

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ
Кафедра періодичної преси

Кваліфікаційна робота

на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти
на тему:

**«Канал-дайджест українського
бук-ютубу "ПроЧитане"»**

Терміни реалізації проєкту:

початок 14 червня 2021 року

закінчення проєкт

продовжуватиметься і надалі

Виконала

студентка магістратури
денної форми навчання
спеціальності 061 – журналістика
освітньо-професійної програми
«Мовлення на зарубіжні країни»
Євгенія БОРОВИК

Керівник

кандидат наук Андрій ЮРИЧКО

ЗМІСТ

I. ОПИС ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЄКТУ	3
1. Загальні відомості	3
2. Характеристики проєкту	4
2.1. Ключові слова.....	4
2.2. Реферат проєкту.....	4
2.3. Масштаб проєкту.....	13
2.4. Спрямованість проєкту.....	13
2.5. Ступінь новизни	14
3. Організаційний план розробки проєкту та організації виробництва	15
3.1. Стан виконання робіт за проєктом до моменту його схвалення.....	15
3.2. Календарний план виконання робіт за проєктом.....	15
3.3. Організація заходів.....	17
4. Очікувана ефективність проєкту	18
4.1. Економічна ефективність проєкту.....	18
4.2. Соціальна ефективність проєкту.....	19
5. Аналіз потенційних ризиків проєкту	20
5.1. Основні фактори ризику проєкту.....	20
5.2. Управління ризиками.....	21
6. Загальні висновки	22
6.1. Джерела, на основі яких сформовано проєкт	24
II. ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЄКТ	26
Додаток 1.....	27
Додаток 2.....	28
Додаток 3.....	30
Додаток 4.....	31
Додаток 5.....	32

I. ОПИС ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЄКТУ

1. Загальні відомості

Створюваний проєкт представляє собою дайджест українського бук-ютубу в соціальній мережі Instagram, що має на меті ознайомити та зацікавити україномовну спільноту в Україні та закордоном контентом створюваним українськими бук-ютуберами.

Бук-ютуб (від англ. book – книга та соціальної мережі YouTube) – це книжковий підвид спільноти YouTube. На сьогоднішній день спільнота бук-ютубу охоплює сотні тисяч глядачів по всьому світу. Власний бук-ютуб-канал може мати конкретна особистість, видавництво, письменник або книгарня [6]. Відео бук-ютуберів зазвичай мають свої вироблені жанри (як-от прочитане за місяць, рецензія, огляд, книжковий влог, покупки, новинки, тематична підбірка тощо) та звертаються до ширшої «книжкової» культури. Бук-ютуб також часто використовується для рекламування нових видань і згадується як джерело розвитку і зростання видавничої галузі.

Незважаючи на свою молодість, бук-ютуб не тільки міцно затвердився на Youtube, але й став відчутно впливати на літературне життя в цілому: видавництва знаходять контакти з популярними бук-ютуберами, дарують їм книги в обмін на огляди по них, влаштовують закриті зустрічі з письменниками й цілком відкриті із читачами й глядачами [10].

Дайджест – це короткий зміст публікації, для формування якого використовують метод контент-аналізу. Тобто зміст такої роботи полягає у створенні добірки найважливіших матеріалів за визначеною тематикою та за визначений період. Такий інформаційний продукт надає змогу відслідковувати головні новини у певному напрямку, отримувати експертні оцінки та прогнози розвитку галузі, відстежувати діяльність конкурентів тощо. А перевагою цього виду отримання даних є орієнтація на конкретну

галузь та відсутність «інформаційного шуму», що спрощує для споживача процес знаходження потрібного контенту.

Цільова аудиторія проєкту: жінки і чоловіки віком від 13 до 60 років, які користуються мережею Youtube та Instagram та зацікавлені книжковою тематикою (тобто читають або хочуть почати читати). Ця аудиторія любить дізнаватися новини з видавничої сфери, дивитися книжкові огляди та рецензії та обговорювати літературні твори. Тому їх потенційно може зацікавити інформація, яка розповідає про людей, які створюють «книжковий» контент.

2. Характеристики проєкту

2.1 Ключові слова

Книги; бук-ютюб; соцмережі; Instagram; Youtube; дайджест; бук-ютюбер; література; автор; видавництво; підбірка книг.

2.2 Реферат проєкту

Назва проєкту

Канал-дайджест українського бук-ютубу «ПроЧитане».

Стислий опис проєкту

Цей проєкт створений у соціальній мережі Instagram, в якому представлений основний контент української спільноти бук-ютубу, тобто підбірки відео та каналів за тематикою, направленням, жанром, авторами каналів тощо. У кожній публікації подаються стислі анотації до кожного матеріалу добірки.

Мета проєкту: інформувати та надавати актуальну інформацію для читачів зі сфери бук-ютубу; познайомити українську та закордонну аудиторію з українським сегментом бук-ютубу та залучити нових глядачів до іншої платформи (з Instagram до YouTube), які потенційно зацікавлені, але не

знали про цю галузь, таким чином розширивши аудиторію майбутніх глядачів, зацікавлених у такому інформаційно-розважальному продукті; пропагувати сучасну і класичну українську літературу та вітчизняних авторів; спростити доступ до інформації та створити зручний потижневий дайджест контенту українського бук-ютубу. Також глобально проєкт має на меті просувати україномовний сегмент бук-ютубу та українську літературу загалом закордоном.

Завдання проєкту:

- створити канал-дайджест про український бук-ютуб у соціальній мережі Instagram;
- постійно бути ознайомленим з актуальним контентом на ютуб-каналах українських бук-ютуберів;
- щотижнево публікувати огляд актуальних матеріалів, таким чином знайомлячи аудиторію з ними та даючи рекомендацію щодо переглядання. У такий спосіб споживач зможе легко ознайомитися з актуальним контентом та одразу зрозуміти, що його зацікавило з нього;
- інформувати про актуальні новини та події у сфері бук-ютубу та української літературної сфери загалом;
- комунікувати з підписниками каналу, як з самими бук-ютуберами, так і з іншими читачами.

Вирішення проблем загальнодержавного, регіонального або галузевого рівня

Цей проєкт підтримує розвиток української сфери бук-ютубу та сприяє популяризації читання серед дорослої та дитячої аудиторії. Що, в свою чергу, допомагає розвивати видавничу галузь та підвищувати продажі літературного продукту, оскільки після переглядів рецензій та оглядів у споживача виникає бажання самому прочитати той чи інших твір. Як і з будь-

яким іншим продуктом, ця система допомагає виводити на ринок і рекламувати ширшу аудиторію, ніж традиційна реклама [16]. Хоча перегляд відео про читання може здатися контрпродуктивним, бук-ютубери заохочують людей скоротити перегляд YouTube і почати читати якомога більше книг у якомога більшій кількості жанрів, які тільки існують [13]. Саме соціальна мережа Instagram дозволяє широкому колу читачів у комфортний їм спосіб долучитися до книжкової спільноти. І оскільки в сучасному світі люди постійно зайняті, то Instagram – це швидкий і простий спосіб надати рекомендації та знайти рекомендації у відповідь [18].

Відповідно, з фінансового аспекту, при придбанні видавничої продукції певна частина прибутку переходить державі, а з боку просвітницького – проєкт ознайомлює та заохочує до читання різні верстви населення, тим самим розвиваючи інтелектуальні здібності народу.

А також це допомагає популяризувати творчість українських авторів закордоном, розповідаючи про них просто та цікаво. Та, можливо, в подальшому зацікавить видавництва інших країн у перекладі та виданні українських книжок.

Основні техніко-економічні показники проєкту

Зазначений проєкт планується розмістити в соціальній мережі Instagram. Відповідно, техніко-економічні показники сторінки визначаються популярністю сторінки серед користувачів мережі та їхньою активністю взаємодії з нею, зокрема:

- кількість коментарів та вподобань матеріалів, а також зміст цих коментарів (позитивний / негативні відгуки);
- залучення аудиторії до сфери українського бук-ютубу (визначається за допомогою аналізу аудиторії та статистичних даних каналу і матеріалів);

- репости та інші взаємодії з публікаціями (збереження, поширення, швидкі реакції тощо);
- зацікавленість бук-ютуберів та видавництв у співпраці з проєктом – цей показник потрібно буде враховувати трохи згодом, коли канал набере основний масив аудиторії і матиме вплив на суспільну думку.

Зміцнення зв'язків між наукою і виробництвом, створення умов для збереження, розвитку і використання вітчизняного науково-технічного потенціалу

Цей проєкт за жанром матеріалів є дайджестом, тобто журналістським інформаційним продуктом, а тому він відповідає характеристикам, що притаманні цьому жанру матеріалів. Підготовка дайджестів публікацій є однією з найбільш поширених послуг у галузі професійного моніторингу засобів масової комунікації. Тому проєкт може розглядатися та аналізуватися наукою поряд з іншими журналістськими проєктами подібного формату, а також слугуватиме прикладом подібного каналу для подальшого вивчення, використання отриманого досвіду (за час існування проєкту) чи вдосконалення на вже готовій основі.

Використаний формат дайджесту складається з декількох жанрових елементів, як-то огляд (компілювання декількох матеріалів під однією тематикою), анотація (написані окремі тексти до матеріалів), портретний нарис (розповіді про бук-ютуберів), тобто може розглядатися та вивчатися наукою як комбінований жанр, призначений для мережі інтернет, зокрема соціальної мережі Instagram.

Організаційні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і/або соціальної сфери

Попереднє вивчення можливостей, наявних та майбутніх перспектив та проблем проєкту допоможе вже на початкових етапах сформувавши правильну організацію роботи над проєктом.

Взагалі, початково платформа для створення проєкту визначалася з врахуванням можливостей подальшого просування та основної користувачької аудиторії соціальної мережі, яка саме збігається з цільовою аудиторією проєкту. У результаті чого було обрано соціальну мережу Instagram, оскільки вона надавала значні можливості для безкоштовного (зокрема, на початковому етапі, коли про канал ніхто не знає і потрібно застосовувати засоби промоції) просування та набрання аудиторії [3]. До того ж Instagram є другою за релевантністю соціальною платформою для тематики бук-ютубу (звичайно, після самого YouTube; але саме ця міжплатформенність і дозволяє залучити нову ще не залучену цільову аудиторію), оскільки як самі бук-ютубери, видавництва, автори є активними користувачами Instagram (що відкриває подальші можливості їхнього зацікавлення у взаємодії з проєктом), так і цільова група споживачів користується цією платформою.

Інше виробниче рішення було впроваджено для максимального збільшення обсягів перегляду публікацій, задля чого було визначено оптимальний час доби та день тижня для аудиторії відповідно до платформи, на якій розміщуються матеріали (Instagram). Згідно з дослідженнями найкращим часом для публікацій в соціальній мережі Instagram є період з 17 до 19 годин, оскільки в цей час споживачі найбільш активні [5]. Щодо визначення найоптимальнішого дня тижня застосовувався експериментальний метод поряд із аналізом взаємодії з публікацією (див. Додаток 4). Таким чином було обрано п'ятницю як найоптимальніший

день для публікацій. З цього можна зробити висновок щодо сприйняття аудиторією подібної інформації – напевно, у п'ятницю після робочого тижня людей цікавить інформація щодо розважально-просвітницького контенту, оскільки в них є час для його перегляду.

Щодо обсягу і формату публікацій, то ці характеристики також визначалися з врахуванням особливостей сприйняття інформації в соціальній мережі Instagram. Публікації проєкту здебільшого складаються з тематичної добірки матеріалів та їх невеликих оглядових описів, у яких подається основний зміст відео, проте не розповідається про них детально – для збереження інтересу до подальшого ознайомлення з вихідним контентом (див. Додаток 2). Також невеликий обсяг анотацій був визначеним характером сприйняття інформації аудиторією в Instagram, оскільки користувачі не готові читати довгі тексти. Тексти «читабельних» публікацій не повинні містити більше 2000 символів [7]. А тому щоб надати інформацію про добірку матеріалів, вона повинна бути максимально сконденсована. А також згідно з форматом соціальної мережі до текстових матеріалів додається графічне зображення, на якому подається тема публікації, в дизайні, що одночасно привертає увагу та одразу пояснює зміст публікації (див. Додаток 3).

Періодичність створення публікацій – раз на тиждень, оскільки саме за цей час можна як підготувати ґрунтовний оглядовий матеріал, для якого знайдеться достатня кількість контенту бук-ютубу, так і актуальність оглянутих матеріалів залишиться нагальною (характерно саме для сфери бук-ютубу).

Термін реалізації проєкту

Початок реалізації проєкту – 14.06.2021 року. Перший етап складався з ознайомлення та аналізу контенту, на основі якого планувалося створювати канал, та оцінення можливості, актуальності та конкурентоспроможності

майбутнього проєкту. Сторінка в Instagram була створена за три місяці, 01.09.2021 року. Термін закінчення проєкту не визначений, оскільки передбачається його подальше продовження (за умови успіху проєкту). Також для визначення ефективності та успішності проєкту задля можливого подальшого його вдосконалення та оновлення планується періодично проводити аналіз поточного стану роботи та розвитку каналу.

Витрати на реалізацію проєкту і строк його окупності

Для запуску та початкової реалізації проєкту не потрібно задіювати значні фінансові вкладення, оскільки вся робота (моніторинг та опрацювання контенту українського бук-ютубу, розробка контент-плану, створення матеріалів – графічних зображень та текстових описів; комунікація з аудиторією, модерування сторінки) проводитиметься однією людиною – розробником.

З технічної сторони проєкту теж не потрібні додаткові вкладення, оскільки всі етапи роботи будуть проводитися з використанням комп'ютера / ноутбука, що вже є в наявності.

У подальшому для просування проєкту потрібно буде враховувати витрати на рекламу для привернення більшої кількості підписників до каналу. Також при збільшенні аудиторії проєкту можливе розширення та переформатування каналу й відповідно залучення інших фахівців до створення матеріалів, як-от графічного дизайнера для створення зображень та авторської символіки, SMM-фахівця для промоції проєкту та створення текстових матеріалів.

Фінансово-економічні показники

Обладнання: комп'ютер / ноутбук – 0 грн;

Працівники: автор матеріалів, SMM-спеціаліст – 0 грн.

Джерела і умови фінансування проєкту

На початковому етапі проєкт не потребує фінансових вкладень, а тому фінансується з власних коштів. Із часом для розширення і подальшого розвитку проєкту планується використовувати кошти, які будуть отримуватися з прибутку рекламних матеріалів.

Таблиця 1. Стислий перелік робіт та необхідні обсяги фінансування

№ п/п	Найменування робіт	Необхідні обсяги фінансування/місяць
1.	Моніторинг контенту бук-ютубу та оцінення ефективності й доцільності проєкту	0 грн
2.	Написання контент-плану	0 грн
3.	Створення текстів для постів Instagram	0 грн
4.	Виготовлення графічних зображень для матеріалів	0 грн
5.	Просування каналу	0 грн
	Разом	0 грн

Оцінка ефективності проєкту

Економічний ефект. Майбутній готовий проєкт не спрямований на отримання фінансової вигоди, а тому використання всіх отриманих ресурсів спрямовуватиметься на покриття витрат на реалізацію та розвиток: зарплати, підтримка, реклама, створення контенту та подальше просування проєкту.

Якщо бук-ютуб-канал зі своєю аудиторією може співпрацювати з видавництвами, книгарнями, рекламувати чи анонсувати книжкові заходи тощо [6], то створюваний проєкт за достатньої кількості аудиторії також

може отримувати рекламні пропозиції книжкової тематики, кошти з яких відходитимуть на подальший розвиток проєкту.

Соціальний ефект справджується за рахунок висвітлення та просування україномовної культурної тематики, зокрема видавничо-літературної сфери. Канал-дайджест спонукає не тільки українців, а й закордонну україномовну аудиторію ознайомитися з українським сегментом популярної на сьогодні сфери бук-ютубу і, в широкому значенні, заохочуватиме масову аудиторію залучатися до літературної тематики тим чи іншим способом, оскільки бук-ютуб став надійним способом (для читачів) дізнатися про нові книги. Для споживачів ця спільнота корисна, оскільки встановлюються стосунки з людиною, чие відео переглядається. І коли глядачу подобаються ті самі книги та жанри, що й бук-ютуберам, тому він починає довіряти їхнім оглядам та рекомендаціям. А в розділі коментарів утворюється ціла спільнота — це як мобільна інтернет-версія книжкового клубу [16]. Загалом, можна сказати, що бук-ютуб виховує нове покоління книголюбів і соціально свідомих читачів [13].

Також такий проєкт позитивно впливає на імідж країни в світі, оскільки він висвітлює певний сегмент культурного життя країни (який, до речі, має дуже широку популярність за кордоном) та таким чином ставлячи Україну в один ряд з іншими країнами, європейськими і не тільки, за популярністю і розвитком видавничої галузі, зокрема через сферу бук-ютубу.

До того ж, як вже було зазначено, формат дайджесту дозволяє подавати для споживача інформацію без зайвого «інформаційного шуму», що дозволяє аудиторії не загубитися в широкому масиві інформації та отримувати щотижневий список публікацій із галузі, що їх цікавить.

Також цей проєкт допомагатиме справі згуртування усіх україномовних бук-ютуберів для створення однієї великої спільноти українського бук-ютубу для стимулювання влогерів до спільних проєктів,

створення трендів тощо, оскільки як зазначила Анна Гай (керівник сайту «ВсіКниги»): «Чим більша бук-ютуб-спільнота, тим більше людей любитимуть і читатимуть книжки» [6].

У майбутньому при розширенні проєкту та задіюванні інших фахівців до роботи, соціальний ефект справджуватиметься у створенні робочих місць для працівників із виплатою заробітної плати та можливостями професійного зростання й підвищення кваліфікації.

2.3 Масштаб проєкту

Описаний проєкт націлений на внутрішню українську та україномовну міжнародну аудиторію та має загальнодержавний галузевий масштаб у видавничій та соціокомунікаційній сферах. І оскільки проєкт заохочує людей до літературної тематики, тобто читання, придбання, обговорення книжок, взагалі існування в літературному просторі, то й впливає на загальнодержавний рівень освіченості та залученості в культурний простір громадян. Відповідно, проєкт сприяє розвитку книговидавничої галузі України як у межах країни, так і на міждержавному рівні. Проєкт виконує функцію популяризації сфери, дотичної до літературної – бук-ютубу, що вже набула широкої популярності закордоном. А інформування про український розвиток цієї галузі сприяє покращенню іміджу країни та зацікавлення закордонної аудиторії в ній.

Проєкт є зразком якісного та результативного (за умови досягнення успішності на ринку) інформаційного продукту, який може слугувати прикладом для створення подібних проєктів з інших сфер.

2.4 Спрямованість проєкту

Цей проєкт спрямований на ознайомлення та зацікавлення україномовної аудиторії в сегменті соціального каналу YouTube – бук-ютубі, що напряду пов'язаний із літературою. І таким чином заохотити до

подальшого розвитку цієї сфери та, власне, читання літератури українською мовою, дізнаватися про українських сучасних авторів, книжкові події країни тощо.

Проєкт допомагає аудиторії швидко та легко знаходити усю потрібну інформацію щодо останніх публікацій, таким чином значно скорочуючи час пошуку та спрощуючи процес відбору потрібного та цікавого контенту відповідно до інтересів конкретного споживача.

Тобто, проєкт виступає своєрідним «перехідним містком», що, по-перше, допомагає людині ознайомитися і дізнатися про цю сферу книжкового блогінгу, якщо вона не знала про неї раніше; по-друге, спрощує процес пошуку та вибору матеріалів для перегляду.

2.5 Ступінь новизни

Цей проєкт є оригінальним і не має аналогів в Україні, відповідно має високий ступінь новизни. Розробка містить важливу інноваційну складову, зокрема це тематична сфера створюваного каналу, що, в свою чергу, також обґрунтовує доцільність створюваного проєкту.

Новизна проєкту полягає в обраній тематиці каналу, тобто бук-ютуб. Оскільки на українському ринку відсутнє медіа, що регулярно та цілеспрямовано фокусується на цій тематиці та подає інформацію й новини про сферу бук-ютубу, то цей проєкт вперше буде досліджувати й випробовувати на собі всі переваги, недоліки, можливості та небезпеки створюваного контенту та його доцільності, а тому матиме практичну користь в будь-якому разі (навіть за неспішності самого продукту – для подальших вдосконалених та видозмінених розробок у галузі).

3. Організаційний план розробки проєкту та організації виробництва

3.1 Стан виконання робіт за проєктом до моменту його схвалення

(Подається у відсотках до обсягу цього виду робіт):

- досліджено та обґрунтовано наукові аспекти 100 %
- досліджено та обґрунтовано технічні аспекти 100 %
- проведено теоретичні та експериментальні дослідження 100 %
- розроблено технологію, ескізний і технічний проєкт 100 %
- розроблено робочу документацію, створено дослідні зразки 100 %
- наявні необхідні права на об'єкти інтелектуальної власності 100 %
- проведено соціальні дослідження 100 %
- наявність матеріально-технічної бази 100 %
- наявність необхідного персоналу 100 %
- визначено та узгоджено фінансування проєкту 100 %
- визначено та узгоджено місце виконання проєкту 100 %

3.2 Календарний план виконання робіт за проєктом

Таблиця 2. План виконання робіт за проєктом.

№ п/п	Найменування роботи	Виконавець	Термін	Витрати
1.	Аналіз ринку на предмет подібних	Боровик Євгенія	14.06 – 20.06	0 грн

	каналів-конкурентів та доцільності й можливостей створення проєкту			
2.	Проведення SWOT-аналізу галузі	Боровик Євгенія	21.06 – 27.06	0 грн
3.	Створення контент-плану на півроку	Боровик Євгенія	28.06 – 11.07 – двічі на рік	0 грн
4.	Моніторинг контенту бук-ютубу та пошук вартісних матеріалів	Боровик Євгенія	Кожен тиждень	0 грн
5.	Написання текстової частини постів	Боровик Євгенія	Кожен тиждень	0 грн
6.	Створення графічних зображень до постів	Боровик Євгенія	Кожен тиждень	0 грн
7.	Аналіз статистичних даних про аудиторію (форми активності, частота відвідувань, найпопулярніші формати тощо)	Боровик Євгенія	Щоквартально	0 грн
8.	Прописування стратегії розвитку каналу	Боровик Євгенія	Щоквартально	0 грн

3.3 Організація заходів

Стислий перелік технологічних процесів

Написання текстів, публікація в соціальній мережі Instagram відбуваються за допомогою смартфона. Створення графічних зображень для матеріалів – за допомогою ноутбука та програм Adobe Photoshop та Adobe Illustrator.

Стислий перелік задіяних способів для розвитку і популяризації каналу (див. Додаток 2):

- Цілеспрямована підписка на сторінки бук-ютуберів, видавництв, авторів та інших медіа-осіб з видавничої галузі. Таким чином вони дізнавалися про існування каналу та частина з них підписувалася у відповідь. У подальшому алгоритми Instagram почали пропонувати канал «ПроЧитане» іншим користувачам зі схожими інтересами і, відповідно, вони про нього дізнавалися та підписувалися.
- Відмічання в постах осіб та канали (видавництва, книги тощо), про які йдеться мова, що також сприяло розширенню аудиторії каналу (див. Додаток 5).
- Підбирання до кожного посту відповідних до певної тематики хештегів, за якими публікацію бачили не тільки підписники каналу, а й інші користувачі соціальної мережі, що цікавляться цією тематикою [1]. Це дозволяло розширювати аудиторію каналу та залучати нових користувачів до активності (див. Додаток 2).

Опис наявних і необхідних для виробництва устаткування і приміщень

Наявне устаткування: ноутбук / комп'ютер, що за технічними характеристиками підійде для використання зазначених програм, та смартфон для створення публікацій.

Кількість і кваліфікація виробничого персоналу (детальні відомості щодо прогнозованої потреби в кадрах)

На початковому етапі над проектом працює одна людина – Боровик Євгенія (автор ідеї, контент-менеджер, креативний продюсер, автор матеріалів, PR-менеджер).

У майбутньому може розглядатися додаткове залучення кадрів та професійної виробничої сили для впровадження, розширення та просування проекту в подальшому.

4. Очікувана ефективність проекту

4.1 Економічна ефективність проекту

Економічна доцільність реалізації проекту

Цей проект має гарні шанси на те, щоб стати популярним серед аудиторії, оскільки він не має собі подібних аналогів у цій тематиці. А саме тому такий проект матиме попит серед рекламодавців, за кошти яких він продовжуватиме розвиватися в майбутньому.

Проте на початковому етапі для запуску проекту не потрібні додаткові вкладення та значне фінансове забезпечення і в подальшому проект не планується розглядати як джерело прибутку, а тому економічна ефективність не стосується матеріальної вигоди від нього.

Термін окупності проєкту

Прогнозований термін окупності – три роки, за які проєкт зміцниться та досягне достатнього рівня розвитку, і, відповідно, на каналі набереться достатня аудиторія зацікавлених підписників, збільшиться активність, виокремляться рубрики, які цікаві споживачам. А тому можна буде вважати, що проєкт справдив свою ефективність.

Прибутковість проєкту

Проект неприбутковий. Економічна ефективність стосується тільки нематеріальних активів. Прибутки, які будуть отримані з рекламних коштів чи інших видів, планується витратити тільки на подальший розвиток проєкту, а тому проєкт не приносить матеріального прибутку.

4.2 Соціальна ефективність проєкту

Проект є соціально значущим, оскільки він ознайомлює людей про сферу бук-ютубу, таким чином опосередковано сприяє розвитку видавничої галузі та інтелектуальному розвитку населення. Проєкт має на меті полегшити пошук та знаходження цікавої інформації відповідно до інтересів кожного конкретного споживача. А також проєкт виконує певну культурно-просвітницьку функцію, інформуючи аудиторію про сучасну медійну українську спільноту зорієнтовану на книжкову тематику. І тому канал сприяє підвищенню іміджу держави, оскільки розповідає про український аспект популярного у світі явища бук-ютубу.

До того ж соціальні мережі також враховуються і при створенні самої видавничої продукції, і відповідно впливають на її якість. Наприклад, при виборі обкладинок для книг на кшталт «О, чи добре це буде виглядати в Instagram?» Чи глянцева обкладинка буде важко зняти на фото чи відео?», — розповідає Валері Вонг, спеціаліст з цифрового маркетингу компанії Little, Brown Books for Young Readers у Hachette Book Group, яка бачить, що

більшість їхньої взаємодії з молодими читачами відбувається з книжкових соціальних мереж, таких як бук-ютуб, бук-інстаграм, бук-твітер – Особливо для книжкового маркетингу це гарний спосіб представити людей за книгами і надати книгам і авторам більше довіри» [13].

5. Аналіз потенційних ризиків проєкту

Виконання поставлених завдань та вирішення непередбачуваних ситуацій можливе через виявлення та аналіз усіх потенційних ризиків та критичних моментів досліджуваного проєкту.

5.1 Основні фактори ризику проєкту

Ризики, що відносяться до загальної соціально-економічної ситуації: політична, економічна, фінансова нестабільна ситуація в країні виробництва та за кордоном, політична та економічна потреба створення й просування інших важливих проєктів, зміна інтересів та потреб суспільства, внутрішні та зовнішні конфлікти, що можуть спричинити переміщення фокусу уваги аудиторії на інші, позакультурні, теми.

Також одним із ризиків варто зазначити низьку загальну зацікавленість аудиторії книжковою тематикою – в Україні тільки 8 % дорослих і 13 % дітей щоденно читають книжки, 34 % українців хоч раз купили друковану книжку [4]. Тому сперечаючись за увагу споживача, літературна тематика далеко не завжди виграє іншим галузям. Таким чином, проєкт, що спрямований на розвиток сфери бук-ютубу може бути не цікавий широкому загалу.

Іншим ризиком може бути занепад українського сегменту бук-ютубу. Хоча, варто відзначити, що цей ризик є доволі маловірогідним, оскільки на сьогодні показники розвитку цієї сфери тільки зростають.

Виробничі ризики: нагальна потреба в фінансових вкладеннях, підвищення поточних витрат (оскільки на цей момент проєкт існує без

додаткової фінансової підтримки) та неможливість їх отримати (чи то рекламним, чи то іншим способом).

Іншим виробничим ризиком є потреба в перегляді формату чи платформи, на якій існує проєкт, якщо вона виявиться неефективною за певних умов.

Порушення чи нестабільність у роботі Instagram чи YouTube, що може призвести чи до повного занепаду проєкту чи до його переформатування та зміни платформи.

Поламка технічного обладнання, що використовується для створення матеріалів (смартфон, ноутбук / комп'ютер), що зашкодить подальшій роботі над проєктом, чи принаймні дотриманню визначених термінів виконання робіт.

5.2 Управління ризиками

Ризики, що пов'язані із ситуацією в країні, здебільшого не можуть бути упереджені та уникнуті. А тому потрібно вміти адекватно реагувати на зміни, що відбуваються в суспільстві та відповідно діяти – адаптувати, видозмінювати проєкт, залучати інші ресурси.

Ризик низької зацікавленості української аудиторії в книжковому контенті потрібно враховувати і для цього створювати рубрики, що не тільки інформують аудиторію, а й зацікавлюють, інтригують її, таким чином підвищуючи попит на матеріали цієї тематики. Також одним із варіантів уникнення втрати інтересу аудиторії є переорієнтація на закордонну аудиторію та країни, в яких більший інтерес до книговидавничої та бук-ютуб тематики.

При ризику занепаду українського бук-ютубу, що призведе до втрати проєктом доцільності та змістовності, по-перше, можна почати розглядати канал як архівне джерело, в якому наявна інформація про цей вид діяльності,

і, по-друге, повністю переформатовувати проєкт на іншу схожу тематичну групу (для збереження основного масиву набраної аудиторії, оскільки інтерес до тематики є вирішальним для підписників).

Варто зазначити, що ще за досить недовготривалий час роботи над проєктом, контент бук-юутбу постійно змінювався (починаючи від каналів та авторів відео (коли деякі бук-ютубери припиняли свою діяльність, а нові з'являлися) і до форматів, які використовувались, та тем, що висвітлювались). Відповідно до чого, загальна структура сфери та її діячів, яка була окреслена ще на початку роботи над проєктом (червень – липень), зазнала значних змін вже за декілька місяців (листопад – грудень). Навіть зважаючи на матеріали статті 2016 року [6] – чітко простежується повна зміна «дійових осіб» на українському бук-юутбі. З чого було зроблено висновок, що ця сфера дуже мобільна та податлива до змін. А тому щоб зарадити ризику втрати актуальності матеріалів та загального спрямування каналу, потрібно постійно бути в курсі подій та слідкувати за останніми новинами повсякчасно.

Виробничим ризикам підвищення поточних витрат та поламка технічного обладнання можна запобігти утворивши фонд, в якому завжди тримати додаткові кошти на випадок непередбачуваних ситуацій, які можна вирішити за рахунок матеріальних ресурсів. В ідеалі цей фонд поповнювати саме з фінансових надходжень із проєкту.

А також для уникнення ризику непопулярності проєкту стабільно проводити моніторинги дієвості й ефективності каналу за наперед визначеними показниками ефективності та аналізувати можливості та загрози для подальшого розвитку проєкту.

6. Загальні висновки

Канал-дайджест українського бук-юутбу «ПроЧитане» має на меті ознайомити та зацікавити українську та закордонну аудиторію в популярній

у світі на сьогодні сфері бук-юютубу, зокрема українського його сегменту. І, відповідно, таким чином заохотити людей до читання різножанрової літератури українською мовою закордонних та українських авторів. Також проєкт сприятиме підвищенню позитивного іміджу української блогосфери та збільшенню обізнаності населення у такому культурному напрямку як бук-юютуб.

Визначена мета реалізовується в створеному проєкті завдяки створенню оглядових матеріалів у тестовому форматі в соціальній мережі Instagram, в яких за певною тематикою визначаються вартісні матеріали та надається анотаційний огляд до кожного з них, що допомагає споживачам за короткий час ознайомитися з усіма матеріалами та виокремити й обрати відео до перегляду відповідно до їхніх запитів чи інтересів.

Проєкт реалізований у соціальній мережі Instagram, де зосереджена цільова аудиторія каналу (жінки й чоловіки, що зацікавлені чи потенційно можуть бути зацікавлені в тематиці бук-юютуб від 13 до 60 років з України та інших країн).

Канал-дайджест українського бук-юютубу «ПроЧитане» є єдиним джерелом, яке висвітлює сучасну галузь, започатковану в мережі YouTube, яка продовжує стрімко розвиватися в українській культурі, а тому цей проєкт є доцільним і актуальним на сучасному медіаринку.

Так, потрібно зважати і на вже зазначені ризики, проте застосовуючи правильно розроблену стратегію, можна значною мірою їх мінімізувати. Тому створюваний проєкт має високі шанси бути успішним, а також передбачаються можливості для подальшого його розвитку задля досягнення поставлених завдань.

6.1 Джерела, на основі яких сформовано проєкт

1. Алексеєнко Ю. Хештеги як спосіб просування бренду у соціальних мережах Instagram та Facebook / Ю. Алексеєнко // Збірник наукових праць ЛОГОС. – 2020. – Т. 2. – С. 144 – 146.
2. Беляєва С. BookTube по-українськи [Електронний ресурс] / С. Беляєва // MediaLab. – 2017. – URL : <https://medialab.online/news/booktube-po-ukrayins-ky-yak-stvory-ty-videoblog-pro-kny-zhky/> (дата звернення: 02.11.2021).
3. Валінкеви Н., Черніцька А. Інтернет-маркетинг в мережі Instagram / Н. Валінкевич, А. Черніцька // Матеріали XIV Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми та перспективи розвитку підприємництва». – Харків : ХНАДУ. – 2020. – С. 306 – 308.
4. Волосевич І., Шуренкова А. Звіт за результатами всеукраїнського соціологічного дослідження «Читання в контексті медіаспоживання та життєконструювання» / І. Волосевич, А. Шуренкова. – Київ. – 2020.
5. Дослідження: найкращий час для публікації на Facebook, Instagram, Twitter і LinkedIn // Мобільний маркетинг в Україні [Електронний ресурс]. – URL : <https://www.mobilemarketing.com.ua/2019/10/22/doslidzhennya-najkrashhij-chas-dlya-publikaci%D1%97-na-facebook-instagram-twitter-i-linkedin/> (дата звернення: 14.11.2021).
6. Кучеренко Д. Чи є майбутнє в українського буктьюбу (конспект дискусії) [Електронний ресурс] / Д. Кучеренко // Друг читача. – 2016. – URL : <https://vsiknygy.net.ua/neformat/44478/> (дата звернення: 01.11.2021)
7. Пастернак М. Ефективні пости в Instagram. 10 порад щодо залучення аудиторії за допомогою текстів [Електронний ресурс] / М. Пастернак. – 2019. – URL : <https://creativesmm.com.ua/efektyvni-posty-v-instahram->

- 10-porad-shchodo-zaluchennia-audytorii-za-dopomohoiu-tekstiv/ (дата звернення: 14.11.2021).
8. Погрібна О. Зміст, жанрово-тематичне розмаїття, функції і перспективи українських книжкових відеоблогів / О. Погрібна // Український інформаційний простір. – 2019. – № 3. – С. 172 – 184.
 9. Толокольнікова К. Хто такі буктьюбери й навіщо їх дивитися? [Електронний ресурс] / К. Толокольнікова // Детектор медіа. – 2018. – URL : <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/21772/2018-09-10-khto-taki-buktyubery-y-navishcho-ikh-dyvytysya/> (дата звернення: 12.11.2021).
 10. Український Буктюб [Електронний ресурс] // Блог Сумської центральної міської бібліотеки ім. Т. Г. Шевченко. – 2019. – URL : <https://metodchild.wordpress.com/український-буктюб/> (дата звернення: 06.11.2021)
 11. Рубанова Т. Поддержка чтения в пространстве книжных социальных сетей / Т. Рубанова // Вестник культуры и искусств. – 2018. – № 3 (55). – С. 45 – 53.
 12. Anderson Gold T. A Book Club for the 21st Century: An Ethnographic Exploration of BookTube / T. Anderson Gold. – 2020. – p. 194.
 13. Doggett J. A. What Is BookTube And Why Should You Be Watching (And Reading)? [Electronic source] / J. A. Doggett. – URL : https://www.huffpost.com/entry/what-is-booktube_1_5cc06c21e4b01b6b3efb45ec (date of access: 01.11.2021)
 14. Doulami M.-K. A new digital phenomenon: the rise of the Booktubers [Electronic source] / M.-K. Doulami // Cafébabel, 2015. – URL : <https://cafebabel.com/en/article/a-new-digital-phenomenon-the-rise-of-the-booktubers-5ae00a25f723b35a145e5f4f/> (date of access: 01.11.2021)
 15. Ellis D. The Past, Present, and Future of Booktube, according to Booktubers [Electronic source] / D. Ellis. – 2021. – URL :

- <https://bookriot.com/booktube-according-to-booktubers/> (date of access: 1.11.2021)
16. Kalpaxis V. How the Publishing Industry Is Cashing in on Influencer Culture [Electronic source] / V. Kalpaxis // Observer, 2020. – URL : <https://observer.com/2020/02/booktube-influencer-culture-publishing-industry-bookstagram/> (date of access: 01.11.2021)
17. Meet the YouTube Stars Turning Viewers Into Readers [Electronic source]. – URL : <https://www.nytimes.com/2018/07/31/books/booktubers-youtube.html> (date of access: 01.11.2021)
18. Piazza J. Can Instagram Keep People Reading Books? [Electronic source] / J. Piazza // Forbes, 2017. – URL : <https://www.forbes.com/sites/jopiazza/2017/05/25/instagram-bookstagrammers-selling-books/?sh=210d0f60727b> (date of access: 12.11.2021).
19. Rogowicz K. BookTube. Młodzi dorośli o książkach i literaturze [Electronic source] / K. Rogowicz // Z Teorii i Praktyki Dydaktycznej Języka Polskiego. – 2018. – T. 27. – https://rebus.us.edu.pl/bitstream/20.500.12128/17264/1/Rogowicz_booktube_mlodzi_dorosli_o_ksiazkach.pdf (date of access: 03.11.2021).
20. Techavanich K. BookTube–YouTube’s Bookish Community [Electronic source] / K. Techavanich. – URL : <http://publiclibrariesonline.org/2015/09/booktube-youtubes-bookish-community/> (date of access: 01.11.2021).
21. Tolstopyat N. BookTube, Book Clubs and the Brave New World of Publishing / N. Tolstopyat // Satura, 2018. – Vol.1. – P. 91 – 96.

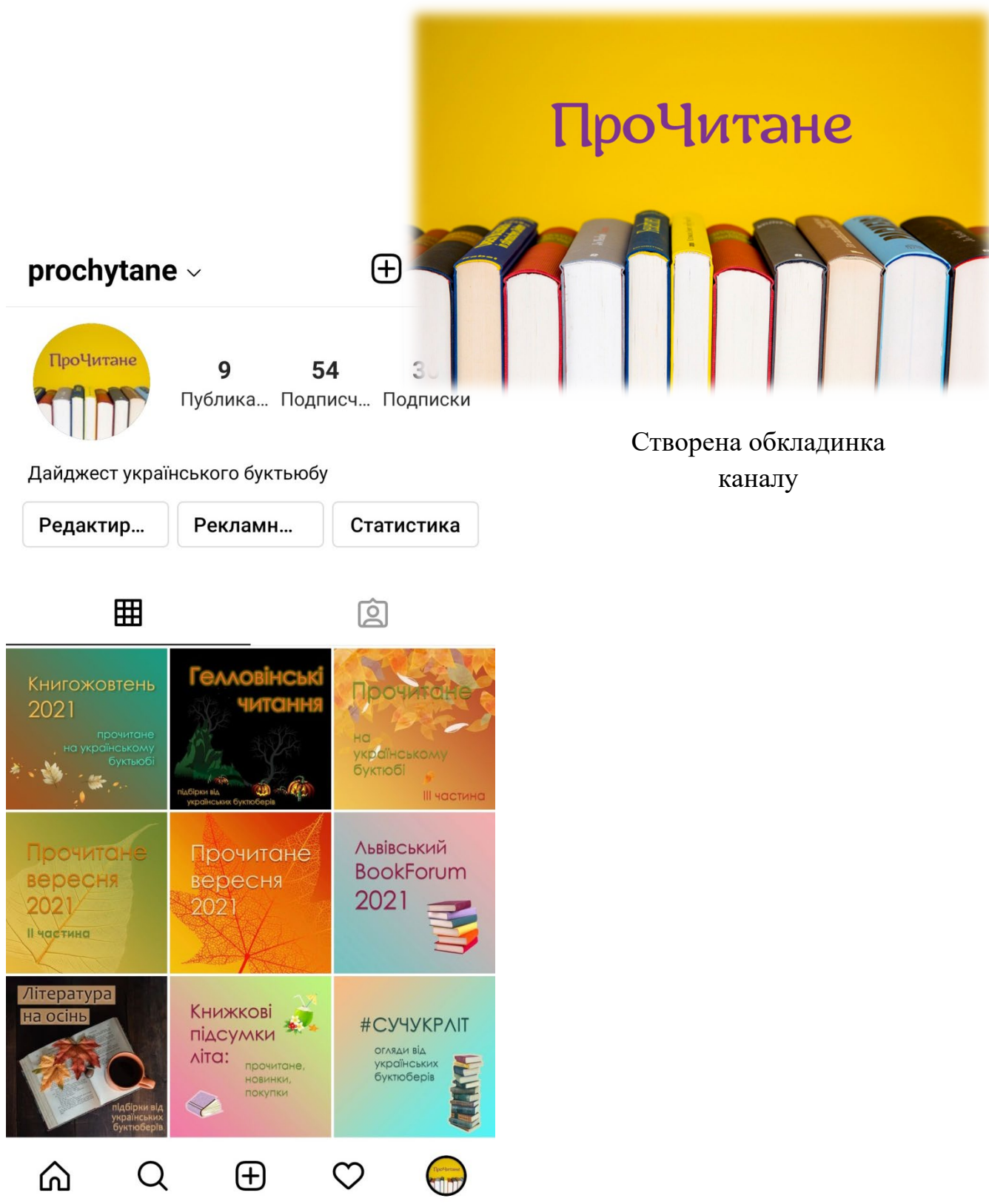
II. ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЄКТ.

Проєкт «Канал-дайджест українського бук-ютубу «ПроЧитане» – візуальне відображення каналу.

Додаток 1

Зовнішній вигляд проєкту

«Канал-дайджест українського бук-ютубу «ПроЧитане»»



Створена обкладинка каналу

Додаток 2


Приклад текстової частини матеріалів та їх оформлення відповідно до специфіки сприйняття інформації в Instagram

prochytane BookForum 2021


Нещодавно в Україні відбулася одна з найвизначніших книжкових подій року – Львівський міжнародний @bookforumlviv. Тому сьогодні пропонуємо переглянути й дізнатися які ж враження він справив на наших буктюберів й водночас ознайомитися з новинками, які були на ньому представлені.



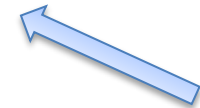
використані доречні за змістом теги на сторінки літературних подій, задля привернення уваги до публікації

 Anna Book Diary - ❤️ МІЙ ПЕРШИЙ ФОРУМ ВИДАВЦІВ У ЛЬВОВІ

Якщо ви пропустили можливість прогулятися поміж стендами видавництв, погортати довгоочікувані видання та поспілкуватися з письменниками та видавцями на цьогорічному львівському BookForum, то все це ще можна надолужити переглянувши відеоогляд від @anna_book_diary та відчутти себе також учасником подій.

 Вишневий Цвіт - BookForum 2021: Список бажаних книг

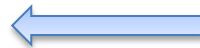
Ще не знаєте якими виданнями хвалилися цьогорічний BookForum? @vyshnevyjcvit зібрала інформативну та різножанрову підбірку книжкових новинок, які варті уваги.



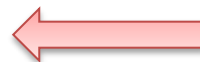
відмічені Instagram-канали бук-ютуберів для збільшення охоплення аудиторії та внутрішнього просування сторінки

 YevaLib - Форум Видавців 2021 | Vlog

Огляд, у якому багато цікавих книг, незабутніх вражень та нових знайомств, від @yevalib допоможе поринути та відчутти на собі атмосферу Форуму видавців 2021.




#booktube #booktubedigest #bookforumua
#буктьюб_українською #ukrainianbooktube
#booktubeUA #bookforum2021 #bookforumlviv
#bookforum



обрання та формування правильних хештегів, що сприяє знаходженню каналу цільовою аудиторією за інтересами

prochytane СУЧУКРЛІТ: що почитати (а що може і не варто)?

Нещодавно Україна відсвяткувала 30-річчя своєї незалежності. У зв'язку з чим пропонуємо вам переглянути свіженькі огляди на сучасну українську літературу від буктьюберів та дізнатися їхні думки та враження щодо неї.

 Книжкова дилерка - Література незалежності: 30+ письменників та письменниць сучукрліту -

[@book_dealerka](#) розповіла про свою історію знайомства з сучасною українською літературою та поділилася не тільки улюбленими творами та авторами, а й «книжковими пригодами» студентських років.

 Yana ReadWithMe - ТЕМА ЛГБТ В УКРСУЧЛІТ


Два огляди на дві книги (Сергія Мозгового «Градус кохання» та Людмили Ясної «Та, що в темі») об'єднані однією темою, яку не так часто зустрінеш на сторінках української книги, від [@yana_readwithme](#)

 Annika Blog - 30 книжок УКРСУЧЛІТ

Підбірка 30 абсолютно різноманітних за жанром, стилем та тематикою книжок від [@annika_ly](#)

 Alla Komarova - СУЧУКРЛІТ: 5 найвср@тіших книжок літа

Невдалі (м'яко кажучи) зразки сучукрліту на думку [@23daphnia](#) (спойлер! серед них є навіть книга року BBC)

 Klius Marichka - Мої НЕ 30 книг до Дня незалежності | стосунки зі сучукрлітом

Думки, враження і не тільки на тему сучукрліту від [@klius.marichka](#)

Ще більше історій, вподобань та рекомендацій буктьюберів щодо [#сучукрліт](#) можна знайти за тегом у ютубі - [#СучаснеЛіт](#) Варення ;)

[#booktube](#) [#booktubedigest](#) [#сучукрліт](#)
[#буктьюб_українською](#) [#ukrainianbooktube](#)
[#booktubeUA](#) [#книжкиукраїнською](#)

prochytane Книги до Гелловіну


Хочете влаштувати найстрашніший Гелловін із привидами та монстрами, що причаїлись за кожною шпаринкою, тоді не забаріться дізнатися які ж наймістичніші і наймоторошніші жахастики (і не тільки) почитати для створення страхітливої атмосфери!

 Любов до книг - 5 КНИГ ДЛЯ ЧИТАННЯ В HALLOWEEN


Класична та сучасна, українська та закордонна – дуже різнобічна підбірка літератури до Гелловіну від [@peretiazhko](#).

 PAPIR BLOG – КНИЖКОВИЙ HALLOWEEN

У гелловінському антуражі чарівна відьмочка [@olya_cheryba](#) розповіла про свою добірку моторошної літератури.

 ЩО ПОЧИТАТИ В ГЕЛЛОВІН 5 містичних історій для містичної ночі

Напружена музика, мерехтіння вогнів та відчуття чогось містичного – переглядаючи це відео від [@ksenia.kellerman](#) створюється враження наче ти вже потрапив в якусь моторошну історію.

 Imagination – Добірка книг, які підійдуть для осіннього читання

Неймовірно атмосферна гелловінська добірка НЕжахастиків, проте не менш цікавих містичних-фантастичних історій від [@iryana.imagination](#).

[#halloween](#) [#гелловін](#) [#halloweenbooks](#) [#booklist](#)
[#halloweenbooklist](#) [#booktube](#) [#booktubedigest](#)
[#буктьюб_українською](#) [#ukrainianbooktube](#)
[#booktubeUA](#)

Додаток 3

Приклад графічних зображень до матеріалів



Розмір зображення –

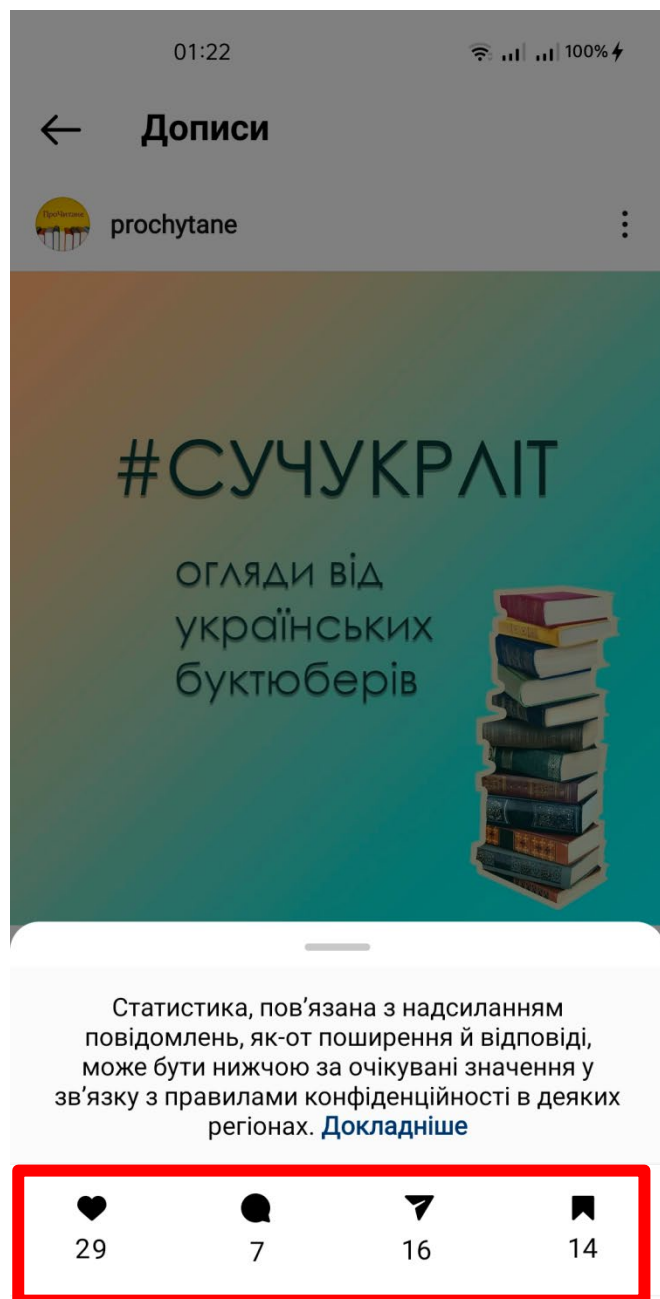
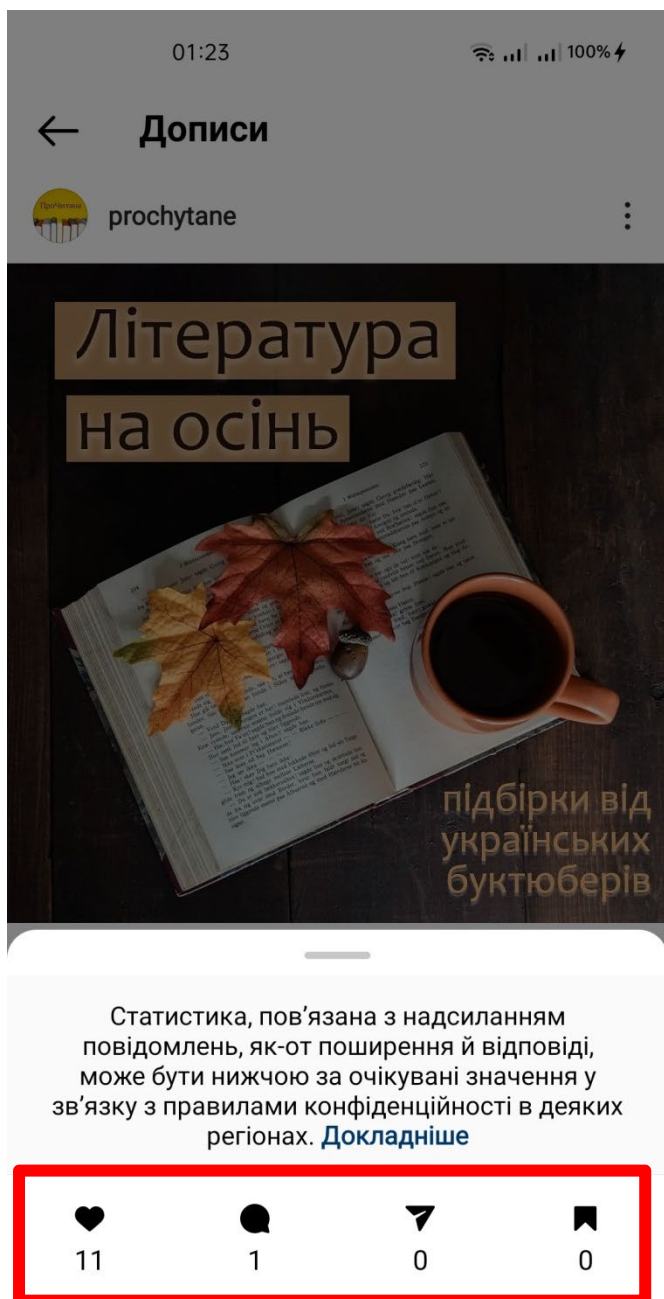
1080 × 1080 px.

*Це є найбільш оптимальним
форматом, що адекватно
відображається на всіх
платформах.*



Додаток 4

Порівняння двох постів, опублікованих у різні дні тижня



*Наведена для прикладу статистика взаємодії аудиторії з публікаціями:
зліва – пост, опублікований у середу (середина робочого тижня);
справа – пост, опублікований у п'ятницю (кінець робочого тижня, початок вихідних).*

Додаток 5

Взаємодія та подальша промоція каналу через відмічених осіб

