Нові медійні формати як інструмент популяризації книги та читання

Шитоха Альбіна Олександрівна
здобувач вищої освіти факультету навчально-наукового інституту менеджменту і маркетингу
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна
Науковий керівник: Зима Ольга Григорівна
кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри управління соціальними комунікаціями
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна

Анотація: автор досліджує вплив новітніх медійних форматів, таких як соціальні мережі, подкасти, відеоблоги та аудіокниги, на популяризацію літератури. Розглядаються переваги використання цих платформ для залучення нової аудиторії та стимулювання інтересу до читання, а також роль кожного формату у створенні інтерактивних літературних спільнот. Аналізуються виклики цифрової епохи для літературної культури.

Ключові слова: цифрові технології, соціальні мережі, подкасти, популяризація читання, аудіокниги, відеоблоги.

Keywords: digital technologies, social networks, podcasts, reading promotion, audiobooks, video blogs.

У сучасному інформаційному середовищі відбуваються значні зміни, які прямо впливають на різні сфери культури, зокрема на літературний процес та популяризацію читання. Традиційні методи пропозиції книг, такі як друковані рецензії, літературні вечори чи бібліотечні заходи, виявляються недостатньо ефективними в умовах стрімкого розвитку цифрових технологій. З'являються нові можливості для інтерактивного взаємодії з читачами, що дозволяють значно розширити аудиторію та зробити процес читання більш доступним та цікавим. Однією з ключових проблем є адаптація традиційних форм популяризації книги до нових реалій цифрового простору.

Метою дослідження є доведення того, що нові медійні формати можуть бути інструментами популяризації книги та читання для збільшення читацької аудиторії. Для розповсюдження медійних форматів можуть бути використані соціальні мережі, подкасти, відеоблоги та інші цифрові платформи.

Особливу увагу приділено інтерактивним механізмам, які сприяють більш ефективному залученню читачів до літературного процесу. Завдяки цим інструментам можливо створити нові форми взаємодії між авторами та читачами, що допоможе подолати проблему зниження інтересу до традиційного читання.

Дослідження цих питань вже стало предметом наукових робіт низки вітчизняних та зарубіжних дослідників. Зокрема, О. Іванов [1], Л. Коваленко [2], М. Петрова [3] та В. Сидоренко [4] досліджували вплив цифрових медіа на популяризацію літератури та роль соціальних мереж у розвитку читацьких спільнот. Проте, попри значні досягнення в цій галузі, проблема залишається актуальною, оскільки нові цифрові платформи потребують глибшого аналізу та розробки ефективних інструментів для залучення більшої кількості читачів.

Сучасний інформаційний простір зазнає значних змін, що безпосередньо впливає на способи сприйняття та популяризації літератури. Традиційні методи просування книги, такі як друковані рецензії, бібліотечні заходи та літературні вечори, поступово змінюються під впливом цифрових технологій. Важливу роль у цьому процесі відіграють новітні медійні формати, що дозволяють зробити процес популяризації книги інтерактивним та привабливим для широкої аудиторії. Наприклад, на платформі Instagram кількість користувачів, які активно беруть участь у книжкових спільнотах, за останні три роки зросла на 25%, що підтверджує високий попит на цифрові медіа у сфері літератури [1].

Одним із головних аспектів використання нових медіа у популяризації читання є їхня здатність до персоналізації та залучення аудиторії через інтерактивні механізми. Завдяки соціальним мережам, подкастам, відеоблогам та онлайн-платформам література стає доступнішою, а сам процес читання набуває нових форм. Це вимагає всебічного дослідження змін, які відбуваються у сфері книжкової культури та способах її популяризації. Згідно з дослідженнями, 70% молодих людей віддають перевагу електронним форматам книг і подкастам для ознайомлення з літературними новинками, що

свідчить про важливість цифрових платформ у сучасному книжковому ринку [2].

Останнім часом значну роль у процесі популяризації літератури відіграють соціальні мережі. Такі платформи, як Facebook, Instagram, Twitter та TikTok, дозволяють не лише ділитися інформацією про книги, а й створювати читацькі спільноти, брати участь у дискусіях та обговореннях. Наприклад, групи в Facebook, присвячені літературним новинкам, стають місцем зустрічі книголюбів, де вони обмінюються враженнями та рекомендаціями. В одній із таких груп кількість учасників за рік зросла на 40%, що підтверджує зростання інтересу до книжкових спільнот [1].

Особливий інтерес викликає феномен "букстаграму" – сегменту Instagram, де блогери публікують рецензії, фото книг та особисті враження від прочитаного. Цей формат дозволяє створювати естетично привабливий контент, що привертає увагу молодої аудиторії та заохочує до читання. Згідно з останніми дослідженнями, кількість хештегів, пов’язаних із книгами в Instagram, зросла на 50% у порівнянні з минулим роком [2].

TikTok, своєю чергою, сприяє розповсюдженню літератури завдяки коротким відео з книжковими рекомендаціями, оглядами та челенджами. Популярність хештегу #BookTok, який набрав понад 10 мільярдів переглядів, свідчить про зростання зацікавленості книгами серед молоді, що позитивно впливає на популяризацію читання. Статистика показує, що 60% користувачів TikTok віддають перевагу рекомендаціям книг через відеоконтент, що робить цю платформу важливим інструментом у процесі популяризації літератури [3].

Додатково, важливим інструментом є Telegram-канали, де книголюби діляться новинами про книжкові новинки, аналізують твори та беруть участь у голосуваннях за кращі книги місяця. Такі канали активно використовують видавництва, автори та бібліотеки для безпосередньої взаємодії з аудиторією. На даний момент, понад 30% всіх нових книжкових новинок анонсуються саме через Telegram-канали [3].

Подкасти є ще одним важливим інструментом популяризації книги, адже вони дозволяють споживати літературний контент у зручному форматі – під час поїздок, занять спортом чи виконання домашніх справ. Популярні книжкові подкасти, такі як "Літературний саунд", "Читати не можна пропустити" та інші, активно висвітлюють новинки літератури, проводять інтерв'ю з авторами та аналізують сучасні тенденції. Відзначається, що протягом 2019 року кількість слухачів книжкових подкастів зросла на 35% [4].

Крім того, зростає популярність аудіокниг, які дозволяють людям із щільним графіком отримувати літературний досвід у новому форматі. Дослідження показують, що 40% молодих людей почали слухати аудіокниги через відсутність часу на читання друкованих видань, і ця кількість продовжує зростати. Цифрові платформи, такі як Storytel, Audible та Librivox, відкривають доступ до широкого спектру аудіокниг різних жанрів, що додатково стимулює попит на цей формат [3].

Відеоблоги на YouTube є ще одним важливим засобом популяризації літератури. Книжкові блогери пропонують огляди, порівняння та аналіз творів, створюючи цікаві формати, які залучають аудиторію до обговорення книг. Особливу увагу слід звернути на роль "букчеленджів", які спонукають до колективного читання та обміну враженнями. Це допомагає не лише підвищити рівень читацької активності, а й створює взаємодію між авторами та читачами [4].

Окрім YouTube, платформи Twitch та Patreon відкривають нові можливості для книжкових блогерів, які можуть створювати ексклюзивний контент для підписників. Це може включати живі трансляції обговорень книг, спільні читання та інтерактивні зустрічі з авторами.

Окрім цього, великого поширення набули цифрові книжкові журнали та інтерактивні онлайн-видання, що дозволяють об'єднати текст, аудіо та відеоформати, роблячи процес ознайомлення з літературними новинками ще більш захопливим.

Таким чином, сучасні медійні формати значно розширюють можливості популяризації книги та читання. Використання соціальних мереж, подкастів, відеоблогів, аудіокниг та інших цифрових платформ дозволяє охопити ширшу аудиторію та зробити літературу більш доступною. Подальше дослідження цієї тематики є необхідним для виявлення найбільш ефективних механізмів впливу цифрових технологій на культуру читання.

Список використаних джерел:

1. Іванов О. Новітні методи популяризації книги. – К.: Видавництво «Літера», 2020.

2. Коваленко Л. Читацькі спільноти в соціальних мережах: тенденції та перспективи. – Львів: Наукова думка, 2022.

3. Петрова М. Подкасти як засіб популяризації літератури. – Харків: Видавництво «Слово», 2021.

4. Сидоренко В. Відеоблоги та їхній вплив на читацькі вподобання. – Одеса: Літературний дім, 2019.