

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ

ФАХОВИЙ ГАЛИЦЬКИЙ КОЛЕДЖ

ІМЕНІ В'ЯЧЕСЛАВА ЧОРНОВОЛА

Циклова комісія журналістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА (БАКАЛАВРСЬКА) РОБОТА

за спеціальністю 061 Журналістика

(Освітньо-професійна програма

«Видавнича справа та медіакомунікації»)

**Буктюб як новий засіб популяризації книги та читання: авторський
проект**

Booktube as a new means of promoting books and reading: author's project

Виконала: студентка II курсу, групи Жб-21

Щирба Тетяна Андріївна

Керівник:

кандидат філологічних наук

Вишневська Галина Богданівна

Рецензент:

Тернопіль – 2023

ЗМІСТ

| | |
|--|-----------|
| ВСТУП..... | 4 |
| РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ БУКТЮБУ | 7 |
| Розділ ІІ. СПЕЦИФІКА ВЛАСНОГО БЮКТЮБУ | 10 |
| 2.1 Обґрунтування створення буктюбу на основі аналізу вже існуючих блогів про книги | 10 |
| 2.2 Ідея створення..... | 12 |
| 2.3 Структура створення | 13 |
| 2.4 Зображальний матеріал та особливості їх оформлення | 14 |
| 2.5 Особливості аудиторії..... | 14 |
| РОЗДІЛ ІІІ. ПРОГРАМНІ Й ТЕХНІЧНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ. | 16 |
| ВИСНОВКИ | 18 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | 20 |
| ДОДАТКИ..... | 22 |

Анотація

Щирба Т.А. Буктюб як новий засіб популяризації книги та читання: авторський проєкт. Галицький фаховий коледж імені В'ячеслава Чорновола, Тернопіль, 2023.

Кваліфікаційна бакалаврська робота присвячена створенню буктюбу як засобу популяризації книги та читання.

Проаналізовано ринок буктюбу та на основі уже наявних створено свій. Було виявлено головні інструкції у побудові власного YouTube каналу та відеороликів. Дані інструкції допомогли під час створення відеопродукту. Створено відео огляди таких книг: Александра Соломон «Не бійтеся любити», Рейчел Голліс «Витри шмарклі, подруго», Джейсон Фрайд, Девід Хенссон «Не божеволій на роботі» та Ліз Фосслін, Моллі Вест Даффі «Емоції на роботі»

Ключові слова: *буктюб, книжка, відео-огляд, відеоролик, YouTube, автор.*

Abstract

Shchyrba T.A. Booktube as a way of popularizing books: an author's project. Halych Vocational College named after Vyacheslav Chornovol.

The qualifying bachelor's work is devoted to the creation of a book tube as a way of popularizing the book.

The book tube market was analyzed and its own was created on the basis of already existing ones. The main instructions for building your own YouTube channel and videos have been revealed. These instructions helped when creating a video product.

Video reviews of the following books were created: Alexander Solomon «Don't be afraid to love», Rachel Hollis «Wipe the snotty girlfriend», Jason Fried, David Hansson «Don't go crazy at work» and Liz Fosslin, Molly West Duffy «Emotions at work»

Keywords: *book tube, book, video review, video clip, YouTube, author.*

ВСТУП

У світі, де книги займають важливе місце в культурі та освіті, пошук нових та ефективних засобів популяризації книг та читання є вкрай важливим завданням. В останні роки відбувається революція у способах сприйняття інформації, а також у форматах, у яких ця інформація може бути подана. І одним із найбільш яскравих прикладів такої революції є платформа YouTube, яка швидко стала однією з найпопулярніших засобів розміщення відеоконтенту та майданчиком для творчого вираження, розвитку особистості та засобом заробітку.

Новий підхід до популяризації книг став досить швидко прогресувати та набирати популярності. Він може стати одним із інструментів для популяризації книг та читання. YouTube – одна з найбільших соціальних мереж, де відео-контент відображається в таких категоріях, як музика, розваги та навчання. Відео-контент, який пов'язаний з книгами на YouTube, є у новій категорії - книжкові влоги, рецензії на книжки, літературні дискусії та інтерв'ю з авторами. Завдяки цьому люди з різних куточків світу мають можливість переглядати нові книги, слухати відгуки та рекомендації від експертів та простих людей, а також ділитися власними думками та враженнями. Створення онлайн-бібліотек, аудіокниг та електронних платформ для читання дозволило зробити книжки доступними для широкої аудиторії.

Таким чином, тема «Буктьюб як новий засіб популяризації книги та читання» є надзвичайно актуальною та важливою для вивчення, оскільки це дозволяє краще зрозуміти, завдяки чому платформа YouTube може бути використана для підвищення інтересу до книг та сприяння розвитку читацької культури.

Неповністю вивчена та маловідома категорія на YouTube Booktube зумовлює **актуальність** бакалаврської роботи, оскільки вперше буктьюби будуть створені випускницею-журналісткою. Особливість цієї роботи полягає у самостійному виборі книг, які зацікавлюють аудиторію. Інформація, яка буде міститись у буктьюбах, користуватиметься попитом, оскільки її можна буде переглянути з будь-якої точки світу, вона буде безкоштовною для

використання, та людина, котру зацікавить та чи інша книга, зможе коротко прослухати про, що книга та чим корисна для читання.

Мета роботи – створити власний YouTube канал (Booktube) у якому будуть представленні огляди на книги, власні враження від прочитаних книг, та популяризація книги, як способу творення.

Для окреслення поставленої мети потрібно виконати такі **завдання**:

- провести дослідження щодо інформації про YouTube канали інших користувачів, які ведуть блог про книги та читання;
- виявити власний стиль побудови ролику на YouTube;
- зробити огляд на прочитанні книги;
- створити власний блог на YouTube та придумати назву, яка б заохочувала приєднатись.

Предметом дослідження є огляди на книги та популяризація їх на платформі YouTube .

Об'єктом дослідження є типологічні та структурні особливості відео роликів на YouTube.

Для виконання роботи були використані такі **методи дослідження**:

- введення – на основі конкретного Booktube зроблено висновки про деталі їх підготовки;
- описовий метод, який дає змогу аналізувати блоги про книги, які вже існують або ж тільки починають розвиватись;
- метод опису, за допомогою якого можна описати створення Бюктюбу;
- аналітичний метод, застосований під час перегляду та аналізу інших користувачів, які ведуть блог про книги та читання.

Структура роботи. Бакалаврський проєкт складається із вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел, також містить додатки. Загальний обсяг роботи 26 сторінок. Основний текст викладено у трьох розділах, які займають сторінок 16 сторінок друкованого тексту. Містить

практичний додаток – YouTube-блогу з власними відео роликами про книги, іншими слова Booktube.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ БУКТЮБУ

«Booktube — це спільнота книголюбів, які знімають відео про книги та завантажують їх на YouTube» [7].

Буктюб з'явився як більшість нових інтернет-явищ, спочатку в англomовному секторі всесвітньої мережі. Починаючи з 2009 року, відеоогляди, в яких говорять про книжки, що були щойно придбані, під назвою «Book Haul» — «Книжковий Улов», стали популярні та завойовувати простір на YouTube. Зараз YouTube перейшов з простого відеохостингу на соціальну мережу, і тепер на ній можна знайти багато буктьюберів, які створили свою власну книжкову спільноту. Існує велика кількість англomовних буктьюберів, яких складно підрахувати, і число наближається до декількох тисяч.

«Слово буктьюбер вже додано до словника Urban Dictionary у Європі та США. Більшість закордонних буктьюберів обговорюють сучасну літературу, зокрема напрямок, який називається young adult, і ці книги особливо популярні серед підлітків та дорослих» [4].

«Я буктьюбер (від англ. book — книга, tube — канал), той самий непрофесіонал, що знімає ролики про книги. Так, є люди, які знімають відео про книги: що вони купили й що прочитали. Звичайний читач перетворюється в інтернет-персону, що надихає інших людей на читання й з якої можна обговорити прочитане», сказала Ольга Міклашевська, буктьюберка.

Молодий вік не завадив YouTube стати впливовою силою у літературному житті, зокрема, видавництва активно співпрацюють з популярними YouTube-каналами, що дає їм можливість отримувати книги для огляду та організовувати зустрічі з письменниками для читачів та глядачів. Крім «Книжкових покупок», YouTube містить також «Unboxing - огляд книг, подарованих видавництвами, різні рейтинги, топи, читацькі плани та формат TAG» [7].

«TAG — щось схоже на рубрику (Відповіді на ваші листи). Власне, це анкета з декількох питань, складена, як правило, відповідно до бажань

передплатників буктьюбера. Він робить відео зі своїми відповідями й передає анкету-TAG іншим буктьюберам» [11].

Якщо розглядати історію, то можна сказати, що Booktube спочатку був створений у спільнотах шанувальників літератури для молоді (як вони себе називали «Young Adult»), де люди віком від 16 до 25 років помітили, що текст та смайлики недостатньо ефективні для передачі емоцій, які вони відчують до, після та під час читання.

Пізніше стало зрозумілим, що відеоогляди книг стали трендом серед покоління мілленіалів. Це означає, що рецензії на книги стали лише однією із сотень тем, які використовують блогери для створення контенту. Іншими темами виступають списки книг, які куплені, прочитані або навіть тих, які ще не були прочитані та стоять на полиці.

Отже, буктьюб – це звичайний відеоогляд книжки. Існує деяка схожість з жанром рецензії, проте Booktube відображений у відеоформаті та має свої унікальні особливості. Буктьюб є досить демократичним та справедливим, його головний принцип – якщо створити захопливий контент, то слід очікувати підписників на свій канал, а якщо ні, то нічого не доведеться очікувати.

Якщо автор рецензії – це лише автор, то насправді буктьюбер повинен бути телеведучим або актором, метою якого є залучення та утримання аудиторії. Таким чином, для успішного буктьюбера, нарівні з літературними здібностями, не менш важлива харизма. Все залежить від авторитету буктьюбера, стилю поведінки у блозі, культури мовлення та інших якостей.

Буктьюб, як правило, є більш емоційним відгуком на книгу, а не аналітичним. Необов'язково використовувати складні терміни, буктьюбери часто користуються жаргоном, оскільки самі люди так як і їхня аудиторія.

Буктьюб орієнтований на звичайного глядача, відмінність від літературних лекцій полягає в тому, що буктьюбер говорить просто про складне, і для того, щоб зрозуміти його, не потрібно бути студентом філфаку.

Специфіка буктьюбу передбачає можливість обміну думками, дискусією та різними трактуваннями. Найбільш популярні буктьюбери коментують один

відеоогляд на іншому каналі, репостять посилання на канали колег, якими захоплюються, а також записують спільні відеоогляди, літературні дуелі та інтерв'ю.

З бібліотечної точки зору, буктьюб можна віднести до рекомендаційного відео. Об'єктами уваги буктюберів можуть бути улюблені прочитані книги, книжкові покупки місяця, улюблені місця для читання, використання закладок, улюблені персонажі та інше. Проте цього не достатньо аби популяризувати читання.

Всім відомо, що середня тиражність книг в 2-3 тисячі екземплярів для нації з населенням у 45 мільйонів є показником глибокої кризи в читацтві. Крім цього, дослідження, проведені TNS у 2014 році, показали, що 42% опитаних вважають себе тими, хто взагалі не читає. Розширення книжкового ринку за останні роки свідчить про те, що читання все ще можна більше популяризувати. Ефективним методом популяризації книг серед молодого покоління є використання YouTube, що є популярною платформою для них.

Легко пояснити популярність YouTube як феномен – сучасні молоді люди цікавляться книгами, але гарної критичної літератури, зокрема пов'язаної з сучасними книгами, недостатньо. Тому молоді читачі XXI століття шукають критичні відгуки про книги у форматі відеоогляду, який для них зручний. Якщо є попит, то пропозиція таких відео буде продовжувати зростати.

Український YouTube має ще багато можливостей для росту та розвитку. Існують ніші, які потребують заповнення. Наприклад, бракує каналів, спеціалізованих на фантастиці, фентезі, класиці, літературі для дітей та інших сферах. Багатьом блогерам варто працювати над покращенням своїх навичок у громадському виступі, динаміці відео та естетиці кадру.

Розділ II. СПЕЦИФІКА ВЛАСНОГО БЮКТЮБУ

2.1 Обґрунтування створення буктюбу на основі аналізу вже існуючих блогів про книги

Головна причина історичного значення полягає у тому, що блогери – буктюбери передають та виражають емоції, які вони відчують після прочитання книг. Емоції мають свої особливі риси, які дозволяють вміло створювати відео та привертати увагу глядачів:

- емоційний сплеск недовго триває. Тому, щоб залишатися щирими та експресивними, огляди книг потрібно записувати якомога швидше після прочитання.
- емоції також є заразливими, тому, якщо ми виражаємо їх достатньо енергійно, люди можуть бажати прочитати згадану книгу, щоб відчувати подібні емоції, і будуть вдячні за рекомендацію.
- оскільки емоції є суб'єктивними, кожен читач заповнює прогалини книги по-своєму. Тому, якщо комусь не сподобається прочитана книга або навіть сам відеоогляд, це не псує репутацію буктюбера, оскільки «про смаки не сперечаються».

Ринок буктюбу в Україні ще не є сформованим та добре дослідженим, проте, не дивлячись на це, кількість каналів потроху зростає, а разом з тим зростає і попит.

На сьогоднішній день серед найпопулярніших буктюберів слід виділити ось таких:

«Лука в ефірі» наймолодший та вже популярний буктюбер Лука, який проживає у Львові та має всього 10 років. Його перевагою є короткі відеоогляди, які характеризуються лаконічністю, динамічністю та креативністю. Кожне відео містить щось оригінальне: тематичні вставки про книжки, несподівані зміни місць зйомки, а також кулінарні експерименти, якщо книга містить рецепти.

«Bookoholi» – канал дівчинки Оленки, який включає фантастику та комікси, відео огляди досить тривалі, але це вже «slow review». Олена аналізує

прочитане без поспіху та з критичним підходом. Крім того, на каналі можна дізнатися більше про саму Олену, книжкову історію, улюблені книжкові серіали та подивитися на її книжкові полиці та багато іншого.

«YevaLib». Єва з Трускавця, що знаходиться в Львівській області, займається переглядом підліткової літератури і ділиться своїми покупками книжок, а також час від часу проводить захоплюючі конкурси. Вона є дуже багатою читачкою і завжди цікаво висловлює свої думки. Єви блог є корисним для перегляду та слухання не тільки для підлітків – цільової аудиторії, але також для письменників та видавців, які створюють літературу для цієї вікової групи. На її каналі майже півтори сотні відео.

«Алла Комарова». Алла почала знімати відеоогляди книг три роки тому, і робить це досить часто. Тривалість її відео коливається від 20 до 50 хвилин, однак, це не тому, що вона говорить повільно та нудно на камеру, навпаки – завжди має багато цікавинок та здатна подати їх енергійно, вражаюче та відверто, іноді навіть надто емоційно

«Марія Ключ» свій канал запустила півроку тому, але активно знімає рецензії – не лише на дорослі книжки, а й для підлітків та дітей, ділячись своїм «досвідом маминого читання». Жартівливо, лаконічно та надзвичайно цікаво.

«Книжкаріум» – канал Віталія з Києва – це здебільшого короткі поодинокі огляди книжок, інколи довші розмови про книги та авторів тощо. Тут ви знайдете рецензії переважно на наукову фантастику та популярну нон-фікшн. Все лаконічно і суттєво.

«Robert Menu» – відеоогляди альтернативної літератури, огляди комп'ютерних ігор, враження про артхаусні мультфільми тощо. Як обіцяє Роберт в описі каналу: «Жодного саморозвитку! Лише фан, релакс та цілковитий інтелектлес!» Огляди не без гостроти і сарказму, чіткі й недовгі.

«Світлана». Світлана живе в Харкові і вже два роки активно робить книжкові огляди. Її незмінним інтер'єром та місцем оглядів у кадрі є кухня. Відеоогляди цікаві не тільки любителям фентезі або фантастики, трилерів і містики, а також тим у кого є дітки, оскільки Світлана читала багато дитячої

та юнацької літератури та може допомогти підібрати правильну книгу. Чітко і лаконічно, без спойлерів, що є важливим елементом для відеороликів.

«EnMaandBooks». Ось цей канал, відрізняється від інших не тільки своїм контентом, але й тим, що за його створенням стояла команда. Три хлопці з Тернополя працювали над створенням відеороликів, але зараз канал веде лише Андрій. Крім відеооглядів та порівняльних відео про книжкові екранізації, також можна знайти класну рубрику новин зі світу літератури, і саме вона робить цей канал відміним від інших.

Всі Booktube канали, які були згадані вище, зосереджені на різних жанрах літератури. Ці канали є популярними і актуальними серед глядачів, які цікавляться книгами, читають або хочуть почати читати. Цікавість до Booktube зумовлено тим, що кожен автор презентує свої власні думки, погляди та стиль огляду книги.

Після дослідження наявних Booktube каналів було вирішено, створити свій власний буктюб канал мотиваційної літератури. Вибір цієї теми обумовлений тим, що на ринку YouTube відсутні канали на цю тему.

Отже, створення такого Booktube каналу буде актуальним, адже мотиваційна література користується попитом у книгарнях, бібліотеках та онлайн магазинах. Оскільки, ця тема є єдиною в Україні, то читацька аудиторія буде досить великою.

2.2 Ідея створення

Ідея створення Booktube каналу полягає в тому, що вперше буде створено відеопроduct, зосереджений на огляді книг мотиваційної літератури. Цей канал має великий потенціал, завдяки актуальності тематики, оскільки багато людей відчують потребу в мотивації для того, щоб робити кроки у своєму житті, але не знають, звідки почати. Читати книги самостійно може бути нудним та нецікавим, але Booktube відеоогляди можуть допомогти привернути увагу до мотиваційної літератури і заохотити людей до прочитання та дій.

У майбутньому, коли канал буде популярнішим, його потенціал можна буде розширити та доповнити оглядами різноманітних жанрів літератури.

Також можна буде використовувати інші програми та соціальні мережі, такі як Instagram або ТікТок, для розширення аудиторії і просування каналу.

Назва нашого YouTube каналу – «Між сторінками» втілює концепцію, що відображає тему нашого бакалаврського проєкту, а також акцентує увагу на відеооглядах книг мотиваційної літератури. Також популяризації книг та читання не лише серед їх любителів, але й тих, хто хоче спробувати читати, але не знає з чого почати.

2.3 Структура створення

На YouTube-каналі «Між сторінками» (Додаток А) можна знайти 4 відеоогляди на книги та 1 відео-вступ. Час, відведений на кожний відеоогляд, становить орієнтовно 10-15 хвилин, залежно від назви книги, автора, та власних емоцій які, пережито під час прочитання.

Випуск нових відео відбувається щотижня, оскільки у сучасних умовах знімання, обробка та монтаж відео займають чималий час. Однак в майбутньому, зі збільшенням популярності каналу та зростанням числа глядачів, може змінитись частота випуску до двох відео на тиждень.

Також, можливо, додавання нових рубрик, щоб збудувати захоплення аудиторії та збільшувати її. Крім того, YouTube-канал може розширюватись і проводити огляди не тільки мотиваційної, але й популярної літератури.

Щодо деталей, про які розповідаю у книгах, їхня структура є схожою, але змінюється залежно від автора та моїх емоцій після прочитання тієї чи іншої книги.

Зокрема можна виділити таку основну структуру кожного відео ролику:

- вітання з глядачами;
- запитання про них, як вони почуваються;
- представлення книги про яку говоритимемо (додаток Б);
- знайомство з автором книги;
- сюжет книги;
- структура книги;
- основні моменти, які варто виділити;

- які емоції викликала книга під час читання;
- чи прочитала я її знову;
- що сподобалось та не сподобалось під час прочитання.

Під час огляду на книгу структура могла дещо змінюватись.

2.4 Зображальний матеріал та особливості їх оформлення

Під час підготовки знімання та монтажу відеороликів, ми інколи використовували фонову музику, а також створювали унікальні заставки для кожного випуску. Для цього ми зазвичай брали безкоштовну музику з доступних джерел в Інтернеті.

Також кожен з випусків має і зображальний елемент, так звану заставку, яка є на початку відео. Вона була зроблена в Інтернет додатку «Canva». Фото для даної заставки були взяті нами з мобільного додатку «Pinterest». Крім того ми використовували різні шрифти у відео випусках та виділяли головний текст більшим шрифтом, а другорядний - меншим. Це дозволило нам зробити кожен випуск неповторним і цікавим для глядачів.

При цьому нам не потрібні були дозволи на використання музики та фото під час подальшого поширення в соціальних мережах, зокрема на YouTube.

2.5 Особливості аудиторії

Booktube «Між сторінками» зацікавить широке коло глядачів, але особливо він приверне увагу любителів мотиваційної літератури та тих, хто тільки починає читати. Там можна буде дізнатися багато цікавого про різноманітні книги, знайти корисну інформацію та взнати тонкощі їхнього змісту. Крім того, канал буде цікавим для тих, хто любить дивитися YouTube та знаходити нові інформаційні матеріали для себе. Тепер у кожного буде можливість проводити час з користю, переглядаючи улюблені відео на «Між сторінками».

Вікові особливості: особи від 10 до 100 років.

Гендерні особливості: розраховано для жінок, чоловіків, дітей.

Соціальні особливості: для різних соціальних груп людей.

Дані особливості були враховані також під час роботи над ідеєю проєкту та створення, розробка відео та звуку коригувалась та встановлювалась лише з огляду на вікові, гендерні та соціальні особливості глядачів. Жодних ярих фарб чи не зрозуміло написаних слоганів, все доступно чітко та конкретно.

РОЗДІЛ III. ПРОГРАМНІ Й ТЕХНІЧНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ.

Творчий проєкт буктюб як спосіб популяризації книги та читання, має назву «Між сторінками» та був представлений у структурованому вигляді. YouTube канал складається із 5-ти випусків середньої тривалості.

Для технічного забезпечення нами використовувалось таке обладнання:

- ноутбук ASUS VivoBook15;
- штатив для телефона і камери Tripod 3120;
- телефон «Apple iPhone 13 128GB».

До програмного забезпечення, яке було необхідне для виготовлення повноцінного відео ролику також використовувались нами такі програми:

- Для роботи з монтажем – телефонний ліцензійний додаток «InShot» (додаток В).

«**InShot** – найпопулярніший додаток для редагування відеоматеріалів, що можна застосувати на онлайн- або офлайн-уроках. Сервіс має великий безкоштовний функціонал та інтуїтивно зрозумілий інтерфейс. Матеріали, створені в Inshot, можуть бути корисними для аналізу помилок після самостійної роботи, для подання нової інформації тощо. Все це можна підготувати просто з телефону» [14].

- Для роботи з створенням заставки у відео телефонний додаток «Canva» (додаток Г)

«**Canva** – платформа графічного дизайну, що дозволяє користувачам створювати графіку, презентації, афіші та інший візуальний контент для соціальних мереж. Доступна як вебверсія, так і мобільна. Сервіс пропонує великий банк зображень, шрифтів, шаблонів та ілюстрацій. Користувачі можуть вибирати між багатьма шаблонами, зробленими професійними дизайнерами, редагувати їх та завантажувати власні фотографії через інтерфейс» [12].

- Матеріали для підготовки відео зроблено за допомогою програми «Microsoft Word 2010».

«**Microsoft Word** (повна назва Microsoft Office Word, часто вживаються — MS Word, WinWord або просто Word) — текстовий процесор, що випускається фірмою Майкрософт» [9].

ВИСНОВКИ

Для створення перспективного бакалаврського проєкту, ми окреслили багато завдань, які мали бути виконані, щоб реалізувати наш задум. Провівши багато емпіричних та порівняльних досліджень. Ми зібрали інформацію, про те що таке Booktube. Підготували книги для аналізу. Перед самим початком реалізації, ми активно вивчали усі структури та побудову самого буктюбу, та як створити свій YouTube-канал. Оскільки це є один з ключових медіа-майданчиків для поширення відеороликів. Опісля, виявивши усі вимоги до побудови Booktube та створення каналу ми приступили до роботи над його втіленням.

Крім того, ми провели дослідження ринку буктюберів в Україні і встановили, що в країні вже існують кілька подібних каналів, але ніхто з них не спеціалізується на мотиваційній літературі, яка є основною темою нашого Booktube-каналу. Оскільки буктюб є новим напрямком популяризації читання, ринок ще не є належно розвиненим, але з часом, він почне добре функціонувати.

Ми зробили відеоролики про 4 книги (Александри Соломон «Не бійтеся любити», Рейчел Голліс «Витри шмарклі подруго», REWORK «Не божеволій на роботі» та Ліз Фосслін, Моллі Вест Даффі «Емоції на роботі»).

Кожна з цих книг є унікальною своїм змістом та може зацікавити різних читачів. У відео ми обирали лише одну книгу, де викладено емоції під час її читання. Описано те, що захопило та сподобалось у цій книзі, а також те, що викликало бажання плакати. Названо рядки, які залишаться в серці і підкреслено їх важливість. Передано свої враження від кожної з книг та зроблено їх більш доступними для широкої аудиторії.

У відео запропоновано власні враження від книг та описано процес їх читання. Чи було легко читати книгу за один раз, чи потрібні були паузи для розуміння змісту. Порекомендовано ці книги своїм глядачам, якщо вони зацікавлені в таких виданнях. Отож, процесі виконання даного бакалаврського проєкту, нам вдалось виконати усі цілі та завдання, які було поставлено.

Для створення контакту з глядачами було використано деякі прийоми. Початок наших розмов був не з книг, а з запитування про самопочуття і настрої глядачів, щоб відкрити їх на спілкування та підтримати позитивний настрій протягом відео. Таким чином глядачі були на позитивній хвилі, та всі наступні розділи відео переглядались легко та продуктивно.

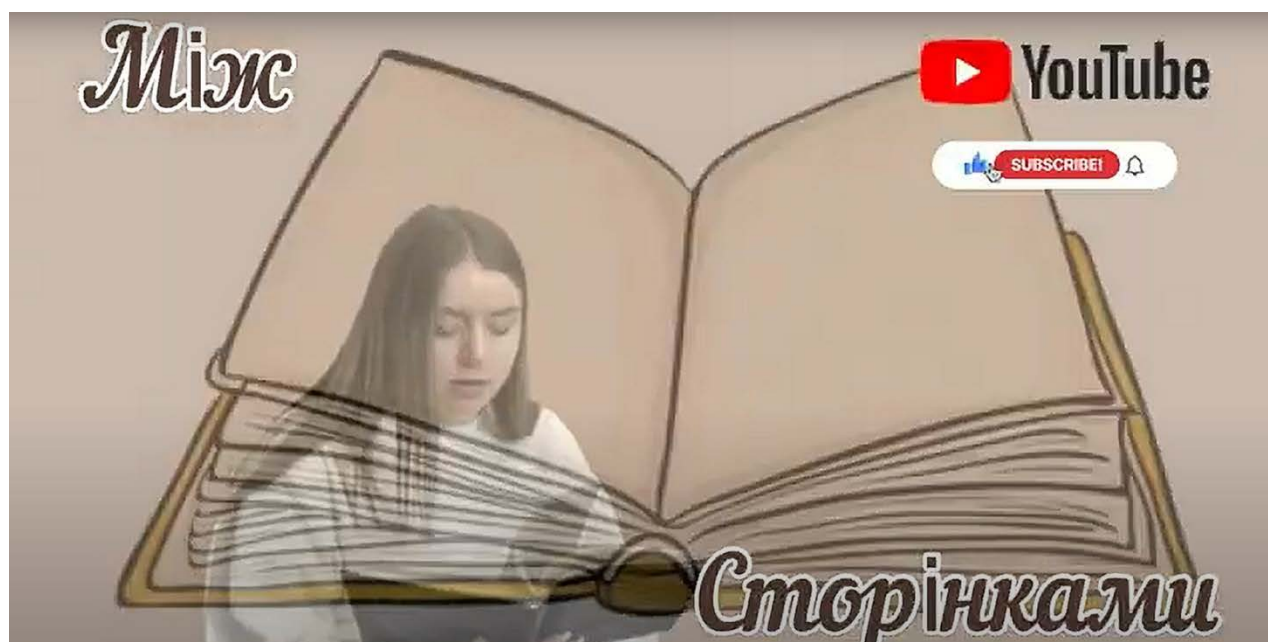
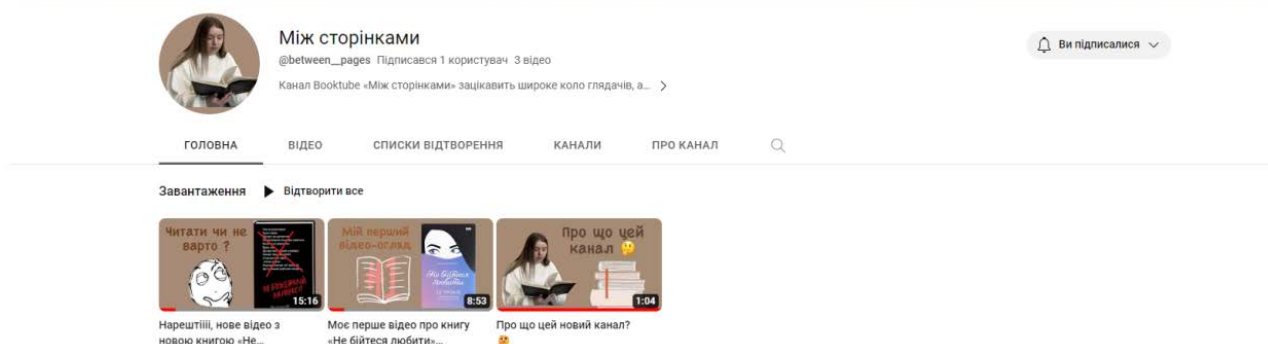
У результаті роботи було отримано коментарі та вподобання від глядачів, що свідчить про успішний контакт і ефективне використання Booktube як популяризації книг та читання.

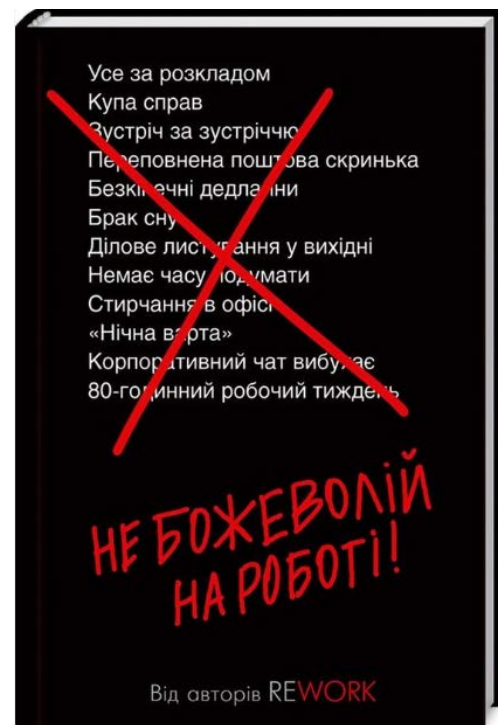
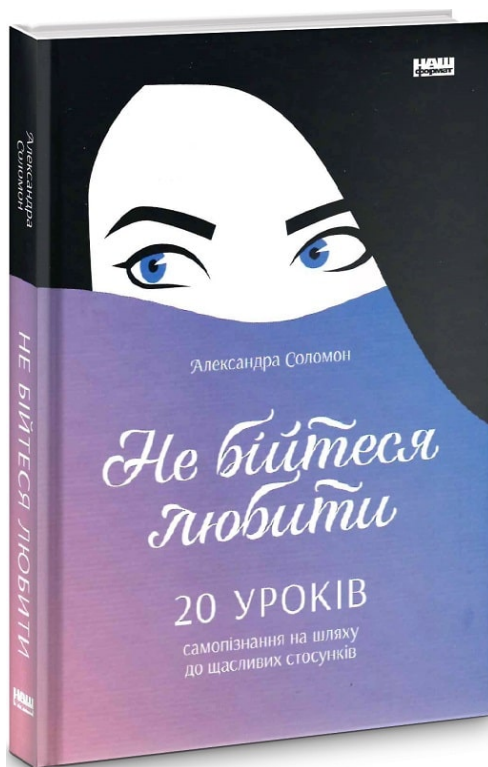
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

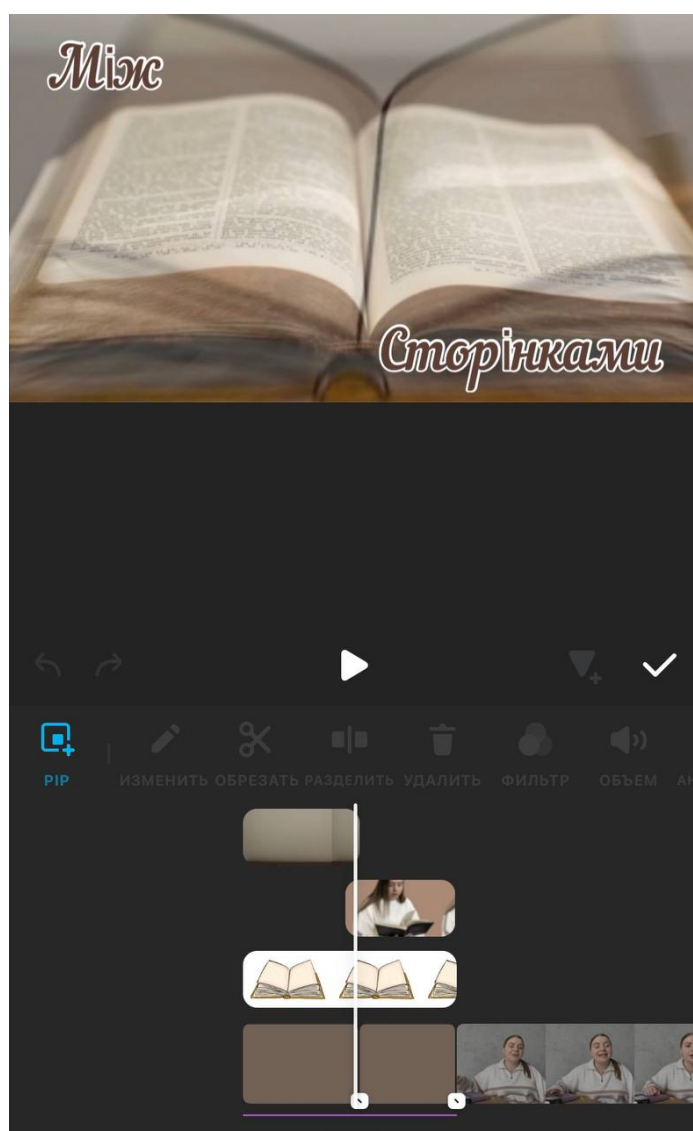
1. InShot – створюємо відеоматеріали для уроку. URL: <https://naurok.com.ua/post/inshot-stvoryuemo-videomateriali-dlya-uroku> (дата звернення 19.05.23).
2. YouTube: історія розквіту найпопулярнішого відеосервісу. URL: https://24tv.ua/tech/youtube-istoriya-rozkvitu-naypopulyarnishogo-novini-tehnologiy_n1540446 (дата звернення 18.05.23).
3. Буктьюб по-українськи: ще 10 і 1 книжковий відеоблогер. URL: <https://chytomo.com/buktiub-po-ukrainsky-shche-10-i-1-knyzhkovyj-videobloher/> (дата звернення 25.05.23).
4. В умовах стресу: дослідження читання у 2020 році. URL: <https://plomin.club/knygochytannia/> (дата звернення 3.05.23).
5. Дайджест тижня: НепрОсті, буктьюб та космічні книжки URL: <https://blog.yakaboo.ua/daydzhest-nedeli-neprosti-buktyub-i-kosmicheskije-knigi/> (дата звернення 8.05.23).
6. До 2025 року зросте кількість українців, які читають щодня: дослідження Інституту книги та МКІП URL: <https://suspilne.media/118373-do-2025-roku-zroste-kilkist-ukrainciv-aki-citaut-sodna-doslidzenna-institutu-knigi-ta-mkip/> (дата звернення 1.06.23).
7. Дослідження «Читання в Україні». URL: <https://www.barabooka.com.ua/doslidzhennya-chitannya-v-ukraini/> (дата звернення 14.05.23).
8. Книжки у промислових масштабах: букблогерки про читання, війну та критику. URL: <https://divoche.media/2022/08/29/poglynayu-knyzhky-u-promyslovyh-masshtabah-bukbloggerky-pro-chytannya-vijnu-ta-krytyku/> (дата звернення 11.05.23).
9. Мотивація: сутність, теорії та сучасність. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/psychology/28183/> (дата звернення 13.05.23)
10. Натхнення на мільярд. Що таке мотиваційна література. URL: <https://vctr.media/ua/motyvatsiyna-literatura-chytaty-ne-mozhna-zupynyty-sya-53323/> (дата звернення 11.05.23).

11. Про причини та мотиви українського буктюбу. URL: <https://medium.com/@sushchuk> (дата звернення 1.05.23).
12. Розвиток YOUTUBE каналу. URL: <https://1b-studio.com/ua/rozvutok-youtube-kanalu> (дата звернення 6.05.23).
13. Український Буктюб. URL: <https://metodchild.wordpress.com/> (дата звернення 11.05.23).
14. Український буктюб: добірка YouTube-каналів на книжкову тематику. URL: <https://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analityka/ukrayinskyy-buktyub-dobirka-youtube-kanaliv-na-knyzhkovu-tematyku.html> (дата звернення 14.05.23).
15. Як читати мотиваційні книги. URL: <https://www.coaching-academy.online/yk-chitaty-motivacioni-knugu/> (дата звернення 15.05.23).

ДОДАТКИ









**Відгук керівника
на кваліфікаційну (бакалаврську) роботу**

Буктюб як новий засіб популяризації книги та читання:

авторський проєкт

Щирби Тетяни

за спеціальністю 061 «Журналістика»

Запропонована робота виконана у відповідності до завдань, у повному обсязі, а також у встановлений термін. «Буктюб як новий засіб популяризації книги та читання» є надзвичайно актуальною та важливою для вивчення, оскільки це дозволяє краще зрозуміти, завдяки чому платформа YouTube може бути використана для підвищення інтересу до книг та сприяння розвитку читацької культури.

Неповністю вивчена та маловідома категорія на YouTube Booktube зумовлює **актуальність** бакалаврської роботи, оскільки вперше буктюби будуть створені випускницею-журналісткою. Особливість цієї роботи полягає у самостійному виборі книг, які зацікавлюють аудиторію. Інформація, яка буде міститись у буктюбах, користуватиметься попитом, оскільки її можна буде переглянути з будь-якої точки світу, вона буде безкоштовною для використання, та людина, котру зацікавить та чи інша книга, зможе коротко прослухати про, що книга та чим корисна для читання.

Мета роботи – створити власний YouTube канал (Booktube) у якому будуть представленні огляди на книги, власні враження від прочитаних книг, та популяризація книги, як способу творення.

Студія складається із трьох розділів. Перший розділ під назвою «Теоретичні засади буктюбу». Другий – «Специфіка власного буктюбу» складається із підпунктів: 2.1 Обґрунтування створення буктюбу на основі аналізу вже існуючих блогів про книги. 2.2 Ідея створення. 2.3 Структура створення. 2.4 Зображальний матеріал та особливості їх оформлення. 2.5 Особливості аудиторії. Третій – «Програмні й технічні засоби, необхідні для втілення проєкту».

Містить ґрунтовні висновки.

Слід відзначити високий рівень теоретичної та професійної підготовки студентки, здатність до самостійної роботи. Тетяна Андріївна проявила дисциплінованість, наполегливість. Вчасно та креативно виконувала завдання.

Робота написана самостійно, ґрамотно, із вмістом достатньої кількості фактичного матеріалу, логічних доказів, аналітичних висновків, що свідчить про наполегливість і професійний підхід Тетяни до проведення дослідження.

Робота відповідає всім вимогам, що ставляться до кваліфікаційних робіт такого рівня, і може бути представлена до захисту перед Державною екзаменаційною комісією. Заслуговує найвищої оцінки.

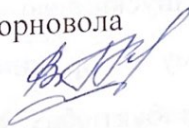
Рецензент:

кандидат філологічних наук,

голова ЦК журналістики,

Галицького фахового коледжу імені В'ячеслава Чорновола

Г. Б. Вишневська



17.06.2023 р.

Рецензія на кваліфікаційну (бакалаврську) роботу

Щирби Т. А.

«Буктюб як новий засіб популяризації книги та читання: авторський проєкт»

Спеціальність 061 «Журналістика»

Запропонована кваліфікаційна робота «Буктюб як новий засіб популяризації книги та читання: авторський проєкт» складається із вступу, трьох розділів, висновків та додатків.

Новий підхід до популяризації книг став досить швидко прогресувати та набирати популярності. Він може стати одним із інструментів для популяризації книг та читання. YouTube – одна з найбільших соціальних мереж, де відео-контент відображається в таких категоріях, як музика, розваги та навчання. Відео-контент, який пов'язаний з книгами на YouTube, є у новій категорії - книжкові влоги, рецензії на книжки, літературні дискусії та інтерв'ю з авторами. Завдяки цьому люди з різних куточків світу мають можливість переглядати нові книги, слухати відгуки та рекомендації від експертів та простих людей, а також ділитися власними думками та враженнями. Створення онлайн-бібліотек, аудіокниг та електронних платформ для читання дозволило зробити книжки доступними для широкої аудиторії.

Таким чином, тема «Буктюб як новий засіб популяризації книги та читання» є надзвичайно актуальною та важливою для вивчення.

Відрадно, що у роботі проаналізовано ринок буктюбу та на основі уже наявних створено свій, продемонстровано головні інструкції у побудові власного YouTube каналу та відеороликів. Дані інструкції допомогли під час створення відеопродукту. Створено відео огляди таких книг: Александра Соломон «Не бійтеся любити», Рейчел Голліс «Витри шмарклі, подруго», Джейсон Фрайд, Девід Хенссон «Не божеволій на роботі» та Ліз Фосслін, Моллі Вест Даффі «Емоції на роботі».

Робота відповідає всім вимогам, що ставляться до кваліфікаційних робіт такого рівня. Робота викликає враження перспективного та довготривалого проєкту, виникає запитання про продовження. Чи буде воно? Якими новинками

плануєте потішити уже сформовану аудиторію? На наше переконання, робота заслуговує найвищих балів

Рецензент:

кандидат філологічних наук,

викладач циклової комісії іноземних мов

О. М. Гайда

18.06.2023 р.

Ім'я користувача:
Владислава Капітан

Дата перевірки:
19.06.2023 14:26:51 MSK

Дата звіту:
29.06.2023 15:11:38 MSK

ID перевірки:
1015645896

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

ID користувача:
100011655

Назва документа: Щирба Тетяна ЖБ-21 (1)

Кількість сторінок: 16 Кількість слів: 3228 Кількість символів: 22888 Розмір файлу: 63.65 KB ID файлу: 1015291856

8.02% Схожість

Найбільша схожість: 3.07% з Інтернет-джерелом (<https://metodchild.wordpress.com/%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0..>)

8.02% Джерела з Інтернету

104

Сторінка 18

Не знайдено джерел з Бібліотеки

1.36% Цитат

Цитати

3

Сторінка 19

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0% Вилучень

Немає вилучених джерел