КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ФАКУЛЬТЕТ УКРАЇНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ, КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВА
КАФЕДРА ІНФОРМАЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри
_____ О.А. Політова
«13» травня 2026 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(творчий авторський проєкт)

на тему:

Особливості створення контенту українського буктоку

випускника першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Цим підписом засвідчую, що поданий на захист рукопис та електроний документ є ідентичним

0.06.2026

Виконала:
студентка IV курсу, групи ВТПб-1-22-4.0д
Мельник Олександра Андріївна
(прізвище, ім'я та по батькові)

Науковий керівник:
кандидат культурології
(науковий ступінь, вчене звання)

Малюк Євген Олександрович
(прізвище, ім'я та по батькові)

Київ-2026

ЗМІСТ

ВСТУП……..

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕНОМЕНУ БУКТОКУ……..

1.1. Ступінь наукової розробленості проблеми та теоретичні підходи до вивчення буктоку……...

1.2. Букток у структурі сучасного цифрового медіапростору…….....

1.3.Особливості створення контенту українського буктоку: результати власного дослідження…….

Висновки до І розділу……

РОЗДІЛ ІІ. АВТОРСЬКИЙ АУДІОВІЗУАЛЬНИЙ ПРОЄКТ УКРАЇНСЬКОГО БУКТОКУ……

2.1.Написання творчої заявки аудіовізуального проєкту українського буктоку…….

2.2.Підготовка сценарію аудіовізуального проєкту……

2.3.Розробка контент-стратегії у просуванні аудіовізуального проєкту українського буктоку…….

Висновки до ІІ розділу……...

ВИСНОВКИ…….

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……

ДОДАТКИ……

ВСТУП

Актуальність дослідження. У добу цифрових медіа соціальні мережі стають одним із ключових середовищ популяризації читання серед молоді. Платформа TikTok, що використовує формат коротких відео, які пропонуються користувачу за допомогою алгоритмів, істотно впливає на способи сприйняття інформації, організацію дозвілля та специфіку комунікації. На цьому ґрунті виник феномен буктоку, пов'язаний із популяризацією книжок і читання через відеоконтент. В українському контексті, на тлі повномасштабної війни, зростання запиту на україномовний контент і переосмислення культурної ідентичності, особливого значення набуває питання того, як саме в цифровому середовищі репрезентуються книжки, українські автори та популяризація читання загалом. Український букток поєднує глобальні тренди з локальними смислами, пов'язаними з досвідом війни, деколонізацією культурного простору, підтримкою українських видавництв та авторів. Дослідження особливостей створення контенту українського буктоку дає змогу краще зрозуміти механізми залучення аудиторії до читання, специфіку мови й візуальної подачі книжкових рекомендацій, а також визначити можливості цілеспрямованого використання цих інструментів в аудіовізуальній комунікації.

Стан розробки проблеми. Попри зростання кількості праць про популяризацію читання, соціальне читання, книжкові блоги та цифрові читацькі спільноти, український букток як окремий сегмент TikTok досліджений нерівномірно. Найповніше опрацьовано питання промоції читання в соціальних мережах, суміжних форматів книжкової комунікації та впливу цифрових платформ на читацьку культуру. До цього кола належать праці В. Хміль-Чуприни, Т. Яворської, О. Погрібної, В. Ковпак і О. Політової, а також дослідження соціального читання та цифрових читацьких спільнот С. Бєлік, О. Гудошник, А. Сімашової, А. Радченко, В. Каніщевої, Ю. Шмиги й О. Ковальової. Безпосередньо TikTok і буктоку присвячені праці О. Ковальової, О. Манзик, Н. Вовк, О. Хоміцької та зарубіжні студії

С.-Б. Асплунд, Б. Люнг Егеланд, К. Олін-Шеллер, С. Джераси, Н. Гіньєс-Кабрери, К. Мансільї-Обандо, Є. Дери, Е. Дж. Тоісути, Ґ. Баллінг і М. Мартенс. Водночас особливості створення контенту українського буктоку, його жанрово-тематична структура, мовно-стилістичні, візуальні й технічні ознаки, а також відмінності від суміжних книжкових форматів висвітлено неповно. Саме ця недостатня опрацьованість і становить дослідницьку проблему.

Мета дослідження полягає у з'ясуванні особливостей створення контенту українського буктоку та обґрунтуванні на цій основі концепції й реалізації авторського аудіовізуального проєкту, спрямованого на популяризацію читання та української книжкової культури в цифровому медіапросторі.

Відповідно до поставленої мети передбачено розв'язання таких *завдань*:

- проаналізувати теоретичні та методологічні підходи до вивчення читацьких онлайн-спільнот та феномену буктоку як інструменту промоції читання у світовому й українському контекстах;
- з'ясувати місце українського буктоку в українському сегменті цифрового медіапростору, окреслити його основні тематичні та жанрові характеристики;
- дослідити особливості створення контенту українського буктоку (мовно-стилістичні, наративні, візуальні та технічні прийоми) на основі аналізу відеоматеріалів обраної вибірки акаунтів;
- розробити та обґрунтувати авторську концепцію аудіовізуального проєкту, що спирається на результати дослідження й орієнтований на аудиторію українського буктоку;
- описати процес створення аудіовізуального твору (творча заявка, сценарій, режисерське й візуальне рішення, основні етапи продакшну та постпродакшну);

- розробити та реалізувати контент-стратегію просування аудіовізуального твору в українському буктоку та оцінити її ефективність за показниками залучення аудиторії.

Об'єктом дослідження є український букток як складова українського сегмента цифрового медіапростору.

Предметом дослідження є особливості створення контенту українського буктоку: жанрово-тематичні характеристики відео, мовно-стилістичні особливості висловлювань, візуальне оформлення та особливості комунікації авторів з аудиторією.

Методи реалізації дослідження та аудіовізуального твору. Для досягнення мети та розв'язання поставлених завдань застосовано комплекс загальнонаукових, спеціальних та емпіричних методів. У теоретичній частині використано *аналіз і синтез* для опрацювання наукових джерел з медіакомунікації, цифрових культур і читання в молодіжному середовищі; *історико-порівняльний метод* для зіставлення глобального та українського вимірів феномену буктоку; *описовий метод* для фіксації й систематизації спостережуваних характеристик контенту; *метод контент-аналізу* для виокремлення та узагальнення тематичних, жанрових і стилістичних особливостей відео українського буктоку. Емпіричну частину реалізовано через спостереження за п'ятьма акаунтами українського буктоку (@mari.inich, @victorybooks, @katyybebe, @liza.susik, @sens_kyiv), аналіз прев'ю, заголовкових написів, плейлистів, способів подачі книжок, а також окремих реакцій аудиторії в коментарях і взаємодіях. Практичне втілення аудіовізуального проєкту передбачало розробку творчої заявки, підготовку сценарію, добір візуального рішення, організацію зйомки та монтаж відеоматеріалу відповідно до логіки платформи TikTok.

Інформаційну базу дослідження становлять праці українських авторів, присвячені популяризації читання, соціальному читанню, книжковим блогам і цифровим комунікаціям, зокрема С. Бєлік, О. Гудошник, О. Ковальової, В. Ковпак, О. Політової, Н. Вовк, О. Хоміцької, Т. Крайнікової, О. Рижко, А. Радченко, В. Каніщевої, А. Сімашової, В. Хміль-Чуприни, Ю. Шмиги, О.

Манзик, Т. Яворської, О. Погрібної. Для зіставлення українського матеріалу із зарубіжним залучено студії С.-Б. Асплунд, Б. Люнг Егеланд, К. Олін-Шеллер, С. Джераси, Н. Гіньєс-Кабрери, К. Мансільї-Обандо, Є. Дери, Е. Дж. Тойсути, Ґ. Баллінг і М. Мартенс. Додатково використано матеріали «Суспільне Культура» та «Українського тижня», а емпіричну базу становлять відеоматеріали TikTok-акаунтів @mari.inich, @victorybooks, @katyybebe, @liza.susik та @sens_kyiv.

Новизна одержаних результатів *полягає в комплексному аналізі українського буктоку як окремого сегмента TikTok із поєднанням огляду наукових праць та власного аналізу відеоматеріалів. У роботі конкретизовано критерії відбору акаунтів, окреслено тематичні й жанрові напрями контенту та визначено його мовно-стилістичні, наративні, візуальні й технічні особливості. Одержані результати стали підставою для розробки авторського аудіовізуального проєкту, зорієнтованого на український сегмент буктоку.*

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості використання висновків дослідження та напрацьованих підходів у діяльності авторів букток-контенту, видавництв, бібліотек, освітніх і культурних інституцій, які прагнуть ефективніше популяризувати читання й українську літературу в цифровому середовищі. Розроблений аудіовізуальний проєкт може слугувати прикладом побудови контенту для українського буктоку та бути використаним у навчальних курсах з аудіовізуального мистецтва, медіакомунікації та цифрового сторітелінгу.

Особистий внесок автора полягає у самостійному доборі та опрацюванні теоретичних джерел з проблематики українського буктоку та популяризації читання, формулюванні мети й завдань дослідження, визначенні об’єкта та предмета, відборі й аналізі відеоконтенту українських букток-акаунтів. У створенні аудіовізуального твору особистий внесок автора полягає у розробці творчої заявки, концепції та сценарію проєкту, створенні образу ведучого, підборі музичного оформлення, а також участі в організації зйомок і монтажі відеоматеріалу.

Апробація результатів дослідження

1. Мельник О. А. Букток як явище сучасного цифрового медіапростору // Культура, інформація, комунікація: міждисциплінарний діалог: матеріали II Всеукр. наук. конф. з міжнар. участю / М-во культ. України; Нац. акад. кер. кадрів культ. і мистец. (Київ, 9–10 квітня 2026 р.). Київ: НАКККіМ, 2026. С. 116-118.
2. Кафедра інформ. комунікацій. «Між рядками» Мельник О.А.// Апробація дипломної відео роботи. *YouTube*. URL:https://youtu.be/IWDDwh7fnlE?feature=shared
3. kik_bg_. «Між рядками» Мельник О.А. Апробація дипломної відео роботи. *TikTok*. URL: https://vt.tiktok.com/ZSxwJCw1r/
4. kik_bg_. «Між рядками» Мельник О.А. Апробація дипломної відео роботи. *TikTok*. URL: https://vt.tiktok.com/ZSxwJCUw3/

Структура кваліфікаційної роботи

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи – 68 сторінок.

РОЗДІЛ І
ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕНОМЕНУ БУКТОКУ

1.1. Ступінь наукової розробленості проблеми та теоретичні підходи до вивчення буктоку

Феномен буктоку як частини сучасної цифрової культури читання виникає в полі вже сформованих дискусій про читання, соціальне читання та книжкові спільноти в соціальних мережах. У бібліографічному та культурологічному дискурсі наголошується, що феномен читання має власну історію, пов’язану з психологією й соціологією читання, а нині досліджується в найбільш перспективних комплексних напрямах сучасного книгознавства, зокрема в межах концептів книжкової культури та книжкової комунікації [8, с. 12]. У цьому контексті поява буктоку є черговою фазою еволюції читання в умовах електронної комунікаці.

Генеалогічний підхід до читання, пов’язаний з ідеями Г.-У. Гумбрехта й розглянутий у праці В. Маркової та О. Суховій, дає змогу осмислювати сучасні читацькі практики через історію читання. Автори виходять із того, що прогностичні дослідження сучасних способів читання утруднені через брак відповідного інструментарію. Дослідник «зауважує, що теорії рецептивної естетики не допоможуть, оскільки припускають лише один гомогенний тип читання, орієнтований на форму та зміст», тоді як історія читання дає змогу трансформувати ретроспективні студії в дослідження сьогодення та майбутнього читання [8, с. 13]. Це означає, що традиційні підходи, орієнтовані на відносно однорідний спосіб читання, лише частково пояснюють сучасну ситуацію, коли тексти сприймаються на різних носіях, форматах і комунікаційних умовах. Тому букток доцільно аналізувати з урахуванням історичної змінності читання та особливостей цифрового середовища.

Особливо показовою є думка про те, що в електронну епоху «різні революції письмової культури, які в минулому були рознесені в часі, тепер відбуваються одночасно», адже «поява електронного тексту – це революція й у

техніці виробництва та відтворення текстів, й у сфері носіїв писемності, й у сфері читацьких практик» [8, с. 13]. Отже, аналіз буктоку неможливий без розуміння, як сьогодні організований час у цифровому середовищі та в яких умовах працюють електронні комунікації.

Паралельно в українському контексті формуються й нормативні засади розуміння читання як чинника культурної та інформаційної безпеки. А. Радченко та В. Каніщева, аналізуючи державну Стратегію розвитку читання [11], тобто стратегічний документ, що визначає засади підтримки читання та книжкової культури в Україні, підкреслюють, що вона встановлює «пріоритетний підхід до підтримки українського автора та національного виробника українськомовної книжкової продукції, формування української зони копірайту та до книжкової сфери в цілому як важливого елементу національної безпеки та національних інтересів України» [11, с. 79]. У цьому контексті букток-спільноти доцільно розглядати не лише як розважальний сегмент TikTok, а як простір, у якому перерозподіляється символічний капітал української книги, читання та мови.

Теоретичною рамкою для осмислення буктоку стають дослідження соціального читання. У статті С. Бєлік та О. Гудошник соціальне читання визначено як «обмін думками та досвідом щодо прочитаного в онлайн-середовищі» [1, с. 3]. Дослідниці наголошують, що соціальне читання «реалізовується на різних рівнях: книжкові клуби, блоги, застосунки для спільного обговорення, подкасти, заходи та події тощо» [1, с. 4]. Підкреслено, що практика соціального читання «продовжує трансформуватися, демонструючи своє значення у формуванні читацьких смаків та української читацької культури» [1, с. 7]. Отже, соціальне читання постає як форма цифрової комунікації навколо книжок, у якій індивідуальний досвід читання відразу ж вбудовується в публічний простір обговорення.

Схожу логіку розвиває А. Сімашова, аналізуючи авторські книжкові телеграм-канали як сегмент сучасного цифрового медіапростору. Дослідниця пропонує ввести до наукового обігу термін «букфлуенсер» як загальноприйнятий міжнародний відповідник для позначення книжкових

інфлюенсерів у соцмережах. Під букфлуенсерами вона розуміє завзятих читачів, які використовують платформи соціальних мереж, щоб поділитися своєю пристрастю до книг і спілкуватися з іншими читачами; при цьому вони виступають мікрознаменитостями (microcelebrities), що розвивають публічну ідентичність або бренд читача й використовують його для привернення уваги та здобуття соціального статусу [12, с. 101]. У такому баченні книжкові блогери й автори телеграм-каналів постають як окремий тип медіаакторів, що задають тренди читання і впливають на видимість книжок та авторів у цифровому середовищі.

Окремий пласт становлять українські дослідження безпосередньо книжкового контенту на TikTok. О. Ковальова зазначає, що аналіз TikTok та Instagram дав змогу виявити читацькі спільноти букстаграму і буктоку. Дослідниця підкреслює, що букстаграм в Instagram активно популяризує читання серед українських користувачів, зокрема підлітків, через поєднання фотографій і рецензій, тоді як букток у TikTok набув великої популярності серед молоді, яка ділиться відео про книги та власні рекомендації. На думку дослідниці, обидві спільноти впливають на формування читацької культури та посилення підліткового інтересу до літератури [4, с. 131]. Таким чином, букток від самого початку фіксується як один із чинників розвитку підліткової читацької культури.

У більш спеціалізованому дослідженні контенту TikTok як мотиваційного ресурсу для підлітків О. Ковальова аналізує кілька кейсів, у яких короткі відео з елементами гумору, біографічними деталями або акцентом на громадянській позиції автора реально змінюють читацькі наміри. Зокрема, в кейсі, присвяченому Стівену Кінгу, у коментарях користувачі часто пишуть, що після його проукраїнських висловлювань вони ще більше хочуть читати його твори, тобто простежується прямий зв’язок між публічною позицією автора та зростанням інтересу до його книжок [22, с. 75]. В іншому випадку, пов’язаному з рецепцією Тараса Шевченка, дослідниця зауважує, що увага підлітків нерідко зосереджується на провокаційних або пікантних деталях біографії, що, на її думку, свідчить про брак критичного й зрілого мислення в підлітковому віці та

про потребу в мудрому, послідовному вихованні й цілеспрямованому формуванні цінностей [22, с. 75]. Ці спостереження важливі для подальшого аналізу структури й потенційних ризиків букток-контенту, але в межах даного дослідження вони показують, як українські дослідники поєднують аналіз TikTok із педагогічним поглядом на формування критичного читача.С. Бєлік та О. Гудошник підкреслюють зростання ролі телеграм-каналів, Instagram, TikTok та інших платформ у формуванні сучасної української читацької культури. У переліку новітніх досліджень вони згадують працю А. Гурової та Н. Подоляки «Аналіз найпопулярніших україномовних книжкових блогів у тіктоці» [1, с. 3]., що фіксує появу україномовного сегмента TikTok як простору для книжкових блогів і соціального читання

Матеріал на платформі «Суспільне Культура» описує букток як книжковий сегмент соцмережі TikTok і спільноту книголюбів у соціальній мережі TikTok, де буктокери знімають короткі відеоролики, у яких рекомендують, рецензують чи просто спілкуються про книжки [3]. Окремо наголошено, що завдяки непередбачуваним алгоритмам TikTok книжкові огляди потрапляють у стрічку користувачів, які взагалі не цікавляться літературою, що розширює аудиторію буктоку.

Ряд українських публікацій послідовно розглядають букток у ширшому контексті платформ для книжкової комунікації. У статті про українські буктьюб та букстаграм В. Ковпак і О. Політова зазначають, що в цифровому середовищі з’явилися «два нові види книжкових блогів: booktube – спільнота книжкових відеоблогерів, які публікують свої ролики на відеохостингу Youtube; bookstagram – це спільнота, що складається з сотень облікових записів Instagram, які розміщують на своїх сторінках красиві фотографії книг та діляться враженнями від прочитаного» [5, с. 128]. Авторки підкреслюють, що «натепер книжкові блоги є багатофункціональною платформою для обговорення прочитаного, пошуку однодумців (віртуальний книжковий клуб), розвитку особистого бренду, створення кар’єри в книжковій сфері» [5, с. 128]. Це створює безпосередній контекст для появи буктоку як ще одного різновиду книжкового блогу у форматі короткого відео.

Важливу ланку становить робота Н. Вовк та О. Хоміцької про буктрейлер як форму інтеграції книжкової промоції в соціальні мережі. Дослідниці зазначають, що на відміну від традиційного буктьюбу, де переважають розлогі відеорецензії на книги, TikTok стрімко набирає популярності серед молоді завдяки коротким відео, персоналізованій стрічці та активній взаємодії користувачів, і завдяки цим особливостям платформа перетворюється на один із найдинамічніших і найвпливовіших майданчиків для поширення різноманітного, зокрема літературного, контенту [2, с. 177]. У статті підкреслюється, що на цій основі сформувався окремий напрям буктоку як неформальна спільнота користувачів TikTok, які створюють і поширюють книжковий контент, зосереджений на відгуках, емоційних реакціях та оглядах творів [2, с. 177]. Таким чином, букток постає як логічне продовження еволюції буктрейлера та книжкових відеоблогів у бік короткого, емоційно насиченого відеоконтенту.

Т. Крайнікова та О. Рижко підкреслюють, що в постінтернетному суспільстві соціальні мережі Facebook, Instagram, Telegram, TikTok, YouTube стають ключовими каналами комунікації українських видавців, а соцмережі стають основою для бізнес-комунікацій книжкових видавництв [6, с. 127]. Так дослідниці акцентують, що видавництва мають адаптуватися до логіки платформ, де вирішальну роль відіграють алгоритми, візуальність і взаємодія з аудиторією. У цьому контексті букток постає вже не лише як аматорська спільнота читачів, а й як один з важливих каналів маркетингових стратегій видавництв.

Міжнародний корпус досліджень буктоку зосереджується передусім на читацькій ідентичності, волюнтарному (добровільному) читанні та спільнотах практики. С.-Б. Асплунд, Б. Люнг Егеланд і К. Олін-Шеллер розглядають TikTok із хештегом букток як важливий і поширений майданчик для молоді, яка цікавиться книжками й читанням, і наголошують, що описані в їхньому дослідженні форми добровільного читання мають виразний соціальний, тілесний та емоційний виміри, пов’язані з книгою як матеріальним артефактом [18, с. 635]. Дослідники підкреслюють, що молоді люди використовують букток

як ресурс для самостійного вибору книжок для добровільного читання, їх обговорення з іншими користувачами та закріплення уявлення про читання як важливу частину власного життя [18, с. 635]. Інтерпретація спирається на концепт «спільнот практики» Е. Венґера, який розуміє їх як групи людей, об’єднані спільною турботою чи захопленням певною діяльністю та спрямовані на спільне вдосконалення своїх умінь завдяки регулярній взаємодії [18, с. 637]. У такій рамці букток постає як спільнота спільної діяльності, у межах якої відбувається спільне вироблення читацьких навичок та ідентичностей.

Цю лінію продовжує С. Джераса, яка аналізує букток як простір творчої активності й солідарності. Спираючись на теорії партисипативної культури, вона показує, що молоді люди щодня створюють індивідуальний та колективний контент, користуючись різними мультимодальними інструментами, а значення, які при цьому формуються, є децентралізованими, колективно виробленими й пов’язаними з багатьма контекстами [21, с. 6]. Дослідниця розглядає букток як «третій простір», у якому підтримуються й визнаються ідентичності, часто непомітні в інших сферах, виникає відчуття спільноти та солідарності, що виходить за межі суто обговорення книжок; у такому цифровому середовищі читання постає як соціальна практика, де смисл створюється не лише з тексту, а й із дискурсу та зв’язків між учасниками [21, с. 21–22]. Отже, букток осмислюється як простір, у якому читання набуває колективного виміру й виходить за межі формальної освіти.

Окремий напрям становлять дослідження досвіду самих буктокерів. Н. Гіньєс-Кабрера та К. Мансілья-Обандо фіксують, що учасники високо оцінюють алгоритм TikTok, який, за їхніми словами, допомагає збільшувати кількість підписників і взаємодій, а також відзначають широкий набір інструментів для створення привабливих відео [20, с. 120]. Важливим результатом участі в буктоку респонденти вважають задоволення від того, що підписники купують книжки за їхніми рекомендаціями, а також можливість комерційної співпраці з брендами та видавництвами, участь у ярмарках і проєктах із авторами самвидаву [20, с. 120]. У такій перспективі буктокери постають як

медіаінфлюенсери на перетині читання, самопрезентації й комерційних взаємодій із книжковою індустрією.

На стику медіадосліджень і лінгвістики Е. Дж. Тоісута розглядає букток і букстаграм як середовище формування специфічної «мережевої мови» (*netspeak*). Метою її дослідження є виявлення мовних елементів, які найчастіше використовуються в обговореннях книжок на цих платформах, і детальний аналіз їх використання, де онлайн-книжкові спільноти виробляють характерні стилістичні та лексичні звички, пов'язані з емоційними маркерами, хештегами, скороченнями й іншими рисами цифрового мовлення [23, с. 57–58]. Це дозволяє трактувати букток не лише як канал рекомендацій, а як середовище мовної творчості, де формується й розвивається книжковий різновид мережевої мови.

Інституційний та маркетинговий вимір узагальнює наративний огляд Дж. Дери, у якому букток характеризується як важливий чинник сучасного книжкового ринку й читацьких культур, а також як простір добору книжок, що здійснюється самими читачами: їхні рекомендації визначають видимість видань і впливають на переосмислення літературної цінності [19]. У поєднанні з українськими дослідженнями про комунікації видавництв у соціальних мережах і розвиток буктрейлерів це дає підстави розглядати букток одночасно як спільноту читачів, як медіалінгвістичний феномен і як інструмент видавничого маркетингу.

Підсумовуючи огляд, можна констатувати, що феномен буктоку вже вписано в ширший контекст досліджень читання, соціального читання та бібліології. Генеалогічні підходи до вивчення читання та концепції електронної комунікації дають підстави розглядати букток як одну з форм трансформації читацьких способів в електронному середовищі. Українські праці, присвячені стратегії розвитку читання, читанню як життєвій стратегії та соціальному читанню, окреслюють рамку, в якій букток осмислюється як складова культурної політики та інформаційної безпеки, тоді як дослідження О. Ковальової, А. Сімашової, Н. Вовк, О. Хоміцької та інших конкретизують його

роль у підлітковій читацькій культурі, мережевих книжкових блогах і візуальних формах промоції книжок.

Праці О. Ковальової, О. Манзик, Н. Вовк, О. Хоміцької, В. Ковпак, О. Політової, Т. Крайнікової та О. Рижко дають підстави аналізувати букток як різновид книжкового відеоконтенту, пов’язаний із популяризацією читання, промоцією книжок і адаптацією книжкової тематики до логіки соціальних мереж. У цих джерелах для дослідження важливими є положення про коротку тривалість відео, емоційність подачі, рекомендаційний характер контенту, роль візуальності й алгоритмів платформи. Зарубіжні студії С.-Б. Асплунд, Б. Люнг Егеланд, К. Олін-Шеллер, С. Джераси, Н. Гіньєс-Кабрери, К. Мансільї-Обандо, Дж. Дери, Е. Дж. Тоісути, Ґ. Баллінг і М. Мартенс доповнюють цей підхід аналізом користувацького досвіду буктокерів, мультимодальних інструментів створення відео, мережевої мови, алгоритмічного поширення контенту та впливу буктоку на книжковий ринок.

Отже, залучені наукові джерела дають змогу перейти від загального розгляду буктоку як форми соціального читання до аналізу конкретних способів створення книжкового відеоконтенту. Тому в подальшому дослідженні увагу зосереджено на жанрово-тематичній структурі відео, мовно-стилістичних ознаках висловлювань, наративнійпобудові роликів, візуальному оформленні, технічних інструментах TikTok і формах комунікації авторів з аудиторією. Такий підхід відповідає темі роботи й створює основу для аналізу вибірки українських букток-акаунтів та обґрунтування авторського аудіовізуального проєкту.

1.2. Український букток як середовище створення книжкового відеоконтенту

Щоб осмислити букток як частину цифрової культури читання, важливо спочатку окреслити медіапростір, у якому він існує, та основні способи комунікацій, з якими він пов’язаний. Йдеться не просто про ще один канал реклами книжок, а про цілісну екосистему соціальних мереж, підліткових медіазвичок і видавничого маркетингу, у якій контент про читання вбудований у щоденну стрічку розваг, самопрезентації та взаємної підтримки.

За результатами емпіричного дослідження, проведеного серед 200 українських підлітків віком 11–18 років, Ю. Шмига та О. Ковальова фіксують, що повномасштабна війна зробила соціальні мережі для підлітків не лише джерелом інформації, а й простором емоційного розвантаження та

взаємопідтримки. На їхню думку, в умовах воєнної травматизації віртуальний простір і соцмережі дають підліткам доступ до широкого літературного вибору й сприяють формуванню читацької грамотності, але за надмірного використання цифрових інструментів знижують мотивацію читати книжки [15, с. 244]. Тому, як підкреслюють дослідниці, більш конструктивним є підхід, за якого «великий комунікаційний потенціал соціальних мереж» свідомо спрямовується на освітні та виховні цілі [15, с. 243]. У такому контексті букток постає як один із найперспективніших форматів інтеграції читання в повсякденний цифровий досвід підлітків.

Те саме дослідження показує, що для підлітків соціальні мережі стають одним із головних каналів доступу до книжок. Авторки зауважують, що «через поради книжкових блогерів та перегляд книжкових рецензій, що доступні у соціальних мережах, підлітки ефективно визначають свої літературні вподобання та швидше здійснюють вибір книг» порівняно з ситуацією, коли такого контенту немає [15, с. 244]. Відповідно, читацька ідентичність українських підлітків формується вже й у взаємодії з рекомендаційними форматами соцмереж, а букток є найбільш концентрованим втіленням цієї тенденції, оскільки саме тут поради блогерів, короткі рецензії та емоційні реакції на прочитане подаються у звичному для цієї аудиторії відеоформаті.

Важливий ракурс на місце буктоку в системі книжкових медіаплатформ пропонує В. Хміль-Чуприна, яка аналізує проєкт «Книга у віртуальному просторі», спрямований на формування читацької компетентності й культури студентської молоді [13]. Дослідниця наголошує, що «сьогодні інтернет-ЗМК і соціальні мережі відіграють важливу роль у популяризації читання, зокрема серед студентської молоді», отже ефективна робота з аудиторією неможлива без опори на ці канали [13, с. 115]. У межах проєкту було реалізовано кілька етапів використання медіапростору для просування книг; показово, що «для формувального етапу були обрані такі жанри реклами книг, як анотації, відеорецензії і букстаграми», тобто короткі текстові та візуальні формати, адаптовані до логіки соціальних мереж [13, с. 112]. Така модель виходить з того, що саме стислий відео- та візуальний контент є найбільш прийнятним для

молодіжної аудиторії; у цьому сенсі букток, де домінують міні-рецензії, естетичні ролики й емоційні відгуки, органічно продовжує окреслену тенденцію.

Публіцистичний вимір феномену демонструє стаття М. Нестелєєва «Букток як новий формат взаємодії читачів із книжкою» в часописі «Український тиждень». Автор чітко окреслює ціннісну рамку промоції читання в цифровому середовищі: «Усі методи популяризації читання гарні, окрім занудних. Усі форми реклами книжок прийнятні, окрім тих, що порушують чинні закони та моральні норми. Усі маркетингові прийоми продажу літератури корисні, окрім тих, які не працюють» [9]. Така позиція показує готовність гуманітарного середовища сприймати букток не як загрозу для традиційного читання, а як легітимний, за умови дотримання етичних норм, інструмент комунікації між книжковим ринком і читачем. У цій перспективі букток постає явищем на межі між культурним феноменом читання та цифровим маркетингом.

Більш розгорнутий опис тематичних і жанрових особливостей букток-контенту подає О. Манзик, аналізуючи буктоки як сучасний інструмент популяризації та просування книжок. Дослідник дає одне з найчіткіших робочих визначень: «Буктоки – короткі відео про книги інформативного, досить часто емоційного характеру, які популяризувались в 2020–21 рр.» [7, с. 31]. Такий формат поєднує інформаційний складник (короткі відомості про твір, жанр, автора) з емоційним (реакція читача, експресивні оцінки, невербальні жести), що й визначає специфіку буктоку як окремого медійного формату.

О. Манзик прямо підкреслює молодіжну спрямованість букток-контенту, пов’язуючи його з підлітковою аудиторією, емоційною манерою подачі та увагою до фентезі, антиутопій та інших популярних серед молоді книжок [7, с. 31]. Отже, за тематикою букток переважно орієнтований на літературу для молоді, популярні різновиди фентезі та антиутопії, що добре збігається із загальними трендами сучасної підліткової культури. Крім того, дослідник зауважує, що алгоритми TikTok «сприяють тому, що залучають до контенту про читання людей, які не цікавились до цього подібним», тобто платформа не лише

працює з уже сформованою аудиторією активних читачів, а й поступово розширює коло зацікавлених у книжках [7, с. 31].

Окремо підкреслено здатність буктоку запускати й підсилювати естетичні та жанрові тренди. Показовими для типового змісту буктоку є добірки на зразок «книги, які змусять вас ридати», у яких поєднуються чітко задана емоційна рамка та певний тематичний блок текстів [7, с. 31–32]. Таким чином, жанрова структура буктоку охоплює не лише окремі літературні напрями (янг-едалт, фентезі, антиутопія, нонфікшн), а й своєрідні емоційні жанри контенту («книги, які розіб'ють вам серце», «книги, що змінили моє життя» тощо), які задають спосіб сприйняття рекомендованих книжок.

Досвід міжнародних досліджень показує, як жанрові й емоційні особливості букток-контенту пов'язані з логікою самої платформи TikTok. Ґ. Баллінґ та М. Мартенс демонструють, що букток істотно впливає на роботу книжкового ринку та, зокрема, сприяє буму піджанру роментезі («романтичне фентезі») [18]. Спираючись на висновки інших дослідників, авторки описують онлайн-спільноти на кшталт буктоку як такі, що створюються користувачами, а впорядковуються алгоритмами: контент продукують самі читачі, але його поширення та пріоритетність у стрічці залежать від алгоритмів TikTok [18, с. 3]. У такому баченні букток постає середовищем, де читацькі рекомендації, емоційні відгуки та видавничі кампанії перетинаються в полі алгоритмічного добору контенту, що й забезпечує появу та закріплення нових трендових жанрових ніш .

Для українського контексту це означає, що букток водночас належить до кількох шарів медіареальності. По-перше, він діє в середовищі, де соціальні мережі вже стали одним із головних чинників формування читацьких звичок і літературних уподобань підлітків, а поради книжкових блогерів та онлайн-рецензії помітно впливають на вибір книжок. По-друге, букток близький до підходів використання відеорецензій і візуальних форматів на зразок букстаграмів розглядається як найбільш дієвий спосіб зацікавити молодь літературою. По-третє, нетипові, некласичні форми популяризації читання є прийнятними доти, доки вони залишаються етичними й справді працюють.

На основі розглянутих праць про соціальне читання, книжкові блоги, буктрейлери та бізнес-комунікації видавництв доцільно узагальнити комунікаційний ланцюг, у якому функціонує букток як посередник між видавництвами та читачами (рис. 1.1).

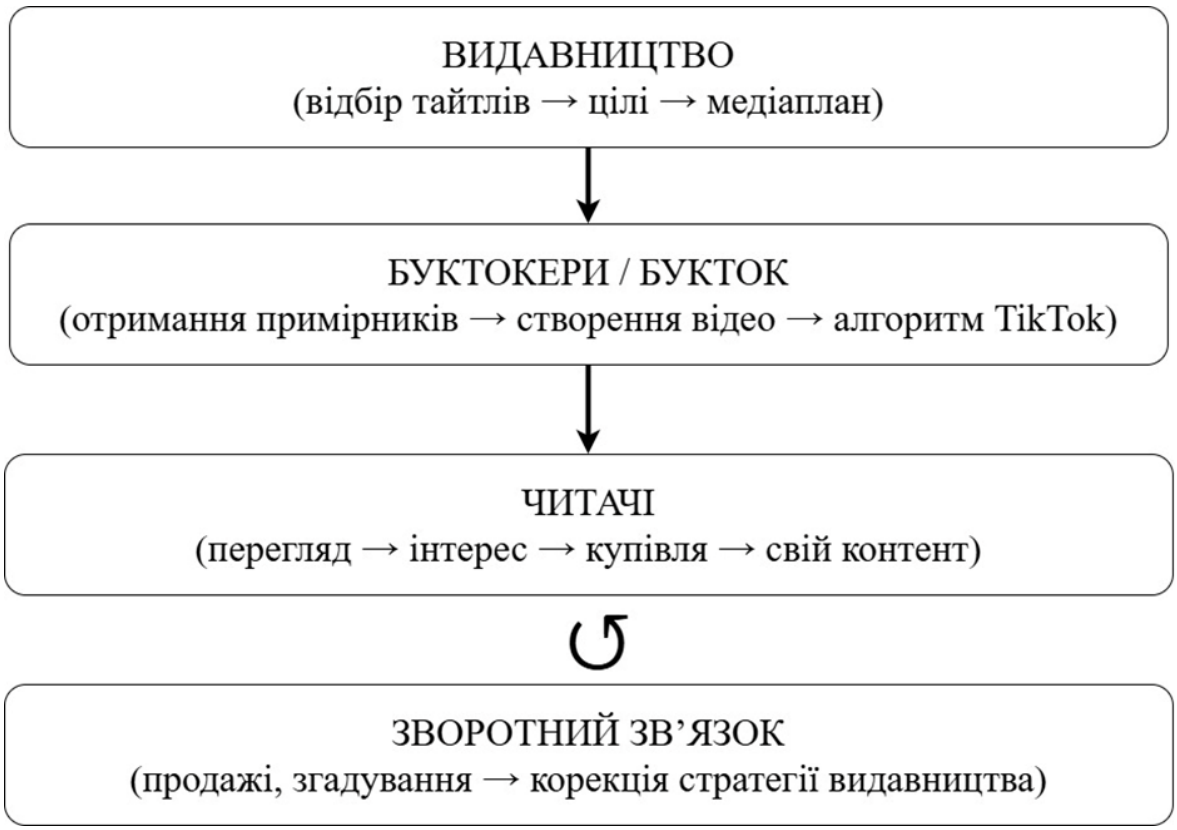


Рис. 1.1. Комунікаційний ланцюг функціонування буктоку між видавництвом і читачем

Складено автором на основі джерел [2; 6; 13; 19].

Таким чином, букток у сучасному цифровому просторі можна розглядати як явище на перетині трьох сфер: підліткового й молодіжного користування соцмережами (де поєднуються розваги, емоційна підтримка та книжкові поради), видавничого просування книжок (із опорою на короткі емоційні відео й активні спільноти в TikTok) та самопрезентації читачів, коли особисті враження від читання стають публічним контентом і впливають на те, які книжки помічає й обирає аудиторія.

1.3.Особливості створення контенту українського буктоку: результати власного дослідження

Емпіричну базу дослідження становлять відеоматеріали п’яти TikTok-акаунтів українського буктоку: **@mari.inich, @victorybooks, @katyybebe, @liza.susik та @sens_kyiv** (див. Додаток А). Відбір цих акаунтів здійснено за трьома критеріями. Перший критерій – належність до українського сегмента TikTok і переважання україномовного контенту. Другий – систематична присутність книжкової тематики, тобто регулярне створення відео про читання, книжкові рекомендації, прочитане, добірки, плани або обговорення книжок. Третій – різний тип організації контенту. До вибірки включено чотири персональні акаунти буктокерок і один інституційний акаунт книгарні. Це дало змогу охопити як індивідуальну подачу книжкового контенту, так і його створення від імені книжкової інституції.

Такий принцип відбору дозволяє розглянути український букток не на одному окремому прикладі, а на матеріалі сторінок, що репрезентують кілька поширених способів подачі книжок у TikTok. У персональних акаунтах основну роль відіграють власні читацькі враження, підсумки прочитаного, тематичні добірки, емоційні оцінки й поєднання книжкової теми з повсякденним життям. В акаунті книгарні книжковий контент будується через короткі опитування, діалоги з відвідувачами, рекомендації та прив’язку до конкретного книжкового простору. Отже, вибірка охоплює різні форми створення букток-контенту в межах українського сегмента платформи.

Аналіз здійснено на основі стрічок публікацій, прев’ю відео, заголовкових написів у кадрі, плейлистів, способів подачі книжок, візуального оточення роликів і загальної манери звернення до аудиторії. У межах дослідження особливості створення контенту розглянуто на чотирьох рівнях: мовно-стилістичному, наративному, візуальному та технічному. Такий поділ дає змогу послідовно простежити, якими засобами в українському буктоку організується книжкова рекомендація, вибудовується контакт із глядачем і формується впізнаваний тип книжкового відео.

На **мовно-стилістичному рівні** в усіх розглянутих акаунтах домінує сучасна розмовна українська мова з частими звертаннями до глядача, уживанням особових займенників «я», «ви», «ми» та емоційно забарвлених висловів. Заголовки, розміщені безпосередньо в кадрі, короткі й інформативні: «Найкраще прочитане 2025», «Прочитане за місяць», «Читаємо разом», «Найкращі книги 2025 року», «Книги, які я хочу перечитати» тощо. Вони одразу окреслюють тему ролика й задають його тип: підсумок, добірка, рекомендація або читацький виклик. Характерною ознакою є також поява англомовних елементів на зразок «POV», «VLOG», «TOP 10», «I'm just girl», які поєднуються з українським текстом і відбивають загальну стилістику молодіжного спілкування в соцмережах. Емодзі та розмовні фрази на кшталт «дуже чекаю», «я захейтила книгу», «це найкращий роман» виконують роль додаткового емоційного акценту. Така мовна організація створює ефект безпосереднього спілкування й наближає автора до аудиторії.

На **наративному рівні** у вибірці простежуються кілька повторюваних типів відео. Перший тип – ролики, пов'язані з часовим підсумком: «прочитане за місяць», «найкраще прочитане 2025», «книжкові плани 2025», «прочитане за рік». У таких відео блогерка зазвичай тримає в кадрі одну або кілька книжок і коротко ділиться враженнями від прочитаного. Із заголовків видно, що ці ролики виконують одночасно підсумкову й рекомендаційну функції. Другий тип становлять тематичні добірки: «українські автори», «книги, які я хочу перечитати», «найкращі книжки про кохання», «люблю українське та гейське» тощо. У таких відео книжки поєднано спільною темою, настроєм або читацьким інтересом. Третій тип – ролики, у яких книжки включено в ширший повсякденний контекст: спільні відео з друзями й партнерами, подорожі, відвідування вистав, кіноадаптацій або літературних подій. У цих випадках читання подано як звичну частину щоденного дозвілля та щоденних занять.

Особливий інтерес становить акаунт **@sens_kyiv**, оскільки він демонструє інший спосіб побудови контенту. Значна частина роликів оформлена як короткі опитування й розмови з відвідувачами книгарні. На прев'ю з'являються підписи «ТОП 10 2025 року», «типи читачів на початку року», «яку книгу ви обов'язково прочитаєте у 2025 році», «книжковий челендж». У центрі кадру зазвичай одна або кілька осіб із мікрофоном на тлі книжкових полиць чи входу до книгарні. У такий спосіб книжкова тема подається через живу комунікацію, а читача показано як учасника спільноти, що формується довкола конкретного книжкового простору.

На **візуальному рівні** спільною рисою всіх акаунтів є вертикальний формат відео та орієнтація на середній план. У центрі кадру здебільшого перебувають обличчя буктокерки або буктокера й книжка в руках. У профілях **@mari.inich** та **@victorybooks** фоном виступають домашні книжкові полиці, кімнати, іноді міський простір. Це підкреслює зв'язок читача з його особистим книжковим середовищем. В акаунті **@katyybebe** більшість роликів знято в одному впізнаваному інтер'єрі з теплим підсвіченням, книжковими стелажами та авторкою в центрі кадру, що формує цілісний і впізнаваний візуальний образ сторінки. У профілі **@liza.susik** книжкові ролики поєднуються з влогами, кадрами з поїздок і повсякденних ситуацій. На прев'ю часто з'являються написи на зразок «книги, які я хочу перечитати», «найбільше бісить», «мої 5 дитячих мрій», що поєднує книжковий контент із темою особистого життя. Для акаунта **@sens_kyiv** визначальним є простір книгарні: у кадрі регулярно з'являються вітрини, полиці, столи для читачів, зони для подій, вхід до книгарні. Отже, у вибраній вибірці простежуються два основні різновиди візуального середовища: персональний домашній або лайфстайл-простір і публічний книжковий простір книгарні.

На **технічному рівні** контент досліджуваних акаунтів загалом відповідає базовим можливостям TikTok. У стрічках поєднуються дуже короткі ролики, зосереджені на одній емоції, реакції чи книжковій пораді, і

довші відео, у яких авторка або автор детальніше коментує прочитане. Це дає змогу варіювати глибину подачі. Важливою ознакою є використання плейлистів, що впорядковують контент за темами. У різних акаунтах таку роль виконують або власне плейлисти, або повторювані назви на прев'ю: «Театр», «Розпаковка», «Прочитане за місяць», «Ви читаєте?», «Покажи свою бібліотеку» тощо. У більшості випадків авторка або автор сидить чи стоїть перед камерою, а динаміка досягається за рахунок міміки, жестів, демонстрування книжок, текстових наліпок, коротких монтажних переходів і музичного супроводу. Технічна організація контенту спирається на прості, але регулярні засоби, що відповідають загальній логіці платформи.

У межах проаналізованої вибірки особливості створення контенту українського буктоку виявляються через організацію короткого вертикального відео, добір мовнихзасобів, побудову повторюваних типів роликів, оформлення кадру та використання технічних інструментів TikTok. Порівняно з букстаграмом, де книжкова комунікація будується на статичному зображенні, композиції кадру та текстовому підписі, букток створюється як відеоформат, у якому поєднано усну подачу, міміку, жести, демонстрування книжки, монтажні переходи й текстові написи в самому кадрі. У досліджуваних акаунтах це простежується через ролики на зразок оглядів прочитаного за певний період, тематичних добірок, книжкових планів, рекомендацій, опитувань у книгарні та відео, де читання поєднано з повсякденним досвідом. Отже, аналіз спрямований на визначення того, як саме створюється книжковий відеоконтент: через вибір теми, формат заголовка, спосіб звернення до аудиторії, простір зйомки, розміщення книжки

в кадрі, тривалість ролика, використання плейлистів, текстових наліпок, монтажу й музичного супроводу.

У межах проаналізованої вибірки український букток також має риси, які вирізняють його на тлі ширшого зарубіжного букток-середовища, описаного в наукових працях. У ньому виразно помітна орієнтація на україномовний контент, увага до українських авторів, локальних книгарень і культурних подій, а також поєднання книжкових рекомендацій із

повсякденним досвідом і темами, важливими для української аудиторії. У такий спосіб у межах глобальної платформи формується локально окреслений різновид книжкового контенту.

Узагальнюючи спостереження, можна сказати, що контент українського буктоку у вибраній вибірці вирізняється такими рисами:

- використання неформальної української мови з домішкою англомовного інтернет-сленгу, коротких заголовків, емодзі й емоційно забарвлених висловів;
- побудова повторюваних типів відео: оглядів прочитаного за певний період, тематичних добірок, книжкових планів, рекомендацій, опитувань у книгарні та відео з елементами повсякденного досвіду;
- організація кадру навколо автора, книжки й простору зйомки: домашньої бібліотеки, кімнати, напівстудійного кута, лайфстайл-простору або інтер'єру книгарні;
- використання базових технічних інструментів TikTok: вертикального формату, текстових наліпок, плейлистів, коротких монтажних переходів, музичного супроводу та зміни тривалості відео;
- поєднання особистого читацького досвіду з рекомендаційною функцією, що дає змогу авторові звертатися до аудиторії через власні враження, добірки, запитання, опитування й реакції на книжки.

Отже, у досліджуваній вибірці український букток постає як сегмент TikTok, у якому книжковий контент створюється через поєднання особистого читацького досвіду, короткого відеоформату, впізнаваного візуального середовища та активного звернення до аудиторії. Саме це поєднання визначає особливості створення контенту українського буктоку на мовно-стилістичному, наративному, візуальному й технічному рівнях.

Висновки до 1 розділу

У першому розділі з'ясовано, що феномен буктоку формується в контексті досліджень читання, соціального читання та книжкових спільнот у

цифровому середовищі. Спираючись на генеалогічний підхід до читання й концепції електронної комунікації, букток розглянуто як одну з новітніх форм зміни способів читання, пов’язаних із поширенням електронних текстів, трансформацією носіїв писемності та зміною умов сприйняття тексту в цифрову епоху. Українські праці, присвячені стратегії розвитку читання, читанню як життєвій стратегії, соціальному читанню, книжковим телеграм-каналам, буктьюбу, букстаграму, буктрейлерам і комунікації видавництв у соціальних мережах, дають підстави трактувати букток як складову сучасної книжкової комунікації, пов’язану з культурною політикою, інформаційною безпекою, читацькою культурою молоді та видавничим просуванням книжок. Аналіз зарубіжних досліджень засвідчив, що букток інтерпретують як форму соціального читання, спільноту, у якій формуються читацькі навички та ідентичності, середовище книжкової мережевої мови й канал просування книжок у цифровому просторі.

Установлено, що український букток функціонує в межах українського сегмента цифрового медіапростору як середовище створення книжкового відеоконтенту, у якому поєднуються молодіжне користування соціальними мережами, книжкові рекомендації, популяризація читання та комунікація між читачами, буктокерами, книгарнями й видавництвами. Для підлітків і молоді він є одним із важливих каналів доступу до книжок, простором рекомендацій і формування читацьких уподобань. Досвід використання віртуального простору в освітніх проєктах засвідчує результативність стислих візуально-відеоформатів для молодіжної аудиторії, тому букток постає як продовження цієї тенденції. Матеріал українських досліджень і публіцистичних текстів також показує, що букток сприймається як прийнятний інструмент популяризації читання за умови дотримання етичних і правових норм.

Аналіз тематичних і жанрових напрямів букток-контенту показав, що помітне місце в ньому займають література для молоді, фентезі, антиутопії, романтичне фентезі, нонфікшн, соціально й екзистенційно навантажені тексти та класика. Поряд із цим активно функціонують емоційно забарвлені

добірки книжок, а також контент, зорієнтований на візуальний образ читання та книжковий стиль життя. Отже, жанрова структура буктоку поєднує літературні напрями з емоційними та лайфстайл-форматами, що відповідає особливостям сприйняття книжок у молодіжному середовищі TikTok.

Власний аналіз відеоматеріалів акаунтів @mari.inich, @victorybooks, @katyybebe, @liza.susik та @sens_kyiv дав змогу конкретизувати особливості створення книжкового відеоконтенту в українському буктоку. Відбір цих акаунтів здійснено з урахуванням їхньої належності до українського сегмента TikTok, систематичної присутності книжкової тематики та різного типу організації контенту, оскільки вибірка поєднує персональні сторінки буктокерок і інституційний акаунт книгарні. У результаті виявлено домінування розмовної української мови з елементами англомовного інтернет-сленгу, коротких інформативних заголовків, повторюваних типів відео, впізнаваних просторів зйомки та системного використання базових технічних інструментів TikTok.

У результаті аналізу відеоматеріалів акаунтів @mari.inich, @victorybooks, @katyybebe, @liza.susik та @sens_kyiv визначено конкретні особливості створення книжкового відеоконтенту в українському буктоку. У персональних акаунтах переважають огляди прочитаного за місяць або рік, тематичні добірки, книжкові плани, рекомендації та відео, у яких читання поєднується з повсякденним досвідом. В акаунті @sens_kyiv книжковий контент подано через короткі опитування, діалоги з відвідувачами, рекомендації та зйомку в просторі книгарні. На мовно-стилістичному рівні зафіксовано використання розмовної української мови, звертань до глядача, коротких заголовків, емодзі та англомовних елементів інтернет-сленгу. На візуальному рівні простежено повторювані простори зйомки: домашні бібліотеки, кімнати, лайфстайл-простір та інтер’єр книгарні. На технічному рівні виявлено використання вертикального формату, текстових наліпок, плейлистів, коротких монтажних переходів, музичного супроводу та відео різної тривалості. Отримані результати використано для подальшого

обґрунтування авторського аудіовізуального проєкту, зорієнтованого на формат українського буктоку.

РОЗДІЛ 2
АВТОРСЬКИЙ АУДІОВІЗУАЛЬНИЙ ПРОЄКТ УКРАЇНСЬКОГО БУКТОКУ

2.1. Написання творчої заявки аудіовізуального проєкту українського буктоку.

У межах практичної частини дослідження, що логічно продовжує теоретичне осмислення феномену українського буктоку та особливостей створення відповідного контенту, здійснюється розробка авторського аудіовізуального проєкту. На цьому етапі важливим є не лише формулювання загальної ідеї, а й її структуризація у вигляді творчої заявки, яка окреслює базові параметри майбутнього твору та визначає його місце в цифровому медіапросторі.

Аудіовізуальний проєкт, створений у межах даної роботи, орієнтований на специфіку платформи TikTok та суміжних цифрових середовищ, де короткий відеоформат поєднує інформаційну, емоційну й наративну функції. Водночас він виходить за межі виключно розважального контенту, інтегруючи елементи документального осмислення реальності, що відповідає виявленим у першому розділі тенденціям поєднання особистого досвіду, соціального контексту та книжкової тематики в українському буктоку.

Проєкт має такі характеристики:

Назва: «Між рядками»

Жанр: документальний фільм

Хронометраж: визначається форматом короткого аудіовізуального контенту, адаптованого до цифрових платформ.

Цільова аудиторія: аудиторія українського буктоку, зокрема молодь, що споживає книжковий контент у соціальних мережах

Канали розповсюдження: YouTube (основний майданчик); TikTok (промоція)

Таким чином, уже на рівні творчої заявки простежується поєднання документального підходу з логікою функціонування букток-контенту, де особистий досвід, емоційна залученість і соціальний контекст стають ключовими елементами побудови аудіовізуального висловлювання.

Пояснювальна записка аудіовізуального твору:

Аннотація. Аудіовізуальний проєкт «Між рядками» є документальним твором, що досліджує роль читання в умовах екзистенційної невизначеності, зокрема в контексті війни. У центрі уваги — досвід людини, яка звертається до книги як до простору, де зберігається відчуття логіки, завершеності та контролю.

Проєкт розкриває подвійність читання: з одного боку, як форми тимчасового відсторонення від травматичної реальності, з іншого — як ресурсу для внутрішнього відновлення. Основна ідея полягає в переосмисленні книги не як «втечі», а як інструменту психологічної адаптації, що дозволяє людині повернути суб’єктивне відчуття контролю над власним життям.

Ідея проєкту безпосередньо пов’язана з результатами проведеного дослідження українського буктоку, у межах якого було встановлено, що книжковий контент у TikTok поєднує емоційність, особистий досвід і соціальний контекст. Особливо показовим є те, що читання в букток-контенті часто подається не лише як рекомендація книг, а як спосіб проживання досвіду, емоційної стабілізації та саморефлексії.

Саме це спостереження стало відправною точкою для формування задуму: перейти від короткого, фрагментарного букток-відео до більш цілісного аудіовізуального висловлювання, яке дозволяє глибше розкрити тему читання як психологічного ресурсу. Таким чином, проєкт розширює логіку буктоку, зберігаючи його емоційність і суб’єктивність, але доповнюючи їх документальною глибиною.

Тема є особисто значущою, оскільки досвід читання в умовах війни набуває нових функцій і перестає бути лише формою дозвілля. Книга стає

способом структурування реальності, пошуку сенсів і внутрішньої опори. Це зумовлює прагнення осмислити цей процес не лише на рівні спостереження, а й через створення власного аудіовізуального продукту.

Результати дослідження реалізуються у проєкті через:
– використання особистого наративу як основи відео;
– акцент на емоційній складовій взаємодії з книгою;
– поєднання повсякденного середовища з книжковим контентом;
– звернення до актуального соціального контексту (війна, невизначеність).

Метою створення проєкту є трансформація сприйняття читання — від розважальної практики до інструменту ментальної стійкості та адаптації.

Для реалізації задуму обрано *жанр* документального фільму. Такий вибір зумовлений необхідністю працювати з реальним досвідом, автентичними емоціями та конкретним соціальним контекстом, що є визначальними для теми проєкту.

Документальний формат дозволяє поєднати спостереження за реальністю з авторською рефлексією, створюючи ефект достовірності й довіри. Водночас він відкриває можливість для суб'єктивного висловлювання, що є важливим у контексті буктоку, де персональний досвід є ключовим елементом контенту.

Крім того, обраний жанр відповідає прагненню зафіксувати не лише сам факт читання, а й його внутрішнє значення для людини, що складно передати в межах суто розважального або оглядового формату.

Унікальність проєкту полягає в поєднанні логіки букток-контенту з документальним підходом. На відміну від типових букток-відео, які мають фрагментарний і рекомендаційний характер, у даному проєкті здійснюється спроба створення цілісного наративу про читання як досвід.

Вперше в межах цього формату:

– читання розглядається як механізм психологічної адаптації в умовах війни;
– букток-естетика інтегрується в документальний відеопродукт;

– акцент зміщується з книги як об’єкта рекомендації на процес взаємодії людини з нею;

– показано момент «повернення» з книжкового світу в реальність як ключову драматургічну точку.

Таким чином, проєкт виходить за межі традиційного книжкового контенту, пропонуючи новий спосіб його осмислення.

Цільовою аудиторією проєкту є молодь, зокрема користувачі українського буктоку, які активно споживають книжковий контент у цифрових середовищах. Це аудиторія, для якої характерні кліпове мислення, емоційне сприйняття інформації та орієнтація на особистий досвід інших.

Водночас проєкт може бути релевантним і ширшій аудиторії, яка шукає способи осмислення власного досвіду в умовах нестабільності та невизначеності.

Основне завдання твору — змінити оптику сприйняття читання: показати його не лише як форму дозвілля, а як інструмент внутрішньої підтримки. Глядач має впізнати в цьому досвіді себе або отримати новий спосіб інтерпретації власного ставлення до книг.

Кінцевим результатом є створення аудіовізуального продукту, який поєднує емоційну залученість, соціальну актуальність і концептуальну цілісність, а також здатний функціонувати як у межах довшого формату (YouTube), так і в адаптованому вигляді в середовищі TikTok.

2.2. Підготовка сценарію аудіовізуального проєкту

Наступним етапом роботи над аудіовізуальним проєктом є літературно-художня розробка ідеї, що передбачає її конкретизацію у формі синопсису, окреслення ключових подій, а також створення сценарної та режисерської моделі твору. На цьому рівні задум набуває чіткої структури та переходить від концептуального осмислення до практичної реалізації.

Сюжетна основа проєкту узагальнено відображена у синопсисі: дівчина занурюється у світ книжок, щоб втекти від невизначеності війни, однак

момент повернення в реальність змушує її переосмислити читання не як втечу, а як ресурс внутрішньої підтримки.

Ключові події твору вибудовуються навколо внутрішнього досвіду героїні, яку уособлює ведуча. Вона проходить шлях від легкого, майже побутового сприйняття читання до його глибшого усвідомлення; у кадрі ведуча виступає водночас і спостерігачем, і носієм особистого досвіду, що послідовно вводить глядача в логіку розгортання історії.

Сценарій аудіовізуального проєкту. Сценарій побудований за класичною драматургічною моделлю, що забезпечує цілісність і емоційну виразність наративу. В експозиції глядач потрапляє в атмосферу книжкового фестивалю: простір наповнений рухом, звуками, людьми, що взаємодіють із книжками як із частиною повсякденного життя. На цьому етапі читання подається як природна й приємна практика, що дарує короткочасне відчуття спокою.

Поступово наратив переходить до зав’язки, де з’являється внутрішній конфлікт. Через деталі — зміни в настрої, візуальні акценти, згадки про війну — формується відчуття нестабільності та втрати контролю. У цьому контексті книга постає як альтернативний простір, у якому зберігається логіка, передбачуваність і завершеність.

Розвиток дії відбувається через особисту рефлексію ведучої, яка осмислює власний досвід взаємодії з книгою. Тут важливим є поєднання зовнішнього спостереження і внутрішнього монологу, що дозволяє поступово занурити глядача в емоційний стан героїні.

Кульмінація настає в момент завершення читання: ведуча закриває книгу, і цей жест стає символічною точкою повернення до реальності. Саме тут найгостріше відчувається контраст між впорядкованим книжковим світом і непередбачуваністю життя. Візуальні та звукові засоби підсилюють цей ефект, акцентуючи увагу на внутрішньому переломі.

У розв’язці відбувається переосмислення: читання більше не трактується як форма втечі, а набуває значення ресурсу, що допомагає

впоратися з реальністю. Фінал закріплює цю ідею через звернення ведучої до глядача, яке звучить уже спокійніше й упевненіше, підкреслюючи внутрішню трансформацію.

Режисерське бачення проєкту ґрунтується на прагненні поєднати документальність із суб'єктивністю. Візуальна мова будується на контрасті між динамічним публічним простором і внутрішньо зосередженими моментами. Загальні плани дозволяють передати атмосферу події, тоді як крупні — зафіксувати емоційний стан героїні, створюючи ефект близькості й довіри.

У роботі над відео поєднуються різні методи зйомки: репортажний підхід забезпечує природність і достовірність середовища, постановочні елементи дозволяють вибудувати логіку кадру, а звернення ведучої до камери наближає формат до особистої розмови з глядачем. Така комбінація відповідає специфіці букток-контенту, але водночас розширює його можливості за рахунок більш глибокої драматургії.

Звукове оформлення виконує не лише супровідну, а й смислотворчу функцію. Насичене звукове середовище на початку створює ефект занурення в подію, тоді як у кульмінаційний момент різке зниження або відсутність звуку підкреслює внутрішню напругу. Музичний супровід залишається стриманим і працює на підсилення емоційних акцентів, не відволікаючи від змісту.

Таким чином, літературно-художня розробка ідеї дозволяє трансформувати початковий задум у цілісну сценарно-режисерську модель, у якій поєднуються особистий досвід, соціальний контекст і специфіка сучасного аудіовізуального контенту.

Продовження літературно-художньої розробки ідеї передбачає конкретизацію візуального виміру проєкту, що є не менш важливим, ніж сценарна структура. У цьому контексті іконографічний матеріал виконує функцію попереднього моделювання екранного простору та дозволяє окреслити естетичні орієнтири майбутнього твору.

Іконографічний матеріал. Візуальне рішення проєкту ґрунтується на поєднанні природності, документальної спостережливості та емоційної виразності. Стиль екранного простору тяжіє до естетики сучасного букток-контенту, однак не відтворює її буквально, а адаптує до більш цілісного аудіовізуального формату. Йдеться про збереження ефекту «живого» відео — з природним світлом, мінімальною постановочністю, відчуттям присутності в реальному середовищі — водночас із більш продуманою композицією кадру та драматургією візуального ряду.

Естетично проєкт орієнтується на відеоконтент, у якому поєднуються елементи відеоблогу, документального спостереження та емоційного сторітелінгу. Візуальне натхнення формують матеріали з платформ, де книжковий контент подається через атмосферу, деталі та настрій: м’яке природне світло, фокус на фактурі об’єктів (книги, сторінки, простір навколо), а також використання коротких, але виразних візуальних фрагментів. Водночас, на відміну від типових коротких відео, у цьому проєкті ці елементи інтегруються в більш повільну, рефлексивну візуальну логіку.

Образ ведучої формується як поєднання звичайності та впізнаваності. Вона не дистанціюється від глядача, а виглядає частиною середовища, у якому відбувається дія. Візуальні референси для ведучої пов’язані з образом «звичайної людини в кадрі», без надмірної стилізації: повсякденний одяг, природний вигляд, мінімальний грим. Такий підхід дозволяє зосередити увагу не на зовнішньому образі, а на внутрішньому стані та переживанні. Водночас окремі деталі (кольори одягу, фактура тканин) підбираються таким чином, щоб гармоніювати з загальною кольоровою палітрою кадру та не створювати візуального дисонансу.

Візуальні референси локацій базуються на поєднанні відкритого публічного простору та більш інтимних зон. Простір книжкового фестивалю подається як динамічний, насичений подіями, з великою кількістю людей, руху й візуальних подразників. Тут важливими є глибина кадру,

багатошаровість композиції, наявність другорядних дій на фоні. Натомість окремі сцени (зокрема кульмінаційна) вибудовуються в більш ізольованому середовищі — з меншим візуальним шумом, спокійнішою композицією, акцентом на героїні.

Безпосередні локації зйомки включають простір фестивалю «Книжкова країна» на ВДНГ та книгарню, які разом формують цілісний образ сучасної книжкової культури. Перша локація дозволяє показати масовість і соціальність читання, його вбудованість у міський культурний простір. Друга — створює більш камерну атмосферу, де взаємодія з книгою стає особистішою і зосередженішою. Така комбінація локацій підсилює основну ідею проєкту, дозволяючи показати читання одночасно як публічну і приватну практику.

Отже, іконографічний матеріал визначає не лише зовнішній вигляд майбутнього твору, а й спосіб візуального мислення, у межах якого поєднуються документальність, емоційність і стилістика сучасного цифрового контенту.

Реалізація проєкту передбачає роботу компактної творчої групи, що відповідає формату незалежного аудіовізуального виробництва та специфіці букток-контенту. Основні функції зосереджені в межах авторського контролю, що забезпечує цілісність стилю та концепції. До складу творчої групи входять: автор сценарію та ведуча, режисер монтажу, та оператор — Мельник Олександра Андріївна та оператор Матвійчук Христина Сергіївна . Такий розподіл ролей дозволив поєднати авторське бачення з технічною реалізацією без втрати змістовної єдності.

Технічне забезпечення проєкту базується на використанні доступного, але функціонально достатнього обладнання, що відповідає умовам мобільної зйомки в публічному просторі. До переліку техніки входять: камера Canon EOS M50 Mark II, мікрофон Fifine, об’єктиви (китовий та Meike 25mm) . Такий набір забезпечує належну якість відео- та аудіозапису, водночас не обмежуючи свободу пересування та оперативність роботи в кадрі.

З огляду на документальний характер проєкту, потреба в реквізиті є мінімальною. Основним об’єктом у кадрі виступає книга як смисловий центр наративу. Костюм ведучої сформований у повсякденному стилі (джинси, кофта, куртка, сорочка, кепка) , що відповідає загальній естетиці природності та наближеності до глядача. Такий підхід дозволяє уникнути штучності й зберегти ефект документальної достовірності.

Фінансова модель проєкту передбачає використання власних коштів автора як основного джерела фінансування. Це визначає загальну економічну структуру виробництва, орієнтовану на мінімізацію витрат без втрати якості. Основні статті витрат включають: технічне забезпечення (наявне обладнання, без оренди), транспортні витрати, організаційні витрати, а також умовну оплату праці (у форматі авторського внеску). Відсутність значних витрат на декорації, оренду студії та реквізит зумовлена використанням реальних локацій і природного середовища.

Календарно-постановочний план проєкту передбачає поетапну реалізацію.

Етап	**Дати**	**Зміст робіт**
Передпродакшн	з 10.03	Розробка концепції, написання сценарію, організаційні рішення, підготовка до зйомок
Основний знімальний день	23.03	Проведення основних зйомок відеоматеріалу
Додаткові зйомки	05.04	Зйомка додаткових сцен, доопрацювання відзнятого матеріалу
Постпродакшн	після 05.04	Монтаж відео, робота зі звуком, кольорокорекція, фінальне оформлення

Таким чином, документація проєкту демонструє, що його реалізація базується на принципах компактності, мобільності та авторської цілісності. Усі виробничі рішення — від складу команди до технічного забезпечення —

підпорядковані не лише економічним умовам, а й загальній концепції твору, що передбачає природність, достовірність і тісний зв’язок із реальним середовищем.

Аналіз драматургічної та аудіовізуальної структури твору. Сценарна конструкція аудіовізуального проєкту «Між рядками» побудована навколо внутрішнього психологічного конфлікту героїні, що розгортається через взаємодію двох просторів — книжкового та реального. Драматургія твору не ґрунтується на зовнішній подієвості, натомість основою розвитку стає поступова зміна емоційного стану ведучої та переосмислення функції читання в умовах війни.

Сценарій.

Експозиція (00:00 — 01:30)		
Таймінг	*Відеоряд*	*Текст / звук*
00:00–00:12	*Загальні плани книжкової виставки. Люди між стендами, атмосфера ярмарку. Крупні плани: героїня читає книгу, усміхається.*	*«Ми всі зараз трохи залежні. Хтось від новин, хтось від кави, а ми — від книжок.»*
00:12–00:34	*Крупні плани книг, рук, сторінок, героїня гортає книгу серед натовпу.*	*«Ти купуєш нову історію і на пару годин купуєш собі спокій.»*
00:34–00:41	*Крупний кадр героїні перед камерою в стилі інтерв’ю.*	*«Це такий легальний спосіб відчути, що ти на щось впливаєш. Хоча б на те, чим закінчиться цей розділ.»*
00:41–00:55	*Кадри виставки змінюються тривожними деталями: постери про війну, Telegram-канали, повідомлення про повітряну тривогу.*	*«Війна стерла наше завтра. Ми не знаємо, що буде через тиждень. І цей вакуум контролю страшно тисне.»*
00:55–01:03	*Крупний кадр героїні перед камерою в стилі інтерв’ю.*	*«Книжка стає ідеальним сховищем. Там логічно, зрозуміло. Там ти знаєш, на якій сторінці фінал.»*
01:03–01:10	*Героїня сидить на лавці та читає книгу. Спокійна атмосфера.*	*Атмосферна музика без тексту.*
01:10–01:13	*Крупний кадр героїні перед камерою в стилі інтерв’ю.*	*«Ми тікаємо туди, щоб не збожеволіти від невизначеності тут.»*

01:13–01:27	*Героїня заходить у будівлю. Кадри книжкових полиць, багато книг, чергування загальних і крупних планів.*	*Музика наростає.*
01:27–01:30	*Темний екран. Музика згасає.*	*Пауза / звуковий перехід.*
Кульмінація (01:30 — 03:45)		
Таймінг	*Відеоряд*	*Текст / звук*
01:30–01:40	*Крупний кадр героїні перед камерою в стилі інтерв'ю. Нова музична тема.*	*«Книга — це простір, де нарешті можна відчути контроль та спокій.»*
01:40–02:25	*Героїня читає книгу, закриває її. Музика стає драматичнішою. Вона встає і йде. Кадри презентації, згадки про російські переклади книжок.*	*«Найгірше — момент, коли ти дочитуєш останнє слово. Ти закриваєш книжку і все. Ти знову тут. На тебе одразу обвалюється реальність. Якісь справи, купа проблем. Там ти був кимось важливим, ти розумів правила гри. А тут ти знову просто людина, яка не має жодного поняття, як правильно жити це життя. І від цього стає по-справжньому страшно.»*
02:25–02:33	*Крупний кадр героїні перед камерою в стилі інтерв'ю.*	*«В книжці все зрозуміло. Навіть якщо там стається катастрофа, ти розумієш, чому це сталося і коли це закінчиться. А в житті — ні.»*
02:33–02:44	*Кадри виставки, Telegram-канали, повідомлення про ракетні атаки.*	*Тривожна музика.*
02:44–02:55	*Крупний кадр героїні перед камерою в стилі інтерв'ю.*	*«Повертатись туди, де ти нічого не контролюєш і не знаєш, що буде через 5 хвилин після ідеального сюжету. Це як вийти з теплого дому на мороз.»*
02:55–03:33	*Кадри книжкової ярмарки. Героїня притискає до себе сумку з написом «Книжкова терапія Vivat».*	*Музика поступово стає спокійнішою.*
03:33–03:40	*Крупний кадр героїні перед камерою в стилі інтерв'ю.*	*«І що з цим робити? Перестати читати, щоб не було боляче повертатись?»*
03:40–03:45	*Кадри виставки. Музика змінюється на позитивнішу й надихаючу.*	*Музичний перехід до розв'язки.*
Розв'язка (03:45 — 05:48)		

Таймінг	*Відеоряд*	*Текст / звук*
03:45–04:03	*Героїня на виставці, люди, книги, живі емоції.*	*«Ні, просто треба визнати: книга — це не бункер, це підзарядка. Ми йдемо в ці історії не для того, щоб там залишитись, а щоб вийти звідти з силами.»*
04:03–04:35	*Крупний кадр героїні перед камерою в стилі інтерв'ю чергується з позитивними кадрами виставки: люди, сміх, героїня гойдає великий кораблик на воді.*	*«Якщо мій герой зміг вижити у своїй катастрофі, тоді і я зможу вистояти у своїй. Це не втеча від реальності, це підготовка до неї. Ми повертаємо собі контроль не над війною, а над тим, як ми на неї реагуємо.»*
04:35–05:48	*Кадри виставки, героїня серед людей. Фінальні кадри: героїня проходить через арку й озирається на глядача.*	*«Майбутнє досі в тумані. Головне — не дати цьому туману зупинити тебе сьогодні. Помилятися, купувати чергову книгу, вчитися, працювати — це і є наш спосіб володіти своїм життям. Справжня історія пишеться прямо зараз на цих вулицях.»*

Таблиця 2.2.2. Сценарій аудіовізуального твору.

Експозиція формує початкову атмосферу твору через поєднання загальних планів книжкової виставки та крупних кадрів взаємодії героїні з книгою. Простір фестивалю показаний як емоційно безпечне середовище, у якому читання сприймається як природна частина повсякденного життя. Важливу роль на цьому етапі відіграє контраст між динамічністю публічного простору та внутрішньою зосередженістю героїні. Уже в перших репліках формується ключова тема твору — прагнення людини повернути хоча б часткове відчуття контролю над власним життям.

Подальший розвиток дії поступово змінює емоційний тональність відео. Через інтеграцію кадрів із Telegram-сповіщеннями, повідомленнями про повітряну тривогу та візуальними нагадуваннями про війну формується відчуття постійної нестабільності. У цей момент книга починає функціонувати не лише як предмет культури або дозвілля, а як символ структурованого світу, у якому існують логіка, завершеність і передбачуваність. Таким чином, у творі формується опозиція між впорядкованим наративом книги та хаотичністю реального життя.

Важливим елементом сценарної побудови є чергування інтерв'ю-звернень героїні та спостережливих документальних кадрів. Така структура дозволяє поєднати суб'єктивну рефлексію з ефектом присутності в реальному середовищі. Звернення безпосередньо в камеру створюють відчуття інтимності та особистої розмови з глядачем, що відповідає специфіці цифрового контенту та естетиці буктоку. Кульмінаційний момент твору пов'язаний із завершенням читання. Жест закриття книги стає ключовою драматургічною точкою, яка символізує повернення до реальності. Саме в цій сцені найгостріше проявляється контраст між книжковим простором і зовнішнім світом. Візуальна структура епізоду підсилюється зміною ритму монтажу, драматичнішим музичним супроводом та переходом до кадрів, пов'язаних із суспільною й воєнною реальністю. Завдяки цьому кульмінація набуває не лише емоційного, а й концептуального значення.

Суттєву роль у побудові емоційної динаміки відіграють засоби аудіовізуальної виразності. Крупні плани використовуються для фіксації внутрішнього стану героїні та створення психологічної близькості між нею і глядачем. Загальні плани книжкової виставки, навпаки, підкреслюють соціальність простору та колективність досвіду читання. Монтаж побудований на ритмічному чергуванні спокійних атмосферних сцен і тривожних візуальних акцентів, що дозволяє поступово нарощувати внутрішню напругу.

Окрему функцію виконує звукове оформлення. На початкових етапах музика створює ефект занурення в комфортний і безпечний простір, однак у кульмінаційних сценах її характер змінюється: з'являються паузи, драматичні акценти, приглушення звуку. Такий підхід дозволяє підсилити психологічний стан героїні без надмірної емоційної експресії.

Розв'язка твору змінює початкову інтерпретацію читання. Якщо на початку книга сприймалася як форма втечі від реальності, то у фіналі вона переосмислюється як ресурс внутрішньої стабілізації. Важливим є те, що фінал не пропонує ілюзії повного подолання страху чи невизначеності.

Навпаки, у творі підкреслюється збереження зовнішньої нестабільності, однак змінюється спосіб взаємодії людини з цією реальністю.

Фінальні кадри, у яких героїня рухається міським простором і озирається на глядача, виконують символічну функцію повернення до життя поза межами книжкового світу. У поєднанні з фінальним текстом вони закріплюють головну ідею твору: читання не усуває реальність, але може допомогти людині зберегти внутрішню здатність діяти, адаптуватися та продовжувати рух уперед.

Таким чином, сценарна й аудіовізуальна структура проєкту формує цілісний документальний наратив, у якому поєднуються елементи особистої рефлексії, соціального контексту та естетики сучасного цифрового контенту. Через використання драматургічних, візуальних і звукових засобів проєкт розкриває читання не лише як культурну практику, а як спосіб психологічного переживання реальності в умовах війни.

2.3. Розробка контент-стратегії у просуванні аудіовізуального проєкту українського буктоку.

Перехід від виробництва аудіовізуального продукту до його просування в медіапросторі є логічним продовженням реалізації проєкту, оскільки саме на цьому етапі відбувається його інтеграція в цифрове середовище та взаємодія з аудиторією. Контент-стратегія розробляється з урахуванням специфіки українського буктоку, де ключову роль відіграють короткі відеоформати, емоційна подача, персоналізоване звернення та алгоритмічна логіка поширення контенту.

З огляду на це, стратегія просування проєкту «Між рядками» передбачає поєднання двох рівнів контенту: основного (довшого формату для YouTube) та адаптованого (короткі відео для TikTok). Такий підхід дозволяє охопити різні сценарії споживання контенту та забезпечити поступове занурення глядача в тему.

Ключовою ідеєю контент-стратегії є трансформація одного аудіовізуального твору в серію взаємопов’язаних одиниць контенту, кожна з яких виконує окрему функцію: привернення уваги, емоційне залучення або перенаправлення на повну версію відео.

Тип контенту	**Формат**	**Функція**
Тизер	коротке відео (10–15 с)	зацікавлення, створення інтриги
Емоційний фрагмент	15–30 с	виклик емоційної реакції
Сюжетний уривок	30–60 с	часткове розкриття історії
Повна версія	YouTube-відео	цілісне сприйняття твору

Табл. 2.3.1. Типи контенту для поширення ідеї у мережі.

Контент для TikTok будується за принципом самодостатності кожного відео: навіть фрагмент має працювати як окреме висловлювання, але водночас стимулювати перехід до повного матеріалу. При цьому особлива увага приділяється першим секундам відео (hook), які мають одразу задати емоційний або смисловий акцент.

Змістовно контент-стратегія спирається на основні ідеї проєкту — читання як ресурс, досвід повернення до реальності, емоційна взаємодія з книгою. Саме ці смислові ядра трансформуються в окремі контентні одиниці, наприклад:

– «Чому після книги стає важче, ніж під час неї?»
– «Момент, коли ти закриваєш книгу і повертаєшся в реальність»
– «Читання — це втеча чи підготовка?»

Окрему роль відіграє стиль комунікації, який має відповідати букток-естетиці: звернення на «ти», розмовна інтонація, емоційність і відчуття особистої розмови. Водночас, на відміну від типового розважального контенту, тут зберігається смислова глибина та рефлексивність.

Частота публікацій вибудовується за принципом поступового «прогріву» аудиторії:Такий розподіл дозволяє не лише привернути увагу до проєкту, а й утримувати інтерес аудиторії протягом тривалого часу.

Етап	**Тип контенту**	**Період**
Передреліз	тизери, короткі фрази	3–5 днів
Реліз	основні фрагменти	1–2 дні
Післяреліз	додаткові сенси, цитати	5–7 днів

Табл. 2.3.2. Типи контенту для поширення, залежно від періоду.

Важливим елементом стратегії є також робота з алгоритмами платформи: використання релевантних хештегів (зокрема пов’язаних із буктоком і читанням), актуальних звуків, а також інтерактивних елементів (запитання до аудиторії, заклики до коментарів). Це сприяє підвищенню видимості контенту та залученню нових глядачів.

Таким чином, контент-стратегія просування проєкту ґрунтується на поєднанні глибокого змісту з адаптованими формами подачі, що відповідають логіці сучасних соціальних мереж. Вона забезпечує не лише розповсюдження аудіовізуального твору, а й створення навколо нього комунікативного середовища, у якому глядач стає активним учасником взаємодії.

Цільова аудиторія. Розробка ефективної контент-стратегії неможлива без урахування інтересів і медіазвичок цільової аудиторії. З огляду на спрямованість проєкту на сегмент українського буктоку, ключовою

аудиторією є молодь, яка активно споживає короткий відеоконтент і формує свої читацькі практики через соціальні мережі.

Як було зазначено в попередньому розділі, саме соціальні платформи стають одним із головних каналів взаємодії з книжковим контентом, а рекомендації блогерів суттєво впливають на вибір книг. Для підтвердження цих тенденцій було проведено опитування, результати якого відображають типові патерни поведінки аудиторії.

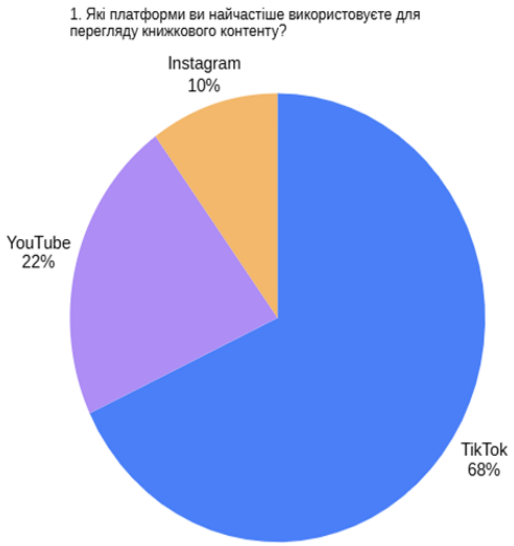


Рис. 2.3.1. Діаграма, що демонструє, якому додатку надають перевагу опитані читачі.

Отримані дані демонструють домінування TikTok як основного каналу споживання книжкового відеоконтенту. Водночас YouTube зберігає позицію платформи для більш тривалого та змістовного перегляду.

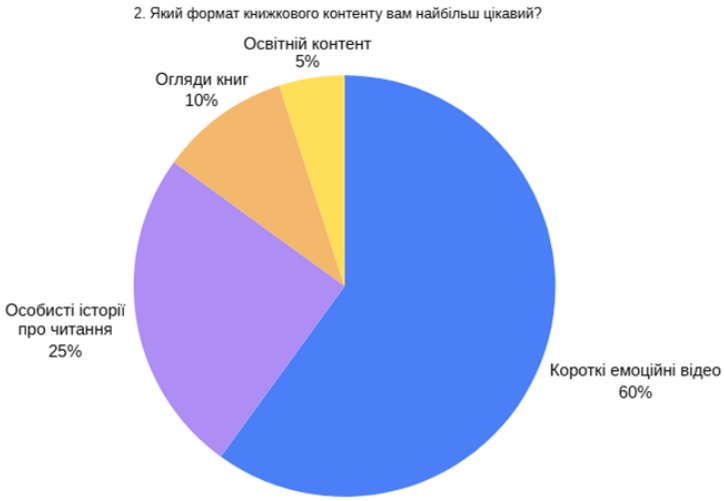


Рис. 2.3.2. Діаграма, що демонструє, якому контенту надають перевагу опитані читачі.

Ці результати підтверджують, що аудиторія тяжіє не до класичних оглядів, а до емоційного та персоналізованого контенту. Саме це безпосередньо корелює з форматом буктоку та концепцією проєкту.

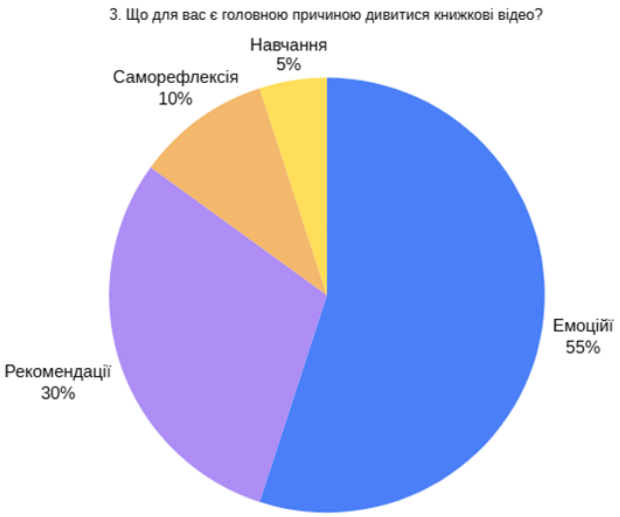


Рис.2.3.3. Діаграма, що демонструє причини перегляду бук-контенту опитаними читачами.

Таким чином, емоційний компонент і можливість впізнати власний досвід у контенті є ключовими мотиваційними чинниками.

На основі цього аналізу вибір каналів розповсюдження проєкту є логічно обґрунтованим.

По-перше, **TikTok** виступає основною платформою для залучення аудиторії. Його алгоритмічна система дозволяє поширювати контент навіть без наявності великої бази підписників, що є особливо важливим для нового проєкту. Крім того, саме тут найкраще працюють короткі емоційні відео, які становлять основу контент-стратегії.

По-друге, **YouTube** використовується як платформа для розміщення повної версії аудіовізуального твору. На відміну від TikTok, він передбачає більш глибоке й тривале залучення глядача, що відповідає документальному формату проєкту.

Таким чином, поєднання цих двох платформ дозволяє реалізувати дворівневу модель комунікації:

Отже, аналіз інтересів аудиторії підтверджує доцільність обраної стратегії просування та демонструє, що проєкт органічно вписується в актуальні медіапрактики українського буктоку.

Висновки до ІІ розділу.

У другому розділі було розроблено авторський аудіовізуальний проєкт «Між рядками», створений на основі дослідження українського буктоку та особливостей сучасного книжкового контенту в цифровому середовищі. Практична частина роботи дозволила трансформувати результати теоретичного дослідження у цілісний документальний твір, що поєднує елементи особистої рефлексії, соціального контексту та естетики букток-контенту.

У межах пре-продакшну було сформовано творчу заявку, розроблено синопсис, сценарну структуру та режисерську концепцію проєкту. Основна ідея твору полягає в осмисленні читання як ресурсу психологічної підтримки та адаптації в умовах війни й невизначеності.

Етап продакшну передбачав проведення зйомок у реальному середовищі — на книжковому фестивалі та в книгарні. У роботі було поєднано репортажний і постановочний підходи, що дозволило зберегти

документальну достовірність і водночас забезпечити композиційну цілісність кадру.

Під час постпродакшну здійснювалися монтаж, робота зі звуком та кольорокорекція. Монтажна структура та звукове оформлення були спрямовані на підсилення емоційної драматургії твору та контрасту між книжковим простором і реальністю війни.

У результаті було створено аудіовізуальний продукт, який демонструє можливість поєднання букток-естетики з документальним підходом. Проєкт розкриває читання не лише як форму дозвілля, а як спосіб внутрішньої підтримки та осмислення реальності в умовах суспільної нестабільності.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі досліджено особливості створення контенту українського буктоку та реалізовано авторський аудіовізуальний проєкт, розроблений на основі отриманих теоретичних і практичних результатів. Досягнення поставленої мети забезпечено шляхом послідовного виконання визначених завдань дослідження.

Проаналізовано наукові підходи до вивчення феномену буктоку в українському та зарубіжному науковому дискурсі. Встановлено, що букток розглядається як форма соціального читання, спільнота практики, простір формування читацької ідентичності, інструмент книжкової промоції та складова цифрової культури. Виявлено, що міжнародні дослідження зосереджуються переважно на питаннях читацьких практик, впливу соціальних мереж на добровільне читання, формуванні онлайн-спільнот та особливостях цифрової комунікації, тоді як український букток як окремий сегмент медіапростору досліджений недостатньо.

Досліджено місце українського буктоку в структурі сучасного цифрового медіапростору. Встановлено, що він функціонує на перетині читацької культури, соціальних мереж і видавничої комунікації, виконуючи одночасно інформаційну, рекомендаційну та комунікативну функції. Виявлено, що в умовах повномасштабної війни букток набуває додаткового значення як середовище культурної самоідентифікації, популяризації української літератури та підтримки україномовного контенту. Показано, що комунікація в межах українського буктоку формується за моделлю взаємодії між видавництвами, книжковими блогерами та читачами, створюючи ефективний механізм поширення книжкової інформації.

Визначено основні особливості створення контенту українського буктоку. У результаті дослідження встановлено, що його характерними рисами є поєднання емоційності, персоналізованої подачі інформації та орієнтації на особистий досвід автора контенту. Виявлено, що мовно-

стилістичний рівень характеризується використанням розмовної мови, емоційно забарвленої лексики та безпосереднього звернення до аудиторії. На наративному рівні переважають книжкові рекомендації, тематичні добірки, відгуки та підсумки прочитаного. Візуальна складова ґрунтується на вертикальному форматі відео, використанні крупних планів, демонстрації книжок та присутності автора в кадрі. Технічні особливості включають короткий хронометраж, динамічний монтаж, використання трендів платформи та інтерактивних механізмів взаємодії з аудиторією.

Проведено аналіз контенту українського буктоку на основі п’яти TikTok-акаунтів різного типу. Дослідження дозволило виявити спільні закономірності функціонування книжкового контенту на платформі та визначити найбільш ефективні способи взаємодії з аудиторією. Встановлено, що найбільший відгук отримує контент, який поєднує книжкову тематику з особистими історіями, емоційними переживаннями та актуальним соціальним контекстом. Також підтверджено, що аудиторія позитивно реагує на автентичність, суб’єктивність і неформальний стиль комунікації.

На основі результатів теоретичного та практичного дослідження розроблено концепцію авторського аудіовізуального проєкту «Між рядками». Визначено його мету, жанрову специфіку, цільову аудиторію, канали поширення та основні творчі принципи. Встановлено, що найбільш доцільним форматом для реалізації задуму став документальний фільм, який дозволяє поєднати особистий досвід, соціальний контекст і рефлексію щодо ролі читання в умовах війни.

Розроблено сценарно-режисерську модель проєкту та здійснено її практичну реалізацію. Побудовано драматургічну структуру твору, яка ґрунтується на внутрішньому переживанні героїні та трансформації сприйняття читання — від форми тимчасового відсторонення від реальності до ресурсу психологічної підтримки та адаптації. Запропоновано візуальне рішення, що поєднує документальність, елементи букток-естетики та прийоми сучасного цифрового сторітелінгу.

Розроблено виробничу та промоційну складові проєкту. Сформовано календарно-постановочний план, визначено склад творчої групи, технічне забезпечення та етапи реалізації проєкту. Також запропоновано контент-стратегію просування аудіовізуального продукту в цифровому середовищі, що передбачає використання платформ YouTube і TikTok, створення тизерних матеріалів та адаптацію контенту до особливостей споживання інформації сучасною молодіжною аудиторією.

Отже, результати проведеного дослідження підтвердили, що український букток є важливим сегментом сучасного цифрового медіапростору, який поєднує популяризацію читання, соціальну взаємодію та культурну комунікацію. Виявлені жанрові, мовно-стилістичні, візуальні та технічні особливості букток-контенту можуть бути використані під час створення власних аудіовізуальних продуктів на книжкову тематику. Практична реалізація авторського проєкту «Між рядками» засвідчила можливість інтеграції естетики буктоку в документальний формат та продемонструвала потенціал сучасних цифрових платформ для популяризації читання, української літератури та суспільно важливих культурних практик.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бєлік С., Гудошник О. Social reading як комунікаційна практика. *Масова комунікація у глобальному та національному вимірах.* 2025. № 14. С. 3–8.

2. Вовк Н. С., Хоміцька О. М. Буктрейлер як ефективна форма інтеграції книжкової промоції в соціальні мережі. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2025. № 68. С. 173–186.

3. Заблоцька О. Що таке BookTok: непередбачувані алгоритми книгочитання, українські буктокери та тренди. *Суспільне Культура.* URL: https://surl.lu/mumilf (дата звернення: 14.02.2026).

4. Ковальова О. Д. Тренди «букстаграм» та «букток» як фактори розвитку читацької культури серед підлітків. *Scientific Collection «InterConf+»*. 2023. № 35(163). С. 131–137.

5. Ковпак В. А., Політова О. О. Українські буктьюб та букстаграм: дискурси культури читання української книги та національної безпеки. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Журналістика.* 2021. Т. 32(71). № 6. Ч. 3. С. 126–132.

6. Крайнікова Т. С., Рижко О. М. Бізнес-комунікації книжкових видавництв: від соціальних мереж до метавсесвіту. *Обрії друкарства*. 2023. № 2(14). С. 127–139.

7. Манзик О. Р. Буктоки як сучасний інструмент популяризації та просування книг. *Scientific Collection «InterConf»*. 2023. № 170. С. 31–33.

8. Маркова В., Суховій О. Генеалогічний підхід до вивчення феномену читання. *Вісник Книжкової палати.* 2023. № 1. С. 11–15.

9. Нестелєєв М. Букток як новий формат взаємодії читачів із книжкою. *Український тиждень*. URL: https://tyzhden.ua/buktok-iak-novyj-format-vzaiemodii-chytachiv-iz-knyzhkoiu/ (дата звернення: 14.02.2026).

10. Погрібна О. О. Соціальні мережі як інструмент промоційної роботи видавництв. *Український інформаційний простір*. 2023. № 1(11). С. 277–300.

11. Про схвалення Стратегії розвитку читання на період до 2032 року “Читання як життєва стратегія” та затвердження операційного плану її реалізації на 2023-2025 роки : Розпорядження Кабінету Міністрів України; Стратегія, План від 03.03.2023 № 190-р : станом на 31 січ. 2026 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/190-2023-%D1%80#Text.

12. Радченко А., Каніщева В. Читання як життєва стратегія: читання і війна. *Бібліотечний вісник.* 2023. № 3(271). С. 79–86.

13. Сімашова А. Українські книжкові телеграм-канали з погляду інфлуенсер-маркетингу. *Communications and Communicative Technologies.* 2024. № 24. С. 101–111.

14. Хміль-Чуприна В. В. Формування читацької компетенції і культури у студентської молоді в проекті «Книга у віртуальному просторі». *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія.* 2019. № 4. С. 110–116.

15. Хміль-Чуприна В. В. Популяризація читання художньої літератури в українських засобах масової комунікації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. соц. ком. : 27.00.01. Дніпро, 2020. 23 с.

16. Шмига Ю., Ковальова О. Читацькі звички підлітків у соціальних мережах: результати опитування. *Scientific Collection «InterConf+»*. 2024. № 44(197). С. 242–250.

17. Яворська Т. Соціальні мережі бібліотек як ефективний інструмент промоції книг і читання. *Вісник Книжкової палати.* 2023. № 4. С. 21–27.

18. Asplund S. B., Ljung Egeland B., Olin-Scheller C. Sharing is caring: young people’s narratives about BookTok and volitional reading. *Language and Education*. 2024. № 38(4). P. 635–651. DOI: https://doi.org/10.1080/09500782.2024.2324947.

19. Balling G., Martens M. BookTok Helped Us Sell It: How TikTok Disrupts Publishing and Fuels the #Romantasy Boom. *Convergence : The*

International Journal of Research into New Media Technologies. № 0(0). P. 1–21. DOI: https://doi.org/10.1177/13548565241301271.

20. Dera J. BookTok: A Narrative Review of Current Literature and Directions for Future Research. *Literature Compass.* 2024. № 21(10–12): e70012. 8 p. DOI: https://doi.org/10.1111/lic3.70012.

21. Guiñez-Cabrera N., Mansilla-Obando K. Booktokers: Generating and sharing book content on TikTok. *Comunicar*. 2022. № 71(30). P. 113–123. DOI: https://doi.org/10.3916/C71-2022-09.

22. Jerasa S. E. The #BookTok Connection: Examining Cultural and Linguistic Identity Expression in Online Reading Communities. *Education Sciences.* 2025. № 15(2), 234. 26 p. DOI: https://doi.org/10.3390/educsci15020234.

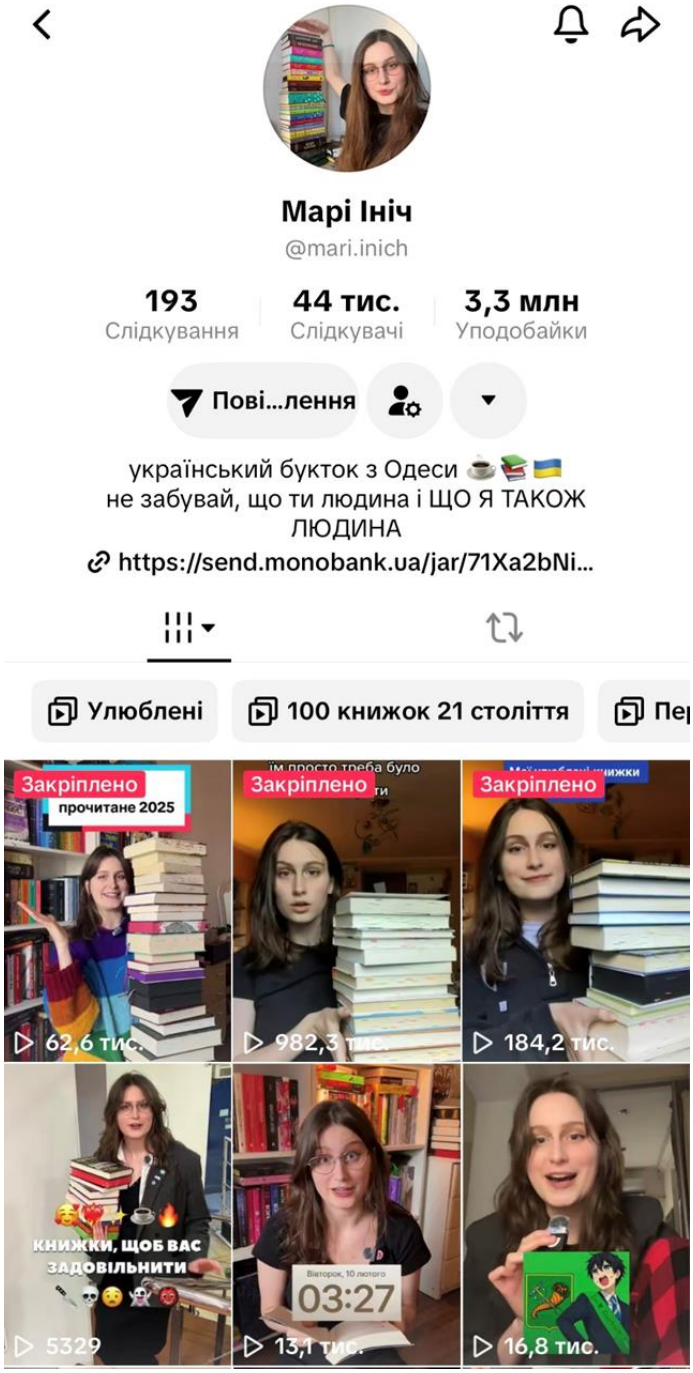
23. Kovalova O. Content of TikTok as A Motivator for Teen Reading. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації.* 2024. № 1(57). P. 70–80.

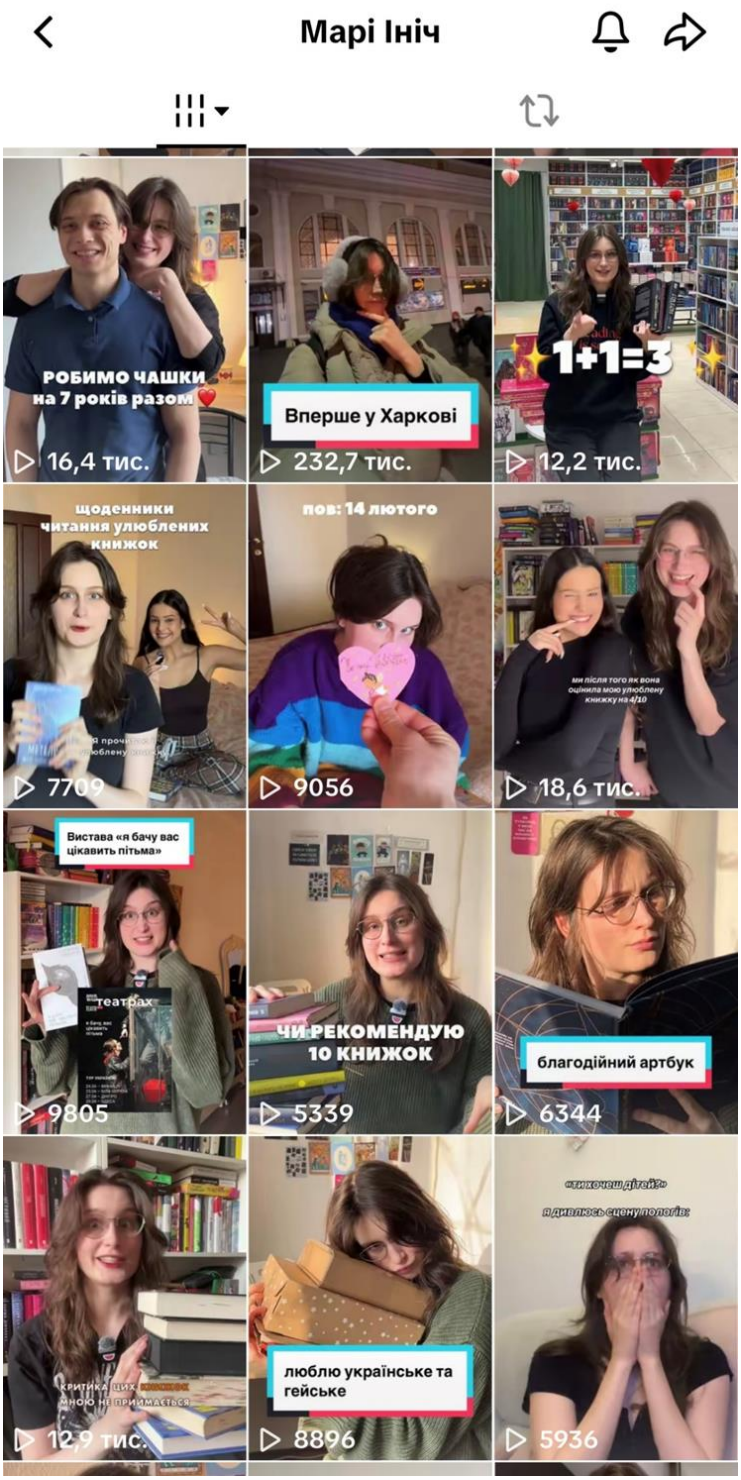
24. Toisuta E. G. Language Evolution in Bookish Social Media: A Netspeak Analysis of Booktok, and Bookstagram. *Huele–Journal of Applied Linguistics, Literature and Culture.* 2024. № 4(2). P. 55–70.

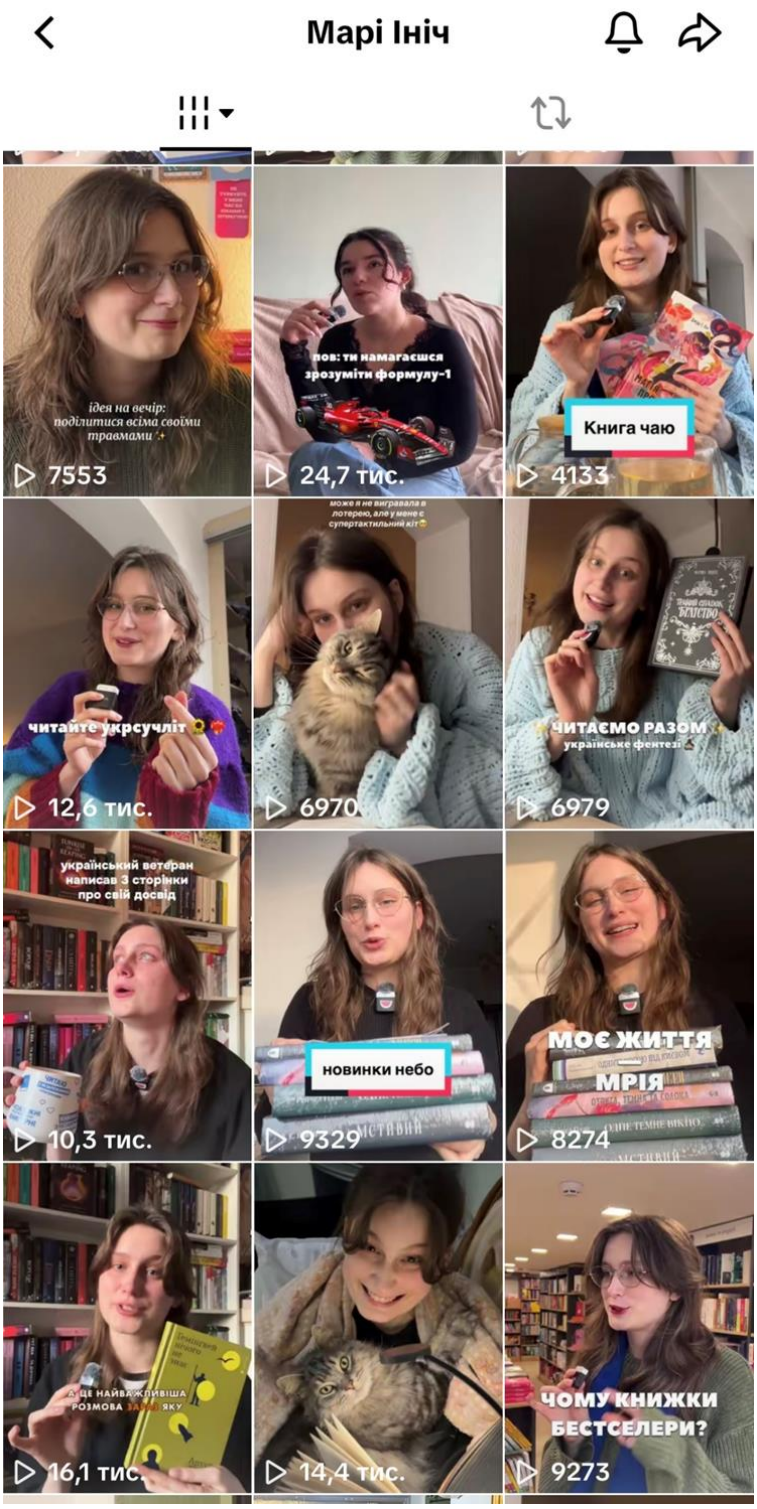
ДОДАТКИ

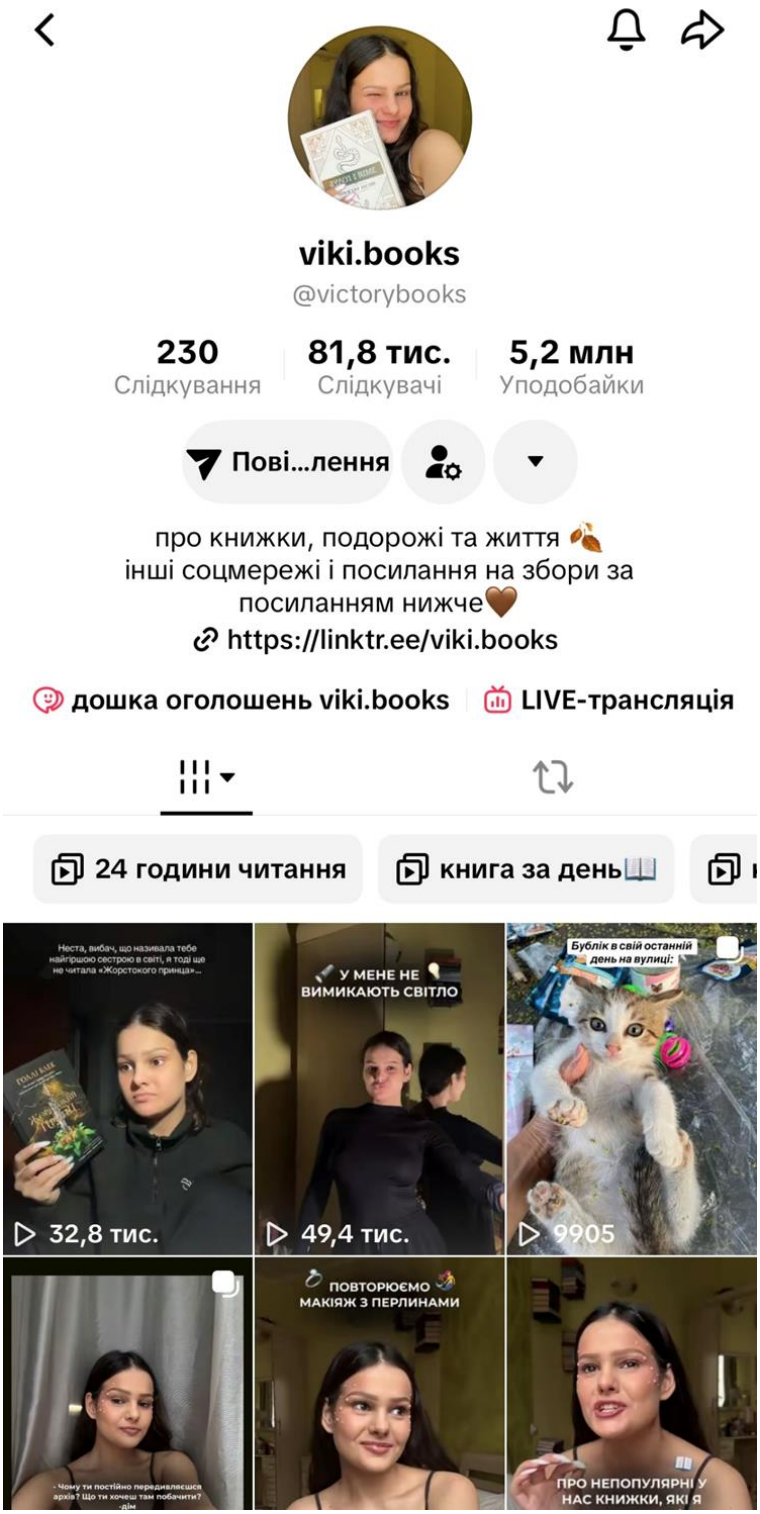
Додаток А

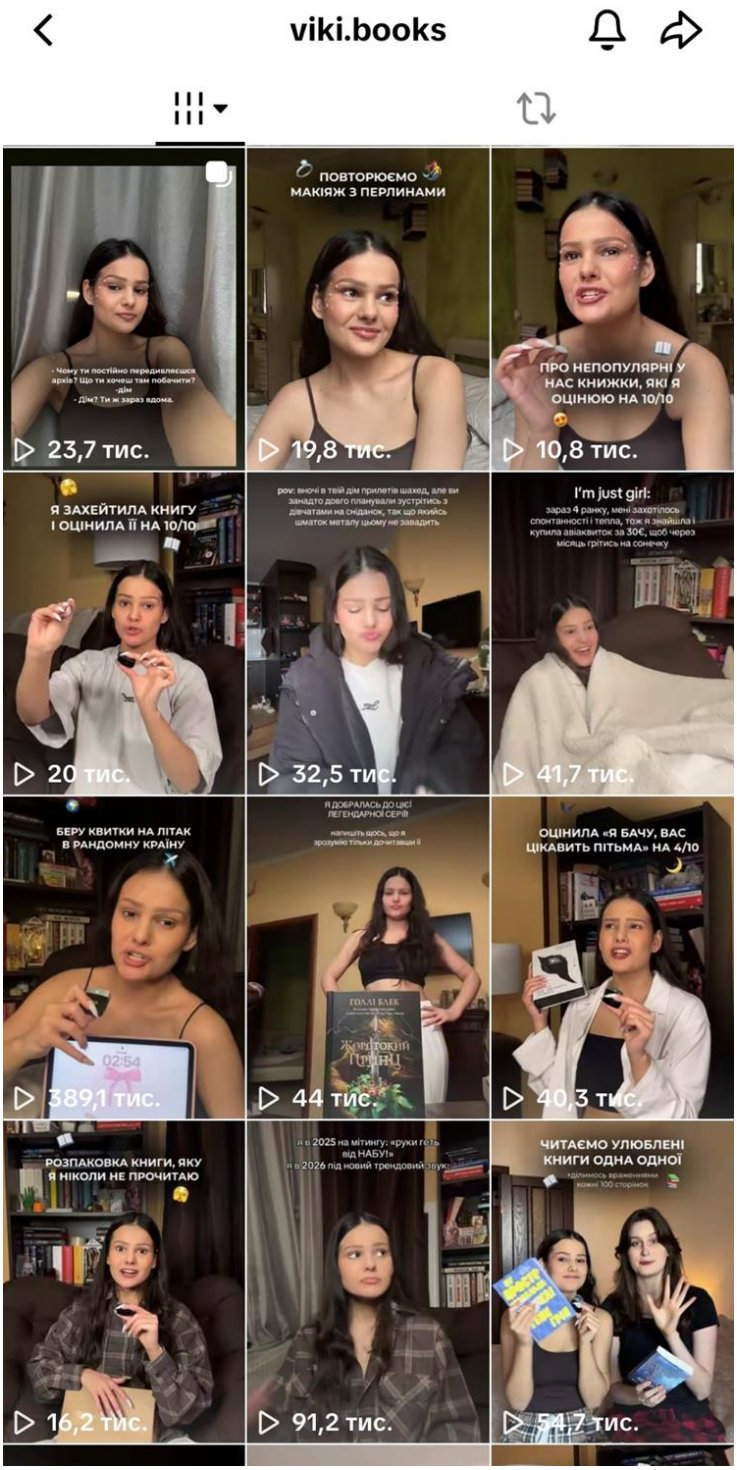
Скриншоти досліджуваних українських букток-акаунтів



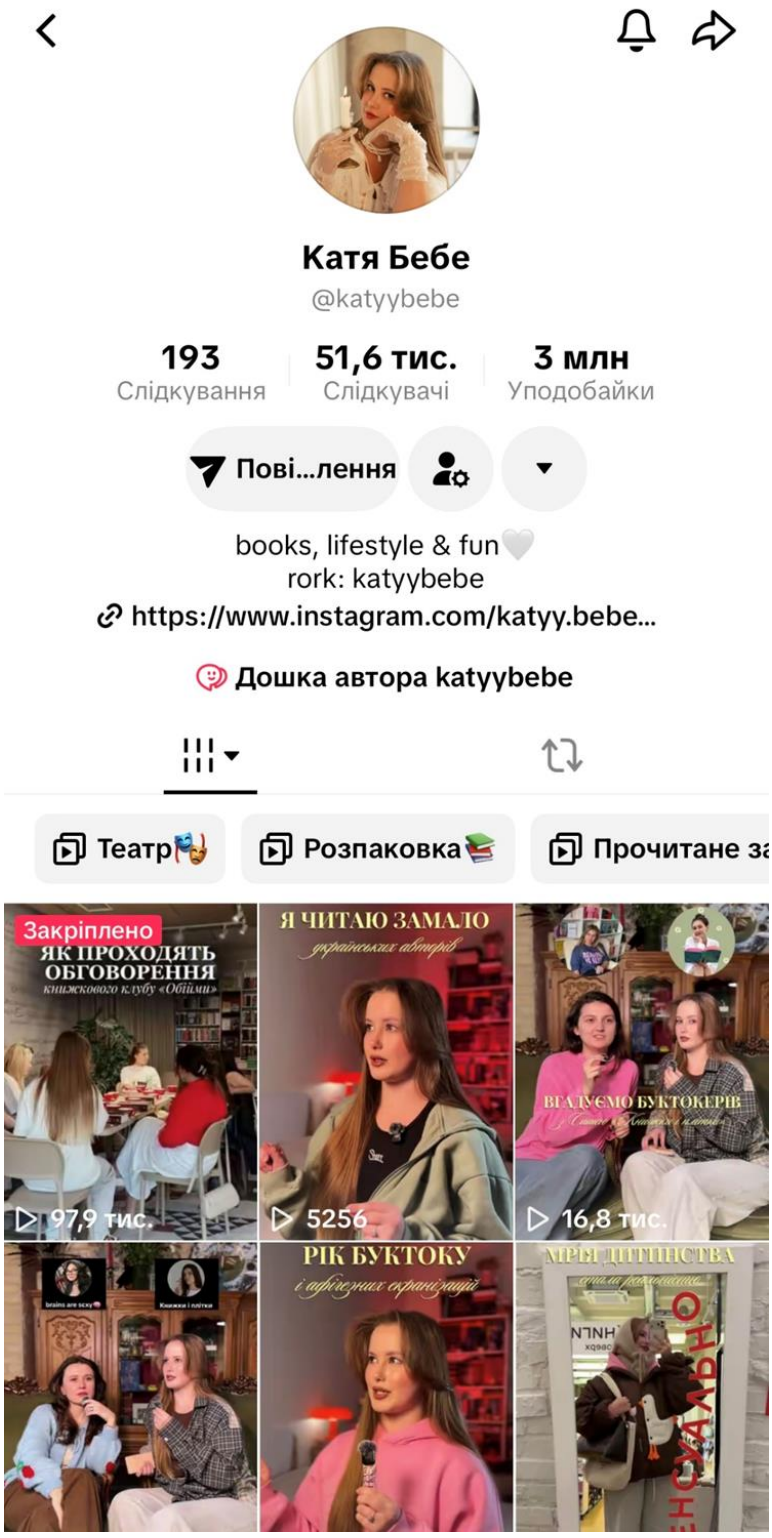

Марі Ініч
РОБИМО ЧАШКИ на 7 років разом
16,4 тис.
Вперше у Харкові
232,7 тис.
1+1=3
12,2 тис.
щоденники читання улюблених книжок
7709
пов: 14 лютого
9056
ми після того як вона оцінила мою улюблену книжку на 4/10
18,6 тис.
Вистава «я бачу вас цікавить пітьма»
театрах
9805
ЧИ РЕКОМЕНДУЮ 10 КНИЖОК
5339
благодійний артбук
6344
12,9 тис.
люблю українське та гейське
8896
«ти хочеш дітей?»
я дивлюсь сцену полагів:
5936


Марі Ініч
ідея на вечір:
поділитися всіма своїми
травмами ✨
7553
пов: ти намагаєшся
зрозуміти формулу-1
24,7 тис.
Книга чаю
4133
читайте укрсучліт 🌻
12,6 тис.
6970
ЧИТАЄМО РАЗОМ
українське фентезі
6979
український ветеран
написав 3 сторінки
про свій досвід
10,3 тис.
новинки небо
9329
МОЄ ЖИТТЯ
МРІЯ
8274
ЩЕ НАЙВАЖЛИВІША
РОЗМОВА
16,1 тис.
14,4 тис.
ЧОМУ КНИЖКИ
БЕСТСЕЛЕРИ?
9273


viki.books
@victorybooks
230
Слідкування
81,8 тис.
Слідкувачі
5,2 млн
Уподобайки
Пові...лення
про книжки, подорожі та життя
інші соцмережі і посилання на збори за посиланням нижче
https://linktr.ee/viki.books
дошка оголошень viki.books
LIVE-трансляція
24 години читання
книга за день
Неста, вибач, що називала тебе найгіршою сестрою в світі, я тоді ще не читала «Жорстокого принца»...
32,8 тис.
У МЕНЕ НЕ ВИМИКАЮТЬ СВІТЛО
49,4 тис.
Бублік в свій останній день на вулиці:
9905
- Чому ти постійно передивляєшся архів? Що ти хочеш там побачити?
- дім
ПОВТОРЮЄМО МАКІЯЖ З ПЕРЛИНАМИ
ПРО НЕПОПУЛЯРНІ У НАС КНИЖКИ, ЯКІ Я

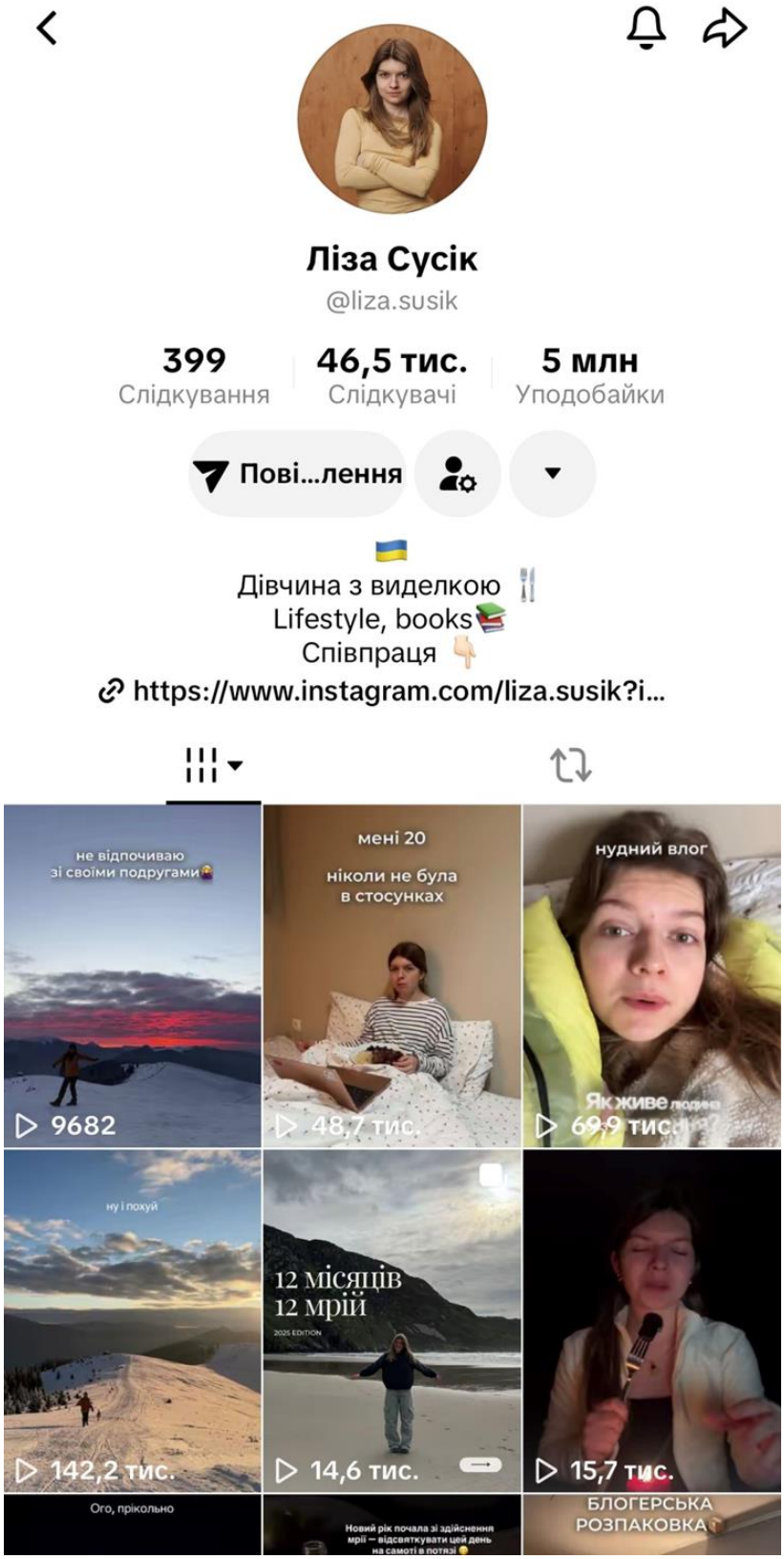

viki.books
- Чому ти постійно передивляєшся архів? Що ти хочеш там побачити?
- Дім
- Дім? Ти ж зараз вдома.
23,7 тис.
ПОВТОРЮЄМО МАКІЯЖ З ПЕРЛИНАМИ
19,8 тис.
ПРО НЕПОПУЛЯРНІ У НАС КНИЖКИ, ЯКІ Я ОЦІНЮЮ НА 10/10
10,8 тис.
Я ЗАХЕЙТИЛА КНИГУ І ОЦІНИЛА ЇЇ НА 10/10
20 тис.
pov: вночі в твій дім прилетів шахед, але ви занадто довго планували зустрітись з дівчатами на сніданок, так що якийсь шматок металу цьому не завадить
32,5 тис.
I'm just girl:
зараз 4 ранку, мені захотілось спонтанності і тепла, тож я знайшла і купила авіаквиток за 30€, щоб через місяць грітись на сонечку
41,7 тис.
БЕРУ КВИТКИ НА ЛІТАК В РАНДОМНУ КРАЇНУ
389,1 тис.
Я ДОБРАЛАСЬ ДО ЦІЄЇ ЛЕГЕНДАРНОЇ СЕРІЇ
напишіть щось, що я зрозумію тільки дочитавши її
44 тис.
ОЦІНИЛА «Я БАЧУ, ВАС ЦІКАВИТЬ ПІТЬМА» НА 4/10
40,3 тис.
РОЗПАКОВКА КНИГИ, ЯКУ Я НІКОЛИ НЕ ПРОЧИТАЮ
16,2 тис.
я в 2025 на мітингу: «руки геть від НАБУ!»
я в 2026 під новий трендовий звук:
91,2 тис.
ЧИТАЄМО УЛЮБЛЕНІ КНИГИ ОДНА ОДНОЇ
ділимось враженнями кожні 100 сторінок
54,7 тис.

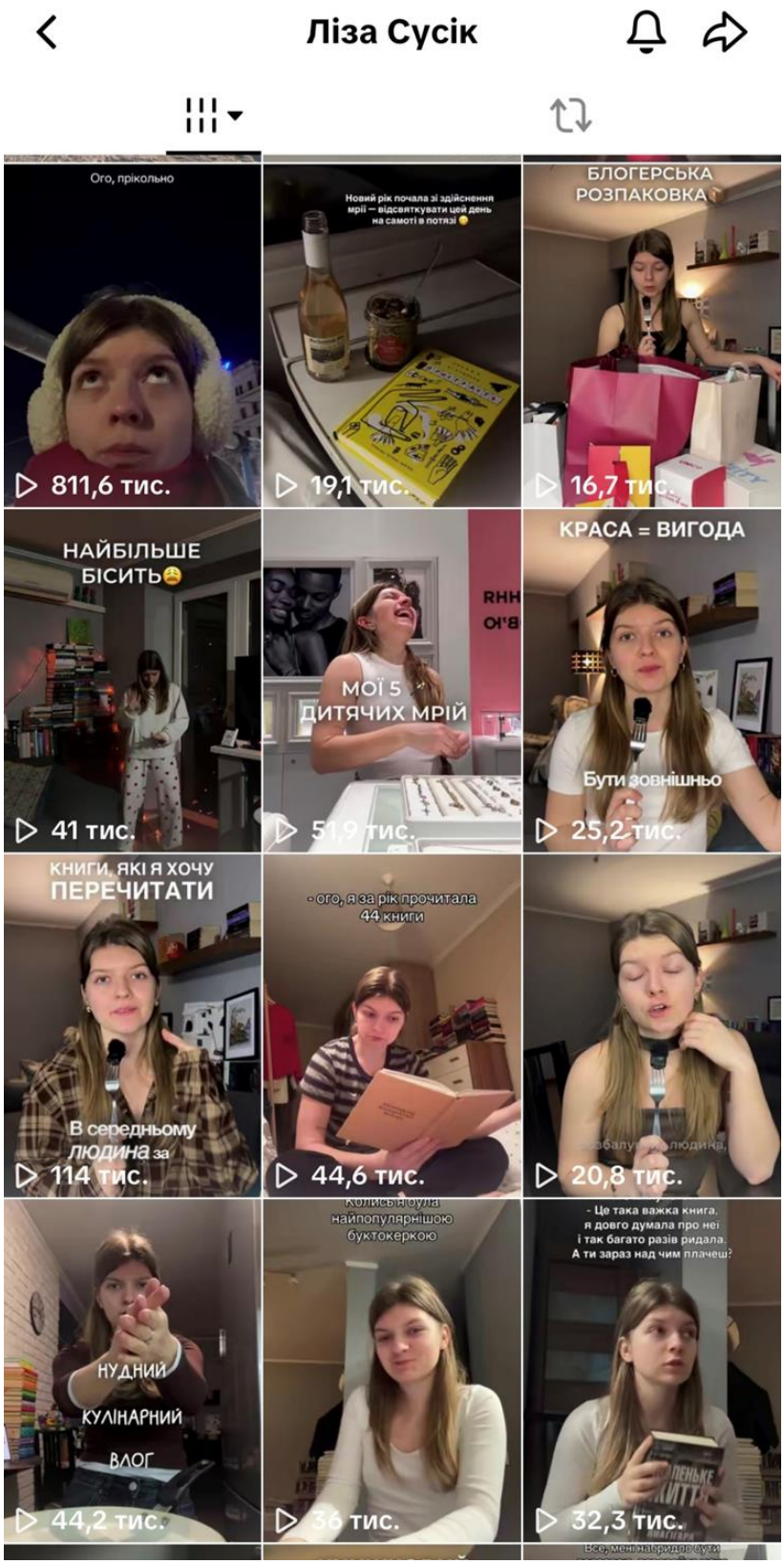

viki.books
одного дня ти побачиш вайбове крісло-качалку в рекламі тему
дуже важливо піддатись імпульсивному рішенню, щоб потім кожен вечір проводити так
286,5 тис.
36,3 тис.
КНИГИ, ЯКІ Я ПРОЧИТАЛА В СІЧНІ
49 тис.
які емоції має викликати книга, щоб я назвала її улюбленою:
51,8 тис.
POV: ти в останній день місяця намагаєшся дочитати всі початі книжки, щоб зарахувати їх в прочитане за місяць
24,9 тис.
ОГЛЯД НА КРІСЛО-КАЧАЛКУ
111,9 тис.
Здається, це було моїм найкращим вкладенням 5к гривень...
93,9 тис.
я готова до нового сезону
BRIDGERTON
48,7 тис.
pov: ви з подругою визначились з датою подорожі і тепер ти не можеш робити нічого, окрім того, щоб надсилати їй купу тіктоків і шукати, де там дешевше напитися аперолю
21,9 тис.
ВЕЧІР ЛЮДИНИ З АТОПІЧНИМ ДЕРМАТИТОМ
23,7 тис.
НОВА ПРОГРАМА ЛОЯЛЬНОСТІ В «КНИГАРНІ «Є»
45,1 тис.
Старший за неї на 20+ років
44,5 тис.

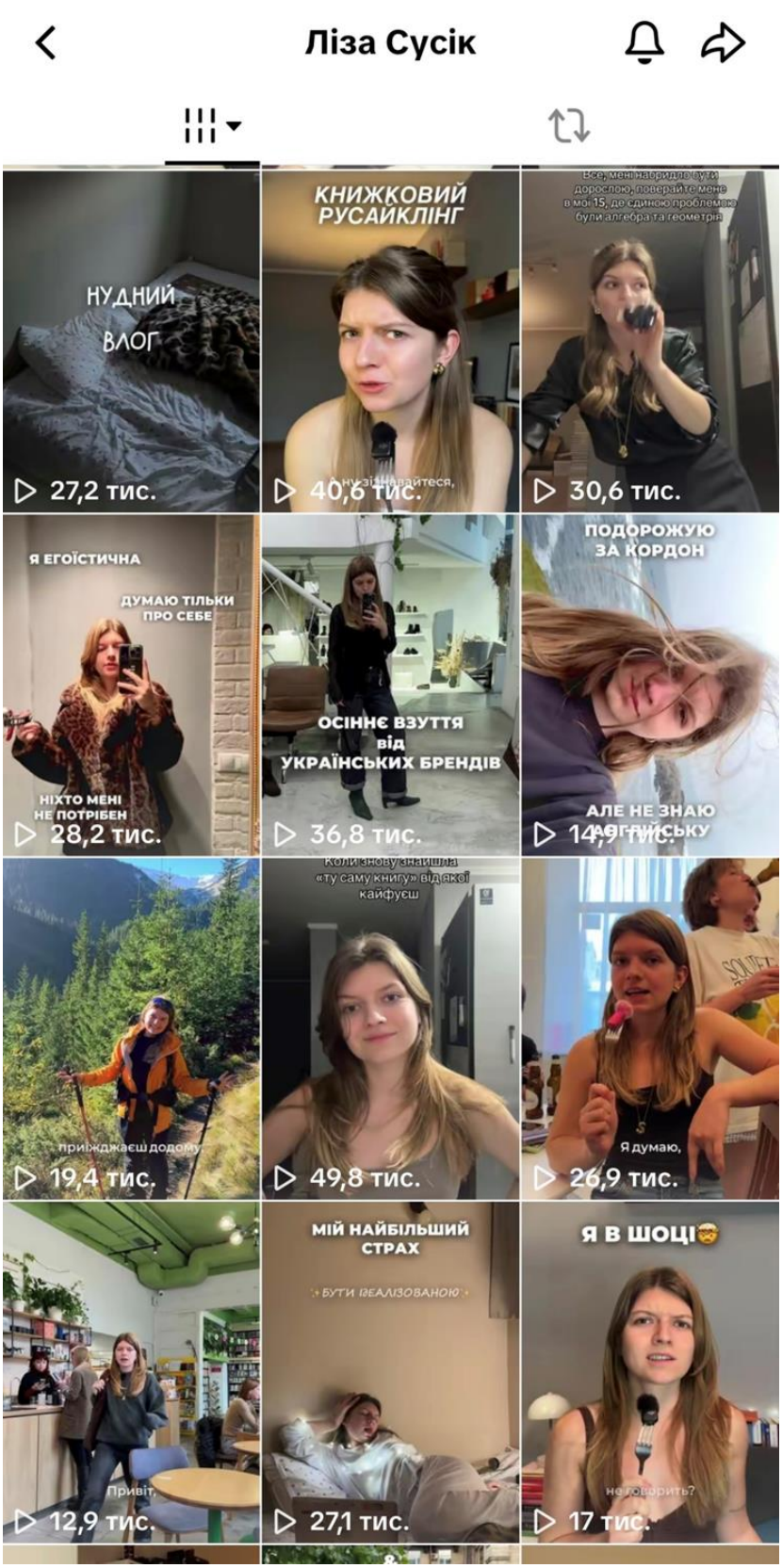

Катя Бебе
@katyybebe
193
Слідкування
51,6 тис.
Слідкувачі
3 млн
Уподобайки
Пові...лення
books, lifestyle & fun🤍
rork: katyybebe
https://www.instagram.com/katyy.bebe...
Дошка автора katyybebe
Театр🎭
Розпаковка📚
Прочитане за
Закріплено
ЯК ПРОХОДЯТЬ ОБГОВОРЕННЯ
книжкового клубу «Обійми»
97,9 тис.
Я ЧИТАЮ ЗАМАЛО
українських авторів
5256
ВІДГУЄМО БУКТОКЕРІВ
16,8 тис.
РІК БУКТОКУ
і вдячних організацій
МРІЯ ДИТИНСТВА

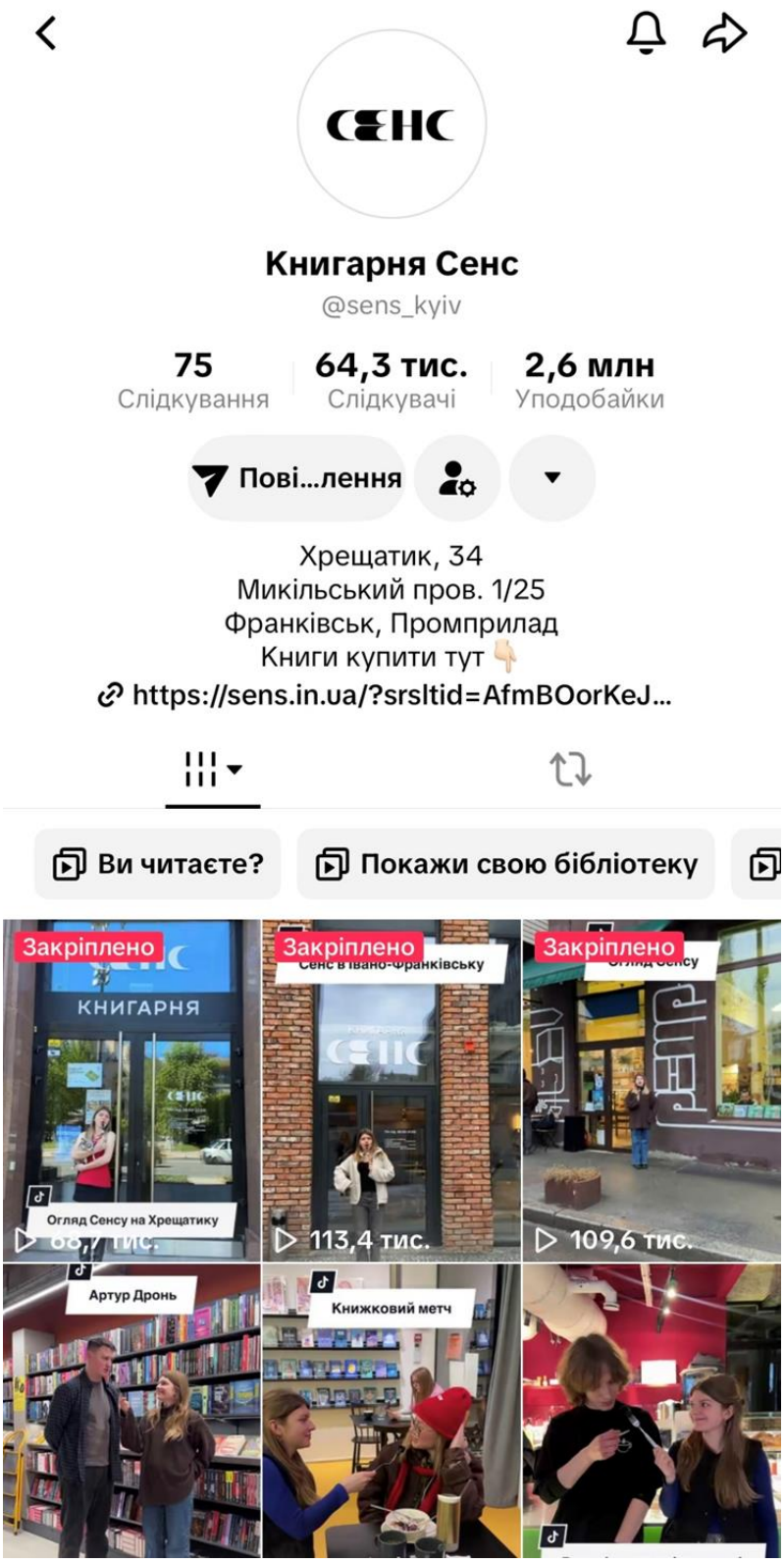

Катя Бебе
А ОТ В ХАРКОВІ
8653
йду на «Буремний перевал» заради сюжету
69,3 тис.
БУРЕМНИЙ ПЕРЕВАЛ
28,2 тис.
і після:
568,8 тис.
МЕЙК ВІД БЛОГЕРКИ
16,1 тис.
91,2 тис.
14,4 тис.
VLOG
14,8 тис.
НАБЕРИ 1000 БАЛІВ
23,6 тис.
ПРОЧИТАНЕ ЗА МІСЯЦЬ
26,3 тис.
«можна глянути твій телефон?»
24,5 тис.
СПОДОБАВСЯ ФІЛЬМ?
12,3 тис.


Катя Бебе
ВГАДУЄМО БУКТОКЕРІВ
за одне питання
28,2 тис.
ЗІПСОВАНЕ ВЕСІЛЛЯ
або страх кожної нареченої
14 тис.
УКРАЇНСЬКІ АВТОРИ
не вміють писати книги?
19,9 тис.
ВІН 10/10, АЛЕ
книжкова версія
37,2 тис.
МАЛЕНЬКА МРІЯ
побачити це наживо
7974
ОЦІНЮЄМО КНИГИ
так/ні/можливо
25,2 тис.
PANDORA x BRIDGERTON
нова колекція
PANDORA
44,3 тис.
НАБЕРИ 1000 БАЛІВ
книжкова версія
55,2 тис.
хочете прийти до мене..?
19,6 тис.
VLOG
вихідного дня
32,5 тис.
БІГОВА ДОРІЖКА
розпаковуємо і тестуємо
26 тис.
РОЗІГРАШ
циклу «Жорстокий принц»
35,5 тис.
НЕ РАДЬТЕ МЕНІ КНИГИ
КНИЖКОВІ ПЛАНИ
АУДІОКНИГИ


Ліза Сусік
@liza.susik
399
Слідкування
46,5 тис.
Слідкувачі
5 млн
Уподобайки
Пові...лення
Дівчина з виделкою
Lifestyle, books
Співпраця
https://www.instagram.com/liza.susik?i...
не відпочиваю
зі своїми подругами
9682
мені 20
ніколи не була
в стосунках
48,7 тис.
нудний влог
69,9 тис.
ну і похуй
142,2 тис.
12 місяців
12 мрій
2025 EDITION
14,6 тис.
15,7 тис.
Ого, прікольно
Новий рік почала зі здійснення
мрії – відсвяткувати цей день
на самоті в потязі
БЛОГЕРСЬКА
РОЗПАКОВКА


Ліза Сусік
Ого, прікольно
811,6 тис.
Новий рік почала зі здійснення мрії – відсвяткувати цей день на самоті в потязі
19,1 тис.
БЛОГЕРСЬКА РОЗПАКОВКА
16,7 тис.
НАЙБІЛЬШЕ БІСИТЬ
41 тис.
МОЇ 5 ДИТЯЧИХ МРІЙ
51,9 тис.
КРАСА = ВИГОДА
Бути зовнішньо
25,2 тис.
КНИГИ, ЯКІ Я ХОЧУ ПЕРЕЧИТАТИ
В середньому людина за
114 тис.
- ого, я за рік прочитала 44 книги
44,6 тис.
20,8 тис.
НУДНИЙ КУЛІНАРНИЙ ВЛОГ
44,2 тис.
Колись я була найпопулярнішою буктокеркою
36 тис.
- Це така важка книга, я довго думала про неї і так багато разів ридала. А ти зараз над чим плачеш?
32,3 тис.


Ліза Сусік
НУДНИЙ ВЛОГ
27,2 тис.
КНИЖКОВИЙ РУСАЙКЛІНГ
40,6 тис.
Все, мені набридло бути дорослою, повірайте мене в мої 15, де єдиною проблемою були алгебра та геометрія
30,6 тис.
Я ЕГОЇСТИЧНА
ДУМАЮ ТІЛЬКИ ПРО СЕБЕ
НІХТО МЕНІ НЕ ПОТРІБЕН
28,2 тис.
ОСІННЄ ВЗУТТЯ від УКРАЇНСЬКИХ БРЕНДІВ
36,8 тис.
ПОДОРОЖУЮ ЗА КОРДОН
АЛЕ НЕ ЗНАЮ АНГЛІЙСЬКУ
14,7 тис.
приїжджаєш додому
19,4 тис.
Коли знову знайшла «ту саму книгу» від якої кайфуєш
49,8 тис.
Я думаю,
26,9 тис.
Привіт,
12,9 тис.
МІЙ НАЙБІЛЬШИЙ СТРАХ
✨БУТИ РЕАЛІЗОВАНОЮ✨
27,1 тис.
Я В ШОЦІ
не говорить?
17 тис.


Книгарня Сенс
@sens_kyiv
75
Слідкування
64,3 тис.
Слідкувачі
2,6 млн
Уподобайки
Пові...лення
Хрещатик, 34
Микільський пров. 1/25
Франківськ, Промприлад
Книги купити тут 👇
https://sens.in.ua/?srsltid=AfmBOorKeJ...
Ви читаєте?
Покажи свою бібліотеку
Закріплено
КНИГАРНЯ
Огляд Сенсу на Хрещатику
Закріплено
113,4 тис.
Закріплено
109,6 тис.
Артур Дронь
Книжковий метч


Книгарня Сенс
Артур Дронь
12,8 тис.
Книжковий метч
15,6 тис.
Реакція на хтиві поетичні
За що ви любите Сенс?
5154
Збираємо книжки
в Антарктику
8182
Залаштунки вистави
«Я бачу, вас цікавить
пітьма»
57,1 тис.
Юрій Андрухович
поет, прозаїк, перекладач
9102
ТОП 10
січень
20,6 тис.
Купуй 2 книги —
напій безкоштовно
ПОНЕДІЛОК
10,9 тис.
Це має бути
Розігруємо квитки
на виставу «Я бачу, вас
цікавить пітьма»
51 тис.


Книгарня Сенс
Книги, щоб не полетіти кукухою
52,3 тис.
Типи читачів на початку року
20,1 тис.
Яку книгу ви обов'язково прочитаєте у 2026 році?
100,3 тис.
ТОП 10 2025 року
156,2 тис.
Скільки книг ми прочитали у 2025 році?
70,8 тис.
Огляд різдвяного Сенсу
Свята вечеря в Сенсі
Таємний Миколай
Книжки Для Таємного Миколая у Сенсі
18,8 тис.
Сенс на Куражі
15,1 тис.
Що читати в космосі?
14,5 тис.
Сергій Стерненко
Ви читаєте? Інколи доводиться.
233,4 тис.
Яке диво з вами трапилось?
11,9 тис.