

УДК 655.55:004.774.6БЛОГ] (477)

# ЗМІСТ, ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧНЕ РОЗМАЇТТЯ, ФУНКЦІЇ І ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНСЬКИХ КНИЖКОВИХ ВІДЕОБЛОГІВ

**Олена ПОГРІБНА**

канд. філол. н., доц.

Черкаський національний  
університет імені Богдана  
Хмельницького(бульвар Шевченка, 81,  
18031, Черкаси, Україна)

e-mail: pogribna\_olena@ukr.net

© Погрібна О., 2019

У статті проаналізовано книжкові (літературні) відеоблоги, які є надзвичайно популярними в різних країнах світу. В українському інтернет-просторі це явище стрімко розвивається, кількість книжкових блогів постійно збільшується. Літературні оглядачі суттєво впливають на розвиток сучасного інформаційного простору загалом і на книжкову справу зокрема, адже сприяють популяризації читання (особливо серед молоді) і просуванню книг через інтернет-магазини та власні web-сайти видавництв. Крім цього, книжкові відеоблоги виконують низку інших функцій: подають інформацію про зміст прочитаної книги, демонструють художньо-технічне оформлення видання (формат, обкладинку, шрифти, папір, наявність ілюстрацій тощо), дозволяють блогеру висловити свої враження про прочитану книгу і в окремих випадках отримати прибутки за відеорецензію.

Також стаття репрезентує основні складові змісту книжкових блогів: сюжет книги, її анотація; акцент на тому, що найбільше сподобалось у книзі, або навпаки — критика невдалим, на думку оглядача, моментів; контекстуальний аналіз твору; різноманітні добірки (тематичні, добірки одного автора, новинок одного видавництва, авторів однієї країни, творів шкільної програми певного класу тощо); цікаві факти про автора; історія написання книги; ілюстрації; оригінальне оформлення видання; екранізація книги, якщо така існує; розповідь про книги, які читають інші, тощо.

Крім того, у статті досліджено питання жанрів літературних відеоблогів, які виникли внаслідок існування різних видів діяльності блогерів, а також різних цілей, що стали причиною появи книжкових блогів: огляд-рецензія прочитаної книги або тематична добірка; відеопідсумок прочитаної літератури за певний період (тиждень, місяць, рік); читачський план на якийсь час (тиждень, місяць, рік); демонстрування книг, які блогер нещодавно придбав або планує придбати; пропозиція блогера віддати, продати, обміняти або розіграти книгу, яка йому не сподобалася з якихось причин; розпаковування посилок, подарунків і сюрпризів з книжками; огляди домашньої бібліотеки; огляди улюблених місць для читання; інтерактивне відео, в якому блогер відповідає на питання своєї аудиторії; відеовиклики і завдання від буктьюберів (т. зв. «челенджі»).

Важливим є створення українськомовних книжкових блогів, які пропагують українську літературу і діяльність українських видавництв.

Книжкові блоги зайняли свою нішу в нашому інформаційному просторі, а їх стрімкий розвиток і постійне вдосконалення дає можливість давати позитивні про-

гнози щодо їх розвитку.

**Ключові слова:** книжковий блог, літературний блог, блог, влог, блогосфера, відеорецензія.

## CONTENT, GENRE-THEMATIC DIVERSITY, FUNCTIONS AND PERSPECTIVES OF UKRAINIAN BOOK VIDEOBLOGS

**Olena Pohribna**

Ph. D in Philology, Associate Professor  
Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy  
81 Shevchenko boulevard, 18031, Cherkasy, Ukraine  
e-mail: pogribna\_olena@ukr.net)

*The article analyzes book (literary) videoblogs which are extremely popular in different countries of the world. In Ukrainian Internet space, this phenomenon is rapidly developing, the number of book blogs is steadily increasing. Literary observers have a significant influence on the development of modern information space in general and on the book business in particular, since they promote the popularization of reading (especially among youth) and the promotion of books through online stores and publishing houses web-sites. In addition, book video blogs perform a number of other functions: provide information on the contents of the book read, demonstrate the artistic and technical design of the publication (format, cover, fonts, paper, the presence of illustrations, etc.), allow blogger to express his impressions about the book and, in some cases, to get profit for video review.*

*Also, the article represents main content components of book blogs: the book plot, its abstract; the emphasis on the best book moments, or vice versa — criticism of the failure moments, according to the observer; contextual analysis of the work; various collections (thematic, one author compilations, one publishing house novelties, one country authors, school program works for a certain class, etc.); interesting facts about the author; history of book writing; illustrations; original design of the publication; book adaptation; story about books read by others, etc.*

*Moreover, the article examines the issues of literary video blogs genres that arose as a result of bloggers various activities existence, as well as various goals that have become the cause of book blogs appearance: book review or thematic collection; video summary of read literature for a certain period (week, month, year); reader plan for some time (week, month, year); displaying books that the blogger has recently purchased or is planning to purchase; a blogger's offer to give away, sell, exchange or present the book that he did not like for any reason; unpacking parcels, gifts and surprises with books; home library reviews; reviews of favorite reading places; an interactive video in which the blogger answers the questions of his audience; video calls and tasks from booktubers (the so-called «Challenges»).*

*It is important to create Ukrainian language book blogs that promote Ukrainian literature and activity of Ukrainian publishing houses.*

*Book blogs have taken their niche in our information space, and their rapid development and continuous improvement makes it possible to give positive forecasts for their development.*

**Key words:** book blog, literary blog, vlog, blog, blogosphere, video review.

*Актуальність теми*

Останнє десятиріччя в українському інформаційному інтернет-просторі стрімко розвиваються книжкові блоги. Онлайніві інтернет-щоденники давно перестали бути каналами лише особистісного спілкування, натомість вони активно виконують безліч соціально-культурних функцій.

Щодо книжкових блогів варто наголосити, що не просто зростає їх кількість, вони стають важливою складовою видавничого бізнесу. Насамперед йдеться про маркетинговий етап редакційно-видавничого процесу.

*Стан розробки проблеми*

Питання блогосфери, зокрема української, усе частіше стають предметом вивчення науковців, про блогінг і його значення з'явилося чимало розвідок у наукових журналах. Але таке явище як книжкові блоги є предметом обговорення лише в публікаціях журналістів і усних виступах самих влогерів, тобто наразі не існує наукового дослідження літературних блогів. За розвитком цієї сфери українськомовного інтернет-простору постійно слідкують медіа, основним напрямом діяльності яких є книговидання, книжковий ринок, сучасна література, а також загальне інформування читачів про найважливіші події в українському і світовому інформаційному просторі. Насамперед йдеться про такі інтернет-видання, як «Читомо» (Содомора, 2016; 2017), «Друг читача» (Кучеренко, 2016) і «Детектор медіа» (Дорош, 2016), К. Толокольнікова (2018).

*Джерельною базою* дослідження стали популярні літературні блоги українського інформаційного інтернет-простору: блог про книжки «Етажерка», книжкові блоги Анастасії Герасимової для ВВС, добірки найкращих блогів українських книжкових інтернет-магазинів «Уакабоо» і «ВсіКниги», а також сторінки найпопулярніших блогерів, тобто тих, у кого кількість підписників є стабільно високою і постійно збільшується («AnnikaBlog», «Вишневий цвіт», «ЛітОгляди Сущюка», «Nata&Books», «Gulbanu Bibicheva», «Color Life by Anna», «Анатомія книги», «Woman who reads», «Твоя полиця», «Ultimoirene», «Ната Глина», «Book Park», «Beauty and Gloom»).

*Завданням* статті є комплексний аналіз книжкових (літературних) блогів, причин їх виникнення, змісту, жанрово-тематичного розмаїття, функцій і перспектив в українському інформаційному інтернет-просторі.

*Виклад основного матеріалу*

Книжкові блоги набувають усе більшої популярності, їх кількість зростає з кожним днем і вони справедливо посідають чільне місце в українській блогосфері. Сучасні поціновувачі літератури оперують двома термінами — книжковий блог і буктьюб (літературний блог,

розміщений на відеохостингу YouTube). Але у своїй статті ми не диференціюємо ці поняття, оскільки функції, тематика, жанрове розмаїття названих блогів є однаковими, різниця — лише в розміщенні в інтернет-просторі.

Якщо говорити про мету і спосіб подання матеріалу, то у книжкових блогів багато спільного з іншими видами мережевих журналів. Тобто, це особистий ресурс (сайт, сторінка в мережі інтернет), де кожна людина представляє особисто себе, свої думки з приводу різних питань, інтереси, захоплення, знання, рецензії, огляди тощо.

Усі дослідники книжкових блогів — Кучеренко (2016), Толокольнікова (2018) та ін., — зазначають, що це спільнота блогерів, які створюють контент про літературу, тобто знімають відео про книжки та викладають його в інтернет, зокрема на YouTube.

Власні книжкові канали можуть мати окремі люди різного віку і різних професій, які люблять читати і ділитися своїми враженнями, письменники, видавництва та інтернет-книгарні.

Як засвідчує проведене нами дослідження, змістом книжкових блогів зазвичай є такі складові:

- сюжет книги, її анотація;
- акцент на тому, що найбільше сподобалось у книзі, або навпаки критика невдалих, на думку буктьюбера, моментів;
- контекстуальний аналіз твору;
- тематичні добірки (варіанти — добірки одного автора, новинок одного видавництва, авторів однієї країни, творів шкільної програми певного класу тощо);
- цікаві факти про автора;
- історія написання книги;
- ілюстрації;
- оригінальне оформлення видання;
- екранізація книги, якщо така існує;
- розповідь про книги, які читають інші.

Крім власне ведення книжкових блогів літературні оглядачі займаються іншими видами діяльності: влаштовують тематичні місяці й марафони, нон-стоп читання впродовж доби, розіграші книжок, складають власні рейтинги прочитаного за певний період (тиждень, місяць, рік), порівнюють книжки з їх екранізаціями, спілкуються зі своєю аудиторією під час прямих трансляцій, а також влаштовують зустрічі, наприклад:

- дискусія на Книжковому Арсеналі «Перспективи українського буктьюбу» за участі книжкових влогерів Анни Гай, Максима Сущука, Анни Лисенко (модератор — проект-менеджер книгарні «ВсіКниги» Андрій Капранов);

– зустріч у київській книгарні «Є» «Читай із нами! Як книжкові блоги пропагують читання» за участі блогерів Ксенії Сокульської, Ксенії Кисіль, Максима Сушука та ін. (модератор — журналістка сайту «Детектор медіа» Катерина Толокольнікова).

У публічних виступах та в інтерв'ю журналістам Дорош, (2016), Кучеренко (2016), Толокольнікова, (2018) та ін. відомі українські блогери називають різні цілі створення своїх книжкових блогів.

Серед найпопулярніших причин варто назвати бажання поділитися власними враженнями про прочитану книгу, висловити свою думку, ставлення до автора чи видавництва тощо. «Я завжди багато читала. Книги — це важлива частина мого життя, тому в якийсь момент мені захотілося поділитися цим своїм досвідом з іншими», — зазначає Людмила Дмитрук («Вишневий цвіт»). У цьому випадку для влогера на першому місці є створення платформи для діалогу, інтерактивна форма спілкування, пошук однодумців, можливість звернутися до аудиторії у зручному для них форматі й без часових або тематичних обмежень. Чимало влогерів свого часу починали з текстових блогів і різних за обсягом постів у соціальних мережах, а згодом обрали відеоформат, оскільки усне спілкування для них є комфортнішим і зручнішим.

Отже, багато блогерів створюють платформи, де розповідають про ті книги, які сподобались, і які б вони радили прочитати іншим: «Думаю, бажання не просто читати, а й ділитися про прочитане — це риса всіх блогерів», — справедливо зауважує Ксенія Кисіль («Етажерка»). Водночас слід зазначити, що для деяких книжкових оглядачів важливим є звичайне бажання набутти популярності, задоволення своїх амбіцій, збільшення кількості переглядів, коментарів і «лайків», навіть якщо не йдеться про отримання прибутку.

Але найважливішою, на нашу думку, функцією, яку виконують книжкові блоги, є популяризація читання, особливо серед молоді. Сучасна людина перенасичена інформацією і кількістю каналів цієї інформації. Літературні влогери в цьому інформаційному потоці відіграють дуже важливу роль за допомогою численних книжкових профілів, які стали не просто популярними, а й модними. Насамперед йдеться про соціальні мережі, зокрема Instagram, та відеохостинг YouTube, які за своєю суттю є розважальними. Їх користувачі часто не планують знайти інтелектуальний контент, а на літературні блоги можуть «натрапити» абсолютно випадково. Названі соціальні мережі, як доцільно зазначає Анна Лисенко («AnnikaBlog»), охоплюють ширшу аудиторію, ніж спеціалізований текстовий блог: «Тут більше шансів, що відео про книжки подивиться той, хто цього не планував, а зайшов просто весело провести час. На спеціалізовані літературні сайти така людина не заходить». Крім того, Анна завжди робить ог-

ляди на ті видання, які легко можна знайти в книгарнях чи бібліотеках, розраховуючи на те, що її глядачі спробують відшукати і прочитати запропоновану нею книгу.

Варто наголосити на значенні книжкових блогів для продажу книг в інтернет-книгарнях і на власних web-сайтах видавництва. М. Тимошик (2010), аналізуючи маркетинговий етап редакційно-видавничого процесу, зазначає, що «важливість таких сайтів полягає в тому, що в них розміщують не лише загальні відомості про видавництво та перелік наявних у продажу книг, а й рецензії на кращі видання, фрагменти електронних версій окремих розділів, інформація про наступні новинки» (с. 390). Так, книжковий блог — це своєрідна відеорецензія, в якій буктьюбер висловлює особисту думку про зміст прочитаної книги, а також демонструє художньо-технічне оформлення видання (формат, обкладинку, шрифти, папір, наявність ілюстрацій тощо). Це дає можливість потенційному покупцеві краще ознайомитися з книгою, яку він може придбати, віртуально її погортати. Книжкові інтернет-магазини Yakaboo і ВсіКниги постійно ведуть літературні блоги-огляди. Серед українських видавництв, які активно впроваджують таку практику реклами своєї продукції, насамперед слід назвати «Видавництво Старого Лева», «Клуб сімейного дозвілля», «Vivat», «Наш формат» та інші.

Для книжкових інтернет-книгарень відеоблоги є маркетинговим ходом, можливість налагодити зворотній зв'язок і розширити свою аудиторію, внаслідок чого магазин має додаткову можливість просувати книги. Саме з цією метою започаткували таке блогерство менеджери проекту «ВсіКниги» Андрій Капранов і Анна Гай.

Книжкові блоги посідають чільне місце серед інших оригінальних способів популяризації літератури (поруч із книжковими фестивалями, флешмобами, взаємодією з кафе і ресторанами, просуванням книг через так званих лідерів думок тощо). Тому сучасні видавництва зацікавлені у співпраці з оглядачами, які рекламують новинки сучасної літератури. Однак цю співпрацю не можна оцінити однозначно, оскільки вона вигідна видавництвам, але може обмежити свободу блогера. Анна Лисенко («AnnikaBlog») ділиться своїм досвідом такої роботи: «Головний критерій для мене у співпраці з видавництвом — воно має бути мені чимось близьким. Коли я купую книжки сама, то можу закрити очі на походження видавництва. Але коли отримую в подарунок, то є певна міра залежності. Тому я не завжди погоджуюся на співпрацю. Але є десь 3–5 моїх улюблених видавництв, із якими ми співпрацюємо регулярно».

Існує декілька варіантів форматів такої співпраці:

- 1) видавництво самостійно виходить на блогера і пропонує книгу-новинку, на яку варто зробити огляд;



- 2) видавництво надсилає реліз новинок, а блогер сам обирає серед цього списку ту книгу, на яку зробить відеорецензію.

Видавництва можуть заплатити за відеорецензію влогерам з кількатисячною аудиторією, однак оплата за таку послугу рідко здійснюється грошима. Як правило, видавництво дарує блогеру безкоштовно примірник книги. Ще один важливий нюанс такої співпраці полягає в тому, що видавництва не вимагають тільки позитивних рецензій, головне для них — чесна й об'єктивна думка.

Загалом питання прибутку для книжкового влогера слід розглядати у двох площинах:

- 1) як окремий вид діяльності;
- 2) як співпраця з видавництвами та інтернет-книгарнями.

Аналіз обох ситуацій дає можливість зробити висновок, що книжкова блогосфера в Україні є або неприбутковою, або малоприбутковою (доходи від реклами і оплата від видавництв). Однак, урахувавши західний досвід, в Україні є перспективи розвитку цієї галузі. Крім того, блогерство може принести своїм авторам інші бонуси: вони здобувають популярність у літературній сфері та часто отримують робочі місця в різноманітних проектах. Так, Максима Сущука («ЛітОгляди Сущука») запросили до журі літературного конкурсу «Коронація слова», Ксенія Кисіль («Етажерка») почала працювати авторкою блогу книжкової інтернет-крамниці Yakaboo, Настя Бондаренко (авторка відомого в Києві фотоблогу «Підземне київське читання») – SMM-менеджеркою інтернет-магазину літератури і сувенірів «Бабуїн» тощо.

Різні види діяльності книжкових блогерів, а також різні цілі, які стали причиною появи буктьюбу, спричинили виникнення декількох жанрів літературних відеоблогів. Аналіз української та західної блогосфери дає підстави виокремити такі жанри (в дужках подаємо назви, які стали вже традиційними на Заході):

- 1) огляд-рецензія прочитаної книги або тематична добірка, де блогер висловлює свої враження, роздуми, іноді переказує зміст або дає коротку інформацію про автора (review/discussion);
- 2) відеопідсумок прочитаної літератури за певний період (тиждень, місяць, рік), де блогер пропонує свою оцінку цим книгам, виокремлює ті, що найбільше сподобалися або ж навпаки не сподобалися (wrap up);
- 3) читацький план на певний період (тиждень, місяць, рік) з аргументами, чому влогер обрав саме ці книги для прочитання (monthly/year TBR);
- 4) демонстрування книг, які блогер нещодавно придбав або планує придбати, пояснення свого вибору, чим саме зацікавила ще не прочитана книга (haul);

- 5) пропозиція блогера віддати, продати, обміняти або розіграти книгу, яка йому не сподобалася з якихось причин (unhaul);
- 6) розпаковування посилок, подарунків і сюрпризів з книжками, коли блогер показує всі переваги і недоліки упаковки, а також ділиться своїми емоціями (unboxing);
- 7) огляди домашньої бібліотеки, коли блогер пояснює порядок розташування книг на полицях і книжкових шафах, розказує, які з цих книг є улюбленими і чому, які речі стоять поруч тощо (bookshelf);
- 8) огляди улюблених місць для читання;
- 9) інтерактивне відео, в якому блогер відповідає на запитання своєї аудиторії (tags );
- 10) відеовиклики і завдання від буктьюберів, наприклад прочитати певну кількість книг за обмежений період часу тощо (challenges).

Як бачимо, види книжкових відеоблогів у цьому контексті дуже схожі з блогами на іншу тематику (одяг, косметика, автотовари тощо). Однак названі жанри не можна вважати рівноправними. Так, на думку журналістки «Читомо» Х. Содомори (2017), різноманітні розпаковування, конкурси і розіграші спрямовані на збільшення кількості підписників та зростання рейтингів каналів, але не повинні стати основою блогосфери. Адже основним у книжкових блогах має бути літературна складова, а також самоосвіта і начитаність оглядачів.

Тематика книжкових відеоблогів теж дуже різноманітна. Предметом відеорецензій стають класичні твори і новинки, бестселери і невідомі книги, література українських авторів і переклади, твори для різних вікових категорій, зокрема дитяча і підліткова література (т. зв. «young adult»), продукція популярних всеукраїнських і місцевих видавництв тощо. Аналіз топових літературних блогів українського інформаційного інтернет-простору засвідчує, що переважають огляди художньої літератури різних жанрів, але не менш популярним є нон-фікшн.

На підставі проведеного дослідження рейтингових літературних блогів українського інформаційного інтернет-простору можемо виокремити практичні поради по створенню книжкових блогів.

1. Насамперед важливо визначити аудиторію, для якої буде створено блог. Особливо ця порада стосується інтернет-книгарень, основна мета яких — продаж книг.
2. Книжковий блог, як і будь-який інший, повинен бути регулярним і мати свою періодичність, до якої звикає аудиторія (щотижня, щомісяця, двічі на місяць, тричі на тиждень тощо).
3. Виклад матеріалу повинен бути коротким, влучним, чітким, лаконічним і зрозумілим, щоб зацікавити глядача, а не втомити його. Важливо, щоб текст влогера був продуманим і підготовленим.



4. Якість відео — чи не найсуперечливіше питання в оцінці книжкових блогів. Інтернет-простір перенасичений відеороликами дуже різної якості: від аматорських до професійних, від максимально простих до художньо вивершених, знятих на телефон і професійними камерами. Однак варто зазначити, що поруч з текстовим контентом картинка є не менш важливою. Основними порадами щодо створення якісного відеоряду книжкового блогу можемо назвати такі:
  - зміна ракурсів і планів, навіть якщо в кадрі тільки блогер;
  - динамічна зміна кадрів, монтаж без невмотивовано затягнутих кадрів і без зайвих пауз;
  - використання різноманітних перебивок: кадри з обкладинками книг, зі сторінками цієї книги, з ілюстраціями, з цитатами, кадри з фільму, якщо книга екранізована, тощо (наприклад, «ЛітОгляди Сущука», блоги Анни Гай зі «ВсіКниги» та ін.);
  - доцільне і доречне використання спецефектів, але без перенасичення ними відеоряду;
  - знімання в різних місцях і на різному тлі: біля книжкових полиць, оригінальних шпалер, на природі, в парку, в лісі, на мосту, в кафе, на кухні з горнятком кави, на підвіконні, на дивані з пледом, з різними елементами інтер'єру, в колі друзів, з домашніми улюбленцями тощо (наприклад, «ЛітОгляди Сущука», «ВсіКниги», «Gulbanu Bibicheva», «Book Park», «Ната Глина» та ін.);
5. Оригінальними й цікавими є відеоблоги без людини в кадрі, де відеорядом є показ книжкових полиць, книг різними планами і ракурсами, а влогер лише озвучує закадровий текст (наприклад, «Твоя полиця»).
6. Поради щодо манери викладу не можуть бути однозначними, оскільки серед глядачів книжкових блогів є люди різного темпераменту. Так, комусь сподобаються емоційні і харизматичні влогери (наприклад, «ВсіКниги», «AnnikaBlog»), іншим — спокійні і виважені (наприклад, «Color Life by Anna», «Gulbanu Bibicheva», «Ultimoirene», «Beauty and Gloom»). У будь-якому випадку, обов'язковою умовою є щирість і привітність влогера, відгуки без награного зайвого пафосу.
7. Якщо до відеоряду і манери викладу немає загальноприйнятих вимог, то звук однозначно повинен бути якісним, адже багато глядачів насамперед слухають інформацію. Якщо передивитися книжкові блоги, записані у різні часи, то у цьому плані спостерігаємо тенденцію до виконання окресленої умови.
8. Музичний супровід є вкрай важливим. Одним із основних критеріїв підбору фонові музики для книжкових відеоблогів є питан-

ня дотримання авторського права. Майданчиками для пошуку потрібної музики часто стають сайти типу «Premium Beat» та безкоштовна фонотека відеохостингу «YouTube».

9. Важливо, якщо у книжкового блогу є своя особливість, власна концепція. Так, у відеоблогу «ВсіКниги» такою родзинкою є використання гумору. І це не звичайний маніпулятивний прийом, а стратегічний хід блогера: «Наша література багатьом українцям видається «сумною», а я хочу показати, що книжки — це насправді не нудно, весело, «fun». Сподіваюся, це помітно на відео», — наголошує Анна Гай. Цікавими в плані застосування гумористичного прийому є так звані bloopers — невдалі кадри, які демонструють смішні моменти під час знімання і які не увійшли в основну частину блогу, і їх вмонтовують наприкінці.
10. Безперечно, приваблює глядача зовнішність і стиль оглядача. Вдало, на нашу думку, це правило проілюстроване в блогах «Nata&Books», «Ната Глина» та ін.
11. Акторська і ораторська майстерність автора блогу безумовно підвищує якість відео, робить його цікавим і оригінальним.
12. Варто протестувати відео, за можливості провести апробацію на друзях і знайомих, вислухати конструктивну критику і внести відповідні правки.

Актуальним і невирішеним залишається мовне питання блогосфери в Україні. На жаль, українськомовні канали мають меншу аудиторію, ніж російськомовні. Однак досвід українськомовних каналів надихає. Прикметно, що для популярних книжкових блогерів з кількатисячною аудиторією Максима Сущука («ЛітОгляди Сущука»), Анни Лисенко («AnnikaBlog»), Анни Гай («ВсіКниги») і Василя Беликанича («Анатомія книги») питання, якою мовою вести свій блог, є стратегічним і принциповим. Так, на думку Максима Сущука («ЛітОгляди Сущука»), важливо не просто вести блог українською мовою, а поляризувати саме український контент. «Не знаєте, що почитати? Спробуйте сучасну українську літературу, — наголошує влогер. — Вона дивовижна, бо не схожа на жодну іншу; різноманітна, бо задовольнить будь-який смак; а головне найкраща, тому що наша. А я вам доводиму це щотижня».

Як показує практика, в українськомовних книжкових блогів є гарні перспективи. Про це свідчать такі факти: їх кількість зростає, простежується тенденція до підвищення якості змістового наповнення і формату, поступово збільшується кількість підписників, з книжковими блогерами все частіше співпрацюють інтернет-книгарні і видавництва, а це дає підстави стверджувати, що книжкові блоги мають усі шанси стати важливою складовою видавничого бізнесу і пропагування читання.

### Висновки

Отже, книжкові (літературні) блоги стрімко розвиваються в українському інформаційному інтернет-просторі, зростає їх кількість, виникають нові жанрово-тематичні різновиди, удосконалюється якість відеоряду та озвучування.

Проведене дослідження дає підстави зробити висновок, що основною метою створення книжкових блогів є такі чинники:

- 1) висловлення своїх вражень про прочитану книгу;
- 2) популяризація читання;
- 3) просування книжок в інтернет-магазинах;
- 4) створення українськомовної літературної блогосфери;
- 5) спілкування з читачами;
- 6) структуризація і планування власного читання.

Загалом книжкові блоги виконують такі функції:

- 1) подають інформацію про зміст прочитаної книги;
- 2) демонструють художньо-технічне оформлення видання (формат, обкладинку, шрифти, папір, наявність ілюстрацій тощо);
- 3) сприяють продажу книг через інтернет-книгарні і власні веб-сайти видавництва;
- 4) дозволяють літературному оглядачу отримати прибуток за відеорецензію;
- 5) популяризують читання, особливо серед молоді.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Анатомія книги. (б. р.). Взято з <https://www.youtube.com/channel/UC2qA9lkVOgsfZHgUjPjJLaw>.
2. Вишневий цвіт. (б. р.). Взято з [https://www.youtube.com/channel/UC74\\_-1ivw94o2O0xH74Y1DQ](https://www.youtube.com/channel/UC74_-1ivw94o2O0xH74Y1DQ).
3. ВсіКниги. (б. р.). Взято з <https://www.youtube.com/channel/UCjzAk7lCrgWxMXpz-8jBd1A>.
4. Дорош, М. (2016, 27 червня). Як створити успішний книжковий блог: поради від буктьюбера, журналістів та фотоблогерів. *Детектор медіа*. Взято з [https://ms.detector.media/web/online\\_media/yak\\_stvoriti\\_uspishniy\\_knizhkoviy\\_blog\\_poradi\\_vid\\_buktyubera\\_zhurnalistiv\\_ta\\_fotoblogeriv/](https://ms.detector.media/web/online_media/yak_stvoriti_uspishniy_knizhkoviy_blog_poradi_vid_buktyubera_zhurnalistiv_ta_fotoblogeriv/).
5. Етажерка. (б. р.). Взято з <https://ksenyak.wordpress.com>.
6. Кучеренко, Д. (2016, 26квітня). Чи є майбутнє в українського буктьюбу (конспект дискусії). *Друг читача*. Взято з <https://vsiknygu.net.ua/neformat/44478/>.
7. ЛітОгляди Сущука. (б. р.). Взято з [https://www.youtube.com/channel/UCLv00oet\\_5fq8tEwj7vg9xw](https://www.youtube.com/channel/UCLv00oet_5fq8tEwj7vg9xw).
8. Ната Глина. (б. р.). Взято з <https://www.youtube.com/channel/UCAN08e5uL1GdJJNnmvesIzg>.

9. Содомора, Х. (2016, 7 жовтня). BookTube по-українськи: 6 книжкових відеоблогерів. *Читомо*. Взято з <http://archive.chytomo.com/news/booktube-po-ukraiinski-6-knizhkovix-videoblogeriv>.
10. Содомора, Х. (2017, 16 червня). BookTube по-українськи-2: ще 9 книжкових відеоблогерів. *Читомо*. Взято з <http://archive.chytomo.com/news/bukyub-po-ukraiinski-2-shhe-9-knizhkovix-videoblogeriv>.
11. Твоя полиця. (б. р.). Взято з <https://www.youtube.com/channel/UClrBI-amIeDuV0AtuZVTS7g>.
12. Тимошик, М. (2010). *Книга для автора, редактора, видавця*. Київ: Наша культура і наука.
13. Толокольнікова, К. (2018, 10 вересня). Хто такі буктьюбери й навіщо їх дивитися? *Детектор медіа*. Взято з [https://ms.detector.media/web/social/khto\\_taki\\_bukyuberi\\_y\\_navischo\\_ikh\\_divitisiya/](https://ms.detector.media/web/social/khto_taki_bukyuberi_y_navischo_ikh_divitisiya/).
14. AnnikaBlog. (n. d.). Retrieved from [https://www.youtube.com/channel/UCPi1Vo12U-cyw4kZUHo\\_AOQ](https://www.youtube.com/channel/UCPi1Vo12U-cyw4kZUHo_AOQ).
15. Beauty and Gloom. (n. d.). Retrieved from <https://www.youtube.com/channel/UC2ILW4yGEe7s0LYS7CtaNlg>.
16. Book Park. (n. d.). Retrieved from <https://www.youtube.com/channel/UCvDjmjDkOuqWih0bUK6Jf9Q>.
17. Color Life by Anna. (n. d.). Retrieved from <https://www.youtube.com/channel/UCx2u4dyEuWfmoBGOUfd5org>.
18. Gulbanu Bibicheva. (n. d.). Retrieved from [https://www.youtube.com/results?search\\_query=Gulbanu+Bibicheva+](https://www.youtube.com/results?search_query=Gulbanu+Bibicheva+).
19. Meet the YouTube Stars Turning Viewers Into Readers. (2018, July 31). *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2018/07/31/books/booktubers-youtube.html>.
20. Nata&Books. (n. d.). Retrieved from <https://www.youtube.com/channel/UCeULStkxDAXSn5MVj3zwdmw>.
21. Ultimoirene. (n. d.). Retrieved from <https://www.youtube.com/user/Ultimoirene>.
22. Woman who reads. (n. d.). Retrieved from <https://www.youtube.com/channel/UCqbjvHH0XFOIUdnqXaUOS3A/featured>.
23. Yakaboo. (n. d.). Retrieved from <https://blog.yakaboo.ua>.

## REFERENCES

1. Anatomiiia knyhy [Anatomy of the book]. (n. d.). Retrieved from <https://www.youtube.com/channel/UC2qA9lkVOgsfZHgUjPjLaw>. [In Ukrainian].
2. AnnikaBlog. (n. d.). Retrieved from [https://www.youtube.com/channel/UCPi1Vo12U-cyw4kZUHo\\_AOQ](https://www.youtube.com/channel/UCPi1Vo12U-cyw4kZUHo_AOQ). [In Ukrainian].
3. Beauty and Gloom. (n. d.). Retrieved from <https://www.youtube.com/channel/UC2ILW4yGEe7s0LYS7CtaNlg>. [In Ukrainian].
4. Book Park. (n. d.). Retrieved from <https://www.youtube.com/channel/UCvDjmjDkOuqWih0bUK6Jf9Q>. [In Ukrainian].
5. Color Life by Anna. (n. d.). Retrieved from <https://www.youtube.com/channel/UCx2u4dyEuWfmoBGOUfd5org>. [In Ukrainian].

6. Dorosh, M. (2016, June 27). Yak stvoryty uspishnyi knyzhkovyi bloh: porady vid buktyubera, zhurnalistiv ta fotobloheriv [How to create a successful book blog: tips from letterwriters, journalists and photo bloggers]. *Detektor media*. Retrieved from [https://ms.detektor.media/web/online\\_media/yak\\_stvoriti\\_uspishniy\\_knyzhkoviy\\_blog\\_poradi\\_vid\\_buktyubera\\_zhurnalistiv\\_ta\\_fotobloheriv/](https://ms.detektor.media/web/online_media/yak_stvoriti_uspishniy_knyzhkoviy_blog_poradi_vid_buktyubera_zhurnalistiv_ta_fotobloheriv/). [In Ukrainian].
7. Etazherka [Bookstand]. (n. d.). Retrieved from <https://ksenyak.wordpress.com/>. [In Ukrainian].
8. Gulbanu Bibicheva. (n. d.). Retrieved from [https://www.youtube.com/results?search\\_query=Gulbanu+Bibicheva+](https://www.youtube.com/results?search_query=Gulbanu+Bibicheva+). [In Ukrainian].
9. Kucherenko, D. (2016, April 26). Chy ye maibutnie v ukrainskoho buktyubu (konspektdyskusii) [Is there a future in the Ukrainian letter (summary of the discussion)]. *Druh chytacha*. Retrieved from <https://vsiknygy.net.ua/neformat/44478/>. [In Ukrainian].
10. LitOhliady Sushchuka [LiTOviewsSushchuka]. (n. d.). Retrieved from [https://www.youtube.com/channel/UCLv00oet\\_5fq8tEwj7vg9xw](https://www.youtube.com/channel/UCLv00oet_5fq8tEwj7vg9xw). [In Ukrainian].
11. Meet the YouTube Stars Turning Viewers Into Readers. (2018, July 31). *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2018/07/31/books/booktubers-youtube.html>. [In English].
12. Nata Hlyna. (n. d.). Retrieved from <https://www.youtube.com/channel/UCAHO8e5uL1GdJJNmvslzg>. [In Ukrainian].
13. Nata&Books. (n. d.). Retrieved from <https://www.youtube.com/channel/UceULStkxDaxSn5MVj3zwDmw>. [In Ukrainian].
14. Sodomora, Kh. (2016, October 7). BookTube po-ukrainsky: 6 knyzhkovykh videobloheriv [BookTube in Ukrainian: 6 book video bloggers]. *Chytomo*. Retrieved from <http://archive.chytomo.com/news/booktube-po-ukrainski-6-knyzhkovix-videobloheriv>. [In Ukrainian].
15. Sodomora, Kh. (2017, June 16). BookTube po-ukrainsky-2: shche 9 knyzhkovykh videobloheriv [BookTube in Ukrainian-2: 9 more book video bloggers]. *Chytomo*. Retrieved from <http://archive.chytomo.com/news/buktyub-po-ukrainski-2-shche-9-knyzhkovix-videobloheriv>. [In Ukrainian].
16. Tolokolnikova, K. (2018, September 10). Khto taki buktyubery y navishcho yikh dyvytysia? [Who are these letters and why should they be watched?]. *Detektor media*. Retrieved from [https://ms.detektor.media/web/social/khto\\_taki\\_buktyuberi\\_y\\_navishcho\\_ikh\\_divitysia/](https://ms.detektor.media/web/social/khto_taki_buktyuberi_y_navishcho_ikh_divitysia/). [In Ukrainian].
17. Tvoia polytsia [Your shelf]. (n. d.). Retrieved from <https://www.youtube.com/channel/UClrBI-amIeDuV0AtuZVTS7g>. [In Ukrainian].
18. Tymoshyk, M. (2010). *Knyha dlia avtora, redaktora, vydavtsia* [Book for author, editor, publisher]. Kyiv: Nasha kultura i nauka. [In Ukrainian].
19. Ultimoirene. (n. d.). Retrieved from <https://www.youtube.com/user/Ultimoirene>. [In Ukrainian].
20. VsiKnyhy [All Books]. (n. d.). Retrieved from <https://www.youtube.com/channel/UCjzAk7lCrgWxMXpz-8jBd1A>. [In Ukrainian].
21. Vyshnevyy tsvit [Cherry blossom]. (n. d.). Retrieved from [https://www.youtube.com/channel/UC74\\_-1ivw94o2O0xH74YlDQ](https://www.youtube.com/channel/UC74_-1ivw94o2O0xH74YlDQ). [In Ukrainian].
22. Woman who reads. (n. d.). Retrieved from <https://www.youtube.com/channel/UCqbjvHH0XFOIudnqXaUOS3A/featured>. [In Ukrainian].
23. Yakaboo. (n. d.). Retrieved from <https://blog.yakaboo.ua>. [In Russian].