для вчителів я не бачив. Хоча, думаю, їм можна допомогти, і я б із задоволенням долучився до проєктної діяльності. Вони щось роблять, але цього недостатньо. З іншого боку, є книжкові фестивалі, форуми — це чудово. Але для реальної підтримки освітян і популяризації читання серед школярів потрібні більш системні й регулярні ініціативи.

Ну, от на ВДНГ ви, напевно, були на вихідних на «Книжковій країні»?

Там завжди багато людей — красивих, щасливих, натхненних, серед яких чимало молоді. Це свідчить про те, що відбуваються позитивні зміни, але важливо підкріпити це цифрами та аналізом. Потрібно зібрати статистику, щоб отримати повну картину.

Щодо вчителів, то тут ситуація дещо інша. Вчитель, як правило, сам по собі, і його ніхто не зобов'язує використовувати соціальні мережі. Проте, я вірю, що варто м'яко підказати йому, як це може бути корисно. На своїх майстер-класах і зустрічах я про це розповідаю, і мені здається, що цей досвід можна масштабувати й популяризувати. У такому разі все буде добре. До речі, у жовтні я планую велику майстерку в Києві. Якщо буде цікаво — приходьте!

ОК: Ви вже частково згадували, що було б добре обговорювати з дітьми фільми. Давайте пофантазуємо: яким могло б бути ідеальне середовище на уроках літератури?

Ось я згадую свої шкільні роки. Навіть молодше покоління, трохи молодші за мене, часто розповідають про подібний досвід на уроках української та зарубіжної літератури. І найчастіше висновки були такими: перше — нічого не пам'ятаю, друге — було нецікаво, третє — я боявся сказати щось не так. Це відчуття: ми проходимо текст, я його не прочитав, помилюся — і все, торба.

Як ви вважаєте, яким би мало бути ідеальне середовище для дітей на таких уроках, щоб вони приходили із задоволенням, навіть якщо не встигли прочитати текст, але все одно винесли з уроку щось важливе?

АП: Ми ж фантазуємо зараз, так?

ОК: Так.

АП: Фантазія перша. Ми читаємо небагато творів, але робимо це спокійно, якісно, без дедлайнів. Не 40 книжок за рік, а п'ять чи чотири. Беремо одну книжку і читаємо її три місяці. Уявіть собі: «Кайдашеву сім'ю» прочитали, проаналізували, пройшлися стежками Нечуя-Левицького в Києві, завітали в музеї, переглянули виставу або серіал «Спіймати Кайдаша»,

обговорили його з учнями, запросивши Наталку Ворожбит або Тараса Цимбалюка. Це занурення в простір твору, а не просто читання заради галочки.

Другий момент: на уроці має цінуватися думка учня. Навіть якщо вона не зовсім коректна — це його думка. Наприклад, обговорюючи «Кайдашеву сім'ю», можна запитати: «Ви хотіли б жити окремо від батьків чи разом?», «Чому сваряться Кайдаші? А як би ви вчинили на місці героїв?», «Чи актуальна ця проблема сьогодні?». Твір стає місточком до обговорення життя, а не просто текстом для аналізу.

Третій момент — атмосфера уроку. Література — це не математика. Тут має бути вайб. Урок можна провести в бібліотеці, на м'яких пуфах, у форматі круглого столу, просто обговорюючи твір.

Фантазуємо далі: без зошитів, без жахіття літературних паспортів. Рід літератури — епос, жанр — соціально-побутова повість, тема — побут після кріпацтва... Це те, що зубрять для ЗНО, але воно не працює. Характеристика героїв, назва села, де розгортаються події... Ну і що далі? Чи допоможе це зрозуміти сенс твору?

Тому, на мою думку, ідеальний урок літератури — це мінімум теорії, максимум занурення. Теорія може бути в профільній старшій школі: відмінності між чоловічою та жіночою римою, гіперболою та алегорією. А тут важливо читати й вдумуватися. Я вірю, що за 10 років програми спростяться, читання стане меншим за кількістю, але більшим за якістю. Хтось прочитає одну книжку й сам візьме ще одну, без примусу, просто з інтересу.

Читання має бути не заради кількості, а заради якості.

І ми відмовляємося від хронологічного підходу. Наразі література вивчається за принципом: 9 клас – 18-19 століття, 10 клас – 19 століття, 11 клас – 20 століття. Проте такий підхід, коли учні цілий семестр читають твори Тараса Шевченка, а потім додаються складні тексти на зразок «Чорної ради» чи «Інститутки», не викликає великого ентузіазму. Здається, варто переглянути цю структуру: або обирати один твір із класичної літератури, або принаймні балансувати програму, чергуючи класичні твори з сучасними. Це може зробити процес читання більш цікавим і доступним для дітей.

Додаток ДЗ

Оксана Качура

*репетиторка з української мови та літератури,
яка спеціалізується на підготовці до НМТ та ДПА;*

веде освітні блоги в соціальних мережах

її Інстаграм-акаунт @zno_lit_era налічує 77,4 тисячі підписників,

її ТікТок-акаунт @litera.zno — 225,1 тисячі.

Олександра Ковальова: Пані Оксано, Ви працюєте приватним викладачем. Чому Ви вирішили популяризувати навчальний матеріал в соціальних мережах?

Оксана Качура: Мене надихнули мої учні. На той час я вже близько трьох років викладала, готуючи дітей до ЗНО з української мови та літератури. Під час пояснення тем учні часто запитували: “Чому ви не створите власний Ютуб-канал?” Але тоді мені здавалося, що Ютуб — це щось грандіозне й велике, тож, напевно, варто почати з меншого.

Так я вирішила завести ТікТок. Спочатку я навіть соромилася казати про це своїм учням. Проте згодом вони приходили й з подивом питали: “Ой, ви що, все-таки завели ТікТок? Ми на вас підписалися, тому що ви нам випали в рекомендаціях”.

ОК: Чи використовуєте ви контент соціальних мереж у своїй викладацькій діяльності? Розумію, що відповідь, скоріше за все, буде ствердною, адже ви самі створюєте цей контент. Тому я перефразую запитання: розкажіть, будь ласка, про найвдаліші кейси.

Чим відрізняється підготовка до НМТ у порівнянні з тим, як, наприклад, я готувалася до ЗНО: підручник Авраменка, тести — і все, сідай, зубри. Очевидно, що ви підходите до цього по-іншому. Чи можете поділитися конкретними прикладами, коли новітні підходи сприяли тому, що учням ставало цікавіше або вони краще запам'ятовували матеріал? Які формати контенту ви використовуєте, щоб ефективно підготувати дітей до іспиту?

ОК: Якщо говорити про контент з української мови, я використовую і свої відео, зокрема ТікТоки. Але у мене також є заготовлені матеріали з українського Ютуб: відео від Анни Огойко, ZNOHUB та інших авторів. Це люди, які працюють з НМТ-шниками та створюють корисний контент для підготовки до тестування.

Деякі відео досить тривалі, до години, а є маленькі, як у Анни Огойко. Ми з дітьми їх просто обожнюємо. Коли на уроці проходимо якусь тему, я використовую такі відео навіть на початку заняття, щоб налаштувати учнів на роботу. Ми проводимо “хвилинки грамотності”, які розпочинаються з відео з Ютуб. Це можуть бути короткі ролики від пана Авраменка про лексичні помилки чи мультфільм «Лепетуни» із сайту «Мова — ДНК нації». У цих відео багато цікавої та корисної лексики. Після перегляду ми виконуємо тести за змістом відео.

Таким чином діти, по-перше, налаштовуються на урок, а по-друге, запам'ятовують лексичні помилки, фразеологізми та наголоси. Це обширні теми, які важко охопити за один урок.

Особливо подобається учням відео «НАГОЛОС ГЕНГ», де хлопець перетворив список наголосів для НМТ на реп-композицію. Діти легко запам'ятовують матеріал завдяки поєднанню зорового та слухового сприйняття.

Далі урок проходить доволі традиційно: ми виконуємо вправи й тести, зокрема від Авраменка та з різних збірників, а також інтерактивні завдання на сайтах, таких як Worldwall. Коли потрібно повторити матеріал, я завжди раджу учням подивитися коротке відео від Анни Огойко, мій ТікТок або інший подібний контент. Ці відео чудово підходять для повторення: вони короткі, влучні, і допомагають швидко згадати вивчений матеріал.

ОК: Вибачте, будь ласка, якщо мої запитання здадуться трохи наївними або очевидними, але для мене це важливо. Скажіть, будь ласка, з якою метою ви використовуєте ці відео? Ви згадали про «Хвилинки грамотності» та короткі відео для повторення матеріалу. Я правильно розумію, що основна мета — допомогти дитині краще запам'ятати інформацію за рахунок залучення кількох видів сприйняття: зору і слуху? Чи є ще якісь причини? Чому ви обираєте такий підхід, а не зосереджуєтеся лише на роботі з підручником?

ОК: Тому що покоління змінилося. Змінилося покоління дітей, і ми маємо змінювати підхід до викладання. Якщо дитина постійно користується гаджетами, то навчальний матеріал слід інтегрувати в ці технології, щоб зацікавити її. Сучасні діти вже не сприймають інформацію лише з підручника — їм важко зосередитися, це їм не цікаво. Тому потрібно завжди вигадувати щось захопливе та інтерактивне, аби утримати їхню увагу.

ОК: Якими соціальними мережами ви користуєтеся найчастіше? Ви згадали Ютуб та ТікТок. Чи могли б ви зробити певну градацію: яка платформа для вас основна, яка менш важлива, а яка використовується найрідше? Наприклад, якщо брати ТікТок, Ютуб, Інстаграм чи, можливо, ще якісь платформи, то в якому відсотковому співвідношенні ви розподіляєте свій час між ними?

ОК: Напевно, на першому місці — Ютуб, потім ідуть ТікТок, а вже на останньому — Інстаграм.

ОК: Якщо порівняти контент Ютуб і ТікТок, то відео на Ютуб, безперечно, вимагають більшої концентрації, часу та навіть фізичного ресурсу. Це, знову ж таки, питання пам'яті, уваги та здатності до тривалого зосередження. Натомість ТікТок пропонує короткі відео тривалістю близько 30 секунд, що суттєво економить час і потребує мінімальної концентрації.

Наскільки сучасні діти здатні утримувати увагу на розлогих відео? Адже часто говорять, що вони більше не читають довгі тексти — це вже вважається застарілим форматом. У певному

сенсі Ютуб є аналогом довгих текстів, тільки в аудіо-візуальному форматі. Наскільки діти готові до такої форми контенту?

ОК: Мені здається, що все залежить від теми і від того, чи розуміє дитина, наскільки цей контент корисний для неї. Оскільки я викладаю для учнів 11-го класу, можу сказати, що вони вже здатні розрізняти: це просто хтось багато говорить на відео чи це дійсно корисна інформація. Якщо вони бачать, що інформація цінна, то можуть зосереджено дивитися відео тривалістю 30 хвилин або навіть годину, наприклад, якщо це запис вебінару.

Проте найчастіше, навіть коли я надсилаю їм свої відеоуроки в записі, я знаю, що вони часто вмикають відео на пришвидшеному режимі — 1,5x або 2x. Це дозволяє їм економити час, не втрачаючи при цьому змісту інформації.

ОК: Отже, це дійсно ефективно. Ті матеріали, які ви їм надаєте, вони переглядають і, зрештою, не просто пропускають, а отримують із цього певну користь.

ОК: Так.

ОК: А якщо ми трохи змінимо акцент з уроків мови на уроки літератури? Мені здається, що з мовою все більш-менш зрозуміло і просто. А от література вимагає більш глибокого занурення: це розлогіші тексти, більший обсяг фактичного матеріалу, більше деталей і, відповідно, вищі вимоги на тестуванні. Прочитання художнього тексту — це абсолютно інший рівень сприйняття. Але що я вам розповідаю, адже ви — фахівець і знаєте це краще за мене. Чи використовуєте ви якісь особливі матеріали або підходи під час викладання літератури?

ОК: Напевно, це більше для повторення, адже на основних уроках ми користуємось чудовим підручником, який вирізняється тим, що створений саме для дітей. У ньому є візуалізована література — ілюстрації, які прекрасно працюють з учнями. Вони сприймають ці малюнки, як комікс, що робить навчання більш захопливим і зрозумілим. Це особливо важливо для сучасного покоління, яке звикло сприймати інформацію не лише у текстовому, але й у візуальному форматі.

ОК: Це книга, так? Візуалізована література?

ОК: Так, візуалізована література від Ганни Дем'яненко. Сюжет ми розбираємо, в принципі, на уроці, а потім, якщо потрібне повторення, то використовуємо відео на Ютуб з коротким викладом сюжету. Там все подано концентровано і зрозуміло.

Щодо ТікТок, це дещо інший формат — там здебільшого короткі відео. Проте, якщо йдеться про теорію літератури, то можна надіслати учням відео з ТікТок. Наприклад, пояснення таких понять, як анафора, епіфора, сюжет або інші літературні терміни, можна стисло й доступно викласти за одну хвилину. Це зручно і швидко.

Однак, якщо йдеться про виклад сюжету, то, звісно, це потребує більше часу — приблизно 10-15 хвилин. Такі відео ми зазвичай дивимося на Ютуб, де основний сюжет подають чітко і структуровано.

ОК: Які типи контенту на соціальних платформах можуть бути найбільш ефективними, щоб привернути увагу підлітків, показати, що читання – це цікаво, корисно і може стати своєрідним антистресом? Адже читання — це також комунікаційна платформа.

Можливо, ви чули про простір Буктоку — книжкову спільноту в ТікТок, подібну до Букстаграму та Буктюбу. Це місця, де блогери створюють відео-рецензії на прочитані книжки, обговорюють літературні новинки та відслідковують книжкові тренди. Які, на вашу думку, інструменти на кшталт цих платформ можуть бути потенційно корисними, щоб заохотити дітей до читання? Чи можна такі формати інтегрувати в шкільне або приватне навчання?

ОК: Букток, на мою думку, ідеально працює та мотивує дітей до читання. Це достатньо молода спільнота, і саме таке середовище часто викликає інтерес у підлітків. Нещодавно я повернулася з книжкового фестивалю, де мені пощастило поспілкуватися з Буктокерами — блогерами, що створюють контент про книги.

Це молоде покоління з сучасними цінностями, яке дійсно захоплює дітей та спонукає їх до читання. Хоча, на мою думку, це скоріше зацікавлює сучасною літературою, ніж класичною. Дуже давно, ще до появи Буктоку, я мотивувала дітей читати, показуючи відеотрейлери до книжок на Ютуб. Намагалася створити уроки так, що діти загорялися інтересом до читання, так що Букток став природним продовженням цієї традиції захоплення книжками.

ОК: Ви говорите про буктрейлери.

ОК: Буктрейлери — це чудова ідея. Я не розумію, чому зараз їх так рідко створюють. Я помічала такі відео лише для дуже популярних англomовних та американських видань. На жаль, для українських книг буктрейлери майже не роблять. Було б чудово, якби ця практика стала поширенішою, адже такі відео можна використовувати, наприклад, у школах, щоб зацікавити дітей. Показати буктрейлер на уроці — це можливість мотивувати учнів: «Ось подивіться, про що ця книга, це справді цікаво».

ОК: Відповідно, наступне запитання стосується типів контенту в межах Буктоку, які можуть бути найбільш ефективними для заохочення підлітків до читання. Ви згадали буктрейлери. А що ще, на вашу думку, може зацікавити дитину та показати, що читання — це не нудне заняття, а навпаки, захоплива подорож у світ фантазії та самопізнання?

Чи можуть це бути, наприклад, рецензії, книжкові челенджі або конкурси, рекомендації літератури, інтерв'ю з авторами, меми, ліпсинки чи обговорення книжкових новинок? Що з цього або, можливо, щось інше, що вам спадає на думку, здатне переконати підлітків у тому, що читання — це круто?

ОК: Навіть історія створення твору може стати захопливою. Коли людина розуміє, як саме народжувався текст, що надихнуло автора, це завжди цікаво. Факти про письменника також спонукають дітей читати: вони хочуть дізнатися, що ж такого особливого він написав, якщо був такою цікавою людиною.

ОК: Пані Оксано, чи можна інтегрувати соціальні мережі у класну роботу з літератури? Чи це реально використовувати на уроках?

ОК: Абсолютно можна! Вчителі часто пишуть мені в соцмережах, що використовують мої відео на уроках, і учні теж відзначають, що бачили ці матеріали на заняттях з української літератури.

ОК: Як блогерці вам часто пишуть підлітки та учні. Які найпоширеніші запити від вашої аудиторії? Про що вони вас просять чи коментують?

ОК: Запити дуже різні. Вони просять пояснити твори, складні теми з української мови або просто діляться, що завдяки коротким відео по-іншому сприймають літературу. І це стосується не лише підлітків — дорослі теж пишуть, що почали перечитувати шкільні твори завдяки новому погляду, який я подаю через соцмережі.

ОК: Це справді феноменально! Учні звертаються не до шкільних вчителів, а до вас, блогерки-вчительки, щоб отримати пояснення. Які переваги має використання контенту соцмереж у шкільному навчанні?

ОК: Переваги використання сучасних технологій у навчанні очевидні. По-перше, це можливість зацікавити учнів. Наприклад, у деяких школах діти змушені здавати свої телефони перед уроками. Я думаю: “А навіщо здавати телефони, якщо їх можна інтегрувати в навчальний процес?” Діти можуть використовувати їх для перегляду навчальних матеріалів, виконання цікавих тестів чи інтерактивних завдань.

Так, безумовно, деякі учні можуть просто гратися в телефоні, але для цього є інтерактивна дошка, на якій можна демонструвати різний контент із соцмереж. Це може стати не лише захопленням для дітей, але й ефективним способом коротко й чітко пояснити тему. Наприклад, щоб зменшити навантаження на викладача, можна показати важливе відео на певну тему, а потім обговорити його з учнями. У випадку уроку української літератури це може бути рецензія з Буктоку чи відеореакція. Після перегляду можна запитати: “А як вам ця рецензія? А що ви відчували, коли читали?” Це створює атмосферу зацікавленості й інтерактивності.

Такий підхід дозволяє розбавити урок, зробити його живішим і цікавішим. Це не просто сухі вправи та тести, а можливість для дітей сприймати урок як щось легке і захопливе. Багато моїх учнів кажуть, що приходять на мої заняття як на відпочинок. Хоча це не шкільні уроки, а додаткове навчання, вони знають, що тут буде легко, невимушено, і вони сприймають урок як цікавий подкаст.

ОК: Як ви вважаєте, чому таких ініціатив, як те, що робите ви, настільки мало? Я помічаю, що прогресивні вчителі, зокрема молоде покоління педагогів, зазвичай реалізують подібні проекти або на приватній основі, або в межах приватних шкіл, ліцеїв чи навчальних закладів. Якщо говорити про державні школи, то я, звичайно, не хочу узагальнювати — це було б грубою помилкою. Але, ґрунтуючись на тому, що я бачу у своєму оточенні, складається враження, що подібні креативні підходи там зустрічаються значно рідше. Можливо, ви теж помічали це у своїх учнях, які приходять на заняття після шкільних уроків літератури.

Чому, на вашу думку, такі ініціативи не набувають більшого поширення? Адже соцмережі — це реальність, у якій ми всі живемо, включно з учителями. Чому креативних підходів до викладання так катастрофічно мало?

ОК: Мені здається, тут грають роль кілька факторів. По-перше, недостатнє заохочення з боку держави, яка, на жаль, дещо відстає від реальних потреб сучасної освіти. По-друге, молоді та креативні вчителі часто обирають приватну практику або роботу в приватних школах через низьку заробітну плату та надмірне навантаження в державних закладах. І, по-третє, саме це велике навантаження є критичним фактором. Величезний обсяг документації, яку необхідно підготувати та обробити, забирає стільки часу і сил, що на справжню творчість їх просто не залишається.

ОК: Яким би було ідеальне середовище для учня, для підлітків на уроках літератури — української або зарубіжної? Що потрібно, щоб діти приходили на ці уроки із задоволенням і якісно проводили цей час?

На жаль, зараз на уроках часто відбувається шаблонізація: ми приходимо, сідаємо, виконуємо тести, розбираємо, що означали "жовті чоботи" у романі Кафки — умовно, звичайно, я перебільшую. Але факт залишається фактом: це абсолютно неефективно. Діти не читають, по-перше. Вони нічого не запам'ятовують. Як наслідок, вони випускаються зі школи і майже нічого не пам'ятають із курсу літератури. Все, що залишається у пам'яті, — це Тарас Шевченко, Леся Українка, Іван Франко, і все. Причому, знаєте, це виглядає як канонізація цих постатей, без живого інтересу до їхніх творів.

Яким би могло бути ідеальне середовище на уроках літератури? Це простір, де діти дійсно займаються літературою: читають, аналізують, дискутують, висловлюють свою думку і не бояться цього робити. Важливо створити атмосферу відкритості, де учні не бояться сказати, що вони думають про прочитане, і навіть не бояться прийти на урок, якщо вони не встигли прочитати твір. Це середовище, де література стає не просто предметом для тестів, а можливістю для творчості, самовираження та формування критичного мислення.

ОК: Напевно, важливо створити атмосферу, де поєднуються різні формати подачі матеріалу: інформація, відеоконтент із соцмереж, цікаві й нестандартні підручники. Мені важко читати

типові біографії, побудовані за шаблоном: народився, пішов у школу, помер. У школі нас змушували виходити до дошки й переповідати, коли письменник пішов до школи чи в якій родині народився. Я тоді навіть не розуміла, навіщо мені ця інформація. Замість сухих фактів біографії варто подавати цікаво й живо — це можуть бути сучасні підручники або ж інтеграція матеріалів із соцмереж. На жаль, я не знаю шкільних підручників, де дійсно захопливо подана біографічна інформація. Тому використання соцмереж може заохотити дітей вивчати біографії цікавіше.

Я помітила, що різниця між стандартним вивченням і підходом через цікаві факти величезна. Окрім цього, мені в шкільні роки дуже не вистачало обговорення. Зараз ми часто обговорюємо цікаві моменти з творів, і якщо бачимо щось цікаве в соцмережах, можемо винести це на загальне обговорення. Завдяки цьому в дітей формується власна думка, і головне — вони не бояться її висловлювати. Адже іноді вчителі нав'язують лише одну "правильну" думку, і це неправильно.

Наприклад, коли ми вивчаємо образ Степана Радченка з роману "Місто", у дітей виникають різні погляди. Одні вважають його ідеалом: людина приїхала з села, досягла успіху в Києві, отримала квартиру. Інші ж акцентують на негативних сторонах його поведінки: згвалтування, використання жінок. І якщо вчитель наполягає лише на одній позиції, це не сприяє критичному мисленню. Важливо створити простір, де кожен учень може висловити свою точку зору й бути почутим.

Додаток Д4

Ліза Сусік

авторка ТікТок-акаунту @susikliza;

активна представниця української книжкової спільноти «Букток»

з аудиторією 34 тис. Підписників;

за результатами медіамоніторингу, має найбільше залучення серед блогерів у соціальній мережі ТікТок.

Олександра Ковальова: Скільки Вам років?

Ліза Сусік: Мені 19.

ОК: Ви є частиною цільової аудиторії соцмережевого контенту, який я досліджую. Скільки років ви займаєтесь книжковим блогерством?

ЛС: Всього лише півтора роки (*прим. – станом на 27.09.2024*). Я купила свою першу книжку тільки у 2022 році.

ОК: Що вас до цього спонукало?

ЛС: Захотілося чогось нового. Раніше я багато грала у відеоігри й витратила на це чимало часу. Потім була китайська гра, яка виявилася нецікавою, і я зрозуміла, що більше не хочу грати. Це було нелегко, адже ігри були моїм хобі.

Якось я сиділа в торговому центрі навпроти книгарні й подумала: «Блін, хочеться купити книжку». Відкрила ТікТок, ввела запит «книги» і почала шукати рекомендації. Тоді я ще не знала, що таке «золото» — це коли книги немає в наявності. Часто буває, що якщо книга в рекомендаціях ТікТок, то її важко знайти. Пам'ятаю, запитую на касі: «А ця є?» У відповідь: «Немає». І тоді я зрозуміла, що взагалі нічого не знаю про наш книжковий ринок.

Я купила якусь фентезі, прочитала, потім ще одну книжку — і теж прочитала. У результаті я подужала три книги, і вже тоді в мене виникла думка: «Хочу почати блог про це». Розповіла подрузі: «Так, окей, я прочитала вісім книг, і все, я почну вести блог». Вона мене підтримала — і так усе почалося.

ОК: Чи можна сказати, що книги стали для вас своєрідним засобом подолання стресу? Чи шукали ви в них можливість відволіктися від повсякденних проблем і зануритися в інший світ?

ЛС: Так, це правда! Книжки стали для мене джерелом дофаміну, як для когось – соціальні мережі. Я розбавила свій час у ТікТок читанням.

ОК: Чи свідчить ваша активність у ТікТок про те, що ви почали читати ще більше? Чи знайшли ви в цій соціальній мережі однодумців та середовище для спілкування?

ЛС: Так, саме так!

ОК: Отже, за вашим досвідом, книжки та соціальні мережі не є конкурентами?

ЛС: У моєму досвіді книги та соціальні мережі не є конкурентами. Моє коло спілкування складається переважно з людей з книжкових блогів та спільнот. Наразі на ВДНГ проходить фестиваль «Книжкова країна», де зібралися всі, і я зустрілася з друзями з інших міст. Коли український Букток тільки зароджувався, багато хто почав переходити на українську мову, а деякі, як я, взагалі почали вести блоги. Тоді було легше створити блог, адже нас було не так багато. Наразі, коли я заходжу в Букток, постійно бачу нові обличчя з великою аудиторією, яких я не знаю, і це мене дивує.

Цікаво, що я слідкувала за деякими з цих людей два роки тому, коли ми всі були маленькими блогами, підписаними одна на одну, коментували пости, а потім, коли почали зростати, з'явилося більше нових облич. Після появи Буктоку багато з нас почали створювати Інстаграм-сторінки, хоча у мене це сталося не одразу. ТікТок — це чудова безкоштовна платформа для просування, але вона не надає можливості спілкуватися з читачами; максимум — коментарі. Натомість в Інстаграм можна ділитися історіями, що надає можливість більшої взаємодії.

Коли я створила свій Інстаграм, пройшов, напевно, рік, і я усвідомила, що на мене підписані реальні люди. До цього я мала відчуття, що це невідомі особи поза екраном. Я почала активно вести Інстаграм, спочатку маючи основну особисту сторінку, а потім створила окрему книжкову. Спочатку я думала: «Навіщо мені два акаунти?» Адже мій Інстаграм став частиною моєї особистості, і я відчувала дисонанс, оскільки мої старі друзі не цікавляться книгами. Тому я думала, що їм не буде цікаво на моїй книжковій сторінці. Проте я зрозуміла, що це важливо для мене, тому видалила особисту сторінку і зосередилася на книгах, про які постійно говорю. Хто з моїх старих друзів підпишеться, той підпишеться, а хто ні — без проблем. Так почався мій зв'язок з реальними людьми.

ОК: Лізо, який відсоток вашої аудиторії становлять підлітки?

ЛС: 71% аудиторії складають користувачі віком 18-24 років. Але є одне «але». Люди реєструються, не вказуючи свій справжній вік.

ОК: Тобто ми не можемо отримати об'єктивну картину вікової категорії вашої аудиторії?

ЛС: У категорії 18-24 років значний відсоток людей насправді молодші — можливо, до 16 або 18 років. Коли я реєструвалася ще в Musically (примітка: соціальна мережа для створення відео, прямих ефірів та обміну повідомленнями), мені було 12 чи 13 років. Вказавши свій справжній вік, я зіткнулася з багатьма обмеженнями: я не могла відправляти відео іншим користувачам, коментувати їхні публікації. Це дуже дратувало. Молоді люди часто уникають таких обмежень, вводячи хибні дані про вік.

У ТікТок навіть є відео з обмеженням для певних вікових категорій, які молодші користувачі не можуть переглядати. Тому можна припустити, що значна частина підліткової аудиторії

просто вказує неправильний вік, аби отримати доступ до всіх функцій, і це може впливати на об'єктивність статистики.

У мене є невеличкий телеграм-канал із 4 тисячами підписників. Я проводила там опитування, щоб дізнатися вік моєї аудиторії: 34% виявилися віком 16-18 років, а 35% — віком 19-24 роки.

ОК: На який тип контенту ваша аудиторія реагує найактивніше? Який формат публікацій отримує найбільший відгук? Це можуть бути коментарі, приватні повідомлення чи запити. Чи йдеться про рецензії, книжкові рекомендації, літературні челенджі, ваш лайфстайл або колаборації з іншими блогерами?

ЛС: Я впевнена, що моя аудиторія хоче дізнатися більше про мене як особистість. Після перегляду моїх відео в ТікТок багато людей переходять на мій Інстаграм, де вони очікують не лише контент про книги, а й більше інформації про мої думки та музику, яку я слухаю. Їм цікаво дізнаватися про мене, а не тільки про літературу. Часто підписники активно реагують саме на мій лайфстайл-контент.

Пам'ятаю, як я знімала відео про те, що живу сама — це викликало багато уваги. Нещодавно я поділилася відео про те, як самостійно заробляю в 19 років, і реакція була надзвичайною: “Ого, молодець! Це правда?” Людям цікаво пізнавати мене як людину.

Крім того, одне з моїх останніх відео було присвячене жіночим персонажам із популярних книг. Я обрала кілька яскравих героїнь, щоб познайомити з ними свою аудиторію, і це викликало живий інтерес. На мою думку, український Букток ще перебуває на етапі розвитку, але вже з'являються нові цікаві напрями, які сприяють популяризації читання.

ОК: В чому відмінність українського Буктоку від англійського?

ЛС: Англійський Букток і український Букток не зовсім порівнянні. В англійському Буктоку є блогери, які спеціалізуються виключно на класичній літературі. Наскільки я спостерігаю, в українському сегменті таких блогів небагато, і більшість контенту охоплює ширший спектр жанрів.

ОК: На яку літературу реагує споживач українського Буктоку?

ЛС: Люди завжди реагують на найпопулярніші книжки, на меми. Тому й кажуть, що хтось читає популярні книжки, але коли починаєш знімати про ті, що не в тренді, це вже складніше.

ОК: Що ви маєте на увазі «в тренді»?

ЛС: Тренди — це те, що всі знають і розуміють. Часто виходять новинки, і всі одразу реагують. Блогери роблять внесок, читаючи ці новинки. Люди люблять отримувати або корисну інформацію, або емоційну реакцію в ТікТок. Вони хочуть бачити, що книга тебе вразила, або навіть спровокувала сльози. Наприклад, роман «Четверте крило» дуже швидко розійшовся в Україні. Закордоном теж накладі досягли мільйонів. Популярність зросла, коли

люди почали знімати відео, як вони плачуть у кінці книги. Можливо, це був маркетинговий хід, але коли я бачу, що хтось плаче через книгу, я відразу думаю: «Зберігаю, прочитаю».

ОК: Це провокація емоцій. Ми читаємо заради емоцій. Які ще тенденції в Буктокці та Букстаграмі ви помічаєте?

ЛС: Я бачу величезну популярність темних романів. Спершу я не розуміла, чому це так, але з часом зрозуміла: у цих книгах зображені складні стосунки та емоційні гойдалки, що зачіпають читачів.

Останнім часом у буктоці з'являється фінансова складова — видавництва починають платити за просування книжок. Я заробляю значні суми з блогу, і помічаю, що видавництва стали значно активніше співпрацювати з блогерами. На мою думку, цей процес особливо прискорився за останні два роки, відколи почалася повномасштабна війна. Раніше вони майже не комунікували, але тепер регулярно пропонують надсилати книги на огляд.

Я добре пам'ятаю свої перші повідомлення з пропозицією: "Чи можна надіслати вам книгу?". Тоді я була неймовірно рада, адже це була безкоштовна книга для читання і відеоогляду — це здавалося чудовим. Проте зараз я часто відмовляю, бо таких пропозицій надто багато, і я просто не встигаю все читати.

Спершу блогерам надсилають книги безкоштовно, але з часом вони починають просити оплату за огляди, адже це справді велика робота: близько шести годин на читання і ще кілька на зйомку та монтаж відео. Зрештою, усе перетворюється на бізнес, де блогери мають свої прайс-листи й співпрацюють з видавництвами на професійному рівні.

ОК: Тобто зараз Букток — це вже маркетингова стратегія, а не просто розважальний контент.

ЛС: Так, це серйозний бізнес, де видавництва включають блогерів у свої контент-плани і виділяють бюджети. Наприклад, у мене була щомісячна співпраця з видавництвом Vivat, де я мала зняти 4 відео за певну суму.

ОК: Ви ділитесь інсайдерською інформацією. Це дуже цінно. А якщо поглянути на контент, який домінує зараз. Які топ-3 види контенту в «заходять» людям в буктоці?

ЛС: Перш за все, це завжди *розпаковки*. Бо це — емоції. І це викликає труднощі для мене, бо я не надто емоційна людина. Коли у тебе вже 500 книг вдома, складно відчувати те саме захоплення від нової книги. Все змінюється. Зараз я сумую за часами початку 2022 року, коли тільки починали з'являтися українські книжки. Раніше ми не були відділені від російського контенту, і більшість книжок була російською мовою. Ми перебували в одному інформаційному полі, і те, що було популярним на росії, автоматично стало популярним і в нас. Тоді було престижно мати російські книжки, бо тебе розуміли росіяни. Але з часом ми почали відділятися, і зараз україномовний Букток складається переважно з українськомовних користувачів. На другому місці — *колаборації з іншими блогерами*. Влітку деякі книжкові

блогерки відправилися відпочивати в Карпати, і це перетворилося на справжній хаос. Вони зібралися разом і знімали відео, що було дуже цікаво спостерігати. Вони створювали смішні колабораційні відео. Коли моя подруга, також книжкова блогерка, приїжджає до мене, люди завжди просять, щоб ми зняли щось веселе. На третьому місці – *відгуки*. Емоційні відгуки.

ОК: А чи звертається ваша аудиторія з якимись запитамі? Може, вони просять вас зняти щось конкретне чи показати певний контент?

ЛС: Раніше так, а зараз ні. Я почала знімати в книгарні «Сенс». Вони постійно бачать мене там, адже підписані на два акаунти. Тож зараз запитів від них немає.

ОК: Лізо, наскільки соціальні мережі впливають на читацьку культуру підлітків – людей віком від 11 до 19 років?

ЛС: Безперечно, соціальні мережі мають позитивний вплив. Наприклад, моя молодша двоюрідна сестра, якій 14 років, раніше не читала книжки. Вона почала читати після того, як побачила, що я веду блог про книги. Вона живе в селі, де коло спілкування обмежене, і не всі читають. Завдяки моєму блогу вона дізналася про Букток. І, хоч сама вона не знімає контент, вона вже стала частиною певного ком'юніті. Тепер вона має можливість спілкуватися про книжки, що в її селі було б неможливо через відсутність однодумців. Соціальні мережі відкривають їй нові горизонти.

ОК: Отже, соціальні мережі задовольняють її інформаційні та комунікаційні потреби.

ЛС: Коли я почала вести блог, я просто хотіла говорити про книжки з іншими людьми. Зараз у моєму оточенні в основному лише читаючі люди, але раніше це було зовсім інакше — всі мої знайомі не читали, і я не знала, з ким обговорювати літературу. У мене була лише одна далека знайома, з якою ми спілкувалися лише про книжки. Ми не були близькими подругами, але розуміли, що можемо підтримувати розмови про літературу. Ось це і було моєю проблемою. Я вирішила, що те, що читаю, повинно мати вихід, і тому завела блог, щоб задовольнити цю потребу.

ОК: Лізо, наприкінці я хотіла б поговорити про аспект шкільного навчання. Як ви, напевно, знаєте, ситуація в наших школах у контексті читання не є дуже позитивною, і динаміка не надто мотивує учнів до читання. Як можна використовувати контент з Букток у шкільному навчанні, зокрема на уроках літератури?

ЛС: У ТікТок є одна вчителька української мови та літератури (*прим. – йдеться про Оксану Качуру, яка також дала інтерв'ю в рамках нашого дослідження*). Вона готує учнів до НМТ. Мені подобається, що є молоді вчителі, які знімають ТікТок про різну літературу. Я випустилася три роки тому, але слідкую за нею, тому що вона цікаво розповідає про письменників. Вона створює смішні короткі відео, які легко запам'ятати. Крім того, вона сама

читає і є на Букток, тому знає, що подобається підліткам. Мені подобається, що через ТікТок можна цікаво розповідати про шкільну літературу.

ОК: Як можна використовувати цей контент на шкільних заняттях? Чи варто давати школярам домашні завдання, пов'язані зі створенням контенту в ТікТок? Виконувати завдання не на папері, а у формі відео? Зняти короткий ролик або продемонструвати свої роботи на уроках?

ЛС: Ідея зняти відосик – не дуже... Багато людей соромляться знімати себе на камеру. Нехай педагог або вчитель використовують цей контент на свій розсуд під час уроків.

ОК: Які переваги може мати використання контенту з соціальних мереж у шкільному навчанні? Чи є в цьому взагалі якісь переваги?

ЛС: Це дуже корисно, якщо викладач використовуватиме контент з вільного доступу на уроках, зокрема в контексті шкільної літератури. Я сама не читала її багато, оскільки було мало часу: коли тобі за тиждень дають якусь книжку, просто не встигаєш її прочитати. Зараз я читаю швидше. Зі школи у мене залишилося враження, що Тарас Шевченко і Леся Українка — це якісь святі постаті, а не звичайні люди. Завдяки блогам я дізналася, що Шевченко, наприклад, винаймав собі хвойд. Це дозволяє дізнаватися цікаві факти, що допомагає сприймати письменників як звичайних осіб. Викладачі можуть використовувати цей контент, ділитися ним у шкільних групах чи чатах. Наприклад, скидаючи смішні ТікТок-відео про письменників, яких планують обговорювати на наступному уроці. Це вже дало б певний ефект.

ОК: Як ви уявляєте ідеальну школу, яка виховує любов до книг і об'єднує читачів? Що для вас був би ідеальний урок літератури?

ЛС: Я думаю, було б чудово, якби уроки літератури були більш інтерактивними. Замість того, щоб хвилюватися через те, що не прочитав книгу або не пам'ятаєш сюжет, можна було б більше обговорювати сам твір. Наприклад, учні могли б збиратися в коло і вести дискусію без тиску чи страху бути осоромленими за невивчений матеріал. Короткий зміст для тих, хто не встиг прочитати книгу, дозволив би всім бути в курсі. Головне – перетворити урок з допиту на обговорення, де учні можуть висловлювати думки, шукати цікаві моменти у книзі і ділитися ними, без остраху відчуті себе невпевненими через складні питання. Це дуже дивно, коли ти не зрозумів щось у книзі, і через це тебе вважають таким, що "не склав тест". Ти починаєш підлаштовуватися під те, що від тебе хочуть почути, а не висловлюєш власні думки. Тобто, ти не вчишся мислити самостійно. Основна проблема полягає в тому, що нас не стимулюють роздумувати і рефлексувати над прочитаним, а змушують адаптуватися до очікувань інших.

ОК: Лізо, чи можна завдяки соціальним мережам виховати свідомого читача?

ЛС: Що ви маєте на увазі під свідомим читачем?

ОК: Це той, хто розуміє прочитане, рефлексує над ним, аналізує текст, зберігає інформацію в пам'яті та здатний самостійно обирати, що читати. Коли в школі від учнів очікують відповіді за шаблоном, наприклад, на питання про значення «жовтих чобіт», ми не занурюємося глибоко в сюжет і не аналізуємо його. Натомість ми лише реагуємо на тригери, які хоче почути вчитель. Це не сприяє розвитку свідомого читання, а радше формує запрограмовану поведінку. Чи можуть соціальні мережі змінити цю ситуацію для підліткової аудиторії?

ЛС: Соціальні мережі можуть дійсно сприяти вихованню свідомого читача. Наприклад, коли я прочитала книгу та сформувала свою думку про певну ситуацію, заходячи в ТікТок, я можу побачити, які інші люди говорять про цю ж книгу, і помітити зовсім інші аспекти, які не врахувала. Це допомагає розширити моє розуміння тексту. Також існують книжкові клуби, як офлайн, так і онлайн, де учасники діляться враженнями, обговорюють різні ситуації, і таким чином складається загальна картина прочитаного, що дозволяє глибше аналізувати матеріал. Цей обмін думками є важливим для формування більшої свідомості у читанні, адже завдяки спільноті можна отримати нові перспективи і скласти власний пазл вражень від книги.

Додаток Д5

Марія Маргуліс

авторка Ютуб-каналу @ReadingMary;

активна представниця української книжкової спільноти «Буктуб»

з аудиторією 14 тис. Підписників;

за результатами медіамоніторингу, має найбільше залучення

серед блогерів у відеохостингу Ютуб

Олександра Ковальова: Маріє, скільки ви займаєтесь букблогерством?

Марія Маргуліс: Десь 4,5 роки (*прим. – станом на 7.08.2024*).

ОК: Які тенденції ви зараз спостерігаєте в просторі Буктоку, Буктубу, Букстаграму? Що саме є актуальним? Я помітила, що зараз дуже популярні темні романи. Ви часто розмірковуєте про соціальні табу в читанні.

ММ: Я не знаю, чи я можу бути тут репрезентативною, якщо чесно, тому що соцмережі показують людині те, що їй цікаво. Навіть в рамках Буктоку, Букстаграму і так далі, я бачу те, що мені цікаво. Я бачу Букток, який цікавиться романтикою і фентезі, але є також Букток, який розповідає про трилери, про детективи, про нон-фік і так далі. Це ті канали, яких також можуть бути десятки мільйонів, а я їх не бачу, тому що соцмережа розуміє, що мені вони не дуже цікаві. Тобто те, що я вам розповім, це те, що я бачу зі своєї колокольні.

ОК: Оскільки ви — експерт, мені цікава ваша думка. Ви ділитесь саме тим, що є суто вашим, відображенням вашого особистого досвіду, вашої алгоритмічної вибірки та тенденційного бачення.

ММ: Що я спостерігаю? Здається, що це або прийшло до нас із західної культури, або ж просто співпало, що подібні тенденції розвиваються одночасно. Я помічаю, що люди почали більш відкрито говорити про романтичне фентезі, любовні романи та романтичні комедії (ромкоми). Наші видавництва, відповідно, активно підхопили цей тренд: така література добре продається, її стає дедалі більше, а кількість видавництв, які беруться за ці жанри, постійно зростає.

Цікаво, що зараз від співробітників видавництв можна почути думку, мовляв, ще кілька років тому вони категорично відмовлялися від любовних романів і заявляли, що ніколи не публікуватимуть «книжки з нижньої полиці» — так іноді називають подібну літературу.

А тепер, навпаки, вони не можуть натішитися, самі захоплено читають ці книги. Я бачу цю дестигматизацію, і мені це дуже подобається.

ОК: Якщо це продається, значить, на це є попит. Ми навіть переглянули вашу статистику. Ви зазначаєте, що відсоток підліткової аудиторії невеликий. Але все ж, на вашу думку, навіть

якщо залишити осторонь підлітків, якщо це не ваша основна аудиторія, на який тип вашого контенту вона реагує найбільше?

Це відео, де ви говорите про ромкоми та відповідну літературу? Чи, можливо, це відео, що не стосуються оглядів книг, а містять ваші персональні рефлексії? Тобто, який саме формат вашого контенту викликає найбільший відгук у вашої аудиторії?

ММ: Ви знаєте, у кожного продукту, і блогер в даному випадку теж є продукт, зараз є, насправді, не одна цільова аудиторія, а декілька. Це нормально. І у мене так само. У мене є люди, які мене дивляться, тому що їм подобається, як я розпаковуюю коробки, або показую, показую, що купила. Є люди, які приходять на любовні романи, вони мене за це люблять, вони знають, що від мене можна по любовним романам знайти рекомендації і так далі. І, безумовно, є люди, які найбільше люблять мої розмовні відео, де я борюся з табу і все таке подібне. Десь це одна і та сама людина, а десь це окремі люди.

Якщо говорити про відгуки, якщо говорити про статистику, то згідно з вірогідністю всі три названі мною теми можуть бути десь на першому місці по переглядах у мене на каналі. І відгуки я отримувала, відповідно, на всі ці теми. Хтось мені пише, що більше любить таке, хтось, що більше таке.

ОК: Я читала коментарі під вашим відео, де ви робили огляд книг і розповідали про ромкоми, які читали англійською мовою. До речі, помітила, що там було чимало різних думок, зокрема й доволі емоційних. Чи сприймаєте ви це як провокацію? Чи, можливо, вважаєте, що це добре, адже означає, що контент викликає відгук і реакцію у глядачів?

Що ще вам пише ваша аудиторія? Які у них є потреби?

ММ: Я вважаю, що моя аудиторія складається переважно з однодумців. Це здебільшого люди, які або дякують мені, або самі дають рекомендації, що почитати. Наприклад, я розповідаю про те, що мені подобається, а вони діляться зі мною подібними книжками або своїми враженнями щодо того, про що я розповіла.

Я не збираю аудиторію за рахунок треш-розборів чи скандальних тем. Якщо я використовую негативні заголовки або піднімаю суперечливі питання, то, як правило, це пов'язано з бажанням зняти стигматизацію з певних жанрів, наприклад, любовного роману. У таких випадках я можу зробити провокаційний заголовок, щоб привернути увагу, але це не для того, щоб маніпулювати чи провокувати глядача.

У мене немає відео в стилі: «Ось ця книжка — жахлива. Я зараз розкажу, чому». Звісно, таке відео могло б зібрати багато переглядів і коментарів, але це не моя мета. Я намагаюся сказати, що не будую свою аудиторію на негативі чи провокаціях. Мої негативні заголовки зазвичай стосуються соціально важливих для мене тем.

ОК: Чи є читання соціально важливою справою?

Те, що я зараз чую про кореляцію між вами та вашою аудиторією, свідчить про те, що люди переважно шукають комунікації — вони рекомендують вам щось або дякують за ваші поради. Можна сказати, що читання — це не лише односторонній акт (ось я, книжка, і це мій простір). Воно набуває особливої цінності в контексті спілкування: важливо мати з ким обговорити прочитане, поділитися враженнями та знайти однодумців.

ММ: Насправді важко сказати, що люди переважно шукають щось конкретне. Ви, напевно, чули про ефект вижившого. Ми бачимо лише ті коментарі, які залишають користувачі, але не бачимо всіх тих, хто просто дивиться і не пише нічого.

Отже, певна частина аудиторії, безумовно, прагне спілкування, але є багато глядачів, яким просто достатньо переглядати відео — і все. Вони не хочуть більшого залучення. Це людський фактор: завжди будуть ті, хто прагне більшої чи меншої близькості.

Що ж до читання, то це важливий соціальний феномен. Я б не сказала, що воно є обов'язковим. Я широ вірю, що можна жити повноцінно, не читаючи книг. Просто для мене особисто це було б нецікаво. Проте я не стигматизую людей, які не читають, і не дивлюся на них зверхньо.

Я можу не зовсім розуміти їх, адже для мене книги — це безліч захопливих і чарівних світів. Але вони, можливо, знаходять натхнення та інформацію іншими шляхами — і це абсолютно нормально. Це одна з тем, яку я намагаюся час від часу дестигматизувати на своєму каналі. Нам усім не обов'язково читати — це не повинно бути примусом.

ОК: Я, до речі, чула про це у вашому відео. Пам'ятаю той ролик, де ви розповідали про книжкові табу. А чи часто ваша аудиторія звертається до вас із запитаннями? Вони лише висловлюють подяку чи дають рекомендації, чи, можливо, запитують про щось конкретне? Тобто, чи буває таке, що їм конче потрібно дізнатися вашу думку або отримати пораду?

ММ: Так, до мене часто звертаються із запитаннями. Вони бувають дуже різними: іноді це досить прості або, на мій погляд, не надто доречні запитання, які можуть викликати певне роздратування. Адже часом складається враження, що деякі глядачі сприймають мене не як особистість, а скоріше як пошукову систему, бібліотекаря чи консультанта — просто ресурс, яким можна скористатися.

Втім, бувають і дуже цікаві, змістовні запитання, що спонукають до роздумів і навіть дискусії. Це завжди приємно і надихає. Як і всюди, тут також діє людський фактор: запитання трапляються різні, і це абсолютно нормально.

ОК: Які запитання є найцікавішими?

ММ: Якщо мова заходить про якусь суперечливу думку, явище, книгу чи авторку, і я бачу цікавий, нетривіальний погляд або чую щось нове для себе, то, звісно, мені хочеться про це поспілкуватися. Так само, якщо мене запитують про щось неочікуване чи просто цікаве — такі

ситуації трапляються. Конкретний приклад зараз навести важко, адже за 4,5 роки це відбувалося час від часу, тут і там. Але подібні моменти, безумовно, є.

ОК: Наскільки соціальні мережі взагалі, і ТікТок, і Ютуб, і Інстаграм, які мають читацькі спільноти, чи мають вони позитивний вплив на читацьку культуру підлітків, на вашу думку? Як би ви оцінили цей вплив?

ММ: Люди сьогодні значно легше знаходять натхнення для читання та рекомендації щодо книг. І я теж така людина, і вважаю, що це явище не залежить від віку. Це тенденція, яка поширюється на всіх користувачів соцмереж. У цих платформах ми знаходимо багато інформації та джерел натхнення.

Я не поділяю думку про те, що соцмережі — це щось негативне. Сьогодні соцмережі — це досить розумно фільтровані ресурси, які не показують людині того, що їй не цікаво. Навіть коли я, як SMM-фахівець, чую від деяких людей: “Я не хочу бути в соцмережах, бо в стрічці лише відретушовані фото і штучний контент”, я знаю, що це легко виправити. У таких випадках потрібно просто відписатися від небажаного контенту і підписатися на те, що дійсно цікаво. Варто трохи полайкати й переглянути цей контент — і соцмережа почне підбирати відповідні матеріали.

Наприклад, у моїй стрічці немає трешових блогерів, моделей чи співаків, яких я не слухаю. Моя соцмережа — це книжкові блоги, сторінки з коргі та інші джерела натхнення і гарного настрою. Я регулярно знаходжу там цікаві книжкові рекомендації, і мені здається, що це чудово.

ОК: Те, про що ви говорите, можна назвати новою грамотністю та медіа-просюмеризмом. У науковому дискурсі є стигматизація соціальних мереж: їх часто сприймають як адиктивні, шкідливі для психічного здоров'я, такі, що витрачають час підлітків і заважають їм навчатись. Ви згадували про популяризацію ромкому як жанру та його вплив на читацькі звички. Як саме, на вашу думку, відеоконтент на платформах на кшталт ТікТок чи Ютуб впливає на сучасну читацьку культуру підлітків? Які формати (огляди, розпаковки, рефлексії чи інші) ви вважаєте найбільш впливовими в цьому контексті?

ММ: Чи могли б ви навести приклад того, що саме ви маєте на увазі?

ОК: Я маю на увазі те, що читання, яке я спостерігаю в соціальних мережах, зокрема в буктоці, буктюбі й Букстаграмі, стало стилем життя. Це вже не лише про те, що ти сів, прочитав книгу — і на цьому все. Читання виходить за межі цього процесу: інформація надходить, але акт читання триває далі — у вигляді обговорень, контенту, естетики.

Те, що робите ви та ваші колеги, — це, по суті, просування стилю життя читача. У зв'язку з цим хочу вас запитати: які читацькі звички ви спостерігаєте наразі серед ваших колег та у

своїй стрічці? Як блогери, медійники, інфлюенсери (адже ви також інфлюенсер) інтерпретують читання?

Що я маю на увазі? Як про читання говорять, як його показують у соцмережах? Якого формату є це сучасне читання? Легше говорити про це в контексті ТікТоку, адже там є читацькі челенджі — короткі, динамічні, доступні за рахунок тривалості відео. Ми бачимо й косплеї, і розпаковки книг. Читання подається з позиції естетики: розпаковка — подивіться, яка гарна книжка як артефакт, або прогулянка книгарнею — показ полицок, що надихає.

Якими жанрами зараз інтерпретується читання? Якщо я скажу: “Читання, Букток, буктюб” — який формат і жанр контенту ви найчастіше бачите в соцмережах, коли йдеться про книги? Про що знімають, що перше спадає на думку? Читання — це...

ММ: Зараз спостерігається справжня естетизація читання. Це вже не просто: “Я прочитала з телефону і трохи вам розповім”. Сьогодні це красиві книжкові полиці, стильний декор і популярний книжковий мерч. Колекціонування книг стало особливим трендом, з акцентом на зовнішній вигляд видань. Люди все частіше обирають красиві видання в суперобкладинках, з кольоровими зрізами тощо.

Читання зараз — це більше, ніж просто процес. Це естетика, хобі та спосіб самовираження, що активно підтримується книжковою блогосферою. І це абсолютно нормально. Якщо подивитися на будь-який фандом, наприклад, шанувальників Marvel чи коміксів, вони також виходять за межі основного продукту: це і мерч, і колекціонування, і створення спільноти за інтересами.

Коли ти пристрасно захоплюєшся чимось, це природно ділитися цим із людьми, які розділяють твої погляди. Ви обмінюєтеся враженнями, надихаєтеся одне одним, створюєте власний простір спільних інтересів.

Я, наприклад, коли тільки починала вести свій канал, вже давно не купувала паперові книжки. У мене була одна книжкова шафа, а решту я читала в електронному форматі. Але поступово в мені прокинулася колекціонерка. Я почала купувати книжки у фізичному вигляді не завжди для читання, а радше для задоволення мати їх. Часто я все ще читаю з телефону, бо це зручніше, але колекціонування стало для мене окремим хобі.

Тепер у мене є три ключові захоплення: читати книги, купувати їх і розповідати про них. Це три різні, але взаємопов'язані гілки мого книжкового життя. І я не вважаю, що ми, книжкові блогери, нав'язуємо це глядачам. Це радше створення атмосфери, яка надихає і об'єднує.

ОК: Ви не нав'язуєте. Ви подаєте приклад, виступаєте рольовою моделлю для споживача, якому ви цікаві. Якщо поєднати розваги та освіти, адже соцмережі здебільшого про інтертеймент, хобі, відпочинок, — то як можна використовувати контент про читання у соціальних мережах у шкільному навчанні? Наскільки це взагалі можливо?

ММ: Безумовно. Іноді мені навіть шкода, що в мої шкільні роки не було таких ресурсів, як зараз. Мені здається, що значно корисніше подивитися умовно 3-5 оглядів на "Айвенго" різної складності та стилю, ніж сидіти над хрестоматією, яку написав, можливо, і професіонал, але ми ніколи не знали, хто ці автори, чому вони авторитетні. А потім слухаєш вчителя, який наполягає, що саме цим образом Вальтер Скотт мав на увазі певні речі, і не залишає місця для власних інтерпретацій.

До того ж, якщо у тебе немає друзів, які читають, а книга тобі або сподобалася, або залишила запитання, природно хотіти обговорити це з людьми, які також її прочитали. Не всі ці люди будуть експертами, і це нормально. Я, наприклад, себе експертом не вважаю — я просто читач із гарно підвішеним язиком. Відповідно, я радше ділюся своїми поглядами та знаннями. Але є блоги, які мають на меті саме освіту глядача. Хтось це робить добре, хтось гірше — це вже людський фактор.

У мене такої мети немає, але, тим не менш, я іноді уявляю себе ученицею. Наприклад, якщо мені не хочеться читати певну книгу, але я повинна про неї знати, то такі блоги дуже б мені допомогли. Або ж, якщо я прочитала, але не зрозуміла, або хочу просто обговорити, а нема з ким — це ж такий класний портал у знання.

ОК: Які типи контенту соціальних мереж можуть бути найкориснішими для шкільних уроків літератури? Ми вже згадали огляди, наприклад, перегляд огляду на «Айвенго», рецензії та критичні матеріали. Але що ще може допомогти зробити уроки цікавішими?

Чи можна розглянути літературні челенджі, інтерактивні формати або інтерв'ю з авторами? Можливо, доцільним було б залучити формати на кшталт читання уривків або навіть обговорення в реальному часі у форматі стрімів чи подкастів.

Якщо ми спілкуватимемося з учителем літератури, які саме типи контенту з соціальних мереж варто було б запропонувати для залучення учнів? Як можна зробити навчальний процес більш інтерактивним і привабливим у порівнянні з традиційною комунікацією через підручник чи хрестоматію?

ММ: Інтерв'ю з авторами — це, безумовно, цікава та корисна річ, особливо коли йдеться про автора, який мав можливість дати відеоінтерв'ю. Я повністю з цим згоден. Такі блоги та канали, як правило, мають освітню спрямованість. Вони можуть розповісти про біографію Тараса Шевченка, наприклад, пояснити, чому він писав ті чи інші вірші, де створював свої малюнки тощо. На мою думку, наразі найбільше безкоштовної освіти можна знайти саме на Ютуб.

ОК: Які переваги може мати використання контенту із соціальних мереж у шкільному навчанні? Чи є це корисним, і чому?

ММ: Я не буду виступати адвокатом диявола, стверджуючи, що це однозначно добре. Як і все в цьому світі, це залежить від людини, яка користується цим ресурсом: від того, як вона це робить, з якою метою, чи зловживає, чи ні.

Щодо адиктивності, про яку ви згадували, варто пам'ятати, що людина за своєю природою доволі схильна до залежностей. З появою кожного нового медіа-каналу ми спостерігаємо дві тенденції: з одного боку — сильну прив'язаність до нього, з іншого — різку критику. Якщо озирнутися в минуле, то те саме говорили, коли з'явився інтернет: що люди перестануть читати, дивитися телевизор і так далі. Коли з'явився телевизор — казали, що люди перестануть читати й ходити в театр. Коли з'явився театр — говорили, що люди перестануть читати. А коли з'явилися книжки, напевно, теж лунали побоювання, що люди перестануть спілкуватися вічна-віч. Це я вже припускаю, але суть у тому, що будь-який новий цікавий ресурс для знань, спілкування чи занурення в чуже життя викликає і сильну прив'язаність, і водночас критику. Людям страшно, що все зміниться, і тому виникає відчуття, що «раніше було краще».

Соцмережі — це ще одна сходинка у нашому житті. Я вважаю, що ними можна користуватися по-різному. З одного боку, є ризик споживати контент, який не приносить користі, лише забирає час, заважає зосередитися та поширює негативні ідеї. Безумовно, такий підхід існує.

З іншого боку, можна використовувати соцмережі більш розумно: шукати натхнення, отримувати нові знання та відкриття. Головне — не проводити там увесь свій час, адже ніщо не варте того, щоб займати всі 24 години на добу, навіть якщо йдеться про захоплення чи кризу. Я сама іноді піддаюся цій спокусі і не можу сказати, що це добре. У всьому має бути баланс.

ОК: Як ви вважаєте, наскільки контент у соціальних мережах про читання, зокрема той, який ви створюєте, може сприяти вихованню свідомого читача?

ММ: Так, я вважаю, що це можливо. Принаймні, я регулярно отримую відгуки про те, що завдяки моїм відео люди перестали сприймати деякі жанри зверхньо, почали дозволяти собі їх читати та відкрито визнавати, що з ними та їхніми літературними смаками все гаразд. На мій погляд, це вже є вагомою підставою для існування мого каналу.

Додаток Д6

Жанна Школьна

книжкова блогерка,

авторка Інстаграм-акаунту @zhanna_shkolna з аудиторією 18 тис. підписників, згідно з даними медіамоніторингу, її публікації становлять більшість серед тих, що увійшли до топ-30 згадок, відома завдяки формату текстових відгуків на прочитані книжки інтерв'ю було проведено у форматі листування

Олександра Ковальова (ОК): Пані Жанно, скільки років ви займаєтеся книжковим блогерством?

Жанна Школьна (ЖШ): Книжковий блог, я почала вести наприкінці 2019 року, але це скоріше був читацький щоденник і спосіб знайти однодумців, для обговорення книг. А ось активно його розвитком я зайнялася лише у 2023.

ОК: Який відсоток Вашої аудиторії становлять підлітки?

ЖШ: Саме підлітків до 17 років - це невеликий відсоток – всього 3,5%, але якщо взяти вибірку до 24 років, то це – 20%

ОК: На який тип контенту підлітки реагують найбільше? (огляди книг, рецензії, рекомендації книг, літературні челенджі тощо)

ЖШ: Найбільше реагують на розважальний контент - сторіс, рілс і відгуки на молодіжні книги. Це зазвичай фентезі та янг едалт.

ОК: Які найчастіші питання або запити ви отримуєте від вашої (підліткової) аудиторії?

ЖШ: Найчастіше – поради, що прочитати подібного до книги, яку я наприклад виклала у відгуку. Або питають щодо промокодів, акцій від видавництв, де книгу можна купити дешевше.

ОК: Наскільки соціальні мережі мають позитивний вплив на читацьку культуру підлітків?

ЖШ: Скоріше негативну, бо останнім часом спостерігаю, як підлітки масово читають дарк-романи, не зважаючи на попередження по обмеженню вікової категорії. Для мене це суттєвий мінус, бо настільки молоді люди ще не вміють відрізнити хороше від поганого, як би банально це не звучало.

ОК: Які тенденції в ТікТок, Інстаграм, Ютуб або інших соцмережах, що стосуються книг і читання, ви спостерігаєте останнім часом?

ЖШ: Масовість однакових роликів) З одного боку, це добре, що молодь проявляє себе у творчості, а з іншого – вони не думають над чимось новим і цікавим. Такий собі поп-корн для мізків. Також помітила нову тенденцію, відео-відгуки, відгуки без слів, лише з емоціями,

відгуки без емоцій і без слів. Чесно кажучи така собі тенденція. Бо знову ж таки всі відгуки стають одноманітними.

ОК: Як ці тенденції впливають на читацькі звички підлітків?

ЖШ: Вплив величезний бо підлітки гаяються за новими, модними течіями у книговидавництві, читають лише актуальні та трендові книги, абсолютно не помічаючи справді хороших, але не популярних книг. Тож тут медаль з двох боків – підлітки читають набагато більше, але якість літератури не найвища.

ОК: Як можна використовувати контент про читання у соціальних мережах у шкільному навчанні?

ЖШ: З розвитком сучасних технологій для навчання контент з соціальних мереж (якщо він високого рівня) можна прекрасно застосовувати у шкільному навчанні. Адже можна знайти справді цікавий пізнавальний контент, який допоможе дитині краще зрозуміти автора, побачити щось нове у прочитаній книзі та й просто зробити уроки більш інтерактивними та цікавими.

ОК: Які типи контенту зі соціальних мереж (відеоогляди, рецензії, челенджі, інтерв'ю з авторами, обговорення книжкових новинок тощо) можуть бути найкориснішими для шкільних уроків літератури?

ЖШ: Найкориснішими, як на мою думку, можуть стати підбірки цікавих фактів про авторів, книги, літературу в цілому. Книжкові марафони та челенджі, участь у них це такий собі виклик для самого себе. Та обговорення книжкових новинок та книг у цілому.

ОК: Які переваги може мати використання контенту зі соціальних мереж у шкільному навчанні?

ЖШ: Це додаткова мотивація читати більше і розбиратися у літературі.

ОК: Чи можливо виховати свідомого читача за допомогою контенту в соціальних мережах?

ЖШ: Так, однозначно можна. Але тут дуже важливий момент, який контент обиратиме дитина, якщо тільки книжковий фаст-фуд і гарячі новинки, то навряд чи це потенціал свідомого читача. Загалом висновок такий, є свої плюси і мінуси у всьому контенті в інтернеті, але будь-яка книга прочитана дитиною, то є плюс.

Додаток Д7

Коментар блогерки @alisumanova як відображення діяльності книжкового клубу “UA Readers Club”

Емілія

*букблогерка, засновниця книжкового клубу “UA Readers Club”;
авторка Інстаграм-акаунту @alisumanova з аудиторією 5130 підписників;
авторка ТікТок-акаунту @alisumanova з аудиторією 1460 підписників*

Наш книжковий клуб називається “UA Readers Club”. Ми його створили разом з моєю подружкою Марусею. Він проходить у Марусі вдома, в домашній такій атмосфері. Ми стараємося створювати затишок, спеціально обираємо локацію домашню, а не в закладах, тому що в закладі не всі себе можуть комфортно почувати, треба когось перекрикувати, не завжди все чути, і, оскільки нас завжди на зустрічах 10 гостей і ми вдвох, то зручніше вдома це робити, аніж десь.

“UA Readers Club” називається так, тому що ми читаємо винятково лише сучасну українську літературу. Один раз у нас був букклуб по Валер’яну Підмогильному, але загалом всі інші букклуби проводимо по сучасній літературі і намагаємося просувати сучасну українську літературу в масі і робити її більш популярною.

Спочатку ми робимо анонс у соціальних мережах, запрошуємо гостей і визначаємо дату та час зустрічі. Коли всі зібралися, розпочинається сама подія. Зазвичай це триває приблизно три години. Першу годину ми присвячуємо знайомству: кожен учасник має можливість розповісти про себе. Це єдине обов’язкове питання впродовж книжкового клубу — кожен має коротко представитися, щоб створити дружню та комфортну атмосферу. Після знайомства розпочинається обговорення книги. Ми з Марусею заздалегідь готуємо презентацію, яка слугує орієнтиром під час зустрічі. У презентації містяться підготовлені питання, на які всі учасники можуть відповідати, що допомагає підтримувати живий і змістовний діалог.

Далі ми починаємо це обговорення безпосередньо: ставимо запитання, відповідаємо на них і поступово розгортаємо дискусію. У процесі кожен учасник висловлює свою думку про книжку або певну тему, яка в ній порушується. Ми розглядаємо персонажів, сюжет та окремі аспекти твору. Наприклад, коли ми читали книжку «За Перекопом є земля», то обговорювали тему ідентичності, питання Криму, окупації та ставлення до цих подій. Ділилися спогадами про відвідування Криму, особистими переживаннями і роздумами, пов’язаними з цією тематикою. Ми намагаємося підв’язати презентацію до теми книжки, сюжету та персонажів, і вже на основі цього будемо обговорення.

Що нам дає участь у книжковому клубі? Насамперед, це ідея, заради якої ми розпочали цей проєкт. І я, і Маруся дуже любимо читати. Особисто я маю велику прихильність до української літератури, хоча й іноземна література також цікава. Проте ми обрали для себе шлях обговорювати саме сучасну українську літературу, адже, на жаль, вона не є такою популярною, як хотілося б. Ми прагнемо змінити цей стереотип. На жаль, досі існує упередження, що українська література — це нудно, сумно, завжди про катастрофи, смерті, сльози та трагедії. Насправді це зовсім не так! У сучасних українських авторів є величезна різноманітність тем, сюжетів і стилів. Ми прагнемо розвінчати цей міф, і саме цим займаємося у нашому книжковому клубі. Що нам це дає? По-перше, відчуття приналежності до читацької спільноти. Це мотивує як нас, так і наших гостей. Багато хто з відвідувачів зізнавався, що зазвичай читає дуже повільно або взагалі рідко бере до рук книгу. Але коли записуєшся на книжковий клуб і маєш конкретну дату зустрічі, це сильно мотивує прочитати і дочитати книгу до кінця, причому вдумливо, із зануренням у текст. Крім того, це допомагає краще запам'ятати сюжет і побачити книгу з різних точок зору. Коли я читаю книгу для себе, то можу не так глибоко замислюватися і з часом забути деталі чи імена персонажів. Натомість, коли книга читається для книжкового клубу, вона відкладається в пам'яті набагато краще: по-перше, через вдумливе читання, а по-друге, завдяки обговоренню, де чути багато різних думок і поглядів. Цікавим є і момент оцінювання книг. На кожному засіданні ми виставляємо оцінки за 10-бальною шкалою. Часто буває так, що я спочатку ставлю нижчу оцінку, але після обговорення розумію, що книга значно глибша, ніж здавалося на перший погляд. Думки інших учасників наштовхують на нові роздуми, допомагають відрефлексувати прочитане, і в результаті моя оцінка часто змінюється на краще.

Книжковий клуб — це не лише про книги, а й про спілкування, обмін думками та відкриття нових граней літератури. Це те, що надихає і мотивує.

У нас немає жорстких обмежень щодо аудиторії. До нас приходять і дівчата, і хлопці різного віку. Підлітків поки що не було, але загалом наша аудиторія складається переважно з людей віком від 19 до 35 років. Водночас ми не встановлюємо жодних вікових чи гендерних обмежень. До нас приєднуються ті, хто вже підписаний на нас у соціальних мережах — це можуть бути друзі, знайомі або друзі друзів.

Після проведення кількох книжкових клубів про нас почали більше дізнаватися: люди відмічали нас у соцмережах, і таким чином наша аудиторія поступово розширилася. Проте конкретно прописаної цільової аудиторії у нас немає. Ми відкриті для всіх, незалежно від віку чи статі. Головне — щоб людина була зацікавлена в читанні та обговоренні книжок разом із нами.

Наші зустрічі проходять офлайн. З лютого цього року ми запускаємо і онлайн-формат.

Хочу пояснити, чому раніше ми проводили лише офлайн-зустрічі. Онлайн-букклубів досить багато, особливо після ковіду та повномасштабного вторгнення. Нам здавалося, що багатьом людям не вистачає саме відчуття приналежності до ком'юніті та живого спілкування. Ми спочатку судили по собі, але згодом зрозуміли, що це відгукується в багатьох. У людей стало менше приводів вийти з дому, нарядитися, зустрітися з кимось, познайомитися. Наш офлайн-книжковий клуб у Києві став такою можливістю — вийти в люди, поспілкуватися, стати частиною спільноти.

Звісно, онлайн теж дає можливість знайомитися, але таких клубів значно більше, ніж офлайн. Тому ми вирішили створити саме офлайн-простір у Києві. Водночас із лютого ми запускаємо і онлайн-формат, бо зрозуміли, що на нього є попит. Багатьом людям не підходять дати офлайн-зустрічей, хтось живе за кордоном чи в іншому місті. До того ж, онлайн-формат дозволяє зробити участь доступнішою — ціна нижча, оскільки витрат менше.

Перша онлайн-зустріч запланована на лютий. Це буде пілотний випуск, і ми подивимося, як усе пройде, та спробуємо проводити такі зустрічі регулярно.

Принцип нашого вибору книжок для читання й обговорення полягає в тому, що це має бути сучасна українська література, яка потенційно може зацікавити нашу аудиторію. Тобто ми шукаємо щось цікаве, динамічне, зазвичай художні твори, фікшн.

На початку ми обирали книжки з тих, які вже прочитали й які нам сподобалися. Ми обговорювали їх, ділилися враженнями. Але зараз іноді обираємо й такі книжки, які ще не читали, але про які чули багато хороших відгуків і бачимо, що вони викликають інтерес у нашої аудиторії. Саме так ми формуємо список наступних книжок.

Наприклад, у нас була книжкова зустріч, присвячена роману “Я бачу, вас цікавить п'ятьма” Ілларіона Павлюка. Ми помітили, що на цю книгу був великий попит: багато людей зацікавилися нею, і багатьом вона сподобалася. Мені особисто також дуже імпонує стиль Павлюка — його захопливі сюжети, несподівані повороти. Тому на наш наступний букклуб у лютому ми вирішили взяти ще одну його книжку “Танець недоумка”. Хоча ми її ще не читали, але вже є довіра до автора і цікавість аудиторії.

Таким чином, зазвичай ми обираємо або твори знайомих авторів, або книжки, які вже прочитали і які сподобалися або мені, або Маші, або нам обом.

Додаток Д8

Коментар блогерки @boomyrk про функціонування авторського чату для спільних читань і колективного перегляду контенту

Валерія

букблогерка, створила чат для спільних читань

і колективного перегляду контенту;

авторка Інстаграм-акаунту @boomyrk з аудиторією 980 підписників;

авторка ТікТок-акаунту @boomyrk з аудиторією 2770 підписників

Читання завжди було для мене способом зануритися в неймовірні світи. Проте з часом я зрозуміла, що мені не вистачає людей, з якими можна поділитися цією пристрастю. Саме так народилася ідея створити власне книжкове ком'юніті.

Спочатку мені захотілося знайти однодумців, адже в моєму колі спілкування майже немає людей, які читають. З часом це бажання переросло в ідею створити комфортне ком'юніті для читаючих людей. Мені подобається об'єднувати людей навколо спільних інтересів, і я мріяла про друзів, з якими можна поділитися думками про книги.

У моєму чаті є різні розділи для обговорення сюжетів конкретних книг, а в основному чаті ми спілкуємося на більш загальні теми: ділимося покупками, новими відкриттями у світі читання та просто гарним настроєм. Зовсім недавно ми почали проводити спільні читання. Це коли ми одночасно читаємо одну й ту ж книгу, обговорюємо її в реальному часі в чаті, а після того, як усі дочитають, зустрічаємося в голосовому чаті для більш детального обговорення. Поки що все відбувається онлайн, але колись хотілося б перейти на офлайн-зустрічі.

Насправді існує багато книжкових клубів, але мені в них завжди чогось бракувало. Зазвичай у таких клубах уже є сформоване ком'юніті, і новим людям важко влитися в колектив. Саме тому я хочу створити простір, де буде комфортно кожному, незалежно від того, чи є у них там друзі. Я щиро радію тому, що все більше людей починають цікавитися читанням, і прагну допомагати іншим краще пізнавати цей чудовий світ книг.

Додаток Е
ЗАЛУЧЕННЯ ПІДЛІТКІВ ДО ОНЛАЙН-КУРСІВ
НА ОСВІТНІХ ПЛАТФОРМАХ

Додаток Е1
Статистика залучення школярів до онлайн-курсів
на платформі EdEra у 2024 році

Назва курсу	Кількість реєстрацій за 2024 рік
<u>Ізі ЗНО. Англійська мова</u>	4723
<u>Математика. Просто</u>	2547
<u>Англійська мова. Частини мови</u>	2369
<u>Лайфхаки з української мови.</u> <u>Підготовка до ЗНО</u>	1436
<u>Українська мова</u>	2590
<u>Автостопом по біології</u>	1315
<u>Математика: Арифметика,</u> <u>рівняння та нерівності</u>	745
<u>Лайфхаки з української</u> <u>літератури. Підготовка до ЗНО</u>	551
<u>Географія. Загальна географія</u>	831
<u>Біологія: Рослини, гриби та</u> <u>лишайники</u>	581
<u>Механіка</u>	808
<u>Стратегії ефективного навчання:</u> <u>як нарешті навчитися вчитися</u>	91
<u>Окей, гугл: як стати підприємцем?</u>	249
<u>Планета — мій дім</u>	6
<u>Опанувати ChatGPT: з нуля до</u> <u>спеціаліста</u>	109
<u>Знай свою Україну. Різдво</u>	2375
<u>Зелене світло для Землі</u>	1256
<u>Подумай двічі!</u>	483

Загальна кількість реєстрацій за
2024 рік

23065

Додаток Е2

Статистика відвідуваності онлайн-курсів платформи «Всеукраїнська школа онлайн» станом на 14.01.2025



Додаток Е3

Статистичні дані та особливості використання платформи ВШО учнями та вчителями

Кількість учнів, зареєстрованих на платформі ВШО станом на 14.01.2025 — 615 000 (+32.9% за останні 12 місяців).

Кількість вчителів, зареєстрованих на платформі ВШО станом на 14.01.2025 — 198 000 (+11.7% за останні 12 місяців).

Учні можуть самостійно використовувати матеріали ВШО та/або вчителі можуть приєднувати їх до класів та відстежувати.

Додаток Є

АВТОРСЬКА МОДЕЛЬ ПОТЕНЦІАЛІВ РОЗВИТКУ ЧИТАЦЬКОЇ КУЛЬТУРИ ПІДЛІТКІВ У СЕРЕДОВИЩАХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Потенціали розвитку читацької культури підлітків у середовищах соціальних мереж (авторська модель)

