

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА
ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра медіапродюсування та видавничої справи

**СТВОРЕННЯ ТА ПРОСУВАННЯ БЛОГУ ПРО ДИТЯЧУ
ЛІТЕРАТУРУ**

Кваліфікаційна робота
на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри медіапродюсування
та видавничої справи

_____ Фіголь Н. М.
(підпис)

« ____ » _____ 20 р

Оцінка з урахуванням усного захисту

Члени комісії:

« ____ » _____ 20 р

Студентка групи ВСРб-1-20-4.0д

денної форми навчання

спеціальність: 061 «Журналістика»

освітня програма: 061.00.03

«Видавнича справа та редагування»

Цихмейструк Поліна Едуардівна

Науковий керівник:

доцент кафедри

медіапродюсування та видавничої справи,

кандидат педагогічних наук

Балабанова Катерина Євгенівна

ЗМІСТ

Частина I. КОНЦЕПЦІЯ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЄКТУ

Резюме проєкту	4
----------------------	---

Частина II. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

ВСТУП	7
-------------	---

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

1.1. Дослідження ринку та особливості аудиторії	9
1.2. Аналіз конкурентного середовища.....	13

РОЗДІЛ 2. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ БЛОГУ

2.1. Загальні характеристики інстаграм-блогу	15
2.2. Редакційно-видавничий комплекс підготовки проєкту	17
2.3. Економічні аспекти реалізації блогу.....	21

РОЗДІЛ 3. ПРОСУВАННЯ БЛОГУ НА РИНКУ

3.1. Використані методи просування блогу про дитячу літературу.....	23
3.2. Майбутні стратегії промоції блогу	29

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	31
----------------------------------	----

ДОДАТКИ.....	34
--------------	----

**Частина І.
КОНЦЕПЦІЯ ТА
ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЄКТУ**

РЕЗЮМЕ ПРОЄКТУ

«Читайко» — блог, який досліджує та популяризує дитячу літературу. Проєкт орієнтований на дві основні аудиторії: батьків, які хочуть заохотити дітей до читання, та студентів-видавців, які прагнуть розвивати свої професійні навички у сфері книговидання.

Основний контент «Читайко» складається з рецензій на нові книжки, аналізу актуальних тенденцій дитячої літератури, інтерв'ю з авторами та експертами, а також порад для батьків про те, як формувати любов до книг у дітей. Окрім цього, блог пропонує авторські рубрики, що дозволяють поглиблено розглядати окремі теми, пов'язані з дитячим читанням і книговиданням.

Соціально-культурне значення блогу «Читайко» полягає в сприянні розвитку читацької культури серед дітей, наданні батькам доступу до обґрунтованої експертної інформації про сучасний книжковий ринок та підтримці загального рівня культури читання в суспільстві.

У стратегії розвитку передбачено розширення функціоналу блогу, зокрема створення добірок книжок для різних вікових категорій, а також поглиблену співпрацю з видавцями та авторами для висвітлення процесу створення дитячої книги.

Станом на 14 травня 2025 року проєкт @chytaiko_ має такі результати: загальна кількість підписників становить 100 осіб; з початку ведення блогу було опубліковано 88 публікацій. Перший допис з'явився 2 січня 2025 року.

У межах активної реалізації проєкту вдалося здійснити дві повноцінні співпраці з авторками дитячих книжок — Марією Солтис-Смирною та Катериною Переконос.

Також реалізовано колаборацію з українським видавництвом «Відкриття». Загалом у межах цієї співпраці було підготовлено й опубліковано 5 тематичних дописів.

Найуспішнішою публікацією блогу став текстовий інтерв'ю-допис із Катериною Переконос, який набрав 1 264 перегляди.

Саме ця публікація забезпечила залучення понад 50% нової аудиторії до блогу та стала ключовим інструментом розширення охоплення проєкту.

У період з 23 березня по 21 квітня 2025 року профіль переглянули 3623 рази, з яких 70% наявні підписники, а 30% користувачі, які не є підписниками сторінки. Такий розподіл демонструє активну зацікавленість постійної аудиторії та водночас ефективне охоплення нових користувачів.

Загальна кількість охоплених облікових записів становить 937, що на 1219,7% більше порівняно з попереднім періодом. Основну частку переглядів забезпечили дописи (78,4%), що підкреслює їхню провідну роль у взаємодії з аудиторією.

Частина II.
ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

ВСТУП

Актуальність проєкту полягає в тому, що на тлі стрімких змін книжкових трендів і постійного поповнення ринку дитячої літератури новими виданнями, важливо забезпечити належне інформування та ефективну комунікацію між усіма учасниками видавничого процесу.

Батьки прагнуть знайти актуальні та якісні книги для своїх дітей, студенти-видавці шукають можливості для вивчення нових тенденцій, а видавці потребують інструментів для моніторингу діяльності конкурентів і пошуку ефективних шляхів для популяризації своїх видань. Тому реалізація цього проєкту має на меті сприяти розвитку та збереженню динаміки книжкового ринку.

Новизна проєкту полягає у створенні зручного каналу комунікації, що поєднує різні групи користувачів і пропонує їм інформативний та корисний контент.

Метою проєкту є створення ефективної інформаційної платформи у форматі інстаграм-сторінки «Читайко», яка стане інструментом для систематичного висвітлення актуальних тенденцій та новинок у сфері дитячої літератури.

Завдання:

- Дослідження сучасних тенденцій у дитячій літературі та аналіз впливу нових книжкових трендів на вибір видань для дітей.
- Вивчення потреб і запитів батьків, студентів-видавців і видавців щодо актуальності дитячих книг та новинок на ринку.
- Аналіз діяльності конкурентів у дитячій книжковій сфері та визначення ефективних рекламних стратегій для популяризації дитячих книг на ринку.

- Формування пропозицій щодо вдосконалення процесу вибору та реклами дитячих видань для різних цільових аудиторій.
- Розробка та реалізація промоційних засобів для просування дитячих книг на ринку.
- Моніторинг ефективності промоційних кампаній та коригування стратегії для підвищення результативності.
- Створення авторського продукту у вигляді рекомендаційних добірок книг, що відповідають сучасним вимогам і запитам аудиторії.
- Співпраця з видавництвами та авторами в межах проекту для розширення кола партнерів та підвищення ефективності колаборацій як методу промоції дитячих книг.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

1.1. Дослідження ринку та особливості аудиторії

Для дослідження ринку та цільової аудиторії інстаграм-сторінки «Читайко» було використано методи опитування і аналізу даних, що допомогли визначити зацікавленість потенційних підписників у темах дитячої літератури, а також їхні потреби та очікування від інформаційного контенту.

За допомогою анкетування були зібрані дані про різні групи користувачів, включаючи батьків, студентів видавничої галузі, викладачів та видавців. Результати опитування були проаналізовані для виявлення ключових тенденцій і специфіки цільової аудиторії (див.: Додаток А).

У опитуванні взяли участь 65 респондентів, серед яких 50% становили батьки, 30% — студенти-видавці, а 20% — видавці та представники видавничої галузі, зокрема редактори, дизайнери, маркетологи та інші фахівці. Така розподіленість дозволяє отримати різнобічну картину зацікавленості цільових груп в контенті інстаграм-сторінки «Читайко», що дає змогу глибше зрозуміти потреби та очікування потенційних підписників.

Ключові характеристики аудиторії, виявлені в результаті опитування, показали, що найбільш популярними темами серед респондентів є новинки дитячої літератури, які зацікавили 33% опитаних. Другим за популярністю напрямом стали рекомендації книг, що були цікавими для 31% респондентів. Інтерв'ю з авторами та ілюстраторами зацікавили 17% респондентів, а тренди на ринку дитячої літератури виявилися важливими для 15% учасників опитування. Розподіл найбільш популярних тем серед респондентів зображено на рис. 1.1.

Які теми вас найбільше цікавлять у контексті дитячої літератури?

 Копіювати діаграму

52 відповіді

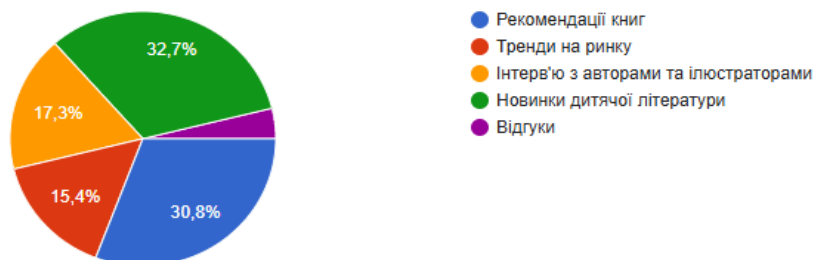


Рис. 1.1. Розподіл найбільш популярних тем серед респондентів

Результати опитування свідчать про різноманітні уподобання аудиторії щодо формату контенту. 40% респондентів віддають перевагу текстовим матеріалам (статті, огляди книг), ще 40% — візуальному контенту, такому як інфографіка та ілюстрації. 10% опитаних цікавляться відеоконтентом, зокрема відеооглядами та інтерв'ю з авторами. Це підкреслює важливість створення різних форматів контенту, щоб максимально відповідати очікуванням та потребам аудиторії (див.: Додаток А).

Частота покупок серед батьків також вказує на активну зацікавленість у дитячих книгах. 36% батьків купують книги регулярно — раз на тиждень або хоча б раз на місяць, а 25% роблять такі покупки рідше, приблизно раз на рік. Це свідчить про те, що попит на нові видання залишається стабільним, хоча частота покупок варіюється залежно від потреб кожної родини (див.: Додаток А).

Респонденти висловили бажання бачити на каналі «Читайко» різноманітний додатковий контент. Більшість учасників опитування, як це показано на рис. 2.1, 35% проголосували за впровадження спеціалізованих рубрик, таких як поради для батьків та освітні матеріали. Також 28% підтримали ідею тематичних рубрик та експертних рекомендацій щодо

вибору літератури для дітей. Ще 21% респондентів виявили зацікавленість в рекомендаціях від експертів.



Рис. 2.1. Пропозиції додаткового контенту на каналі «Читайко»

Специфіка аудиторії інстаграм-сторінки «Читайко» включає кілька важливих демографічних та соціальних груп, кожна з яких має свої потреби та інтереси щодо дитячої літератури та відповідного контенту. Згідно з результатами опитування, яке буде наведено в Додатку А, основними категоріями є батьки, студенти-видавці, представники видавничої галузі та діти як кінцеві споживачі літератури.

Батьки складають 50% аудиторії каналу «Читайко». Це дорослі віком від 25 до 45 років, які мають дітей дошкільного, молодшого або підліткового віку. Їхні основні інтереси зосереджені на освітньому контенті для дітей, пошуку якісних книг для розвитку інтелектуальних, мовних та емоційних здібностей дітей. Ця аудиторія зацікавлена у порадах щодо вікових категорій книг, як вибирати літературу для різного віку, жанру, тематики.

Студенти-видавці складають 30% аудиторії каналу. Ця група переважно представлена молодими людьми віком 18–25 років, які навчаються на видавничих, літературних або філологічних факультетах.

Вони цікавляться структурою, стилем, ілюстраціями та впливом дитячих книг, що може бути корисним у їхній професійній підготовці. Також стежать за новими тенденціями, особливостями видавничого процесу, креативними підходами до дитячої літератури. Студенти часто шукають інформацію про кар'єрні можливості, зокрема стажування чи працевлаштування у видавничій сфері.

Видавці та представники видавничої галузі складають 20% аудиторії. Це більш професійна група людей віком від 30 до 50 років, які працюють у сфері видавничої справи, створення або продажу дитячих книг.

Їхні інтереси зосереджені на дослідженні тенденцій ринку, конкурентному аналізі, а також на інформації про нових авторів і ілюстраторів, колабораціях у галузі та можливостях для видання нових творів. Вони активно слідкують за популярними темами серед дітей і батьків.

Хоча основною аудиторією є дорослі, діти є кінцевими споживачами дитячої літератури. Вікові групи дітей, для яких створюється контент:

- Дошкільнята (3-6 років): основний інтерес цієї групи складають казки, віршики, книги з великою кількістю ілюстрацій і невеликим текстом. Важливий акцент на розвиваючих та інтерактивних книгах.
- Молодші школярі (6-10 років): ця група вже зацікавлена у більш складних оповіданнях, пригодницькій літературі, коміксах. Також популярні серії книг із постійними героями.
- Підлітки (11-14 років): підлітки віддають перевагу літературі, що висвітлює важливі для них теми: стосунки з друзями, родиною, самоідентифікацію, пригоди, фентезі тощо.

Завдяки проведеному опитуванню вдалося визначити ключові інтереси та потреби цільової аудиторії, що дозволяє ефективно сформулювати контент-стратегію для Інстаграм-сторінки «Читайко».

1.2. Аналіз конкурентного середовища

Соціальні мережі проєкту «БараБука» є основним конкурентом у сфері популяризації дитячої літератури. Концепція проєкту схожа на концепцію каналу «Читайко», оскільки обидва ресурси спрямовані на надання рекомендацій для батьків, орієнтуючись на актуальні видання та тренди в дитячій літературі. Однак «БараБука» має певні недоліки, які можуть негативно впливати на його ефективність як каналу популяризації дитячої літератури.

По-перше, канал не веде достатньо активної комунікації з підписниками. Відсутність коментарів або відповідей на запити під постами може призводити до зниження залученості аудиторії. Це є індикатором того, що канал не стимулює активну взаємодію серед своїх підписників і як наслідок знижується рівень зацікавленості та лояльності до ресурсу. За результатами аналізу, навіть якщо пости викликають певний інтерес, вони часто не отримують коментарів чи дискусій з боку підписників, що є важливим для формування довготривалої взаємодії (див.: Додаток Б).

По-друге, більшість матеріалів є загальними та одноманітними, і не пропонують нових ідей чи інноваційних підходів, що знижує їхню цінність для читачів. Через це канал не створює глибоких чи унікальних оглядів, що є важливим для формування довіри серед батьків, які шукають цікаві й детальні рекомендації для своїх дітей.

Ще одним значним недоліком каналу «БараБука» є надмірне перепоширення контенту з інших джерел, що значною мірою знижує унікальність і цінність публікацій. Канал часто публікує матеріали, взяті з інших платформ чи ресурсів, але мало створює оригінальних авторських постів. Це створює враження, що контент каналу не є достатньо індивідуальним або глибоким, адже замість аналізу, оглядів чи власних рекомендацій, в основному просто перепоширюються новини або статті з

інших джерел. Така практика може знижувати інтерес до каналу серед підписників, оскільки вони не отримують нового, оригінального погляду на літературу чи новинки, а лише посилання на вже відомі матеріали (див.: Додаток Б)

Канал «Непозбувний книгочитун», хоча й фокусується на дорослій літературі та має зовсім іншу цільову аудиторію, тим не менш привертає увагу значної кількості підписників, серед яких є батьки.

Ці батьки активно шукають рекомендації щодо дитячих книжок, що свідчить про існуючий інтерес до літератури для дітей в рамках цього каналу. Проте контент каналу більше спрямований на дорослу аудиторію, що обмежує його здатність задовольнити всі потреби батьків у пошуках якісної дитячої літератури. Брак спеціалізованого контенту та рекомендацій для дітей може залишити нішу, яку зможуть заповнити інші канали, орієнтовані на дитячу літературу. Батьки, які підписані на «Непозбувний книгочитун», можуть бути зацікавлені в отриманні більш релевантних порад і оглядів дитячих книжок.

Інстаграм-блог «Читайко» спеціалізується на дитячій літературі, надаючи батькам зручний доступ до якісних рекомендацій. Канал вирішує проблему, з якою стикаються батьки, що змушені підписуватися на численні книжкові блоги в пошуках рекомендацій для дітей.

«Читайко» забезпечує централізовану платформу, де зібрані всі новинки, популярні тренди та надійні рекомендації в галузі дитячої літератури.

Однією з сильних сторін авторського блогу «Читайко», як показано в результатах проведеного SWOT-аналізу (див.: Додаток Б), є його зосередженість виключно на дитячих книгах, що дозволяє глибше досліджувати цю тему та надавати більш точні рекомендації відповідно до вікових особливостей дітей.

РОЗДІЛ 2. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ БЛОГУ

2.1. Загальні характеристики інстаграм-блогу

Інстаграм-сторінка «Читайко» перебуває на стадії активної реалізації (див.: Додаток В). Концепція та структура блогу сформовані, а сам профіль уже функціонує, що дозволяє тестувати різні формати подачі матеріалів і відстежувати рівень взаємодії з аудиторією.

Визначено ключові рубрики, цільові аудиторії та розроблено попередній контент-план, який охоплює огляди новинок дитячої літератури, добірки книг для різних вікових груп, а також аналітичні матеріали щодо сучасних тенденцій на українському та міжнародному книжкових ринках (див.: Додаток В).

На поточному етапі сторінка активно наповнюється якісним контентом, адаптованим до потреб батьків, студентів-видавців і представників видавничої галузі. Паралельно ведеться робота з видавництвами для налагодження партнерських відносин, рекламних інтеграцій і публікації рецензій. Уже сформована початкова база підписників, що дає змогу аналізувати рівень залученості аудиторії та отримувати зворотний зв'язок для подальшого вдосконалення контент-стратегії.

Важливою особливістю блогу є створення *авторських рубрик*, які дозволяють систематизувати інформацію та зробити контент більш структурованим і цільовим (див.: Додаток В). Як приклад, однією з таких рубрик є *#трендиЧитайко*, що висвітлює найактуальніші тенденції у сфері дитячої літератури як в Україні, так і за кордоном.

Реалізація цих рубрик відображається в узгодженій візуальній концепції сторінки, що забезпечує впізнаваність контенту та підвищує

рівень його залученості. Наприклад, використання унікальних шаблонів, кольорової гами та інтегрованих елементів дизайну, як це видно з рис. 2.2, сприяє формуванню єдиного стилю блогу. Це дозволяє не лише привертати увагу аудиторії, а й ефективно структурувати матеріали, роблячи їх легкими для сприйняття та навігації.

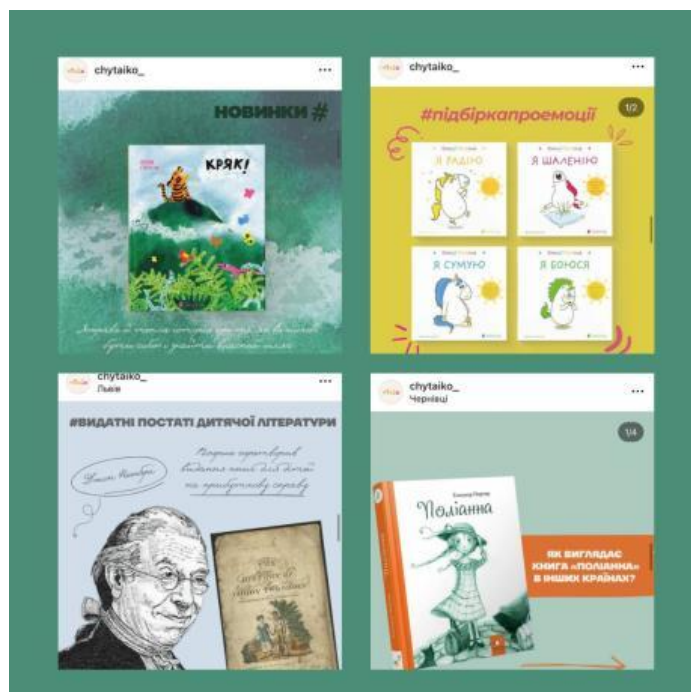


Рис. 2.2 Візуальна реалізація рубрик блогу

Проект має на меті створити не лише ресурс із якісним контентом, але й осередок, що сприяє популяризації дитячої літератури, розвитку читацької культури та формуванню взаємозв'язків між видавцями та їхніми читачами.

Крім того, платформа передбачає інтеграцію візуального та текстового контенту, що дозволить створювати цікавий і легкий для сприйняття формат подання інформації. У перспективі «Читайко» стане місцем, де кожен, хто цікавиться дитячою літературою, зможе знайти натхнення, нові ідеї для читання та можливість розширити свій світогляд.

2.2. Редакційно-видавничий комплекс підготовки проєкту

Процес створення фірмового стилю (айдентики) для інстаграм-блогу «Читайко» включав кілька етапів, які сприяли формуванню візуальної ідентичності бренду.

У процесі створення *кольорової палітри* для блогу, як це показано на рис.2.3, присвяченого дитячій літературі, було обрано комбінацію кольорів, що відображає атмосферу та емоційний настрій, який блог прагне передати своїй аудиторії.

Кожен колір у палітрі має своє значення та асоціації, що підкреслюють тематику блогу. Блакитний колір символізує спокій, безтурботність і свободу. Також асоціюється з довірою, що може підвищити зацікавленість батьків у контенті блогу; жовтий колір асоціюється з оптимізмом, творчістю та енергією. Цей колір надає блогу яскравості та позитиву, стимулюючи креативність і цікавість до читання; рожевий колір часто асоціюється з ніжністю, любов'ю та турботою. У блозі про дитячу літературу цей колір може підкреслити м'якість і доброту контенту, створюючи привітну атмосферу для батьків і дітей; помаранчевий символізує енергію, активність і дружелюбність. Він може спонукати до взаємодії та активного залучення читачів до обговорення книг і літературних тем. Цей колір додає динаміки блогу і створює відчуття спільноти.

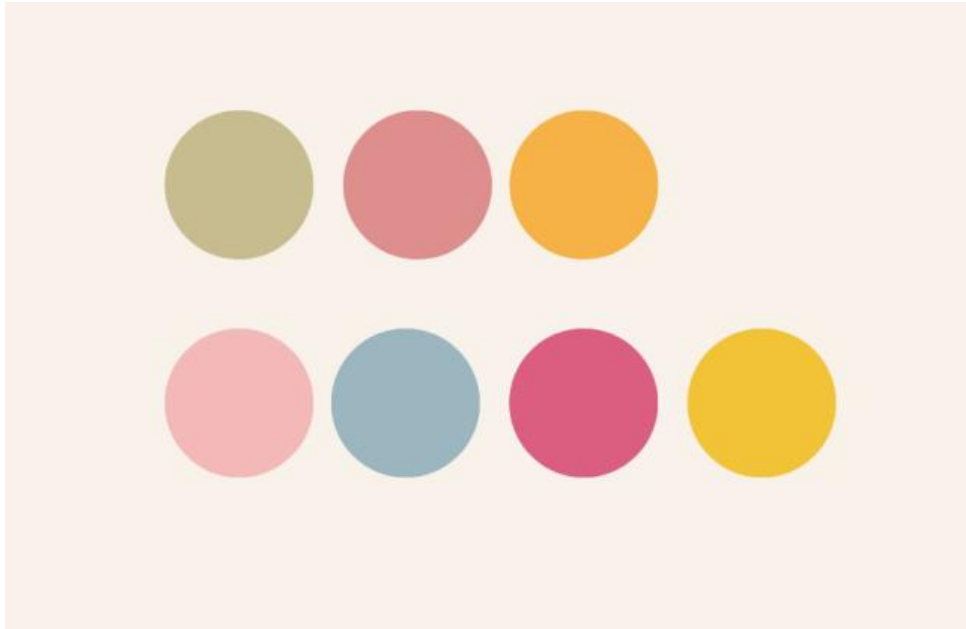


Рис 2.3 Кольорова палітри для блогу

Для оформлення блогу «Читайко» було обрано *три основні шрифти*, які гармонійно поєднуються між собою.

Основний текст оформлено шрифтом Montserrat, універсальним сучасним шрифтом без засічок, що забезпечує високу читабельність. Заголовки виконані у шрифті Monami, який завдяки сильному графічному акценту виділяє їх на сторінці та привертає інтерес читачів. Підзаголовки оформлено шрифтом Gogol, що надає елегантності та структури контенту, сприяючи кращій навігації по блогу.

У процесі розробки блогу «Читайко» було створено логотип, як це видно з рис. 2.4, який виконує ключову роль у формуванні візуальної ідентичності бренду.

Цей логотип є впізнаваним і легким для сприйняття, що робить його ефективним інструментом для залучення цільової аудиторії — дітей та їхніх батьків.



Рис. 2.4 Логотип блогу

Як показано на рис. 2.5, логотип чудово виглядає на рекламних матеріалах, зокрема на постерах, що використовуються в рамках спільних проєктів з видавництвом «Відкриття».



Рис.2.5 Вигляд логотипа на рекламних постерах

Структура постів блогу «Читайко» організована таким чином, щоб забезпечити ефективне поєднання текстових і графічних елементів, створюючи єдиний, гармонійний вигляд контенту.

Розроблені чіткі стандарти для розміщення тексту, вибору шрифтів і кольорів, що підтримують стилістичну єдність. Кожен пост структурований таким чином, щоб читачі могли легко сприймати інформацію та орієнтуватися в основних акцентах.

Завдяки використанню професійних інструментів для макетування, таких як Adobe InDesign та Canva, вдалося уникнути перевантаження елементами, що могли б відволікати увагу від змісту.

Крім того, ефективно поєднуються фото та відео контент, що не лише доповнює текст, а й підвищує візуальну привабливість блогу. Як видно на рис. 2.6, мультимедійні елементи органічно інтегруються у загальне оформлення сторінки, зберігаючи увагу на основних темах і додаючи динамічності в подачу матеріалу.

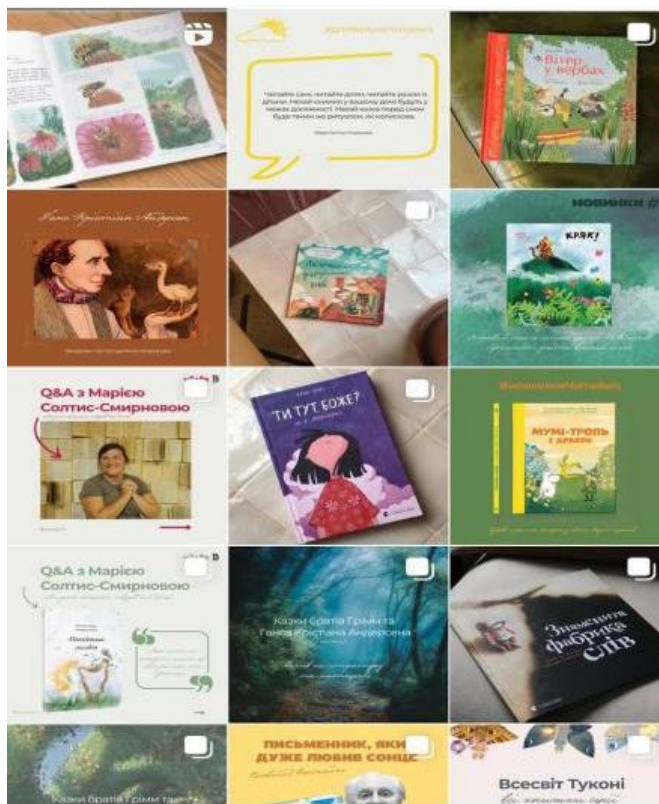


Рис.2.6 Вигляд сторінки блогу

2.3. Економічні аспекти реалізації блогу

Реалізація блогу в інстаграм здійснюється власними силами, без залучення сторонніх спеціалістів, що дозволяє мінімізувати витрати. Основними ресурсами проєкту є час, знання у сфері дитячої літератури та креативний підхід.

Витратна частина реалізації блогу є мінімальною. Технічні витрати відсутні, оскільки створення та ведення інстаграм-сторінки є безкоштовним. Весь візуальний і текстовий контент створюється нами особисто, що також не вимагає фінансових витрат. На початковому етапі ми активно використовуємо органічне просування, застосовуючи якісний контент, хештеги та взаємодію з аудиторією для залучення нових підписників.

Щодо *дохідної частини* проєкту, то він має кілька потенційних джерел доходу. Ми плануємо співпрацювати з видавництвами, які можуть замовляти огляди книжок, рекламні інтеграції або рецензії на новинки, які в них вийшли. Окрім того, передбачена можливість бартерної співпраці, в рамках якої ми отримуватимемо книги для огляду.

Однією з таких співпраць уже стала *співпраця з українським видавництвом «Відкриття»*, яке надіслало нам дві книги зі свого видавничого портфелю: «Я маю право! : 50 простих відповідей на складні запитання» Ольги Бондаренко та «Люлечки» Людмили Охріменко та Євгенії Пірог. З цими виданнями вже був створений спільний пост-рецензія, як можна побачити на рис. 2.7. Дана публікація отримала гарні показники залучення та переглядів, що підтверджує ефективність такого формату взаємодії.

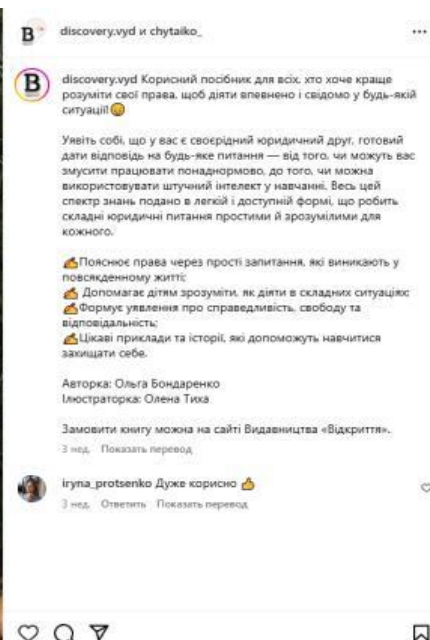


Рис.2.7 Бартерна співпраця з видавництвом «Відкриття»

Також видавництво «Відкриття» надіслало нам на рецензію книгу «Совині історії» Максима Парфінєнка, Іванни Голуб, Марії Солтис-Смирнової (див. Додаток Г).

У рамках реалізації блогу ми плануємо створювати унікальні продукти, які будуть корисними для аудиторії. Перші приклади таких

продуктів вже створені в межах проєкту. Наприклад, авторська добірка книг для дошкільнят (див.: Додаток Г).

Добірку створено у зручному електронному вигляді у форматі PDF, що забезпечує простоту поширення серед аудиторії блогу. Такий формат дозволяє зберегти високий рівень зручності для користувачів, а також гарантує легкість доступу та перегляду на різних пристроях.

У перспективі такі продукти стануть не лише засобом популяризації дитячої літератури, але й основою для монетизації блогу. Їх можна буде продавати через спеціалізовані онлайн-платформи або використовувати як ексклюзивний контент для підписників на Patreon.

Блог «Читайко» має важливу соціальну місію — популяризацію дитячої літератури, розвиток читацької культури серед дітей та батьків, а також підтримку видавців у їхній діяльності. Це сприяє формуванню якісного літературного середовища в Україні.

РОЗДІЛ 3. ПРОСУВАННЯ БЛОГУ НА РИНКУ

3.1. Використані методи просування блогу про дитячу літературу

Одним із ключових напрямків просування блогу є співпраця з видавництвами та авторами книг, що дозволяє посилити впізнаваність сторінки серед цільової аудиторії.

Наприклад, одним із успішних кейсів застосування цього підходу стала співпраця з видавництвом, у межах якої було створено та опубліковано спільний допис, представлений на рис. 3.1. Публікація під назвою «Дитяча поличка видавництва Відкриття» мала на меті комплексний огляд дитячих книжок, виданих цим видавництвом. У дописі

було детально проаналізовано ключові особливості кожного видання, його тематичну спрямованість та цільову аудиторію, що сприяло кращому ознайомленню читачів із асортиментом літератури. Такий формат співпраці не лише забезпечив додаткову промоцію книг, а й виконував просвітницьку функцію, допомагаючи батькам та освітянам обирати якісні видання для дітей.

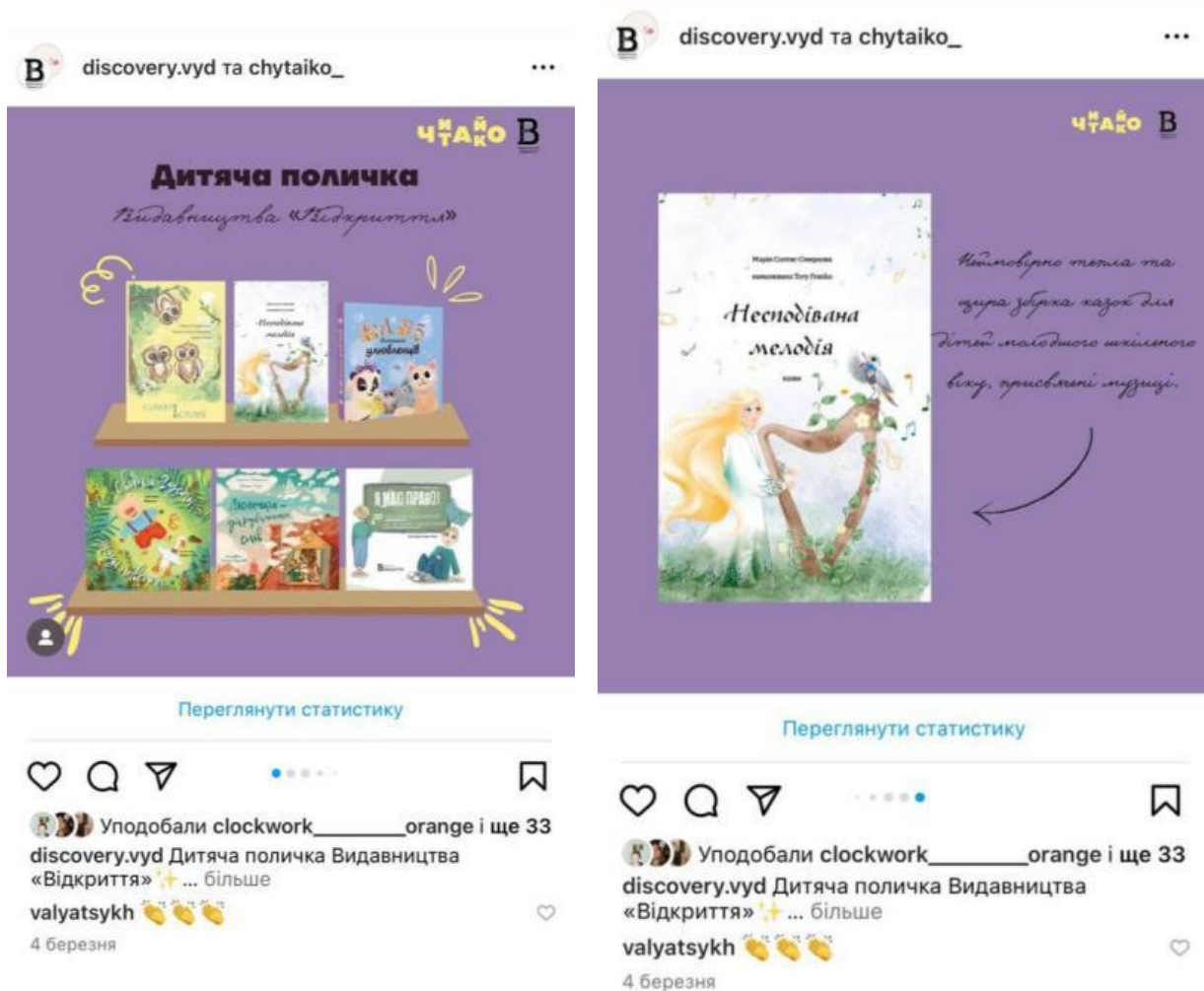


Рис. 3.1 Спільний допис «Дитяча полицка видавництва Відкриття»

Окрім цього, важливим кроком у розвитку проєкту стало налагодження *співпраці з авторками сучасної дитячої літератури* – *Марією Солтис-Смирновою та Катериною Переконос*. Дані колаборації сприяли не лише розширенню контенту блогу, а й залученню нової аудиторії, зацікавленої в якісній дитячій літературі. У результаті зросла активність підписників: збільшилась кількість переглядів, коментарів і взаємодій з контентом.

У рамках співпраці з Марією Солтис-Смирновою було створено серію авторських публікацій.

Перший допис мав формат Q&A та був присвячений її збірці казок про музику — «Несподівана мелодія» (див.: Додаток Д), у якому авторка відповіла на запитання щодо концепції книги, процесу її написання та основних мотивів твору.

Другий допис, як показано на рис. 3.2, був присвячений творчому процесу Марії Солтис-Смирнової — зокрема, тому, як народжуються її дитячі історії. У ньому авторка поділилася своїми методами роботи над текстом, розповіла про джерела натхнення та особливі ритуали, які допомагають їй зануритися в атмосферу майбутньої книги. Окрему увагу було приділено створенню персонажів: як формується їхній характер, які реальні прототипи можуть впливати на їхній образ, а також яким чином авторка адаптує складні теми для дитячого сприйняття. Допис дозволив читачам зазирнути за лаштунки творчого процесу та краще зрозуміти механізми написання сучасної дитячої літератури.

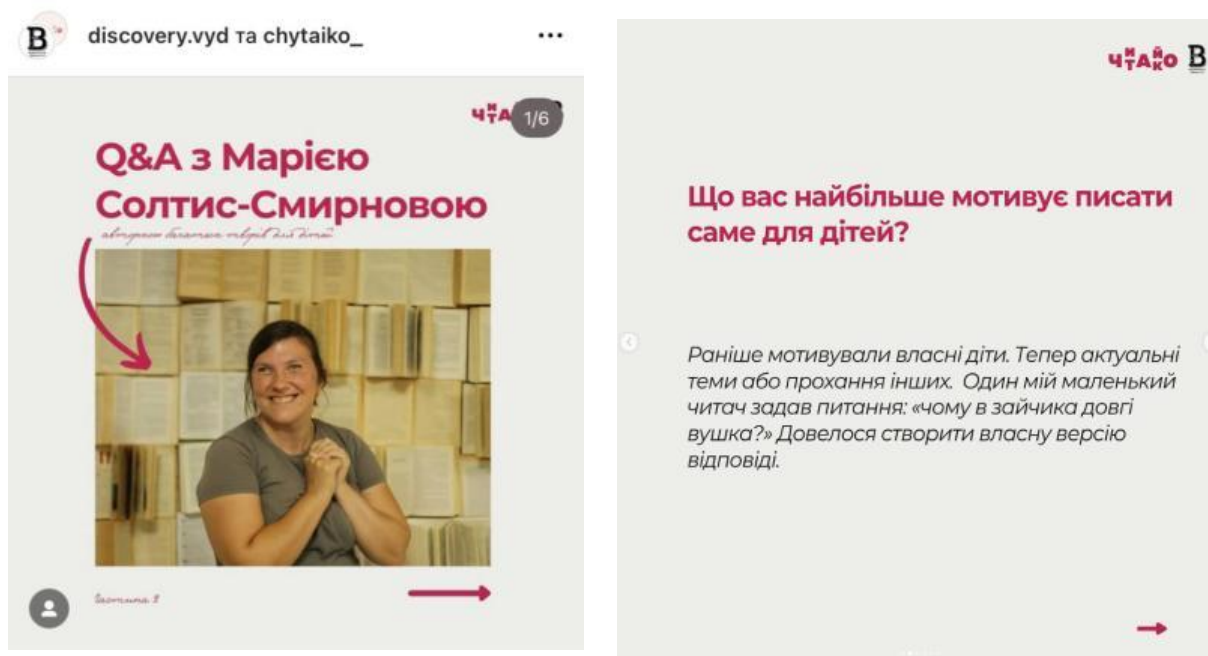


Рис 3.2 Другий допис у рамках співпраці з Марією Солтис-Смирною

Охоплення публікації становило 611 осіб; допис переглянули 499 користувачів, 4 особи його поширили, а загальна кількість вподобань становила 24.

А третій допис, що вийшов у рубриці #длябатьківЧитайка у колаборації з авторкою, містив практичні поради для батьків щодо заохочення дітей до читання (див. Додаток Д).

Співпраця з Катериною Переконос, відповідальною редакторкою видавництва «АРТБУКС», авторкою дитячих книг та викладачкою курсів про книжки й редагування у школі творчого та професійного письма «Litosvita», була спрямована на студентів-видавців і тих, хто планує працювати у сфері дитячої літератури.

У межах цієї колаборації було підготовлено два пости у яких розглядалися особливості професії редактора дитячих книжок, а також специфіка створення якісної літератури для дітей.

Перший допис мав формат текстового інтерв'ю, як показано на рис. 3.3, в якому Катерина Переконос поділилася досвідом роботи над дитячими книжками та окреслила ключові аспекти цього процесу.

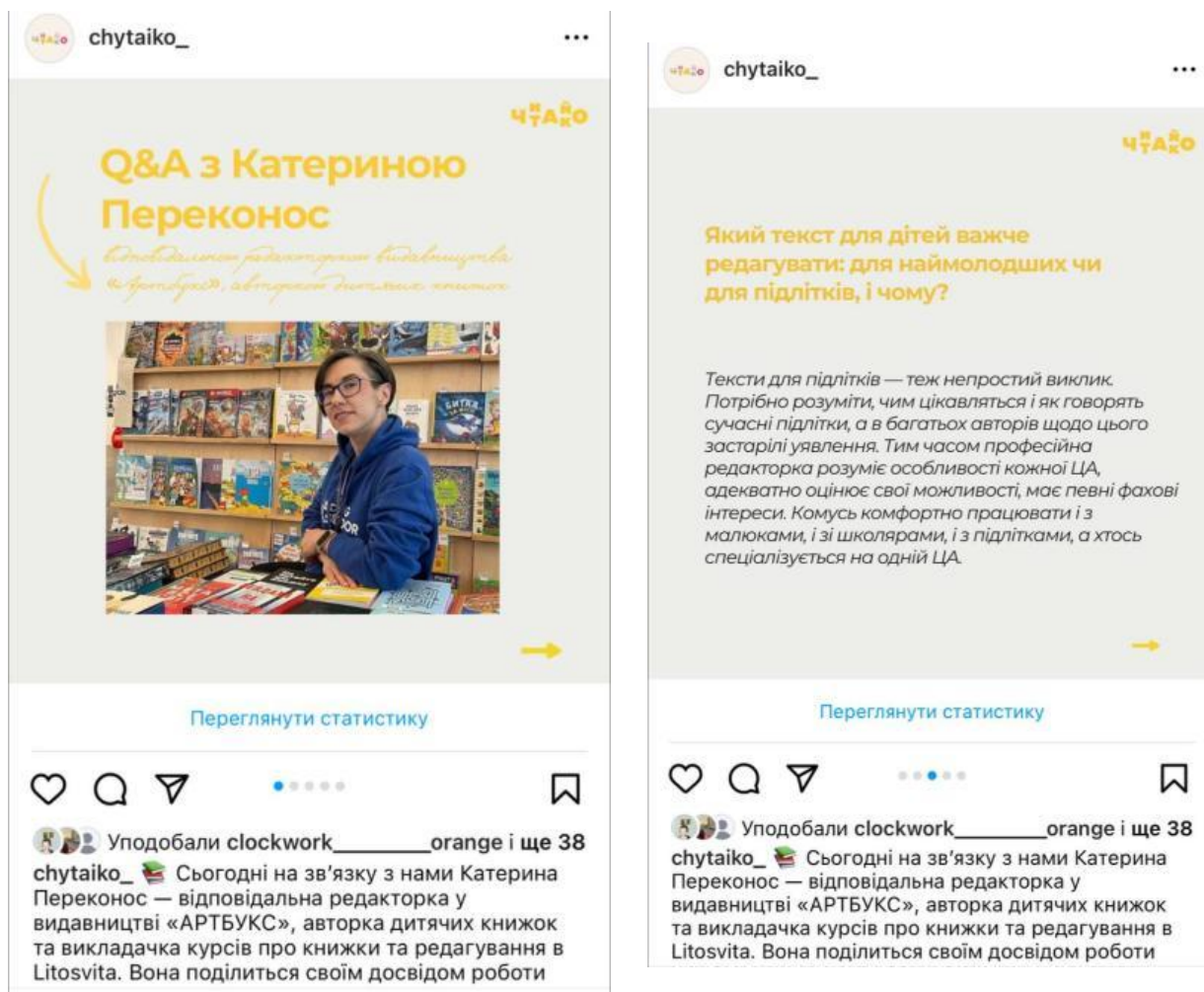


Рис 3.3 Перший допис у рамках співпраці з Катериною Переконос

Публікація отримала позитивний відгук від аудиторії, як показано на рис. 3.4, : вона зібрала 1 264 перегляди, 39 вподобань, 3 коментарі та 4 поширення. Після її виходу 10 нових користувачів відвідали профіль, а взаємодію з контентом виявили 44,7% підписників та 55,3% — нових читачів, що підтверджує ефективне залучення зовнішньої аудиторії та зацікавлення темою інтерв'ю. Зокрема, 81% переглядів надійшли від

користувачів, які не є підписниками сторінки, що свідчить про значний інтерес до публікації з боку нової аудиторії.

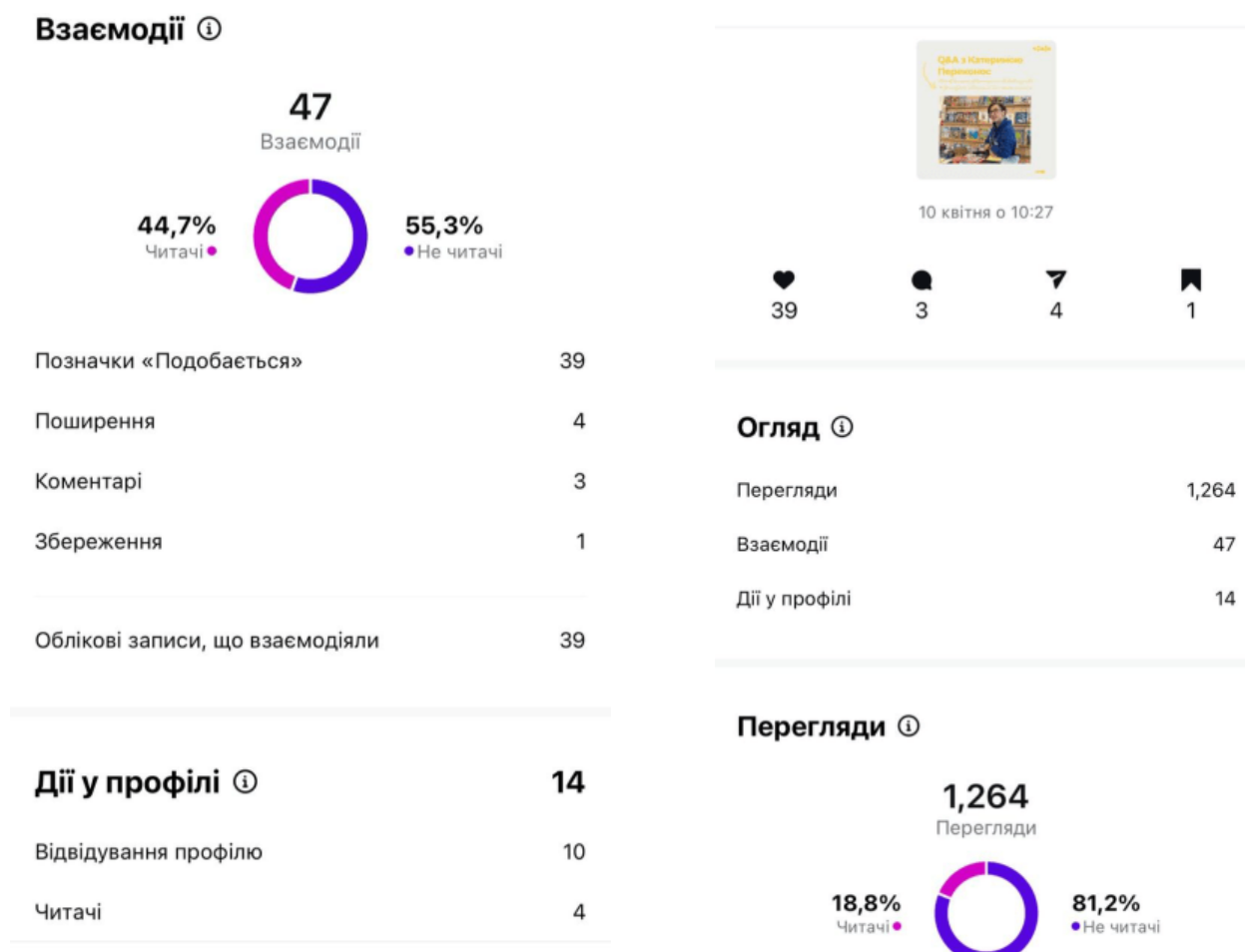


Рис. 3.4. Статистика публікації

Окрему увагу було приділено темі працевлаштування у видавничій галузі. У другому дописі (див.: Додаток Д), авторка поділилася практичними порадами щодо пошуку роботи, необхідних навичок та перспектив кар'єрного розвитку.

Таким чином, ці співпраці не лише сприяли популяризації сучасної дитячої книги, а й виконували освітню функцію: допомагали батькам зацікавлювати дітей читанням, а студентам-видавцям — орієнтуватися у професійному середовищі. Важливо зазначити, що відповідно до

проведеного аналізу аудиторії блогу, його основними читачами є саме батьки та студенти, які навчаються за спеціальностями, пов'язаними з видавничою справою та філологією. Тому створення контенту, спрямованого на ці категорії користувачів, дозволило ефективно відповідати на їхні запити та підвищити залученість аудиторії.

Також у межах співпраці з видавництвом «Відкриття» було створено відеоріліз із книгою «Клуб домашніх улюбленців» авторки Олени Скуловатої (див.: Додаток Д). Це відео зібрало значно більше переглядів, ніж у середньому набирають відеоматеріали на сторінці видавництва «Відкриття». Це свідчить про ефективність колаборації та високий рівень зацікавленості аудиторії у представленому контенті(див.: Додаток Д).

Отже, застосовані методи просування блогу продемонстрували свою високу ефективність у залученні нової аудиторії та зміцненні позицій блогу серед цільових груп.

Співпраця з видавництвами та авторами сучасної дитячої літератури стала важливим інструментом підвищення впізнаваності блогу. Формати спільних публікацій, авторських інтерв'ю та відеоконтенту не лише сприяли популяризації книг, але й виконували важливу освітню функцію, надаючи цінну інформацію для батьків, освітян та студентів

3.2. Майбутні стратегії промоції блогу

Розвиток блогу передбачає подальше використання вже випробуваних та ефективних методів просування, зокрема, активну співпрацю з видавництвами та авторами, що сприяє значному підвищенню впізнаваності блогу серед цільових груп. У майбутньому планується розширення контенту через створення авторських добірок, рекомендаційних гідів, як це вже було реалізовано авторській добірці книг для дошкільнят (див.: Додаток Г). Такі добірки дозволять читачам

отримувати додаткову цінність, включаючи рекомендації та глибокі огляди новинок літературного ринку.

Однією з інноваційних ідей для подальшого розвитку блогу є створення власного читацького клубу «Ранкові читання з Читайком». Це ініціатива, у рамках якої разом з дітьми будемо обирати новинку місяця для обговорення. Клуб стане місцем для інтерактивного спілкування, де учасники зможуть ділитися враженнями від прочитаного, а також активно взаємодіяти з іншими читачами. Співпраця з видавництвами дозволить надавати якісні книги для обговорення, що зробить контент цікавим та актуальним для аудиторії. Такий формат допоможе створити тісну зв'язку між блогом і читачами, а також залучити нових підписників, які зацікавлені в розвитку дитячої літератури.

Додатково до цього, планується запуск підписки «Дитяча книга місяця», яка стане ще однією цікавою ініціативою для розвитку блогу. У рамках цієї підписки підписники клубу отримуватимуть книгу на місяць для читання. Це створить можливість для постійної взаємодії з аудиторією та допоможе мотивувати дітей до регулярного читання. Вибір книги буде здійснюватися у співпраці з видавництвами, що дозволить запропонувати найкращі літературні новинки. Цей формат дозволить не лише підтримувати інтерес до дитячої літератури, а й створити віддану громаду читачів, які будуть регулярно взаємодіяти з контентом блогу та активно обговорювати нові книги.

Таким чином, реалізація цих інноваційних форматів дозволить не тільки значно підвищити рівень взаємодії з аудиторією, а й створити справжню спільноту активних читачів, об'єднаних спільною любов'ю до дитячої літератури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. БараБука: Простір української дитячої книги / Простір укр. дит. книги. – Київ, – Режим доступу: <https://www.barabooka.com.ua/>
2. Бренд видавництва як продукт комунікації / Т. С. Єжижанська // Наукові записки [Української академії друкарства]. – 2017. – № 1. – С. 238–248. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz_2017_1_31.
3. В Україні збільшилася кількість дітей, які читають щодня й щотижня: результати дослідження // НУШ. – 2024. – Режим доступу: <https://nus.org.ua/2024/12/12/v-ukrayini-zbilshylasya-kilkist-ditej-yaki-chytayut-shhodnya-j-shhotyzhnya-rezultaty-doslidzhennya/>
4. Вовк І. О. Ілюстрування дитячої літератури в Україні // Збірник наукових праць. – Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/16570/27-Vovk.pdf?sequence=1>.
5. Доросла книга про дитячу ілюстрацію: наук.-попул. вид. / упоряд. О. Шатуха. – Київ : Arthuss, 2021. – 256 с.
6. Дослідження УІК: як читають українські діти у 2023 році // БараБука. – 2023. – Режим доступу: <https://www.barabooka.com.ua/doslidzhennya-uik-yak-chitajut-ukrainski-diti-u-2023-roci/>
7. Каталог «Український дитліт 2024». – Режим доступу: <https://drive.google.com/file/d/1x6ar3kMWuTHXNriTpJnc35WMr7XmkmqO/view>
8. Книги: рецензії та критика / Нац. б-ка України для дітей. – Київ, – Режим доступу: <https://chl.kiev.ua/key/Books/ShowCategory/1>
9. Миколайко О. Освітні видання в Україні: проблеми та перспективи // Електронна книга. – 2018. – Режим доступу: http://eprints.zu.edu.ua/33097/1/Mykolainko_Osvitni%20vydannja_korr_16022018.pdf.

10. Національна бібліотека України для дітей / Держ. б-ка України для дітей. – Київ, – Режим доступу: <https://chl.kiev.ua/>
11. Picture book trends // Open Book. – 2024. – Режим доступу: <https://open-book.ca/Columnists/Picture-Book-Trends>.
12. Trends in children's books // Illustrations by Sumitra. – 2024. – Режим доступу: <https://www.illustrationsbysumitra.com/post/trends-in-childrens-books>.
13. Trends in children's educational books: Sales statistics & comprehensive analysis // New Book Recommendation. – 2024. – Режим доступу: <https://newbookrecommendation.com/trends-in-childrens-educational-books-sales-statistics-a-comprehensive-analysis/>.
14. Читомо: про культуру читання і книговидання / Онлайн-медіа «Читомо». – Київ, – Режим доступу: <https://chytomo.com/>
15. Чому американські діти читають більше й охочіше за українських // Освіторія. – 2024. – Режим доступу: <https://osvitoria.media/experience/chomu-amerykanski-dity-chytayut-bilshe-j-ohochishe-za-ukrayinskyh/>
16. Що відбувалося в українській дитячій літературі: головні здобутки та виклики 2024 року // Читомо. – 2024. – Режим доступу: <https://chytomo.com/shcho-vidbuvalosia-v-ukrainskij-dytiachij-literaturi-holovni-zdobutky-ta-vyklyky-2024-roku/>
17. 57% українських дітей читають із примусу: дослідження // Читомо. – 2024. – Режим доступу: <https://chytomo.com/57-ukrainskykh-ditej-chytaiut-iz-prymusu-doslidzhennia/>
18. 10 powerful recurring themes in children's stories // Writers Write. – 2024. – Режим доступу: <https://www.writerswrite.co.za/10-powerful-recurring-themes-in-childrens-stories/>
19. 2024 children's publishing outlook // Publishers Weekly. – 2024. – Режим доступу: <https://www.publishersweekly.com/pw/by->

[topic/childrens/childrens-industry-news/article/94246-2024-children-s-publishing-outlook.html](https://www.usillustrations.com/blog/9-tips-for-illustrating-your-first-childrens-picture-book)

20.9 tips for illustrating your first children's picture book // US Illustrations.

– 2024. – Режим доступа: <https://www.usillustrations.com/blog/9-tips-for-illustrating-your-first-childrens-picture-book>.

ДОДАТКИ

Анкета для визначення інтересів аудиторії блогу «Читайко»:

<https://docs.google.com/forms/d/19R77EqXvNpw3m2QbRP5hSQeqJvaZWu-Ln84zKFtFCJw/edit>

Чи підписалися б ви на Instagram-сторінку, що висвітлює новини та тенденції у сфері дитячої літератури?

 [Копіювати діаграму](#)

57 відповідей

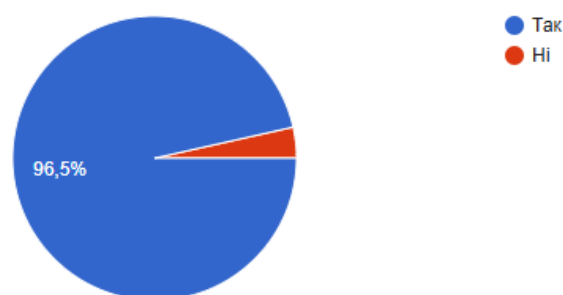


Рис. А.1.1 Графічне представлення результатів опитування

Чи є у вас діти?

 [Копіювати діаграму](#)

52 відповіді

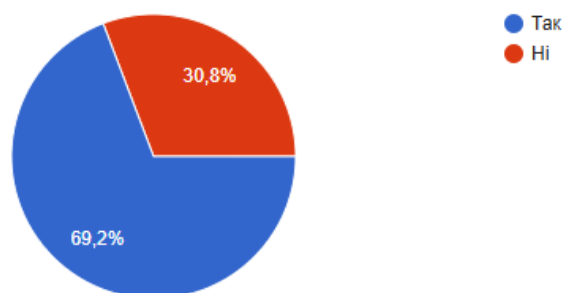


Рис. А.1.2 Графічне представлення результатів опитування

Як часто ви купуєте книги для дітей?

 [Копіювати діаграму](#)

52 відповіді

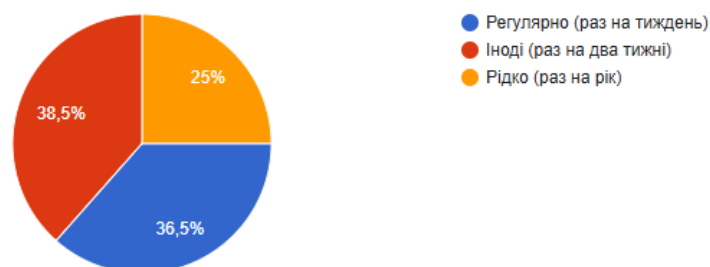


Рис. А.1.3 Графічне представлення результатів опитування

Якому формату контенту ви віддаєте перевагу?

 [Копіювати діаграму](#)

52 відповіді



Рис. А.1.4 Графічне представлення результатів опитування

Які ресурси ви вже використовуєте для отримання інформації про дитячу літературу?

 [Копіювати діаграму](#)

56 відповідей

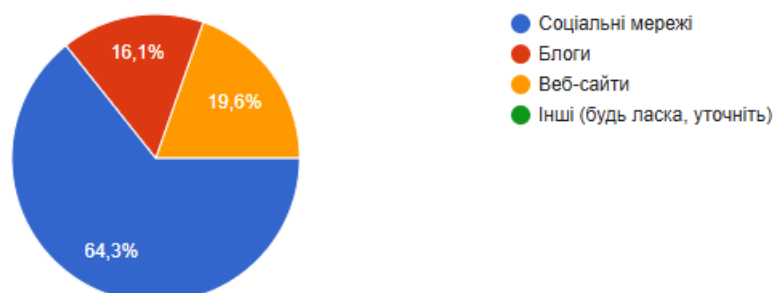


Рис. А.1.5 Графічне представлення результатів опитування

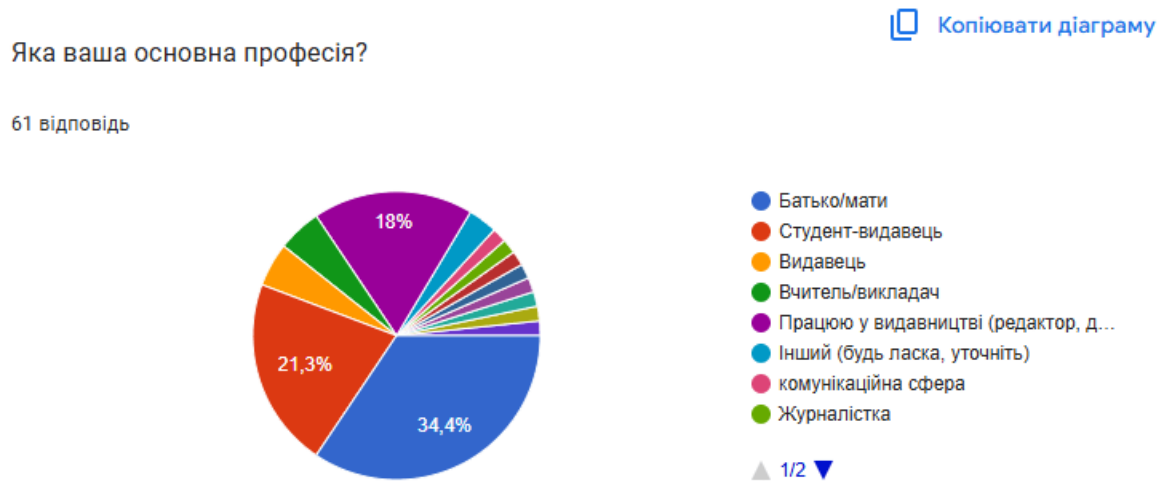


Рис. А.1.6 Графічне представлення результатів опитування



Рис. А.1.6 Графічне представлення результатів опитування

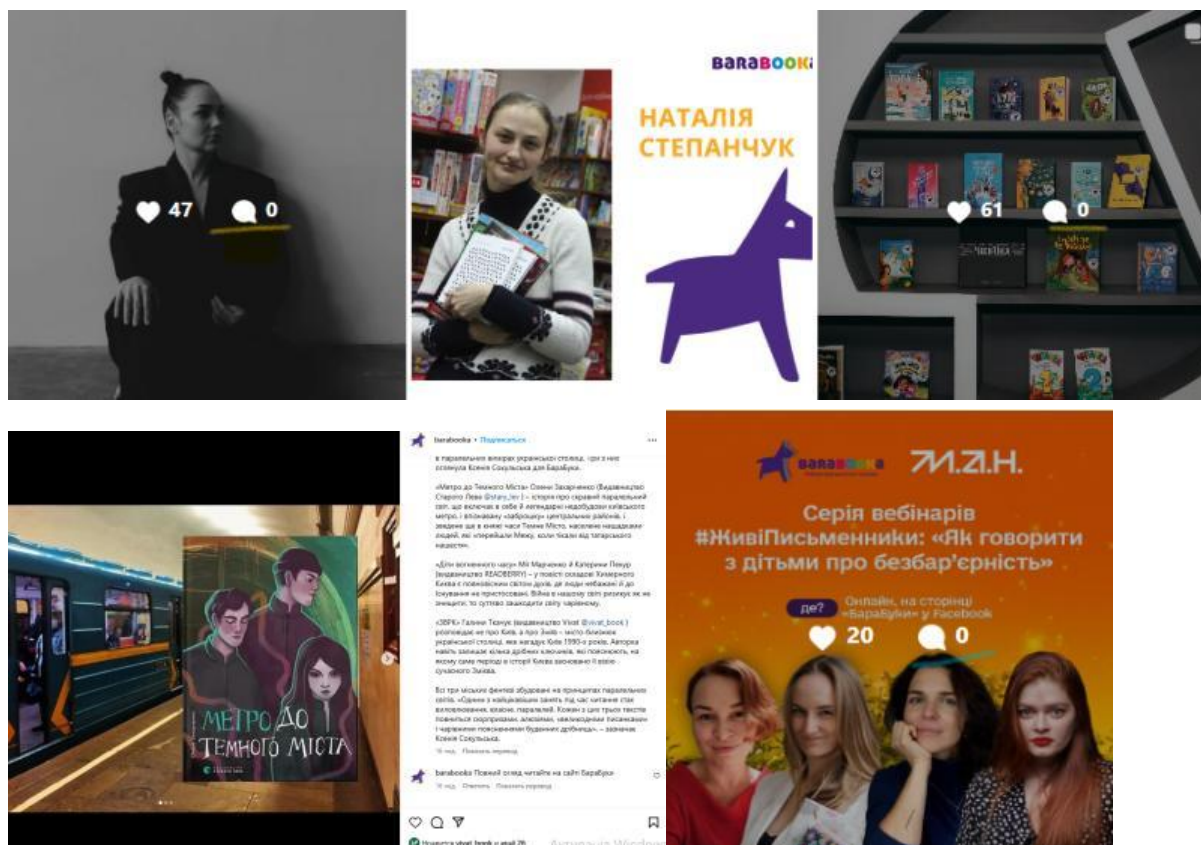


Рис.Б.1.1 Скріншоти, що демонструють відсутність коментарів під публікаціями Барабука



Рис.Б.1.2 Скріншоти, що демонструють часте перепоширення новин з інших джерел

Сильні сторони:	Можливості:
Канал зосереджується виключно на дитячих книгах, що дозволяє глибше досліджувати цю тему та надавати більш точні рекомендації, відповідно до вікових особливостей дітей.	Сучасні батьки все більше усвідомлюють важливість читання для розвитку своїх дітей, що створює попит на якісні рекомендації.
Наявність єдиного каналу, що спеціалізується на дитячій літературі, сприяє формуванню довірливих відносин з батьками, які шукають надійні джерела інформації для вибору книг для своїх дітей.	Потенційна співпраця з видавництвами та авторами може забезпечити ексклюзивний контент, що приверне нових підписників і підвищить довіру до каналу.
Відсутність аналогів на ринку робить канал привабливим ресурсом для батьків, які хочуть швидко отримувати актуальні новини про дитячі книги, новинки та експертні оцінки в одному місці.	Можливість залучення нових підписників через партнерства з іншими каналами, блогами та освітніми платформами, що займаються дитячою літературою або батьківством.
Наявність авторських рубрик, таких як #новинкиЧитайко, #длябатьківЧитайка, #щотамусвітіЧитайко, #рекомендаціїЧитайко Рубрики забезпечують унікальний стиль подачі матеріалу, структурують контент за темами та дозволяють читачам легко орієнтуватися в цікавих для них питаннях.	
Слабкі сторони:	Загрози:
Як новий проект, «Читайко» ще немає широкої впізнаваності на ринку, що може обмежити початковий доступ до потенційних підписників.	Батьки шукають не лише рекомендації, а й якісний, експертний аналіз, тому необхідно забезпечувати високий стандарт контенту, що може бути викликом на початку.
Формування довіри з боку батьків вимагатиме часу та якісного контенту, щоб довести, що канал є надійним джерелом інформації.	Будь-які зміни в алгоритмах соціальних мереж або їхній політиці можуть вплинути на досяжність контенту та залучення підписників.

Табл. Б.3 SWOT-аналіз Інстаграм-сторінки «Читайко»

Інстаграм-сторінка «Читайко»: <https://www.instagram.com/chytaiko/>

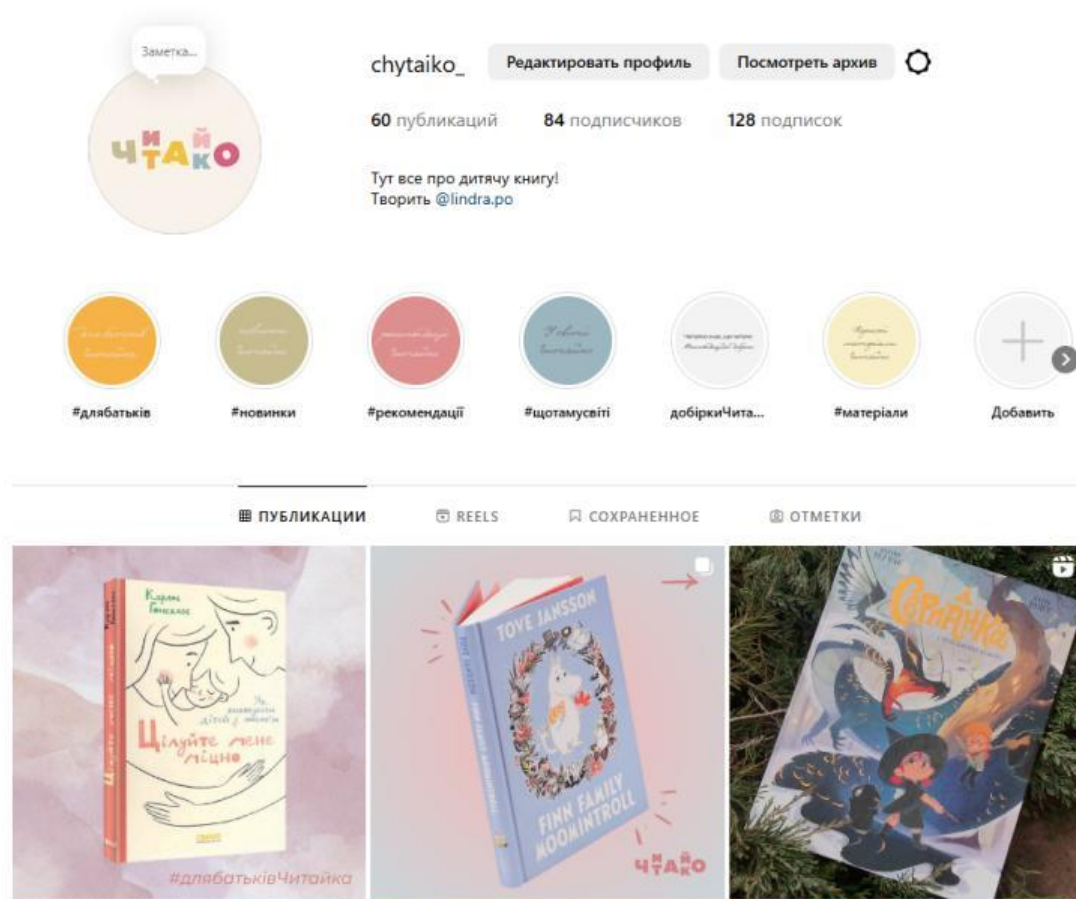


Рис.В.2.1 Вигляд сторінки блогу «Читайко»

Контент-план інстаграм-сторінки «Читайко» за період з січня по червень 2025 року:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Fx1yj90svIbanbf2aU2OmLDQfyDMgDUZcjXC_oo2rE0/edit?gid=0#gid=0

Контент план блогу Читайко ☆ Файл Змінити Вигляд Вставити Формат Дані Інструменти Розширення Довідка 🔍 Меню ↶ ↷ 🖨 📎 100% ▾ грн. % ⬇ ⬆ 0.00 123 За ум... ▾ - 10 + B I ⚡ A 🔗 G11 ▾ π					
	A	B	C	D	E
	Лютий ▾ 📅				
1	Тт Контент ▾ 📎 Тип ▾ 📎 Статус ▾	Дата публікації ▾	Авторська рубрика ▾		
2	Знаменита фабрика слів Аньєс де Лестрад	фото ▾	Опубліковане ▾	03.02.2025	#рекомендаціїЧитай... ▾
3	Казки братів Грімм і Ганса і	дизайн пост ▾	Опубліковане ▾	04.02.2025	без рубрики(просто ... ▾
4	Q&A з Марією Солтис-Смирноюю 1 частина	дизайн пост ▾	Опубліковане ▾	05.02.2025	співпраця з автором ▾
5	«Мумі-троль і дракон»	дизайн пост ▾	Опубліковане ▾	06.02.2025	#новинкиЧитайко ▾
6	Джуді Блум – «Ти тут, Боже? Це я, Маргарет»	фото ▾	Опубліковане ▾	07.02.2025	#добіркакниг для під... ▾
7	Q&A з Марією Солтис-Смирноюю 2 частина	дизайн пост ▾	Опубліковане ▾	10.02.2025	співпраця з автором ▾
8	Кряк	дизайн пост ▾	Опубліковане ▾	11.02.2025	#новинкиЧитайко ▾
9	Люлечки	бартнерна публі... ▾	Опубліковане ▾	12.02.2025	співпраця з видавни... ▾
10	Ганс Крістіан Андерсен	дизайн пост ▾	Опубліковане ▾	13.02.2025	#видатніпостатідита... ▾
11	Вітер у вербах	фото ▾	Опубліковане ▾	14.02.2025	#рекомендаціїЧитай... ▾
12	Порада від дитячої письменниці Марії Солтис-Смирноюї!	дизайн пост ▾	Опубліковане ▾	17.02.2025	співпраця з автором ▾
13	«Маленькі дива природи»	відео ▾	Опубліковане ▾	18.02.2025	#рекомендаціїЧитай... ▾
14	Обкладинки «Енн із Зелених Дахів» у різних країнах!	дизайн пост ▾	Опубліковане ▾	19.02.2025	#щотамусвітіЧитайко ▾
15	«Казки для Місяця. Чарівні»	дизайн пост ▾	Опубліковане ▾	20.02.2025	#новинкиЧитайко ▾
16	«Забагато моркви»	фото ▾	Опубліковане ▾	21.02.2025	#рекомендаціїЧитай... ▾
17	«Тореадори з Васюківки»	дизайн пост ▾	Опубліковане ▾	24.02.2025	без рубрики(просто ... ▾
18	Я маю право	бартнерна публі... ▾	Опубліковане ▾	25.02.2025	співпраця з видавни... ▾
19	Нова рубрика на Читайко	дизайн пост ▾	Опубліковане ▾	26.02.2025	#КнигиЩоГріютьСер... ▾
20	«Моя любов завжди з тобою»	дизайн пост ▾	Опубліковане ▾	27.02.2025	#КнигиЩоГріютьСер... ▾
21	Маленькі книжечки «Піксі»	фото ▾	Опубліковане ▾	28.02.2025	без рубрики(просто ... ▾
22					

Рис.В.2.3 Контент-план на лютий інстаграм-сторінки «Читайко»

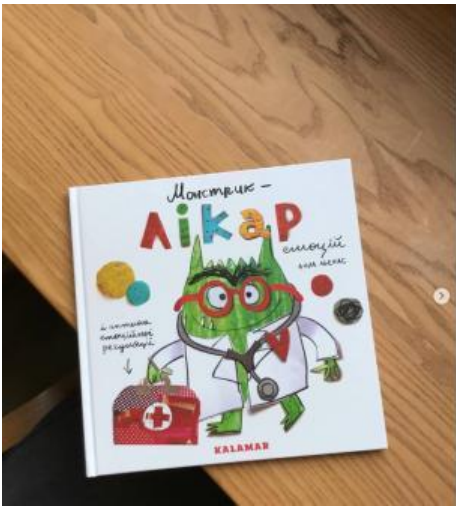


Рис.В.2.4 Приклад постів з авторських рубрик блогу «Читайко»



Рис. Г.2.1 Бартерна співпраця з видавництвом «Відкриття». Рецензія на книгу «Совині історії» Максима Парфіненка, Іванни Голуб, Марії Солтис-Смирнової

Створена авторська добірка книг для дошкільнят:

<https://drive.google.com/file/d/1TryhmB3aRuoEif2VaZ3uI8xIw-OddtXp/view?usp=sharing>

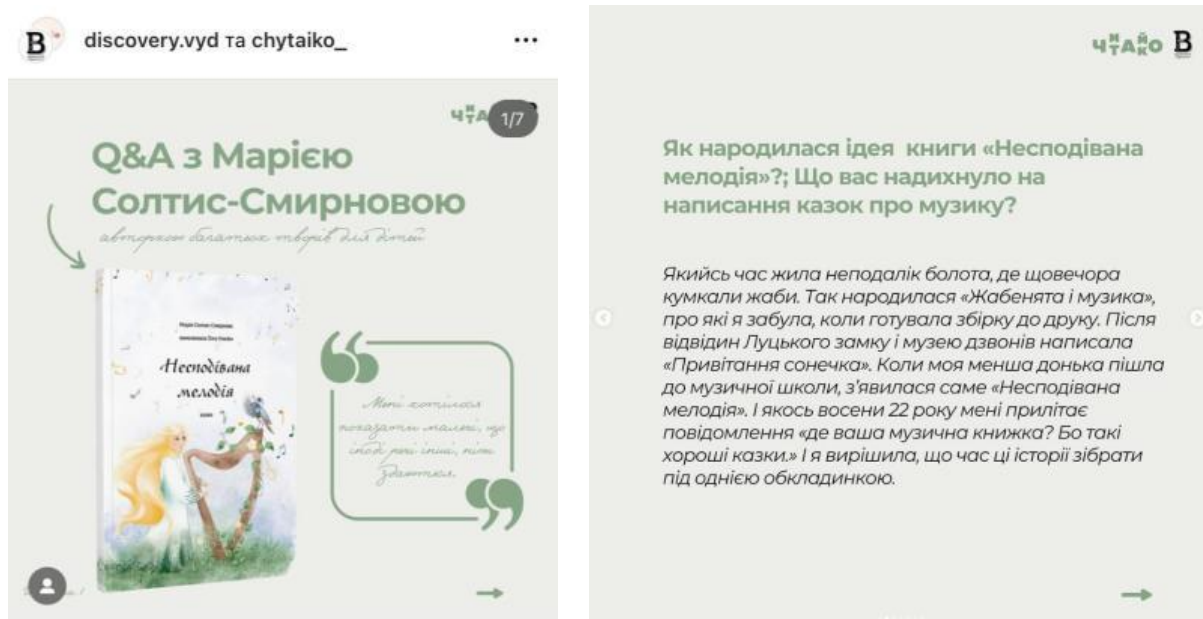


Рис. Д.3.1 Перший допис у рамках співпраці з Марією Солтис-Смирною



Р

Рис. Д.3.2 Третій допис у рамках співпраці з Марією Солтис-Смирною

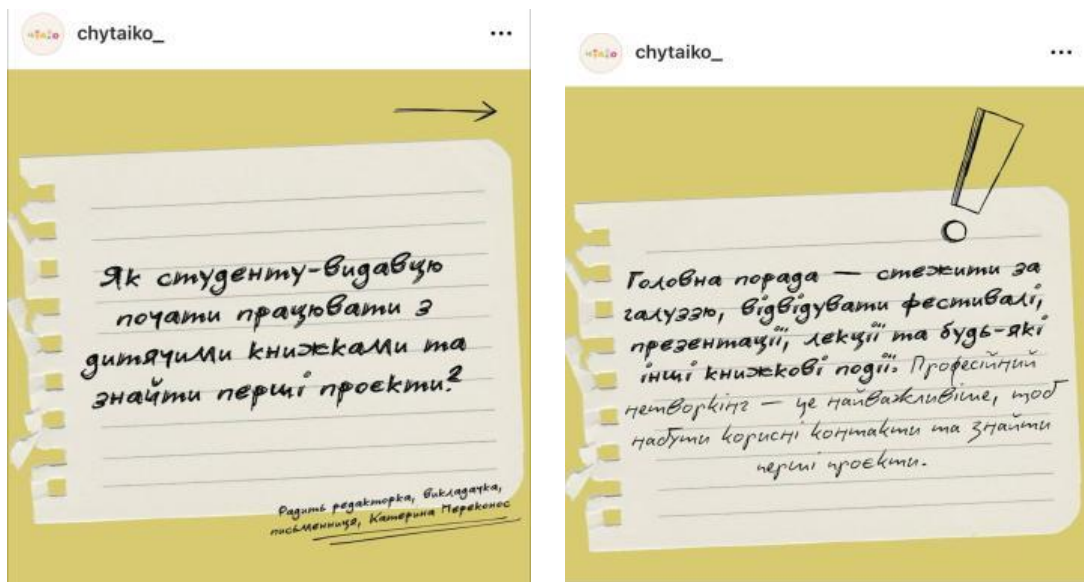


Рис. Д.3.3 Другий допис у рамках співпраці з Катериною Переконос

Відеоріліз із книгою «Клуб домашніх улюбленців» у співпраці з видавництвом «Відкриття»: <https://www.instagram.com/reel/DFXSdxFK7ZG/?igsh=aDh6Nmpraml5dzk1>

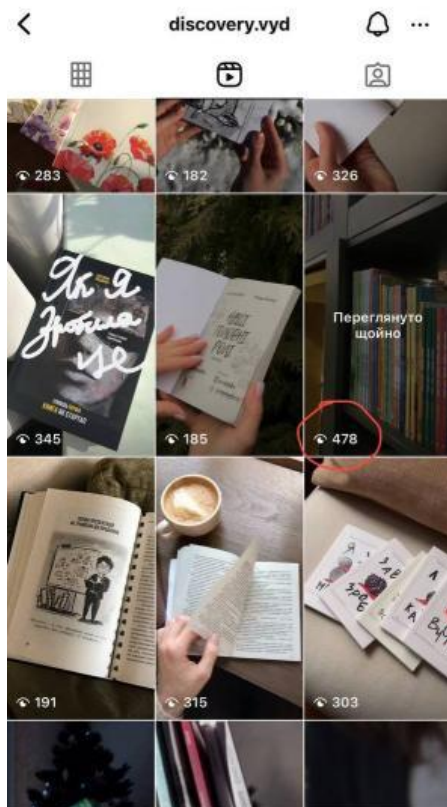


Рис. Д.3.4 Статистика переглядів відео