

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра міжнародної журналістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему:

**ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ ЧИТАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ  
САМОУСВІДОМЛЕННЯ ТА КУЛЬТУРНОГО ДІАЛОГУ:  
АВТОРСЬКИЙ МЕДІАПРОЄКТ НА ПЛАТФОРМІ «ІНСТАГРАМ»**

Здобувачки (-а) IV курсу  
групи МЖб-2-22-4.0д  
ступеня вищої освіти «бакалавр»  
галузі знань 06 Журналістика  
спеціальності 061 Журналістика  
освітньої програми 061.00.05 Міжнародна  
журналістика  
Бомко Вікторії Олександрівни

Використання чужих ідей, результатів і  
текстів мають посилання на відповідне  
джерело

Науковий керівник: Жугай В.Й., доцент  
кафедри міжнародної журналістики.

\_\_\_\_\_

(підпис студента)

\_\_\_\_\_

(ініціали, прізвище)

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

Допускаю до захисту перед ЕК

Голова комісії

\_\_\_\_\_ В.І. Терещук  
завідувач кафедри  
міжнародної журналістики

\_\_\_\_\_

(підпис)

\_\_\_\_\_

(ініціали, прізвище)

Члени комісії

\_\_\_\_\_

(підпис)

\_\_\_\_\_

(ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_

(підпис)

\_\_\_\_\_

(ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_

(підпис)

\_\_\_\_\_

(ініціали, прізвище)

м. Київ — 2026 рік

## Зміст

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ	7
РОЗДІЛ 2	
СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ	10
2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту	10
2.2. Структура проєкту	12
2.3. Жанрова палітра	13
2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення	15
2.5. Авторська ідея	17
2.6. Особливості аудиторії	19
РОЗДІЛ 3	
ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ	21
ВИСНОВКИ	24
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	27
ДОКУМЕНТАЦІЯ	29
ДОДАТКИ	33
АНОТАЦІЯ	37
ANNOTATION	39

## ВСТУП

**Актуальність вибору теми.** У ХХІ столітті соціальні мережі стали одним із головних середовищ поширення інформації та культурної комунікації. Instagram, TikTok, YouTube та інші цифрові платформи вже давно перестали виконувати лише розважальну функцію. Сьогодні вони впливають на формування суспільних тенденцій, медійних звичок і культурне сприйняття. Саме через соціальні мережі значна частина молодшої аудиторії знайомиться з новими книгами, авторами та літературними трендами.

Окремим явищем у сучасному медіапросторі стали BookTok і Bookstagram - спільноти, які популяризують читання через короткі відео, візуальні добірки, рецензії та авторські рекомендації. Їхній вплив вийшов далеко за межі соцмереж. Актуальність теми зумовлена трансформацією сучасного медіапростору та зміною способів споживання культурного контенту. Соціальні мережі сьогодні не лише формують інформаційний порядок денний, а й суттєво впливають на читацькі практики, популяризацію літератури та розвиток книжкової культури серед молоді. Особливо помітним це стало після стрімкого поширення книжкового контенту в TikTok та Instagram. Завдяки вірусному ефекту окремі видання повторно очолювали міжнародні списки бестселерів, отримували нові переклади та екранізації. Книжкові спільноти в соціальних мережах перетворили читання з індивідуальної практики на форму культурної комунікації та публічного обговорення. Актуальність роботи також пов'язана зі зростанням ролі цифрових платформ у сфері культурної журналістики. Формати коротких відео, візуальних рецензій, тематичних добірок і рекомендацій впливають на формування читацьких інтересів, літературних трендів і способів взаємодії аудиторії з книжковим контентом. Сучасна аудиторія звикла до швидкого контенту, коротких форматів і постійного оновлення стрічки.

Через інформаційне перевантаження людям дедалі складніше концентрувати увагу на великих текстах. У таких умовах література починає

виконувати нову функцію - стає способом емоційної стабільності, рефлексії та пошуку особистих сенсів. Водночас книжковий контент змушений адаптуватися до цифрового середовища: ставати візуально привабливішим, більш динамічним і ближчим до сучасної онлайн-комунікації.

В українському медіапросторі книжковий сегмент також активно розвивається. Зростає кількість літературних блогів, незалежних книжкових сторінок та авторських медіапроектів у Instagram. Особливо помітно це стало після зростання інтересу до українського книговидання та популяризації української літератури в період повномасштабної війни. Проте значна частина книжкового контенту досі залишається переважно розважальною або рекомендаційною. Натомість аналітичних медіапроектів, які поєднували б літературу із журналістикою, міжнародним контекстом та культурними процесами, в українському Instagram-просторі наразі небагато.

Саме тому виникла ідея створення авторського Instagram-медіапроекту «Chapter\_v\_». Проект орієнтований не лише на популяризацію читання, а й на висвітлення літератури як частини сучасної культури та міжнародного медіапростору. У межах сторінки публікуються аналітичні дописи про книжкові тенденції, вплив Netflix і екранізацій на книжковий ринок, феномен спрощення сучасних бестселерів, роль BookTok у формуванні читацьких трендів, а також журналістські рецензії та тематичні каруселі про літературу й масову культуру. Актуальність кваліфікаційної бакалаврської роботи полягає у дослідженні Instagram як сучасної платформи для культурної журналістики та популяризації читання. Проект «Chapter\_v\_» демонструє, що соціальні мережі можуть бути не лише простором розваг, а й повноцінним медіасередовищем для створення якісного культурного контенту та формування читацької культури молодшої аудиторії.

**Мета та завдання кваліфікаційної бакалаврської роботи.** Метою кваліфікаційної бакалаврської роботи є дослідження ролі соціальних мереж у популяризації читання та створення авторського медіапроекту «Chapter\_v\_» на платформі Instagram, присвяченого літературі, культурній журналістиці та

сучасним міжнародним книжковим тенденціям . Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

- дослідити роль соціальних мереж у популяризації читання;
- проаналізувати феномени BookTok і Bookstagram у сучасному медіапросторі;
- дослідити вплив цифрових платформ на розвиток книжкового ринку;
- проаналізувати зміни читацьких звичок молодшої аудиторії;
- визначити особливості подачі літературного контенту в Instagram;
- проаналізувати українські та міжнародні книжкові медіапроекти;
- розробити концепцію авторського Instagram-медіа «Chapter\_v\_»;
- створити структуру сторінки, систему рубрик і візуальну концепцію проекту;
- підготувати серію журналістських матеріалів про літературу, екранізацію, книжкові тенденції та масову культуру;
- дослідити потенціал Instagram як інструменту культурної журналістики та популяризації читання.

**Об'єкт та предмет дослідження.** Об'єктом дослідження є сучасний книжковий медіапростір у соціальних мережах та процес популяризації читання в умовах цифрової комунікації.

Предметом дослідження є авторський Instagram-медіапроект «Chapter\_v\_» як форма популяризації літератури, культурної журналістики та міжнародного книжкового контенту. У процесі дослідження використано такі методи:

- аналіз сучасних тенденцій українського та світового книжкового ринку;
- аналіз феноменів BookTok і Bookstagram як нових форм літературної комунікації;
- аналіз жанрових, візуальних і структурних особливостей книжкового контенту в Instagram;
- порівняльний метод для дослідження українських та міжнародних книжкових медіапроектів;
- проектний метод, який передбачав створення авторського медіапроекту

«Chapter\_v\_», розробку його контентної структури, рубрик і візуальної концепції.

**Структура проєкту.** Кваліфікаційна бакалаврська робота складається з теоретичної, практичної та технічної частин.

У теоретичній частині досліджується сучасний книжковий медіапростір, роль соціальних мереж у популяризації читання, а також міжнародні тенденції розвитку літературного контенту в цифровому середовищі.

Практична частина присвячена авторському Instagram-медіапроєкту «Chapter\_v\_». У кваліфікаційній роботі представлено концепцію авторського Instagram-медіапроєкту «Chapter\_v\_», його структуру, тематичні рубрики та систему контенту. Практична частина містить журналістські матеріали, аналітичні дописи, книжкові рецензії, рекомендації та контент, присвячений сучасним міжнародним культурним тенденціям, літературі й екранізаціям. У технічній частині описано цифрові та програмні засоби, які використовувалися під час створення медіапроєкту, розробки візуального оформлення сторінки та підготовки контенту для Instagram.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ

Соціальні мережі стали одним із головних джерел отримання інформації для сучасної аудиторії. Якщо раніше основними майданчиками для поширення журналістських матеріалів були друковані видання, телебачення та новинні сайти, то сьогодні значна частина користувачів споживає інформацію саме через Instagram, TikTok, YouTube та інші цифрові платформи. Особливо це стосується молодшої аудиторії, яка звикла до швидкого темпу комунікації, візуальної подачі та коротких форматів. Унаслідок цього медіасередовище зазнало суттєвих змін: інформація стала значно доступнішою, однак водночас - більш фрагментованою та спрощеною для швидкого сприйняття.

Instagram поступово перестав бути лише платформою для фотографій чи особистих блогів. Сьогодні ця соціальна мережа функціонує як окремий медіапростір, у межах якого існують новинні сторінки, культурні проекти, журналістські блоги, незалежні медіа та авторські аналітичні платформи. Візуальна складова стала невід'ємною частиною подачі інформації, адже сучасний користувач сприймає матеріал не лише через текст, а й через дизайн, структуру, кольори та загальну стилістику сторінки.

Разом із розвитком соціальних мереж загострилася проблема інформаційного перенасичення. Постійний потік новин, коротких відео та розважальних публікацій поступово впливає на концентрацію уваги аудиторії. Значна частина контенту в Instagram створюється з урахуванням алгоритмів платформи, орієнтованих насамперед на швидке охоплення аудиторії, емоційну взаємодію та вірусне поширення матеріалів. Через це культурні й літературні теми часто подаються у спрощеному форматі: короткі рекомендації, естетичні добірки або поверхневі відгуки без глибокого аналізу.

Особливо помітною ця тенденція є у сфері книжкового контенту. Більшість літературних сторінок у соціальних мережах зосереджується

переважно на оглядах популярних новинок, візуальній естетиці книжок або трендах BookTok і Bookstagram. Водночас матеріали, присвячені аналізу міжнародного книжкового ринку, впливу медіаіндустрії на літературу чи трансформації читацьких звичок, трапляються значно рідше. Як наслідок, складні культурні процеси часто подаються у спрощеному розважальному форматі. Соціальні мережі можуть бути не лише платформою для швидкого споживання інформації, а й середовищем для культурної дискусії, аналітики та формування критичного мислення. Особливо важливим це є для молоді аудиторії, яка сьогодні отримує значну частину інформації саме через Instagram. Авторський Instagram-проект «Chapter\_v\_», створений у межах дипломної роботи, орієнтований на висвітлення тем, пов'язаних із сучасною літературою, книжковим ринком, екранізаціями та культурними тенденціями. Основою сторінки стало поєднання журналістської аналітики із візуально адаптованим форматом Instagram. Матеріали створювались у форматі аналітичних каруселей, рецензій і тематичних дописів, побудованих з урахуванням особливостей сприйняття інформації у соціальних мережах.

У процесі роботи над проектом особливу увагу було приділено темам впливу Netflix і голлівудської кіноіндустрії на книжковий ринок, феномену спрощення сучасних бестселерів, популярності окремих жанрів у різних країнах, ролі BookTok у формуванні читацьких трендів.

Окремі публікації були присвячені впливу екранізацій на продажі книг, зміні формату сучасних бестселерів і взаємозв'язку між масовою культурою та літературою. Під час створення матеріалів використовувалися журналістські методи роботи з інформацією: аналіз джерел, фактчекінг, порівняння міжнародних тенденцій та адаптація складних тем до формату Instagram без втрати змісту.

Важливою складовою проекту стала візуальна комунікація. Оскільки Instagram є платформою, де оформлення безпосередньо впливає на зацікавленість аудиторії, контент створювався з урахуванням принципів структурованої подачі інформації: єдина кольорова система, мінімалістичний

стиль, логічна побудова каруселей та поділ тексту на короткі смислові блоки. Водночас головний акцент проєкту був зосереджений не на декоративності сторінки, а на змістовному наповненні матеріалів.

Окрім цього, проєкт враховує сучасну тенденцію до персоналізації журналістики, за якої аудиторія дедалі більше орієнтується не лише на сам контент, а й на особистість автора, його стиль комунікації та спосіб подачі інформації. У цифровому середовищі аудиторія дедалі більше довіряє авторським сторінкам та незалежним медіаплатформам, які мають чітку тематичну спеціалізацію, власний стиль комунікації та зрозумілу редакційну позицію. Саме тому Instagram сьогодні став не лише додатковим каналом поширення інформації, а окремим середовищем для розвитку незалежних культурних медіа та авторської журналістики.

Таким чином, створення авторського Instagram-медіапроєкту «Chapter\_v\_» є актуальним у контексті сучасних змін у сфері журналістики та цифрової комунікації. Проєкт поєднує культурну тематику, журналістський підхід і сучасні механізми подачі інформації, адаптуючи аналітичний та літературний контент до особливостей сприйняття сучасної аудиторії.

## РОЗДІЛ 2

### СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ

#### 2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту

У сучасному цифровому середовищі Instagram перетворився не лише на платформу для візуального контенту, а й на повноцінний медіапростір, який впливає на культурні тенденції, інформаційні звички та сприйняття літератури. Значна частина молодшої аудиторії сьогодні дізнається про книги саме через соціальні мережі. Саме Instagram і TikTok формують читацькі тренди, популяризують окремі жанри, впливають на продажі видань і навіть визначають, які книги отримують глобальну популярність.

Водночас розвиток книжкового контенту у соціальних мережах має і негативну сторону. Більшість літературних сторінок у соціальних мережах орієнтуються передусім на алгоритми платформ, які стимулюють швидке охоплення аудиторії, емоційні реакції та вірусне поширення контенту. Тож, книжковий контент часто обмежується естетичними добірками, короткими рекомендаціями або поверхневими відгуками без глибшого аналізу літературного й культурного контексту. Література дедалі частіше подається як елемент тренду або частина lifestyle-контенту, а не як культурне явище, пов'язане із суспільством, медіа та глобальними процесами.

Тому виникла ідея створення авторського Instagram-медіапроєкту «Chapter\_v\_», присвяченого популяризації читання, аналізу сучасного книжкового ринку та дослідженню впливу digital-культури на розвиток літератури й читацьких практик.

Проєкт створений у межах дипломної роботи на тему ролі соціальних мереж у популяризації читання та функціонування Instagram як сучасного культурного медіа.

Основна концепція «Chapter\_v\_» полягає у поєднанні журналістського підходу з digital-форматом подачі інформації. На відміну від більшості

книжкових сторінок у соціальних мережах, проєкт не обмежується рекомендаціями літератури чи оглядами популярних новинок. Основна увага приділяється аналітиці культурних процесів, міжнародним тенденціям книжкового ринку та впливу медіаіндустрії на сучасне читання. Контент проєкту орієнтований на теми, які рідко висвітлюються у звичайному книжковому Instagram-контенті. У межах медіапроєкту «Chapter\_v\_» було підготовлено матеріали, присвячені таким темам:

вплив Netflix і голлівудської кіноіндустрії на міжнародний книжковий ринок;

причини популярності та спрощення сучасних бестселерів;

особливості читацьких уподобань і популярність різних жанрів у різних країнах;

феномен BookTok як інструменту популяризації та комерціалізації літератури;

зміни читацьких звичок молодшої аудиторії в умовах домінування короткого контенту;

взаємозв'язок між масовою культурою, алгоритмами соціальних мереж і формуванням літературних трендів.

Таким чином, проєкт поєднує елементи культурної журналістики, літературного контенту та аналізу міжнародного медіапростору. Основна увага зосереджується не лише на інформуванні аудиторії, а й на поясненні складних культурних процесів доступною та зрозумілою мовою без спрощення змісту. Окрім інформаційної функції, «Chapter\_v\_» виконує також освітню роль. Значна частина публікацій побудована таким чином, щоб стимулювати критичне мислення аудиторії та формувати більш усвідомлене ставлення до культури споживання контенту.

Проєкт демонструє, що Instagram може використовуватись не лише для розважального контенту, а й як платформа для сучасної культурної журналістики. Актуальність медіапроєкту «Chapter\_v\_» полягає у прагненні адаптувати журналістську аналітику до умов digital-середовища та створити

якісний культурний контент у форматі, наближеному до способу сприйняття інформації сучасною аудиторією соціальних мереж.

## 2.2. Структура проєкту

Основою медіапроєкту «Chapter\_v\_» стала Instagram-сторінка, побудована за принципом незалежного digital-медіа. Структура сторінки була розроблена таким чином, щоб аудиторія сприймала її не як персональний блог, а як повноцінне культурне медіа з чітко визначеною тематикою, продуманою візуальною концепцією та системним підходом до підготовки матеріалів. Головним форматом публікацій стали інформаційно-аналітичні каруселі. Саме цей формат дозволяє адаптувати складні теми до особливостей Instagram та поступово розкривати матеріал через окремі смислові блоки. Кожна карусель має чітку логіку побудови: заголовок, вступ до теми, основні аналітичні тези, приклади та фінальний висновок. Особливістю структури проєкту стало поєднання журналістського тексту та візуальної комунікації. Instagram є платформою швидкого споживання контенту, великі текстові матеріали були адаптовані до коротких структурованих блоків. Такий формат подачі дав змогу адаптувати складні культурні й літературні теми до особливостей сприйняття інформації в соціальних мережах, зберігаючи змістовність і аналітичну глибину матеріалів. Контент медіапроєкту умовно поділяється на кілька тематичних напрямів:

*Книжковий ринок і сучасне читання.* У межах цього напрямку публікувались матеріали про трансформацію сучасної літератури, популярність окремих жанрів, вплив цифрової культури на читацькі звички та комерціалізацію книжкової індустрії.

*Вплив кіно та стримінгових платформ на літературу.* Окремий блок матеріалів був присвячений екранізаціям, впливу Netflix на продажі книг, популяризації літератури через серіали та зміні книжкового ринку під впливом Голлівуду.

*Соціальні мережі та digital-культура.* У цих публікаціях аналізувався

феномен BookTok, алгоритми TikTok та Instagram, вплив короткого контенту на концентрацію уваги й трансформацію способів споживання інформації.

*Масова культура та міжнародні тенденції.* Контент цього напрямку досліджував культурні відмінності між країнами, причини популярності певних жанрів у різних частинах світу та взаємозв'язок між суспільством і літературою.

Важливу роль у структурі сторінки відіграє візуальна єдність. Для «Chapter\_v\_» був створений спільний стиль оформлення: мінімалістичний дизайн, стримана кольорова палітра, великі заголовки, чітка структура тексту та акцент на типографіці. Такий підхід дозволив зробити сторінку впізнаваною та полегшив сприйняття великих обсягів інформації.

Значну увагу було приділено принципам взаємодії з аудиторією. Матеріали створювалися з урахуванням особливостей Instagram та поведінкових моделей користувачів у digital-середовищі. З огляду на це ключові думки візуально акцентувалися, а текстові фрагменти залишалися лаконічними, структурованими та зручними для сприйняття. Це допомагало утримувати увагу читача протягом усієї каруселі.

Власне, структура «Chapter\_v\_» поєднує риси культурного медіа, журналістського формату та сучасної digital-комунікації. Проект адаптує аналітичні й літературні матеріали до специфіки Instagram, зберігаючи якість подачі, логічність викладу та змістову цінність.

### **2.3. Жанрова палітра**

Жанрова структура медіапроєкту «Chapter\_v\_» формувалась відповідно до тематики матеріалів та особливостей digital-комунікації. Оскільки основною метою сторінки стало пояснення сучасних культурних і медійних процесів, основу контенту становлять аналітичні жанри журналістики, адаптовані до формату Instagram.

Основу контенту становлять аналітичні матеріали, адаптовані до особливостей digital-середовища. До цього типу публікацій належать дописи, присвячені впливу Netflix на міжнародний книжковий ринок, причинам

популярності спрощених бестселерів, а також специфіці читацьких уподобань у різних країнах.

Такі матеріали побудовані на аналізі тенденцій, порівнянні культурних процесів та поясненні причин виникнення певних явищ у сучасному медіапросторі. Важливе місце у проєкті займають інформаційно-пояснювальні матеріали. Їхнє головне завдання - адаптувати складні теми до формату соціальних мереж та пояснювати їх доступною мовою. Наприклад, у публікаціях про BookTok або алгоритми Instagram аналізується, як соціальні мережі впливають на читацькі звички та популярність літератури серед молоді.

У межах «Chapter\_v\_» також використовуються елементи культурної публіцистики. Частина матеріалів містить виражену авторську позицію та побудована не лише на фактах, а й на рефлексії щодо сучасної культури споживання контенту. Це особливо помітно у темах, присвячених комерціалізації літератури, романтизації читання у соціальних мережах та зміні ролі книг у digital-епоху.

Важливою рисою жанрової структури стало поєднання журналістських підходів із сучасними форматами комунікації в соціальних мережах. З огляду на специфіку Instagram традиційні жанри були трансформовані у формат каруселей, коротких текстових фрагментів та візуально структурованих публікацій. Це дало змогу зробити матеріали більш зрозумілими для користувачів платформи, не втрачаючи при цьому аналітичної складової. Крім аналітичних матеріалів, у проєкті використовуються й елементи оглядового жанру.

Наприклад, у матеріалах, присвячених міжнародному книжковому ринку, розглядаються тенденції популярності окремих жанрів, зміни читацьких інтересів, а також вплив глобальної медіаіндустрії на розвиток сучасної літератури. Отже, жанрова система «Chapter\_v\_» поєднує елементи аналітичної журналістики, культурної публіцистики, інформаційно-пояснювальних форматів і digital-комунікації. Такий підхід дозволяє висвітлювати складні культурні явища у формі, адаптованій до сучасного способу сприйняття

інформації, зберігаючи змістову глибину та професійний журналістський підхід.

#### **2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення**

Візуальне оформлення авторського Instagram-медіапроєкту «Chapter\_v\_» є невід’ємною частиною його концепції, оскільки в умовах digital-середовища спосіб подачі інформації безпосередньо впливає на сприйняття контенту аудиторією. Оскільки Instagram є платформою з домінуванням візуальної комунікації, оформлення сторінки виконує не лише естетичну роль, а й впливає на сприйняття інформації. Основним завданням оформлення стало створення впізнаваного медійного стилю, який би підкреслював аналітичний характер проєкту та водночас був адаптованим до особливостей споживання контенту в соціальних мережах.

Візуальна концепція «Chapter\_v\_» побудована на принципах мінімалізму. У публікаціях використовується стримана кольорова гама, достатня кількість вільного простору, акцентні заголовки та впорядковане розміщення текстових елементів. Такий підхід був обраний свідомо, адже головний акцент проєкту зроблений саме на змістовності матеріалів, а не на надмірній кількості декоративних елементів чи візуальному перевантаженні.

Основу контенту становлять інформаційно-аналітичні каруселі, адаптовані до особливостей сприйняття матеріалів у соціальних мережах. Кожен слайд у межах публікації виконує окрему функцію та є частиною загальної структури матеріалу. Перші слайди використовуються для формування головної проблематики та привернення уваги аудиторії через великі заголовки або проблемні питання. Наприклад:

- «Чому сучасні бестселери стали простішими?»;
- «Як Netflix змінив книжковий ринок?»;
- «Чому в різних країнах популярні різні жанри?»;

Подібна структура дозволяє адаптувати журналістський матеріал до поведінки користувачів Instagram, де рішення про взаємодію з контентом

приймається протягом кількох секунд. Заголовки виконують функцію своєрідного «гачка», який стимулює аудиторію переглядати карусель далі.

У візуальному оформленні публікацій використовуються фотографії книг, кадри з екранізацій, постери серіалів і фільмів, елементи типографіки, статистичні вставки та графічні акценти. Зокрема, у матеріалі, присвяченому вартості книги в сучасних реаліях, використовувалися приклади цін на друковані видання в українських та міжнародних книгарнях, а також візуальні порівняння вартості книжок у різних країнах. Натомість у публікації про вплив популярності автора на сприйняття літератури були представлені приклади медійно відомих письменників, чия публічна впізнаваність суттєво впливає на комерційний успіх видань. Важливим елементом оформлення стало використання окремих тез, статистики або цитат як самостійних слайдів. Це допомагає структурувати великі обсяги інформації та створює візуальний ритм усередині каруселі.

Для текстового оформлення були обрані шрифти без засічок, які забезпечують зручніше читання з мобільних пристроїв. Заголовки мають більший кегль і контрастне виділення, тоді як основний текст залишається лаконічним та структурованим. У деяких публікаціях окремі слова або фрази виділяються жирним шрифтом для акцентування уваги на ключових тезах матеріалу.

Окрему роль у візуальному оформленні відіграє принцип медійної цілісності. Незважаючи на різну тематику публікацій, сторінка «Chapter\_v\_» зберігає єдину стилістику оформлення, що формує впізнаваність проекту та створює враження повноцінного digital-медіа, а не набору окремих дописів.

Отже, візуальна складова «Chapter\_v\_» виступає не лише елементом оформлення, а й способом адаптації журналістських матеріалів до сучасних моделей споживання інформації в digital-середовищі. Оформлення сторінки підтримує зміст матеріалів, полегшує сприйняття складних тем та допомагає ефективніше взаємодіяти з аудиторією Instagram.

## 2.5. Авторська ідея

Авторський медіапроект «Chapter\_v\_» був створений на основі зацікавлення культурною журналістикою, сучасною літературою та змінами, які digital-середовище спричинило у способах сприйняття інформації. Під час аналізу книжкового контенту в Instagram стало помітно, що значна кількість сторінок функціонує переважно в межах розважального формату: короткі рекомендації, візуально привабливі добірки, трендові відео або публікації, орієнтовані насамперед на алгоритми платформи та швидку реакцію аудиторії. Назва проекту безпосередньо пов'язана з його тематикою та концепцією. Слово Chapter у перекладі означає «розділ» і асоціюється з книгою, новою історією або окремим етапом. Така назва символічно відображає структуру самого проекту, де кожна публікація функціонує як окремий розділ у дослідженні сучасної культури, медіа та літератури. Водночас теми, пов'язані з трансформацією книжкового ринку, впливом масової культури на літературу, змінами читацьких звичок чи особливостями сучасного медіаспоживання, висвітлюються значно рідше. Саме це стало поштовхом до створення «Chapter\_v\_» - медіапроекту, який поєднує культурну тематику, журналістський підхід та адаптовану до Instagram форму подачі матеріалів.

Ключова ідея проекту полягає у прагненні показати, що Instagram може бути не лише простором для розважального контенту, а й платформою для змістовної культурної комунікації. «Chapter\_v\_» створювався як спроба адаптувати аналітичні та публіцистичні матеріали до digital-формату без втрати глибини, логіки викладу та журналістської якості. Окрема увага приділялася тому, щоб складні теми залишалися зрозумілими для молодшої аудиторії та водночас не втрачали змістовності. У межах дипломного проекту було створено серію публікацій, присвячених сучасним книжковим і медійним тенденціям. Серед основних матеріалів проекту:

аналітичний допис про вплив Netflix і голлівудської кіноіндустрії на популярність окремих книжок;

публікація «Чому сучасні бестселери стали простішими?», присвячена впливу соціальних мереж на структуру масової літератури;

матеріал про вартість книги в сучасних економічних умовах та особливості ціноутворення на книжковому ринку;

допис про те, як популярність автора впливає на сприйняття його творів аудиторією;

аналітичний матеріал про феномен BookTok і його роль у формуванні читацьких тенденцій;

серія публікацій, присвячених зміні культури споживання інформації в digital-середовищі.

Під час створення контенту головним завданням було не просто інформувати аудиторію, а пояснювати причини сучасних культурних тенденцій. Саме тому структура матеріалів будувалась за журналістським принципом: постановка проблеми, аналіз причин, приклади та висновки. Окрім Instagram-каруселей, проєкт має потенціал для подальшого розвитку в інших digital-форматах. Зокрема, можливими напрямками масштабування є:

- створення коротких відео форматів для TikTok і Reels;
- адаптація матеріалів у формат блогових статей;
- розробка англomовного контенту для міжнародної аудиторії;

«Chapter\_v\_» є не лише сторінкою про книги, а авторським культурним медіапроєктом, який досліджує взаємозв'язок літератури, сучасної культури та цифрової комунікації. Через журналістський підхід і адаптацію матеріалів до формату соціальних мереж проєкт прагне зробити культурну тематику ближчою та більш зрозумілою для сучасної аудиторії.

## **2.6. Особливості аудиторії**

Основною аудиторією медіапроєкту «Chapter\_v\_» є молодь віком від 18 до 30 років, яка активно користується соціальними мережами та цікавиться культурою, літературою, кіно й сучасними медіа. Основу аудиторії «Chapter\_v\_» становлять студенти, молоді спеціалісти, представники креативних індустрій та

користувачі, для яких соціальні мережі є одним із головних джерел отримання інформації. Проект орієнтується на людей, які цікавляться літературою, сучасною культурою, медіатрендами та прагнуть отримувати не лише розважальний, а й змістовний контент із аналітичним компонентом. Це користувачі, які читають книги, стежать за екранізаціями, цікавляться міжнародними трендами та звертають увагу на вплив соціальних мереж і медіа на сучасну культуру.

Водночас «Chapter\_v\_» не орієнтується виключно на вузький сегмент книжкової аудиторії. Значна частина тем проекту стосується масової культури, стримінгових платформ, digital-трендів і трансформації медіаспоживання, тому контент може бути цікавим і для людей, які не є активними читачами, але цікавляться сучасним медіасередовищем загалом. Значна частина аудиторії звикла до динамічного способу сприйняття інформації, характерного для Instagram, TikTok та інших digital-платформ. З огляду на це матеріали було адаптовано до особливостей поведінки користувачів у соціальних мережах: публікації оформлено у вигляді структурованих каруселей із короткими текстовими фрагментами, чіткою навігацією та візуальними акцентами. Такий формат допомагає поступово розкривати тему, утримувати увагу читача та робити культурну проблематику зрозумілішою для сучасної аудиторії. Особливістю аудиторії «Chapter\_v\_» є також високий рівень візуальної чутливості. Для сучасних користувачів Instagram значення має не лише зміст публікацій, а й загальна візуальна подача сторінки, стиль комунікації та цілісність оформлення. Саме тому в проекті аналітичні матеріали поєднуються з мінімалістичною візуальною концепцією, що дозволяє створювати контент, який одночасно залишається інформативним, зрозумілим і зручним для сприйняття.

Окрему частину аудиторії становлять користувачі, які цікавляться сучасною журналістикою та розвитком незалежних медіа. Для них проект є прикладом адаптації журналістських форматів до соціальних мереж і демонструє можливості Instagram як платформи для культурного медіа.

У перспективі «Chapter\_v\_» має потенціал для розширення аудиторії через інші платформи, відеоформати, англомовний контент та співпрацю з культурними подіями або книжковими спільнотами. Це дозволяє розглядати проєкт не лише як Instagram-сторінку, а як повноцінний медіапродукт про сучасну культуру, літературу та медіа.

### РОЗДІЛ 3

## ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ

Реалізація авторського Instagram-медіапроєкту «Chapter\_v\_» потребувала поєднання журналістської роботи, дизайну та технічної адаптації контенту до особливостей соціальних мереж. Оскільки проєкт створювався спеціально для платформи Instagram, важливим завданням стало не лише написання змістовних матеріалів, а й формування зручного способу їх подачі у мобільному форматі. Значна увага приділялася структурі каруселей, візуальному оформленню, читабельності тексту та взаємодії контенту з алгоритмами платформи.

Уся робота над проєктом виконувалася за допомогою персональної техніки - ноутбука та смартфона. Ноутбук використовувався для написання текстів, пошуку інформації, створення дизайну та роботи з візуальними елементами. Смартфон був необхідний для тестування публікацій безпосередньо в інтерфейсі Instagram, перевірки адаптації слайдів до мобільного екрана, ведення сторінки, створення stories та публікації готового контенту.

Для розробки дизайну постів використовувалася платформа Canva, яка дозволяє створювати візуально структурований контент для social media. Саме у цій програмі були створені всі каруселі, обкладинки постів, текстові слайди та окремі графічні елементи. Попри використання готових шаблонів, більшість макетів адаптовувалась вручну відповідно до стилістики «Chapter\_v\_». Під час розробки візуального оформлення основна увага приділялася мінімалістичному стилю, контрастним заголовкам, читабельній типографіці та послідовному розподілу інформації між слайдами. Такий підхід дав змогу адаптувати аналітичні матеріали до формату Instagram і зробити їх зручнішими для сприйняття.

Написання та редагування текстів здійснювалося у Google Docs. Це дало змогу систематизувати матеріали, працювати з чернетками, структурувати

публікації та поступово адаптовувати журналістські тексти до формату коротких смислових блоків. Значна частина публікацій мала аналітичне спрямування, у процесі підготовки контенту використовувалися матеріали міжнародних медіа, дослідження книжкового ринку, статистичні дані, культурологічні публікації, а також статті, присвячені розвитку BookTok, стримінгових сервісів і сучасної масової культури.

Для створення візуального наповнення публікацій використовувалися постери екранізацій, обкладинки книжок, кадри із серіалів та фільмів, тематичні фотографії, текстові вставки. Наприклад, у матеріалі про вплив Netflix і голлівудської кіноіндустрії на книжковий ринок використовувалися постери популярних екранізацій та приклади видань, продажі яких суттєво зросли після виходу фільмів або серіалів. В іншій публікації, присвяченій трансформації сучасних бестселерів, були наведені приклади популярної масової літератури та короткі аналітичні пояснення щодо змін читацьких інтересів у digital-середовищі. Частина візуальних матеріалів додатково редагувалася у мобільних застосунках для обробки фото та PNG-елементів. Під час роботи змінювався фон зображень, додавалися текстові акценти, рамки, вирізані елементи та графічні вставки. Водночас оформлення не повинно було перевантажувати контент, тому візуальні елементи використовувалися насамперед як інструмент для кращого розкриття теми та структурування інформації. Особливістю створення контенту для «Chapter\_v\_» стала багаторівнева адаптація журналістських матеріалів до digital-формату. Робота над кожною публікацією проходила кілька етапів: вибір теми, аналіз джерел, формування структури матеріалу, написання тексту, скорочення та адаптація інформації під формат Instagram-каруселі, підбір візуального матеріалу та фінальне оформлення. З огляду на специфіку соціальних мереж великі текстові матеріали адаптовувалися у формат коротких змістових блоків, зручних для читання з мобільних пристроїв. Під час створення контенту також враховувалися принципи роботи Instagram-алгоритмів і особливості взаємодії аудиторії з публікаціями. У сучасному digital-середовищі користувач взаємодіє з

контентом дуже швидко, тому важливо було створити структуру публікацій, яка б утримувала увагу з перших секунд.

Саме тому більшість каруселей розпочиналися з проблемного питання або акцентного заголовка, зокрема: «Who Shapes the Global Book Market: Men or Women?», «Чому в різних країнах популярні різні книжкові жанри?» або «Чи може книга змінити спосіб мислення людини?». Така система дозволяла зацікавити аудиторію та мотивувати користувача переглядати матеріал повністю.

У межах дипломного проекту було створено серію публікацій, присвячених гендерному впливу на сучасний книжковий ринок, особливостям популярності різних літературних жанрів у різних країнах, трансформації читацьких інтересів у digital-середовищі, а також рецензії на книгу «101 Essays», у якій аналізувались теми самоусвідомлення, інформаційного перевантаження та культури сучасного мислення. Усі матеріали були об'єднані спільною стилістикою, тематикою та принципами подачі інформації.

Усі етапи реалізації «Chapter\_v\_» - від пошуку інформації до фінального оформлення публікацій - виконувалися самостійно. Це дозволило зберегти цілісність візуальної концепції, єдиний стиль комунікації та авторський підхід до висвітлення тем. У результаті проект поєднав елементи журналістської аналітики, культурної тематики та сучасних digital-форматів, демонструючи можливість існування якісної культурної журналістики в просторі соціальних мереж.

## ВИСНОВКИ

У межах кваліфікаційної бакалаврської роботи було досліджено особливості трансформації культурної журналістики в умовах цифрового середовища та роль соціальних мереж у популяризації літератури й формуванні сучасної культури читання. У процесі роботи було проаналізовано, як Instagram, TikTok та інші платформи впливають на способи споживання інформації, читацькі звички молоді та популярність книжкового контенту.

У результаті проведеного дослідження було встановлено, що соціальні мережі стали важливою частиною сучасного медіапростору та суттєво впливають на формування культурних тенденцій, читацьких практик і способів взаємодії аудиторії з інформацією. Платформи на кшталт Instagram і TikTok сьогодні виконують не лише розважальну функцію, а й дедалі частіше стають середовищем для культурної комунікації та популяризації літератури. Особливо помітним це стало у сфері літератури, де феномени BookTok і Bookstagram суттєво вплинули на міжнародний книжковий ринок, популярність окремих жанрів та механізми просування книг. Під час аналізу книжкового контенту в Instagram було виявлено, що більшість сторінок зосереджується переважно на візуальній складовій, коротких рекомендаціях і трендових форматах.

Натомість аналітичні матеріали, присвячені сучасній культурі, книжковому ринку чи впливу digital-середовища на літературу, представлені значно менше. Це стало підґрунтям для створення авторського медіапроєкту «Chapter\_v\_», який поєднує елементи культурної журналістики, аналітики та адаптованого до соціальних мереж формату подачі інформації.

У процесі реалізації проєкту було сформовано структуру сторінки, візуальну концепцію, тематичні рубрики та систему подачі контенту. У межах дипломного проєкту було створено Instagram-медіа, присвячене сучасній літературі, digital-культурі та медіатрендам.

Основу контенту становлять інформаційно-аналітичні каруселі,

побудовані за принципом журналістського матеріалу: постановка проблеми, пояснення причин, приклади та узагальнення. Такий формат дозволив адаптувати складні теми до особливостей сприйняття інформації в соціальних мережах без втрати логіки та змістовності.

У процесі роботи було підготовлено серію матеріалів, присвячених впливу медіаіндустрії на книжковий ринок, популярності окремих літературних жанрів у різних країнах, ролі TikTok у формуванні читацьких тенденцій, зміні культури медіаспоживання, а також взаємозв'язку між масовою культурою та сучасною літературою. Окрему увагу приділено темам вартості книг, впливу популярності автора на сприйняття його творів і феномену комерціалізації літератури у digital-середовищі. Окремо було розроблено візуальну концепцію сторінки. Важливою складовою проєкту стало візуальне оформлення сторінки. Мінімалістичний стиль, структуроване розміщення тексту, єдина кольорова система та акцентні заголовки дали змогу створити впізнавану візуальну концепцію та зробити аналітичні матеріали більш зручними для сприйняття у форматі Instagram. Для реалізації медіапроєкту використовувалися доступні цифрові інструменти та персональна техніка: ноутбук, смартфон, Canva, Google Docs, мобільні застосунки для обробки візуалу та соціальна мережа Instagram. Усі етапи реалізації медіапроєкту - від пошуку інформації та написання текстів до створення дизайну, адаптації контенту та ведення сторінки - виконувалися самостійно.

Це дозволило сформувати цілісну концепцію проєкту та забезпечити єдиний стиль комунікації з аудиторією. Під час роботи над «Chapter\_v\_» виникли й певні труднощі. Насамперед це стосувалося адаптації складних аналітичних тем до швидкого формату соціальних мереж, необхідності постійно враховувати особливості Instagram-алгоритмів та поєднання змістовності з візуальною привабливістю контенту. Крім того, створення кожної публікації вимагало комплексної роботи одночасно з текстом, дизайном, структурою та візуальними матеріалами. Реалізація «Chapter\_v\_» продемонструвала, що Instagram може функціонувати не лише як платформа для розважального

контенту, а і як простір для культурної журналістики та популяризації читання. Проєкт показав можливість адаптації журналістської аналітики до digital-середовища без втрати якості, змістовності та професійного підходу до роботи з темою. У перспективі медіапроєкт має потенціал до подальшого розвитку. Зокрема, можливе розширення контенту у форматі відеоматеріалів для TikTok і Reels, створення англомовної версії сторінки, адаптація публікацій у формат довших текстових матеріалів, а також співпраця з книжковими подіями, видавництвами та культурними платформами.

Таким чином, авторський медіапроєкт «Chapter\_v\_» став прикладом сучасного культурного digital-медіа, яке поєднує журналістську аналітику, літературну тематику та актуальні формати комунікації з аудиторією. Реалізація проєкту підтвердила актуальність культурної журналістики у соціальних мережах та продемонструвала, що навіть у середовищі швидкого контенту існує запит на змістовні й якісні медіапродукти.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Beaney H. 'I can't stress how much BookTok sells': teen literary influencers swaying publishers. The Guardian. 2023. 6 August.  
URL: <https://www.theguardian.com/books>
2. Digital News Report 2024. Reuters Institute.  
URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>
3. Instagram and attention spans: how social media changes content consumption. Social Media Today.  
URL: <https://www.socialmediatoday.com/news/Best-Social-Platforms-by-Industry-Infographic/636331/>
4. Köhler B., David S., Blumtritt J. The Slow Media Manifesto. Slow Media.  
URL: <https://en.slow-media.net/manifesto>
5. Moorefield N. News fatigue: what it is and how to avoid it. The University of North Carolina at Chapel Hill. 2022. 16 September.  
URL: <https://www.unc.edu/discover/news-fatigue-what-it-is-and-how-to-avoid-it/>
6. Reader, I followed them: TikTok expands its content to tap into the BookTok phenomenon. The Guardian. 2022. 15 August.  
URL: <https://www.theguardian.com/books/2022/aug/15/reader-i-followed-them-tiktok-expands-its-content-to-tap-into-the-booktok-phenomenon>
7. Читанка: топ книжок, що дають натхнення для відновлення й усвідомленого життя. VOGU  
URL: <https://vogue.ua/article/beauty/ukhod/chitanka-top-knizhok-shcho-dayut-gathnennya-dlya-vidnovlennya-y-usvidomlenogo-zhittya-61444.html>

8. Robertson C. T. People are turning away from the news. Here's why it may be happening. Reuters Institute. 2025. 21 February.

URL:<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/people-are-turning-away-news-heres-why-it-may-be-happening>

9. Червінський С. Медіаландшафт друкованих медіа в Україні. Детектор медіа. 2024.

URL:<https://detector.media/infospace/article/234226/2024-11-02-media-landshaft-drukovanykh-media-v-ukraini-2024/>

10. Медіаспоживання українців: третій рік повномасштабної війни. Громадянська мережа ОПОРА. 2024.

URL:<https://oporaua.org/viyna/doslidzhennya-mediaspozhyvannya-ukrayinciv-tretyy-rik-povnomasshtabnoyi-viyni-25292>

11. Що таке BookTok: непередбачувані алгоритми книгочитання, українські буктокери та тренди. Суспільне

URL:<https://suspilne.media/culture/579663-so-take-booktok-neperedbачeni-algoritmi-knigocitanna-ukrainski-buktokeri-ta-trendi/>

12. Архів журналу Forbes. *Forbes*.

URL:<https://forbes.ua/lifestyle/nashi-konkurenti-netflix-i-sotsmerezhi-grupa-ranok-investue-milyoni-u-vidavnistvo-dlya-zhinochoi-auditorii-korali-books-yak-vono-vigravatime-bitvu-za-chitachok-16042026-37983>

## ДОКУМЕНТАЦІЯ

### Тексти авторських матеріалів Instagram-медіа “Charter\_v\_”

#### 1. Чому сучасні бестселери стали простішими?

Сьогодні бестселери читаються інакше. Вони коротші, динамічніші, простіші за мовою - і це не випадковість. Це реакція літератури на зміну того, як ми споживаємо інформацію.

Ми живемо в умовах економіки уваги: конкуренція за читача тепер відбувається не лише між книгами, а й між стрічками соцмереж, відео та новинами. У цій реальності складний текст часто програє швидкому й емоційному. Велику роль у цьому відіграють платформи на кшталт TikTok, де книжки стають вірусними не через глибину, а через емоцію. Якщо історію можна описати одним реченням і викликати сильну реакцію - вона має більше шансів стати бестселером. Не менш важливий і видавничий ринок. Видавництва обирають безпечні формули: простий стиль, швидкий сюжет, чітка емоційна динаміка. Це легше продавати, перекладати й екранізувати.

Але справа не лише в індустрії - змінився й читач. Ми звикли до швидкого контенту, коротких форм і постійної зміни стимулів. Тому складні тексти сприймаються як “важкі”, навіть якщо вони глибші. Сучасні бестселери стали простішими не тому, що література “збідніла”, а тому що змінився ринок, технології і наша увага.

І питання вже не в тому, чи це добре чи погано. Питання в іншому: чи залишилось у нас місце для повільного читання?

#### 2. 101 Essays That Will Change The Way You Think

“101 Essays That Will Change The Way You Think” стала популярною не тому, що дає готові відповіді, а тому що говорить із читачем мовою сучасної емоційної втоми. Сьогодні література про саморозвиток перетворилась на окрему індустрію. Книги вчать прокидатися зранку, правильно мислити, дисциплінувати себе, ставати “кращою версією”. Усе це добре продається в культурі, де людина постійно повинна вдосконалюватися.

Саме тому “101 Essays That Will Change The Way You Think” відчувається інакше. Бріанна Вест не говорить із читачем мовою успіху. Вона говорить мовою втоми. Втоми від чужих очікувань, постійного самоконтролю, страху щось не встигнути або прожити “неправильно”. Її есеї не схожі на класичний мотиваційний текст - у них немає чіткої системи чи універсальної формули щастя. Натомість є спроба пояснити, чому люди так часто губляться у власних думках і бажаннях.

Вест пише про тривожність, самооцінку, звичку жити за сценаріями, які давно перестали робити людину щасливою. Але головне - вона робить це дуже простою мовою. Без складних психологічних термінів і дистанції між авторкою та читачем. І саме ця простота стала однією з причин популярності книги серед молоді аудиторії.

Формат теж має значення. Короткі есе легко вписуються в ритм цифрової культури, де людям дедалі складніше концентруватися на великих текстах. «101 есей» не вимагає читати себе “правильно” - книгу можна відкривати з будь-якої сторінки, повертатися до окремих думок, читати фрагментами. І, можливо, саме тому вона працює.

Це не книга, яка радикально змінює життя після останньої сторінки. Скоріше, вона змушує зупинитися й уважніше подивитися на власний внутрішній стан. А в сучасній культурі постійного шуму це вже багато. Головна цінність цієї книги - не в “зміні мислення”, про яку говорить назва. А в тому, що вона дозволяє чесно поставити собі питання, які ми зазвичай намагаємося заглушити шумом, роботою чи нескінченним контентом.

А ви читаєте книги повільно - з роздумами, чи швидше “споживаєте” їх, як контент? І чи була книга, яка справді змусила вас подивитися на себе інакше?

### **3. Who Shapes the Global Book Market: Men or Women?**

Over the past decade, the global book industry has changed significantly. While publishing was traditionally associated with male dominance, today women increasingly shape mass reading trends - both as authors and as the main audience.

According to Nielsen BookData and international reading studies, women buy and read books far more often than men. This is especially visible in the United States, the United Kingdom, Canada, and Western Europe, where women dominate fiction readership, book clubs, and BookTok communities.

The bestselling author landscape has also shifted. Writers such as Colleen Hoover, Sally Rooney, Taylor Jenkins Reid, and Emily Henry consistently rank among the most popular contemporary authors worldwide. Their books frequently top The New York Times and Goodreads charts, further amplified by screen adaptations. Reading preferences also differ across regions. In the US and UK, readers favor contemporary romance, psychological fiction, and self-help. In Japan, introspective novels about loneliness are popular, while South Korea focuses on mental health and burnout. In Eastern Europe, readers often gravitate toward themes of trauma, identity, and social change.

Men are still less likely to read books written by women, while women read authors of both genders more evenly. As a result, literature focused on female experiences is often still labeled “niche,” despite its market dominance. Social media has reshaped everything. BookTok and Bookstagram turned reading into a global trend driven not by critics, but by audience emotion and online culture.

Today, the book market reflects not only literature, but also social moods, generational psychology, and cultural change visible in what different countries read.

#### **4. Чому покоління Z масово читає self-help літературу?**

Ще кілька років тому література про саморозвиток асоціювалася переважно з мотиваційними цитатами та “формулами успіху”. Сьогодні self-help - це вже не просто жанр книжкового ринку, а повноцінний культурний феномен. Книги про тривожність, емоційне вигорання, самооцінку й пошук себе стабільно очолюють світові рейтинги продажів. У соцмережах цитати з таких видань набирають мільйони переглядів, а автори self-help літератури стають медійними фігурами нарівні з інфлюенсерами чи психологами.

Причина популярності жанру значно глибша, ніж просто “мода на саморозвиток”. Self-help став реакцією на стан сучасного суспільства.

Покоління, яке живе в умовах постійної інформаційної перенасиченості, нестабільності та культури продуктивності, дедалі частіше стикається з емоційним виснаженням. Соцмережі створюють нескінченне порівняння себе з іншими, а успішність перетворюється не просто на бажання, а на соціальну вимогу. У такій реальності книги про внутрішній стан починають виконувати функцію емоційної підтримки.

Self-help література продає не лише поради. Вона продає відчуття зрозумілості. Саме це стало головною причиною її популярності серед молоді аудиторії. Сучасний читач дедалі рідше шукає в книгах “готову істину”. Натомість він шукає пояснення власним емоціям, досвіду та внутрішнім кризам. Тому популярними стають автори, які говорять простою мовою про складні речі: страх змін, самотність, втому, пошук ідентичності чи відчуття втрати контролю над власним життям.

Водночас популярність self-help викликає й дискусії. Частина критиків вважає, що жанр спрощує складні психологічні проблеми та створює ілюзію, що будь-яку кризу можна вирішити “правильним мисленням”. Інші ж говорять про те, що саме такі книги стали для багатьох людей першим кроком до усвідомлення власного емоційного стану та турботи про психічне здоров’я. Головний феномен self-help літератури полягає не в тому, що вона “змінює життя”. А в тому, що вона з’явилася в момент, коли людям особливо потрібно було почути: з ними все не так погано, як їм здається.

А як ви ставитеся до self-help літератури - як до реальної підтримки чи радше до комерціалізації людських переживань?

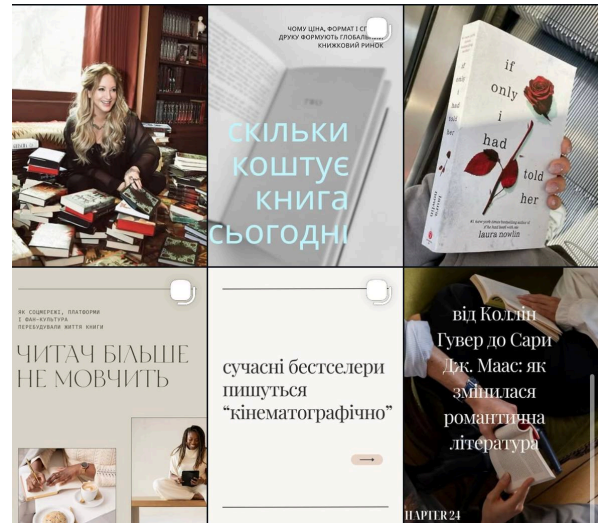
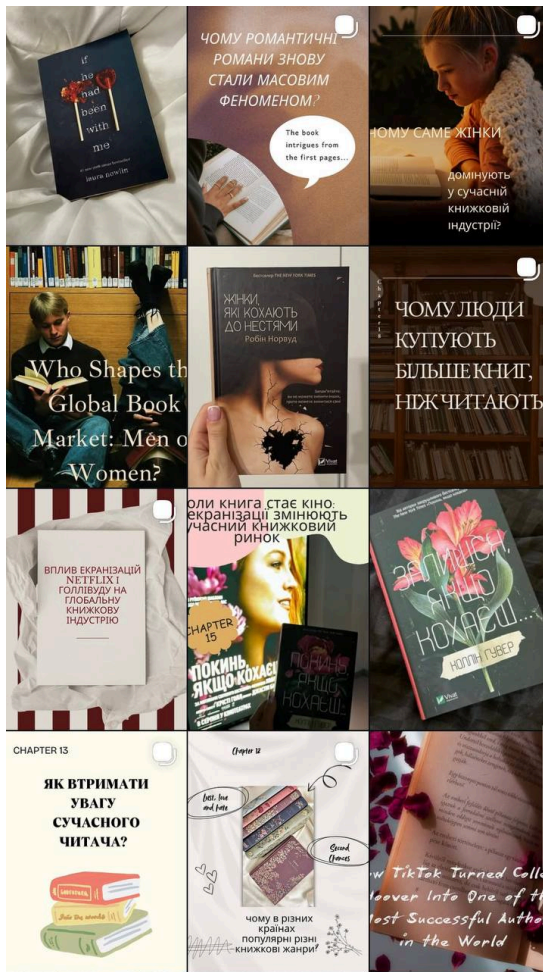
**Медіа проєкт**

**“Chapter\_v\_”**

[https://www.instagram.com/chapter\\_v\\_?igsh=bDA0Y204Y3ByeDl4](https://www.instagram.com/chapter_v_?igsh=bDA0Y204Y3ByeDl4)

# ДОДАТКИ


## Додаток А



chapter\_v\_

## CHAPTER 13

# ЯК ВТРИМАТИ УВАГУ СУЧАСНОГО ЧИТАЧА?




chapter\_v\_ 2/5

**СУЧАСНИЙ КНИЖКОВИЙ РИНОК  
КОНКУРУЄ НЕ ЛИШЕ З ЛІШИМИ  
КНИГАМИ.**

**ВІН КОНКУРУЄ З ТІКТОК, NETFLIX,  
REELS, YOUTUBE ТА  
НЕСКІНЧЕННИМ ПОТОКОМ  
КОНТЕНТУ, ЯКИЙ ЛЮДИНА  
СПОЖИВАЄ ЩОДНЯ.**

**І НЕ СУТТЄВО ЗМІНИЛО ТЕ, ЯК  
СЬОГОДНІ ПИШУТЬ І ПРОДАЮТЬ  
КНИГИ.**

ЩЕ КІЛЬКА ДЕСЯТИЛІТЬ ТОМУ ЧИТАЧ  
БУВ ГОТОВИЙ ПОВІЛЬНО "ВХОДИТИ"  
В ІСТОРІЮ: ДОВГІ ОПИСИ, СКЛАДНИЙ  
ВСТУП І ПОВІЛЬНИЙ РОЗВИТОК  
СЮЖЕТУ ВВАЖАЛИСЯ НОРМОЮ.



СЬОГОДНІ Ж УВАГА СТАЛА ОДНІЄЮ З  
НАЙЦІННІШИХ ВАЛЮТ DIGITAL-  
ЕПОХИ.

САМЕ ТОМУ СУЧАСНА ПОПУЛЯРНА  
ЛІТЕРАТУРА ДЕДАЛІ ЧАСТІШЕ  
НАМАГАЄТЬСЯ "ЗАЧЕПИТИ" ЧИТАЧА  
ВЖЕ З ПЕРШИХ СТОРІНОК.

chapter\_v\_ 3/5

**НА ЦЕ ВПЛИНУЛИ НЕ ЛИШЕ СОЦМЕРЕЖІ, А Й ЗМІН  
САМОЇ КУЛЬТУРИ СПОЖИВАННЯ КОНТЕНТУ.**

**ЛЮДИ ЗВИКЛИ ДО:**

- КОРОТКИХ ФОРМАТІВ
- ШВИДКОЇ ЗМІНИ ІНФОРМАЦІЇ
- ЕМОЦІЙНОЇ ПОДАЧІ
- ПОСТІЙНОЇ СТИМУЛЯЦІЇ УВАГИ

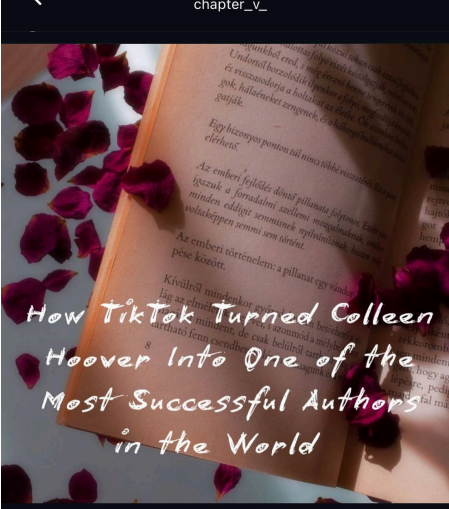
**У РЕЗУЛЬТАТІ НАВІТЬ КНИГИ ПОЧАЛИ АДАПТУВАТИСЯ  
ДО НОВОЇ ЧИТАЦЬКОЇ ПОВЕДІНКИ.**

САМЕ ТОМУ СУЧАСНІ  
БЕСТСЕЛЕРИ ЧАСТО МАЮТЬ:

- КОРОТКІ ГЛАВИ
- ШВИДКИЙ ТЕМП
- ЕМОЦІЙНІ CLIFFHANGERS
- ПРОСТУ МОВУ
- БАГАТО ДІАЛОГІВ ТАКІ  
КНИГИ ЛЕГШЕ ЧИТАЮТЬСЯ  
В РИТМІ СУЧАСНОГО ЖИТТЯ  
ТА КРАЩЕ "УТРИМУЮТЬ"  
ЧИТАЧА.



chapter\_v\_ 4/5



**How TikTok Turned Colleen  
Hoover Into One of the  
Most Successful Authors  
in the World**



chapter\_v\_ 2/5

СУЧАСНИЙ КНИЖКОВИЙ РИНОК ПРОДАЄ НЕ ЛИШЕ ТЕКСТИ.

ВІН ПРОДАЄ ОСОБИСТІСТЬ АВТОРА.

СЬОГОДНІ ПИСЬМЕННИК ДЕДАЛІ ЧАСТІШЕ СТАЄ МЕДІЙНИМ ПЕРСОНАЖЕМ: ВЕДЕ СОЦМЕРЕЖІ, ДАЄ ІНТЕРВ'Ю, ЗНІМАЄ ТІКТОК, ЗБИРАЄ АУДИТОРНЮ ТА ФОРМУЄ ВЛАСНИЙ БРЕНД НАВКОЛО КНИГИ.

ЩЕ ДЕСЯТЬ-П'ЯТНАДЦЯТЬ РОКІВ ТОМУ ЧИТАЧ МІГ МАЙЖЕ НІЧОГО НЕ ЗНАТИ ПРО АВТОРА.

ЗАРАЗ СИТУАЦІЯ ЗМІНИЛАСЯ. ПЕРЕД ПОКУПКОЮ КНИГИ ЛЮДИ ЧАСТО ВЖЕ:

- БАЧИЛИ АВТОРА В ТІКТОК
- ДИВИЛИСЯ ІНТЕРВ'Ю
- ЧИТАЛИ ЙОГО INSTAGRAM
- ЗНАЮТЬ ОСОБИСТУ ІСТОРІЮ
- СТЕЖАТЬ ЗА ЙОГО ЖИТТЯМ ОНЛАЙН

І ЦЕ НАПРЯМУ ВПЛИВАЄ НА СПРИЙНЯТТЯ ТЕКСТУ.

chapter\_v\_ 3/5

Особливо це помітно в жанрах:

- self-help
- romance
- young adult
- психологічна література

Тут автор продає не лише книгу, а й власний досвід, стиль життя та емоційну "близькість" із читачем.

СОЦМЕРЕЖІ СІТТЕВО ЗМІНИЛИ МЕХАНІКУ ПОПУЛЯРНІСТІ КНИГ.

BOOKTOK І BOOKTAGRAM ПЕРЕТВОРИЛИ ЧИТАННЯ НА ЧАСТИНУ DIGITAL-КУЛЬТУРИ, ДЕ ВАЖЛИВУ РОЛЬ ВІДІГРАЄ НЕ ЛИШЕ ЗМІСТ, А Й ТЕ, ХТО САМЕ ГОВОРІТЬ ПРО КНИГУ.

У РЕЗУЛЬТАТІ АВТОР СТАЄ ЧАСТИНОЮ МАРКЕТИНГУ НЕ МЕНШЕ, НІЖ САМА ОБ'ЄКТИВНА ЧИ РЕКЛАМА ВИДАВНИЦТВА.

chapter\_v\_ 1/7

сучасні бестселери пишуться "кінематографічно"

chapter\_v\_ 3/7

ДЕЯКІ ТЕКСТИ НАВТІШ ПРИБЛИЖУЮТЬ ПЬОНО.

У ТРИДЕНАТІ РАТІ ФІЛМІВ ЧИ ЛІЧМІЙЦІА – КОЖНІ РОЗДІЛ ЗАКРИТУСЬЯ ЯК "КАДР" ПЕРШОГО МОНТАЖНОГО СКЛАДІВКОЮ.

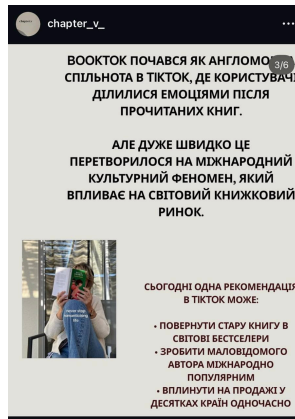
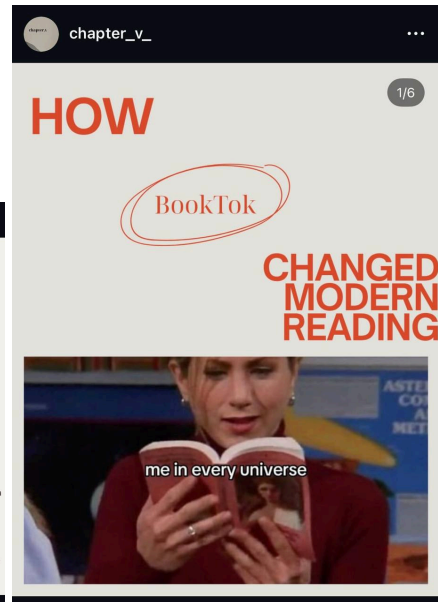
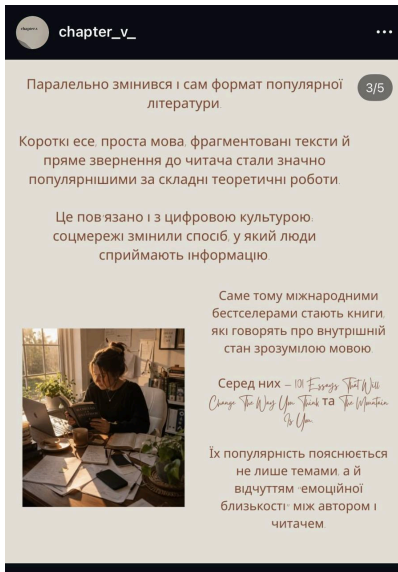
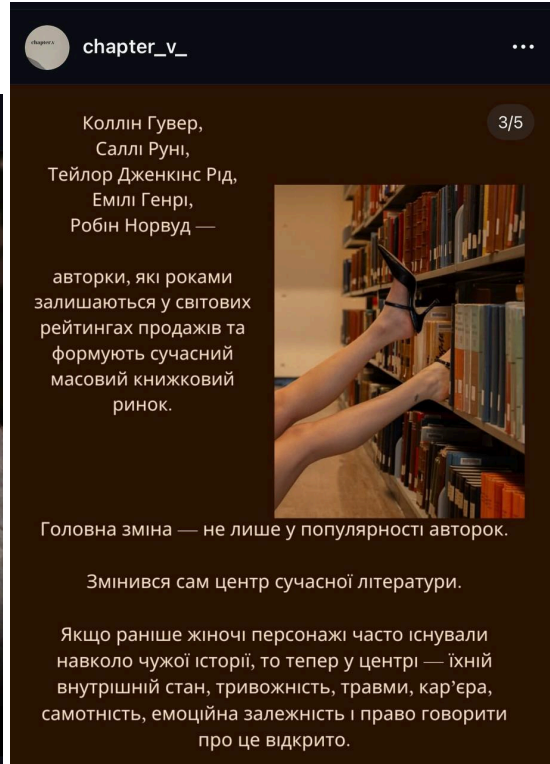
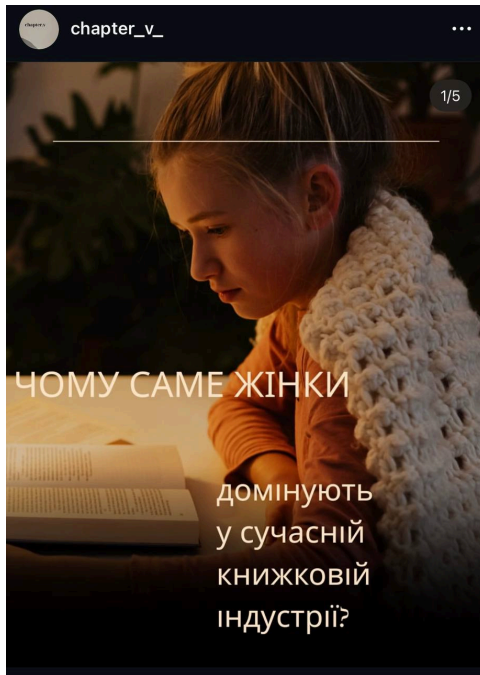
У РОМАНІХ РІЧАРДА ОСМАНА СІНІНІ НОБУ ДОВАШ ТАК ПИШЕ НЕ СЕРІАЛІЗОВАНИХ З'ЯВЛЕННЯХ ПІСЬМЕННИКА.

ЩЕ НЕ ВІПІДКОВІСТЬ СТИЛЮ – ЦЕ ФОРМАТ.

У США ТА БРИТАНІІ ВИДАВНИЦТВА ПРЯМО ПРАЦЮЮТЬ ІЗ "ЕКРАНІЗАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ".

КНИГИ ПРОДАЮТЬ НЕ ТІЛЬКИ ЯК ТЕКСТИ, А ЯК МАЙБУТНІ СЕРІАЛИ.

ПИТАННЯ "ХТО ЦЕ ЗІГРАЄ?" ВИНИКАЄ ЩЕ ДО ВИХОДУ КНИГИ.



## АНОТАЦІЯ

**Бомко В. О. Створення авторського Instagram-медіапроєкту «Chapter\_v\_» про сучасну культуру, літературу та digital-медіа.**

*Ключові слова: Instagram-медіа, digital-журналістика, культурна журналістика, BookTok, Bookstagram, книжковий ринок, соціальні мережі, медіаспоживання, література, digital-контент.*

Кваліфікаційна бакалаврська робота присвячена створенню авторського Instagram-медіапроєкту «Chapter\_v\_», спрямованого на популяризацію читання, аналіз сучасної культури та дослідження трансформації книжкової індустрії в умовах digital-середовища. У теоретичній частині пояснювальної записки проаналізовано роль соціальних мереж у сучасному медіапросторі, вплив Instagram і TikTok на читацькі звички молоді аудиторії, феномени BookTok і Bookstagram, а також зміни у сфері культурної журналістики під впливом цифрових платформ. Окрему увагу приділено трансформації книжкового ринку, впливу стримінгових сервісів та алгоритмів соціальних мереж на популярність літератури й формування сучасних культурних трендів.

Практична частина роботи включає розробку та реалізацію Instagram-медіапроєкту «Chapter\_v\_» із власною візуальною концепцією, системою рубрик і серією аналітичних публікацій у форматі digital-каруселей. Тематика медіапроєкту охоплює зміни сучасної книжкової індустрії під впливом digital-культури, особливості читацьких уподобань у різних країнах, роль соціальних мереж у формуванні літературних трендів, а також взаємозв'язок між масовою культурою, популярністю авторів і комерційним успіхом книг. Проєкт поєднує елементи аналітичної журналістики, культурної публіцистики та сучасної digital-комунікації. У межах проєкту було створено серію інформаційно-аналітичних матеріалів, присвячених вартості книги в сучасних

економічних умовах, феномену BookTok, трансформації сучасних бестселерів, рецензії на книгу «101 Essays That Will Change The Way You Think», а також темі впливу медійності письменника на сприйняття його творчості аудиторією. Особлива увага приділялася поєднанню журналістського підходу з візуальними можливостями Instagram. Структура публікацій, мінімалістичне оформлення, типографіка та система візуальних акцентів були спрямовані на те, щоб адаптувати складні культурні теми до особливостей сприйняття інформації в соціальних мережах. Результати роботи демонструють, що Instagram може бути ефективним середовищем для розвитку культурної журналістики, популяризації читання та створення аналітичного контенту, орієнтованого на сучасну аудиторію.

## ANNOTATION

**Bomko V. O. Creation of the authorial Instagram media project “Chapter\_v\_” focused on contemporary culture, literature, and digital media.**

*Keywords: Instagram media, digital journalism, cultural journalism, BookTok, Bookstagram, book market, social media, media consumption, literature, digital content.*

The bachelor’s qualification thesis is devoted to the creation of the authorial Instagram media project «Chapter\_v\_», aimed at promoting reading, analyzing contemporary culture, and exploring the transformation of the publishing industry in the digital environment. The theoretical part of the explanatory note examines the role of social media in the modern media landscape, the influence of Instagram and TikTok on the reading habits of young audiences, the phenomena of BookTok and Bookstagram, as well as the transformation of cultural journalism under the influence of digital platforms. Particular attention is paid to changes in the publishing market, the impact of streaming services and social media algorithms on the popularity of literature, and the formation of contemporary cultural trends.

The practical part of the thesis includes the development and implementation of the Instagram media project «Chapter\_v\_» with its own visual concept, content structure, and a series of analytical publications created in the format of digital carousels. The project focuses on changes in the modern publishing industry influenced by digital culture, reading preferences in different countries, the role of social media in shaping literary trends, and the relationship between mass culture, author popularity, and the commercial success of books.

The project combines elements of analytical journalism, cultural commentary, and contemporary digital communication. The content is adapted to the specifics of Instagram as a media platform: the materials are presented in the form of structured carousels that combine text, visual elements, and analytical sections. As part of the project, a series of informational and analytical publications was created, dedicated to

the cost of books in modern economic conditions, the BookTok phenomenon, the transformation of contemporary bestsellers, a review of the book «101 Essays That Will Change The Way You Think», and the influence of an author's media presence on the audience's perception of their work.

Special attention was paid to combining a journalistic approach with the visual possibilities of Instagram. The structure of the publications, minimalist design, typography, and system of visual accents were intended to adapt complex cultural topics to the way information is perceived on social media platforms. The results of the project demonstrate that Instagram can function not only as an entertainment platform, but also as an effective space for cultural journalism, reading promotion, and the creation of analytical content aimed at a contemporary audience.