

УДК 028:004.774.6:[316.472.4:004.77]:021(477)
DOI: 10.31866/2616-7654.17.2026.361617

БООКТОК ЯК КАТАЛІЗАТОР ЧИТАЦЬКОЇ АКТИВНОСТІ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ БІБЛІОТЕЧНИХ ФОНДІВ В УКРАЇНІ

Тетяна Купрій,
докторка філософії,
старша викладачка кафедри інформаційної
діяльності
та зв'язків з громадськістю,
Київський національний університет
культури і мистецтв
(Київ, Україна)
e-mail: kupripr@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-2039-089X

Для цитування:

Купрій, Т. (2026). BookТок як каталізатор читацької активності: виклики та можливості для популяризації бібліотечних фондів в Україні. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*, 17, 126–138. <https://doi.org/10.31866/2616-7654.17.2026.361617>

Мета статті – розгляд специфіки впливу феномену BookТок на читацьку активність та обґрунтування стратегій адаптації бібліотек до нових умов популяризації книжкових фондів в Україні.

Методи дослідження. У дослідженні застосовано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів: аналізу, синтезу та узагальнення (для опрацювання теоретичних джерел), контент-аналізу (для вивчення популярного контенту BookТок), порівняльного аналізу (для зіставлення традиційних і новітніх практик просування), експертних оцінок (для виявлення практичних викликів і потреб професійної спільноти).

Наукова новизна дослідження полягає в обґрунтуванні концептуальних засад адаптації бібліотечних стратегій комплектування і просування фондів до реалій соціальних медіа, зокрема, вперше у вітчизняному бібліотекознавстві комплексно досліджено феномен BookТок як чинник трансформації читацької активності в українському контексті з урахуванням фінансових та організаційних обмежень воєнного часу.

Основні висновки. Дослідження відштовхується від усталеного в науці факту, що BookТок виступає потужним каталізатором читацької активності, трансформуючи традиційні уявлення про літературну критику та створюючи нову емоційно-тілесну читацьку ідентичність. Вірусні тренди цієї платформи здатні миттєво формувати попит на окремі видання, що створює серйозні виклики для бібліотек: диспропорцію між попитом і пропозицією, багатомісячні черги та надмірне навантаження на систему обслуговування. В українському контексті реагування на ці виклики ускладнюється хронічним недофінансуванням, призупиненням державної програми поповнення фондів, руйнуванням інфраструктури внаслідок війни та організаційними обмеженнями. Водночас бібліотеки можуть перетворити виклики на можливості через систематичний моніторинг трендів, адаптацію процесів комплектування (збільшення частки електронних книг, розвиток міжбібліотечної кооперації), активну присутність у TikTok із використанням «платформних вернакулярів», розвиток партнерств та підвищення кваліфікації персоналу.

Ключові слова: BookТок; TikTok; соціальні медіа; бібліотечні фонди; комплектування; читацька активність; цифрова трансформація; медіаграмотність; українські бібліотеки.

ВСТУП

Сучасний етап розвитку інформаційного суспільства відзначений глибокою трансформацією читацьких практик під впливом цифрових платформ. Якщо раніше бібліотека виступала традиційним посередником між книгою та читачем, то сьогодні цю функцію дедалі активніше перебирають на себе соціальні медіа. Особливе місце серед них посідає платформа TikTok, де сформувався унікальний феномен – спільнота BookTok. Так, об'єднані хештегом #BookTok користувачі створюють короткі відеоогляди, емоційні рекомендації та ініціюють обговорення книг, здатні миттєво впливати на читацький попит у глобальному масштабі. За лічені дні видання, які роками залишалися поза увагою, стають бестселерами, формуючи черги в бібліотеках і стимулюючи нові накладки. Для бібліотек це створює нову дилему: з одного боку, BookTok виступає потужним каталізатором читацької активності, з іншого – кидає виклик до цього виробленим механізмам комплектування фондів та методам просування літератури. Невідповідність між стрімкою динамікою «вірусних» книжкових трендів у соціальних медіа та традиційною інертністю бібліотечних процесів формує нове проблемне поле, що потребує ґрунтовного дослідження.

Масштаб явища важко переоцінити: спільнота BookTok налічує мільйони активних користувачів по всьому світу, а відео з відповідним хештегом збирають мільярди переглядів. Це перетворює TikTok та його користувачів на впливових літературних критиків сучасності, здатних формувати глобальний книжковий ринок. Водночас традиційні бібліотечні форми роботи (виставки, літературні вечори, буклети) дедалі менше позначаються на молодій аудиторії, яка звикла отримувати інформацію з коротких відео. BookTok пропонує нову емоційно забарвлену і високоавтентичну форму рекомендації, що потребує теоретичного осмислення та адаптації. Особливо гостро це питання постає в контексті комплектування: як бібліотекам передбачати ці тренди, оперативно реагувати на них і при цьому раціонально використовувати обмежені бюджети? Адже ефект «рентного попиту» створює серйозні виклики для комплектаторів, які змушені працювати в умовах високої невизначеності та швидкоплинності читацьких інтересів. Поки що цим питанням українські бібліотекознавці мало цікавляться, що, зі свого боку, детермінує зростання наукового інтересу до нього.

ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДҐРУНТЯ

Огляд літератури засвідчує, що феномен BookTok привертає дедалі більшу увагу зарубіжних дослідників, серед яких літературознавці, медіазнавці, бібліотекознавці та інші. Фундаментальний огляд сучасного стану досліджень запропонував Є. Дера (Dera, 2024), який систематизував наукові публікації про BookTok за трьома ключовими напрямками: специфічна форма книжкового рецензування, функція літературного спільнототворення та роль у промоції читання. Він наголошує на безпрецедентному впливі цього явища на виробництво, дистрибуцію та рецепцію літератури у глобальному масштабі, фіксуючи понад 52–63 млн відео з хештегом #BookTok станом на 2025 р. Також інноваційною у цьому напрямку є праця С. Джераси та Т. Боффона (Jerasa & Boffone, 2021), які вперше розглянули TikTok як простір формування нової читацької ідентичності підлітків, акцентуючи увагу на автентичності, спонтанності та емоційності як ключових характеристиках платформи, що вирізняють її з-поміж інших соціальних медіа.

Важливий внесок у розуміння платформних засад бібліотечного контенту зробили К. Сельсет із колегами. На основі аналізу 3248 дописів норвезьких публічних бібліотек у TikTok запровадили поняття «платформних вернакулярів» та «ланцюжків із тегів» як тактики впливу на алгоритмічне поширення контенту (Soelseth et al., 2025). Автори довели, що бібліотеки не просто використовують платформу, а активно сприяють конструюванню та підтримці спільнот BookTok і LibraryTok через книжкові рекомендації та події, що в результаті позитивно впливає на популяризацію читання. На окрему увагу заслуговують праці, присвячені соціотехнічному ландшафту BookTok, а також тому, як сучасне покоління використовує його для зв'язку з іншими, обговорюючи улюблені та спірні книги, як поєднання аналогових та цифрових медіа-інструментів робить читання соціальним та цікавим (Martens et al., 2022); розвитку різних культур соціального читання на BookTube, Bookstagram і BookTok, які варіанти взаємодії читачів із книгами на цифрових платформах соціальних мереж YouTube, Instagram і TikTok (Reddan, 2022). Е. Овенс і С. Кулкарні (Owens & Kulkarni, 2025) розвивають цей підхід через аналіз звукових мемів як засобу вираження нюансованих емоційних станів, пов'язаних із прочитаним, що розмиває межі традиційних уявлень про валідні практики літературної критики.

Питання впливу BookTok на бібліотечну практику розглядається також і в інших працях. Й. Фанія та Г. Прамудьо (Faniya & Pramudyo, 2025) на прикладі публічної бібліотеки Індонезії емпірично довели прямий кореляційний зв'язок між активністю бібліотеки в TikTok та зростанням відвідуваності й читацького попиту. Інші автори, К. Чіовеллі та К. Кемерон (Chiovelli & Cameron, 2024), здійснили ґрунтовний аналіз взаємодії між BookTok і процесами комплектування фондів у публічних бібліотеках, зокрема на прикладі Edmonton Public Library, де кількість резервувань на роман «Сім чоловіків Евелін Г'юго» Т. Дж. Рейд сягала понад 500 на 58 електронних примірників, що ілюструє масштаб «ефекту BookTok» для бібліотечного обслуговування. Д. Машіяне (Mashiyane, 2022) розглядає BookTok як потенційну стратегію комплектування в академічних бібліотеках, наголошуючи на необхідності інтеграції спостережень за трендами соціальних медіа у процеси формування фондів. Водночас з'являються і критичні студії: наприклад, дослідження того, як BookTok у поєднанні з технологіями III спричиняє появу феномену «швидкої літератури» (fast fiction), орієнтованої на вірусність та прибутковість, а не на художню цінність, що ставить перед бібліотеками нові питання щодо критеріїв відбору літератури (Majidi, 2025).

Український науковий дискурс лише починає освоювати цю проблематику, і на сьогодні комплексних досліджень, які б поєднували аналіз феномену BookTok із бібліотекознавчою тематикою, бракує. Зокрема, Г. Булахова (2013) розглядає проблеми представлення бібліотек у соціальних мережах, особливості активного використання соціальних мереж як засобу рекламування бібліотечної інформації, розкриваючи питання залучення читачів до інтерактивного спілкування за допомогою тематичних блогів; В. Струнгар (2019) аналізує особливості представленості зарубіжних і вітчизняних бібліотек у блогах та обґрунтовує думку, що блог є одним із дійових засобів комунікації бібліотеки з користувачами; В. Ковпак і О. Політова (2021) вивчають тенденції синергії дискурсів культури читання української книги та національної безпеки в українських букблоггах; Т. Яворська (2023) оцінює ефективність використання соцмереж у діяльності бібліотек як інструменту промоції книг і читання, та ін. Однак вони не враховують специфіки

TikTok як алгоритмічно керованої платформи та не розглядають BookTok як окремий об'єкт дослідження. Таким чином, в українському бібліотекознавстві утворюється помітна прогалина: відсутні як емпіричні дослідження впливу BookTok на читацьку активність і бібліотечні процеси в українських реаліях, так і теоретичне осмислення цього феномену, що зумовлює актуальність пропонованої розвідки та її потенційний внесок у розвиток вітчизняної науки.

Мета статті – розгляд специфіки впливу феномену BookTok на читацьку активність та обґрунтування стратегій адаптації бібліотек до нових умов популяризації книжкових фондів. Досягнення цієї мети передбачає розв'язання низки завдань: характеристика BookTok як соціокультурного феномену та визначення механізмів його впливу на читацькі уподобання; аналіз зміни попиту на літературу, індуковані вірусними трендами BookTok, із погляду бібліотечної статистики; з'ясування основних викликів, які постають перед системою комплектування бібліотечних фондів в умовах швидкоплинних книжкових трендів; розроблення практичних рекомендацій щодо використання інструментів BookTok для ефективного просування бібліотечних фондів; окреслення перспективних напрямків подальших досліджень на перетині бібліотекознавства та медіакомунікацій. Об'єктом дослідження є феномен BookTok як новітня форма соціальної комунікації навколо книги, а предметом – вплив BookTok на трансформацію підходів до комплектування та просування фондів у сучасних бібліотеках.

МЕТОДИ ТА МАТЕРІАЛИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічну основу дослідження становить комплекс загальнонаукових та спеціальних методів, що уможливило всебічне вивчення феномену BookTok і його впливу на бібліотечну практику. Теоретичний фундамент роботи забезпечено методами аналізу, синтезу та узагальнення, застосованими до опрацювання наукових публікацій із проблематики соціальних медіа, читацьких практик і бібліотечного маркетингу. Джерельну базу теоретичного блоку склали праці провідних зарубіжних дослідників (С. Джераса, Т. Боффон, К. Сельсет, Й. Фанія, Г. Прамудьйо), а також українські розвідки у сфері медіаграмотності та бібліотечної комунікації (О. Барна, Н. Кунанець). Порівняльний аналіз дав змогу зіставити традиційні форми просування літератури з новітніми практиками, що продукуються спільнотою BookTok, та виявити їхні ключові відмінності.

Емпіричну частину дослідження побудовано на контент-аналізі відеопублікацій у соціальній мережі TikTok, позначених хештегами #BookTok, #КнижковийTikTok (для українського сегмента) та #LibraryTok. Вибірку сформовано за критерієм популярності (відео з кількістю переглядів понад 100 тис.) та релевантності до бібліотечної тематики за період 2024–2025 рр. Загалом проаналізовано 120 відеороликів, які репрезентують різні жанри книжкового контенту: огляди, емоційні реакції, добірки та челенджі. Для вивчення впливу BookTok на читацький попит використано метод аналізу бібліотечної статистики, щоб зрозуміти динаміку попиту на видання, які набули популярності завдяки BookTok.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

BookTok як самостійний соціокультурний феномен сформувався у 2020–2021 рр., коли користувачі TikTok масово почали об'єднуватися навколо спільно-

го інтересу до читання, використовуючи хештег #BookTok. За порівняно короткий час ця спільнота перетворилася на глобального трендмейкера, здатного формувати читацькі вподобання мільйонів людей. Ключовими особливостями BookTok, які вирізняють його з-поміж інших соціальних медіа, є автентичність, спонтанність та емоційність контенту (Jerasa & Boffone, 2021). Вірусний потенціал платформи забезпечується унікальними алгоритмічними механізмами: стрічка «Для вас» пропонує користувачам контент не на основі кількості підписників, а завдяки аналізу взаємодій – переглядів, лайків, коментарів, вподобаних аудіо. Це створює рівні умови для всіх авторів контенту та уможливорює миттєве поширення книжкових рекомендацій. Важливу роль у цьому процесі відіграють хештеги та трендові аудіодоріжки, які К. Сельсет зі співавторами (Soelseth et al., 2025) називають «ланцюжками із тегів» (daisy chains) – тактикою впливу на алгоритмічне поширення контенту, що дозволяє бібліотекам та окремим читачам ефективно комунікувати з аудиторією.

Інший вимір феномену BookTok – його емоційно-тілесна природа, яка кардинально відрізняється від традиційних форм літературної критики. Якщо класичне літературознавство спирається на раціональний аналіз тексту, то BookTok пропонує принципово інший підхід, зважаючи на розуміння читання як тілесного, емоційного і глибинно вісцерального досвіду. Б. Реддан (Reddan, 2022) характеризує літературно-критичні оцінки на платформі як «вісцеральні», тобто такі, що переживаються на рівні фізіологічних реакцій – сліз, сміху, мурашок, серцебиття. М. Мартенс, Г. Баллінг і К. Гітасон (Martens et al., 2022) описують тілесний, сенсорний і тактильний характер читання, репрезентованого в цих відео, де книга постає не лише текстом, а й фізичним об'єктом з її запахом, фактурою паперу, естетикою обкладинки. Ця афективна комунікація резонує певними сегментами сучасної аудиторії, яка втомилася від формалізованих рецензій і прагне щирих емоційних реакцій (Martens et al., 2022). Як наслідок, BookTok формує нову читацьку ідентичність, де читання стає не просто інтелектуальною справою, а і способом емоційного самовираження та спільнототворення. Ця трансформація читацьких практик створює той потужний каталізуючий ефект, який змушує бібліотеки переосмислювати власні підходи до комплектування фондів та комунікації з користувачами.

Емпіричний вимір впливу BookTok на бібліотечні показники є складним, але необхідним завданням для розуміння масштабів явища. Власне, найбільш промовистий приклад ефекту BookTok у міжнародній практиці зафіксували Ч. Кіовеллі та К. Кемерон (Chiovelli & Cameron, 2024) на матеріалах Edmonton Public Library – однієї з найбільших публічних бібліотечних систем Канади. Вони виявили, що роман Тейлор Дженкінс Рід «Сім чоловіків Евелін Г'юго», який набув вірусної популярності завдяки BookTok, зібрав понад 500 резервувань на 58 електронних примірників (Chiovelli & Cameron, 2024). Це означає, що середній час очікування книги сягає кількох місяців, що створює суттєве навантаження на систему обслуговування і провокує черги, неспівмірні з фізичною кількістю примірників у фонді. Така диспропорція між попитом і пропозицією ілюструє серйозний виклик для бібліотек: традиційні моделі комплектування, орієнтовані на стабільний, прогнозований попит, виявляються неефективними в умовах «вірусних» книжкових трендів, які продукуються алгоритмами TikTok (Chiovelli & Cameron, 2024).

В українському бібліотечному просторі системний кількісний аналіз впливу BookTok на показники резервування та циркуляції видань поки що не проводився, що утворює суттєву прогалину в науковому знанні. Попередній аналіз

даних електронних каталогів і сайтів українських бібліотек (зокрема, перекладів світових бестселерів Young Adult літератури та сучасних романтичних історій), які демонструють аномально високі показники попиту, не пропорційні ані їхньому місцю в літературному каноні, ані маркетинговим зусиллям видавництва (Маранчак, 2022; Яворська, 2023). Однак для формування репрезентативної вибірки та встановлення кореляційного зв'язку між активністю в TikTok та динамікою бібліотечної статистики необхідне окреме ґрунтовне дослідження із залученням методів data-аналітики та машинного навчання для відстеження трендів у соціальних медіа. Такий підхід, відомий як data-driven acquisition, дозволив би бібліотекам перейти від реактивного до проактивного комплектування, передбачаючи сплески попиту ще до того, як вони сформують багатомісячні черги (Mashiyane, 2022).

Попри відсутність системних українських даних, окремі спостереження та експертні оцінки фахівців відділів комплектування свідчать про те, що українські бібліотеки стикаються з тими самими викликами, що й їхні зарубіжні колеги. Зокрема, йдеться про різке зростання попиту на переклади творів, які стали вірусними в англomовному сегменті BookTok, що змушує комплектаторів оперативно реагувати на запити користувачів, часто в умовах обмеженого бюджету та тривалих термінів постачання. У цьому контексті особливого значення набуває механізм попиту-орієнтованого комплектування (patron-driven acquisition), коли читачі безпосередньо ініціюють придбання видань через форми рекомендацій (Chiovelli & Cameron, 2024). Саме BookTok виступає потужним каталізатором таких читацьких ініціатив: вірусні відео спонукають користувачів звертатися до бібліотек із наміром придбати ту чи іншу книгу, що, з одного боку, ускладнює планування, а з іншого – робить процес комплектування більш демократичним і орієнтованим на реальні потреби аудиторії. Брак системних кількісних досліджень в українському дискурсі не применшує актуальності проблеми, а навпаки, актуалізує потребу в розробленні методології збору та аналізу даних про вплив BookTok на бібліотечну статистику як необхідної передумови для ефективного стратегічного планування.

Ефективне реагування на виклики, пов'язані з феноменом BookTok, ускладнюється хронічним недофінансуванням бібліотечної галузі в Україні, яке набуло критичних рівнів в умовах повномасштабної війни. Державна програма поповнення бібліотечних фондів, яку реалізує Український інститут книги (УІК), не діє із 2022 р., що унеможливує централізоване оновлення фондів за кошти державного бюджету (Черниш, 2025). За інформацією УІК, ще до війни ситуація була вкрай напруженою: для виконання нормативу щорічного оновлення фондів на 5 % необхідно було виділяти 700–900 млн грн, тоді як реальний показник оновлення становив лише 0,6 %, що означало б повне оновлення фондів аж через 166 років (Український інститут книги, 2021). На місцевому рівні ситуація ще критичніша: згідно з опитуванням УІК 2025 р., 58 % територіальних громад у 2024 р. взагалі не виділили коштів на книжкові закупівлі, а в середньому на українського читача припадає лише 1,95 грн бюджетних видатків на поповнення фондів. Додатковим ударом стала постанова Кабінету Міністрів України № 590 від 9 червня 2021 р. (зі змінами), яка в умовах воєнного стану фактично заблокувала можливість бібліотек здійснювати передплату періодичних видань та закупівлю нових книг за кошти місцевих бюджетів (Українська бібліотечна асоціація, 2023). За таких умов навіть за наявності чіткого сигналу від BookTok-спільноти про зростан-

ня попиту на певне видання бібліотеки часто позбавлені фінансової спроможності придбати додаткові примірники.

Організаційні обмеження накладаються на фінансові, створюючи комплекс перешкод для оперативного реагування на читацькі тренди. Повномасштабне вторгнення завдало колосальних втрат бібліотечній інфраструктурі: станом на початок 2023 р. зруйновано понад 150 бібліотечних закладів, пошкоджено майже 290, а загальні втрати видань перевищили 1,5 млн примірників (Горчинська, 2023). Паралельно триває процес актуалізації фондів відповідно до Рекомендацій Міністерства культури та інформаційної політики України щодо вилучення видань, які пропагують війну, національну ворожнечу або містять виправдовування збройної агресії Росії проти України. Цей процес, хоча й необхідний із погляду інформаційної безпеки, додатково проріджує і без того обмежений перелік доступної читачам літератури, особливо в сегменті сучасної української та перекладної художньої літератури, яка найчастіше стає об'єктом уваги BookTok-спільноти. Як наслідок, бібліотеки опиняються в пастці: ті видання, на які формується найвищий читацький попит, індукований вірусними трендами, часто є найменш доступними через обмеженість примірників, застарілість фондів або їх невідповідність сучасним читацьким запитам.

В умовах системної кризи фінансування та організаційних обмежень бібліотеки змушені шукати альтернативні джерела поповнення фондів, які дозволяють хоча б частково реагувати на BookTok-тренди. Основними каналами надходження нової літератури стають благодійні фонди, міжнародні грантові програми, громадські ініціативи та волонтерські акції. Українська бібліотечна асоціація (2023) активно адвокатує внесення змін до нормативно-правової бази, щоб розблокувати можливість закупівель за місцеві кошти, а також адмініструє конкурсні програми підтримки, зокрема за сприяння Американської бібліотечної асоціації. Окремі бібліотеки запускають акції зі збору книжок, як-от «Подаруй університетській бібліотеці українську книгу» в Білоцерківському національному аграрному університеті (Гурська, 2024). Однак, як слушно зауважують дослідники, всі ці джерела мають разовий характер і не здатні забезпечити системного, прогнозованого оновлення фондів, необхідного для адекватної відповіді на динамічні зміни читацьких уподобань, спричинені BookTok. За таких умов навіть найкращі маркетингові стратегії просування читання в TikTok наштовхуються на жорстке бюджетне обмеження: неможливо задовольнити попит на книгу, якої фізично немає у фонді або яка існує в одиничних примірниках, що створює багатомісячні черги та, зрештою, розчарування читачів. Таким чином, фінансові та організаційні обмеження не просто ускладнюють реагування на BookTok-тренди, а ставлять під сумнів саму здатність українських бібліотек виконувати свою місію щодо забезпечення вільного доступу до актуальної літератури.

Все це доводить, що BookTok є не тільки черговим трендом соціальних медіа, а потужним чинником трансформації читацьких практик, який бібліотеки не можуть ігнорувати. Відтак постає необхідність вироблення практичних стратегій, які дозволять бібліотекам не лише реагувати на виклики, а й використовувати потенціал цієї платформи для власного розвитку. На основі узагальнення зарубіжного досвіду та експертних оцінок можна запропонувати комплекс рекомендацій, згрупованих за кількома напрямками.

Перший напрям – *моніторинг і прогнозування трендів*. Бібліотекам варто запровадити систематичне відстеження популярного контенту в TikTok за допомо-

гою хештегів #BookTok, #КнижковийTikTok, #LibraryTok, а також назв видавництв та авторів, які найчастіше з'являються у рекомендаціях. Це дозволить виявляти книги, що мають потенціал стати бестселерами, ще до того, як вони сформують великий попит (Mashiyane, 2022). Для підвищення ефективності такого моніторингу доцільно використовувати інструменти data-аналітики, зокрема сервіси відстеження трендів (Google Trends, BuzzSumo), а також створити в бібліотеці робочу групу із представників відділів комплектування, маркетингу та обслуговування читачів, яка регулярно аналізуватиме вірусний книжковий контент. Важливо також налагодити зворотний зв'язок із читачами через форми рекомендацій (patron-driven acquisition), щоб оперативно фіксувати їхні запити, інспіровані BookTok, і враховувати їх при плануванні закупівель (Chiovelli & Cameron, 2024).

Другий напрям – *адаптація процесів комплектування до нових реалій*. В умовах обмеженого фінансування бібліотекам слід переглянути підходи до формування фондів, надаючи перевагу гнучким моделям. Серед іншого, варто збільшити частку електронних книг у фондах, оскільки вони дозволяють швидше реагувати на сплески попиту (придбання додаткових ліцензій або участь у консорціумах). Також доцільно розвивати співпрацю з видавництвами щодо отримання примірників книг, які активно обговорюються у BookTok, ще на етапі їхнього виходу. Важливим ресурсом можуть стати міжбібліотечний абонемент та кооперація з іншими бібліотеками для обміну найзатребуванішими виданнями. Бібліотекам потрібно активніше залучати благодійні кошти і грантові програми для цільового придбання літератури, що користується попитом у BookTok-спільноті, та інформувати донорів про суспільну значущість таких закупівель (Українська бібліотечна асоціація, 2023).

Третій напрям – *активна присутність бібліотек у TikTok як інструмент просування фондів та залучення нової аудиторії*. Створення якісного, автентичного контенту, що резонує з емоційно-тілесними знаряддями BookTok, є ключовою умовою успіху. Бібліотекам важливо експериментувати з різними жанрами: короткі емоційні відеогляди (реакції на прочитане), добірки книг за настроєм («що почитати, якщо...»), челенджі («вгадай книгу за емодзі»), залаштунки бібліотечного життя, інтерв'ю з читачами. Важливо використовувати трендові аудіодоріжки та хештеги, які К. Сельсет зі співавторами (Soelseth et al., 2025) називають «ланцюжками із тегів» (daisy chains), щоб потрапляти в рекомендації алгоритмів TikTok. Доцільно залучати до створення контенту самих читачів – наприклад, через конкурси або спільні проекти з місцевими буктокерами.

Четвертий напрям – *розвиток партнерств та інтеграція з освітніми ініціативами*. Бібліотеки можуть стати майданчиками для зустрічей буктокерів з аудиторією, організації спільних читацьких клубів (офлайн і онлайн), проведення тренінгів з медіаграмотності та критичного мислення, де BookTok розглядатиметься як явище, що потребує аналізу і рефлексії. Співпраця зі школами, університетами та молодіжними центрами дозволить розширити аудиторію та ре-позиціонувати бібліотеку як сучасний, відкритий до інновацій заклад. Варто також налагодити контакти з українськими видавництвами, які активно працюють із BookTok-трендами, для отримання актуальної інформації про новинки та спільні промоакції.

П'ятий напрям – *підвищення кваліфікації бібліотечних працівників*. Успішна реалізація описаних стратегій неможлива без відповідних компетенцій персоналу. Бібліотекам варто ініціювати тренінги та вебінари з основ SMM, відеомонтажу, роботи з алгоритмами соціальних медіа, а також із застосування data-аналіти-

ки в бібліотечній справі, а ще заохочувати працівників до вивчення англійської мови, оскільки значна частина актуального контенту BookTok створюється англійською. Професійні організації, зокрема Українська бібліотечна асоціація, можуть відіграти ключову роль у координації таких освітніх програм та обміні кращими практиками між бібліотеками.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження підтверджує, що сьогодні BookTok став потужним катализатором читацької активності, який трансформує традиційні уявлення про літературну критику та книжкові рекомендації. Його унікальність полягає в поєднанні алгоритмічних механізмів TikTok з емоційно-тілесною специфікою контенту, що зрештою впливають на формування нової читацької ідентичності, орієнтованої на спільнототворення та афективне сприйняття літератури. Це явище кидає виклик бібліотекам, які змушені переосмислювати власні підходи до комплектування фондів та комунікації з користувачами. Аналіз зарубіжного досвіду, зокрема кейсу Edmonton Public Library, засвідчує, що «ефект BookTok» здатен створювати диспропорцію між попитом і пропозицією: вірусна популярність окремих видань призводить до багатомісячних черг та надмірного навантаження на систему обслуговування. В українському контексті систематичні кількісні дослідження цього впливу відсутні, однак експертні оцінки та опосередковані дані свідчать про наявність аналогічних тенденцій, особливо щодо перекладів світових бестселерів, які набувають популярності в англійськомому сегменті TikTok.

Головними викликами для українських бібліотек у реагуванні на BookTok-тренди є хронічне недофінансування, призупинення державної програми поповнення фондів, руйнування інфраструктури внаслідок війни, а також організаційні обмеження, пов'язані з актуалізацією фондів. Ці чинники унеможливають оперативне придбання затребуваних видань і змушують бібліотеки покладатися на альтернативні джерела – благодійні фонди, міжнародні гранти, волонтерські акції. Такі надходження мають разовий характер і не забезпечують системного оновлення фондів. Попри фінансові та організаційні труднощі, українські бібліотеки можуть скористатися можливостями, які відкриває BookTok: по-перше, інтеграція спостереження за трендами TikTok у процеси комплектування із застосуванням підходів data-driven acquisition та patron-driven acquisition, що дозволяють орієнтуватися на реальний читацький попит; по-друге, активна присутність бібліотек у TikTok із використанням «платформних вернакулярів» (емоційних відеооглядів, челенджів, тематичних добірок) сприятиме залученню молодшої аудиторії та популяризації читання; по-третє, розвиток партнерства із громадськими організаціями, видавництвами та міжнародними інституціями для пошуку додаткових ресурсів.

Запропонований комплекс рекомендацій охоплює як стратегічні (моніторинг, адаптація комплектування), так і тактичні (створення контенту, партнерства, навчання) аспекти діяльності бібліотек. Їхнє впровадження дозволить перетворити виклики, пов'язані з феноменом BookTok, на можливості для розвитку, зміцнення зв'язків із читацькою аудиторією та підвищення суспільної ролі бібліотек у цифрову епоху.

Перспективи подальших досліджень. Отримані результати окреслюють широке поле для наукових розвідок у цьому напрямку. Нагальною потребою є проведення емпіричних досліджень впливу BookTok на читацьку активність в Україні із залученням методів data-аналітики та машинного навчання для відстеження

кореляцій між вірусними трендами і бібліотечною статистикою. Перспективним напрямом видається вивчення феномену «швидкої літератури» (fast fiction), генерованої за допомогою ШІ та орієнтованої на вірусність, що ставить перед бібліотеками нові питання щодо критеріїв відбору літератури. Також варто дослідити ефективність різних форматів бібліотечного контенту в TikTok і розробити методики оцінювання його впливу на залучення користувачів.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Булахова, Г. (2013). Бібліотеки в соціальних мережах та блогосфері як засіб рекламування. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*, 36, 192–199.
- Горчинська, В. (2023, 14 березня). Як бібліотеки поповнюють фонди під час війни. *Публічна бібліотека територіальної громади*. <https://oth.nlu.org.ua/?p=7265>
- Гурська, Ю. М. (2024, 7 червня). *Актуалізація бібліотечного фонду – необхідна задача сьогодення*. Наукова бібліотека Білоцерківського НАУ. <https://numl.org/1hc5>
- Ковпак, В. А., & Політова, О. О. (2021). Українські буктьюб та букстаграм: дискурси культури читання української книги та національної безпеки. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 32(6), 3, 126–132. <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.6-3/22>
- Маранчак, Н. (2022). Соціальна мережа TikTok як засіб інтернет-маркетингу бібліотек України. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*, 10, 22–35. <https://doi.org/10.31866/2616-7654.10.2022.269440>
- Струнгар, В. (2019). Блог як інструмент забезпечення комунікації бібліотеки з користувачами. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*, 52, 396–409. <https://doi.org/10.15407/np.52.396>
- Українська бібліотечна асоціація. (2023, 9 березня). *Поповнення бібліотечних фондів у воєнний час: адвокаційна діяльність ВГО Українська бібліотечна асоціація*. <https://ula.org.ua/novyny-ta-podii/novyny/5084-popovnennia-bibliotechnykh-fondiv-u-voiennyi-chas-advokatsiina-diiialnist-vho-ukrainska-bibliotechna-asotsiatsiia>
- Український інститут книги. (2021, 27 вересня). *Офіційна позиція Українського інституту книги щодо формування бюджету установи в 2022 році*. <https://ubi.org.ua/uk/news/kategoriya-2/oficiyna-poziciya-ukra-nskogo-institutu-knigi-schodo-formuvannya-byudzhetu-ustanovi-v-2022-roci>
- Черниш, Ю. (2025, 26 листопада). *Бібліотеки України на межі: держпрограма заморожена, фонди старіють, громади не закуповують книги*. Texty.org.ua. <https://texty.org.ua/fragments/116377/biblioteku-ukrayiny-na-mezhi-derzhprohrama-zamorozhena-fondy-stariyut-hromady-ne-zakupovuyut-knyhu/>
- Яворська, Т. (2023). Соціальні мережі бібліотек як ефективний інструмент промоції книг і читання. *Вісник Книжкової палати*, 4, 21–27. [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2023.4\(321\).21-27](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2023.4(321).21-27)
- Chiovelli, C., & Cameron, K. (2024). As seen on BookTok: Exploring interactions between TikTok and public library collection development. In M. B. McNally (Ed.), *Contemporary issues in collection management* (2nd ed.). Open Education Alberta. <https://pressbooks.openeducationalberta.ca/ciicm/chapter/exploringinteractionsbetweentiktokandpubliclibrarycollectiondevelopment/>
- Dera, J. (2024). BookTok: A narrative review of current literature and directions for future research. *Literature Compass*, 21(10–12), e70012. <https://doi.org/10.1111/lic3.70012>
- Faniya, Y., & Pramudyo, G. N. (2025). Utilizing social media TikTok @perpusbogor to increase library visit interest. *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan Informasi dan Kearsipan*, 11(2), 100–118. <https://doi.org/10.14710/lenpust.v11i2.78771>

- Jerasa, S., & Boffone, T. (2021). BookTok 101: TikTok, digital literacies, and out-of-school reading practices. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 65(3), 219–226. <https://doi.org/10.1002/jaal.1199>
- Majidi, N. (2025). "Fast fiction": BookTok, artificial intelligence, and the profit-driven reinvention of the romance genre [Undergraduate project, California State University]. <https://scholarworks.calstate.edu/concern/projects/x346dd989>
- Martens, M., Balling, G., & Higgason, K. A. (2022). #BookTokMadeMeReadit: Young adult reading communities across an international, sociotechnical landscape. *Information and Learning Science*, 123(11–12), 705–722. <https://doi.org/10.1108/ILS-07-2022-0086>
- Mashiyane, D. (2022). From the horse's mouth: BookTok as a collection development strategy in academic libraries. *College & Research Libraries News*, 83(10), 459–461. <https://doi.org/10.5860/crln.83.10.459>
- Owens, E., & Kulkarni, S. (2025). Sound memes on BookTok: Understanding affect in the platformised reviewing of young adult books on TikTok. *Barnboken: Journal of Children's Literature Research*, 48, 1–19. <https://doi.org/10.14811/clr.v48.983>
- Reddan, B. (2022). Social reading cultures on BookTube, Bookstagram, and BookTok. *Synergy*, 20(1), 1–12. <https://slav.vic.edu.au/index.php/Synergy/article/view/597>
- Soelseth, C. H., Bøyum, I., Colbjørnsen, T., Pharo, N., & Tallerås, K. (2025). Public libraries on TikTok – emerging platform vernaculars of communication and distribution. *Information, Communication & Society*, 28(14), 2521–2540. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2025.2461644>

REFERENCES

- Bulakhova, H. (2013). Biblioteky v sotsialnykh merezhakh ta blohosferi yak zasib reklamuvannia [Libraries in social networks and the blogosphere as a means of advertising]. *Academic Papers of Vernadskyi National Library of Ukraine*, 36, 192–199 [in Ukrainian].
- Chernysh, Yu. (2025, November 26). Biblioteky Ukrainy na mezhi: derzhprohrama zamorozhena, fondy stariut, hromady ne zakupovuiut knyhy [Ukrainian libraries on the brink: The state program is frozen, the funds are aging, communities do not purchase books]. <https://texty.org.ua/fragments/116377/biblioteky-ukrayiny-na-mezhi-derzhprohrama-zamorozhena-fondy-stariut-hromady-ne-zakupovuyut-knyhy/> [in Ukrainian].
- Chiovelli, C., & Cameron, K. (2024). As seen on BookTok: Exploring interactions between TikTok and public library collection development. In M. B. McNally (Ed.), *Contemporary issues in collection management* (2nd ed.). Open Education Alberta. <https://pressbooks.openeducationalberta.ca/ciicm/chapter/exploringinteractionsbetweentiktokandpubliclibrarycollectiondevelopment/> [in English].
- Dera, J. (2024). BookTok: A narrative review of current literature and directions for future research. *Literature Compass*, 21(10–12), e70012. <https://doi.org/10.1111/lic3.70012> [in English].
- Faniya, Y., & Pramudyo, G. N. (2025). Utilizing social media TikTok @perpusbogor to increase library visit interest. *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan Informasi dan Kearsipan*, 11(2), 100–118. <https://doi.org/10.14710/lenpust.v11i2.78771> [in English].
- Horchynska, V. (2023, March 14). Yak biblioteky popovniuiut fondy pid chas viiny [How libraries replenish funds during war]. *Publichna biblioteka terytorialnoi hromady*. <https://oth.nlu.org.ua/?p=7265> [in Ukrainian].
- Hurska, Yu. M. (2024, June 7). Aktualizatsiia bibliotechnoho fondu – neobkhidna zadacha sohodennia [Updating the library fund is a necessary task of today]. *Naukova biblioteka Bilotserkivskoho NAU*. <https://numl.org/1hc5> [in Ukrainian].

- Jerasa, S., & Boffone, T. (2021). BookTok 101: TikTok, digital literacies, and out-of-school reading practices. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 65(3), 219–226. <https://doi.org/10.1002/jaal.1199> [in English].
- Kovpak, V. A., & Politova, O. O. (2021). Ukrainski buktiuab ta bukstahram: dyskursy kultury chytannia ukrainskoi knyhy ta natsionalnoi bezpeky [Ukrainian book youtube and book instagram: Discourses of the culture of reading the Ukrainian book and national security]. *Scientific notes of Taurida National V.I. Vernadskyi University. Series: Philology. Journalism*, 32(6), 3, 126–132. <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.6-3/22> [in Ukrainian].
- Majidi, N. (2025). "Fast fiction": BookTok, artificial intelligence, and the profit-driven reinvention of the romance genre [Undergraduate project, California State University]. <https://scholarworks.calstate.edu/concern/projects/x346dd989> [in English].
- Maranchak, N. (2022). Sotsialna merezha TikTok yak zasib internet-marketynhu bibliotek Ukrainy [TikTok social network as a means of Internet marketing of libraries in Ukraine]. *Ukrainian Journal on Library and Information Science*, 10, 22–35. <https://doi.org/10.31866/2616-7654.10.2022.269440> [in Ukrainian].
- Martens, M., Balling, G., & Higgason, K. A. (2022). #BookTokMadeMeReadit: Young adult reading communities across an international, sociotechnical landscape. *Information and Learning Science*, 123(11–12), 705–722. <https://doi.org/10.1108/ILS-07-2022-0086> [in English].
- Mashiyane, D. (2022). From the horse's mouth: BookTok as a collection development strategy in academic libraries. *College & Research Libraries News*, 83(10), 459–461. <https://doi.org/10.5860/crln.83.10.459> [in English].
- Owens, E., & Kulkarni, S. (2025). Sound memes on BookTok: Understanding affect in the platformised reviewing of young adult books on TikTok. *Barnboken: Journal of Children's Literature Research*, 48, 1–19. <https://doi.org/10.14811/clr.v48.983> [in English].
- Reddan, B. (2022). Social reading cultures on BookTube, Bookstagram, and BookTok. *Synergy*, 20(1), 1–12. <https://slav.vic.edu.au/index.php/Synergy/article/view/597> [in English].
- Soelseth, C. H., Bøyum, I., Colbjørnsen, T., Pharo, N., & Tallerås, K. (2025). Public libraries on TikTok – emerging platform vernaculars of communication and distribution. *Information, Communication & Society*, 28(14), 2521–2540. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2025.2461644> [in English].
- Strunhar, V. (2019). Bloh yak instrument zabezpechennia komunikatsii bibliotekyzkorystuvachamy [The blog as the instrument of ensuring library and users communication]. *Academic Papers of Vernadskyi National Library of Ukraine*, 52, 396–409. <https://doi.org/10.15407/np.52.396> [in Ukrainian].
- Ukrainian Book Institute. (2021, September 27). *Oftsiina pozytsiia Ukrainskoho instytutu knyhy shchodo formuvannia biudzhetu ustanovy v 2022 rotsi* [Official position of the Ukrainian Book Institute on the formation of the institution's budget in 2022]. <https://ubi.org.ua/uk/news/kategoriya-2/oficiyna-poziciya-ukra-nskogo-institutu-knigi-schodo-formuvannya-byudzhetu-ustanovi-v-2022-roci> [in Ukrainian].
- Ukrainian Library Association. (2023, March 9). *Popovnennia biblioteknykh fondiv u voiennyi chas: advokatsiina diialnist VHO Ukrainka bibliotekna asotsiatsiia* [Replenishment of library funds in wartime: Advocacy activities of the Ukrainian Library Association]. <https://ula.org.ua/novyny-ta-podii/novyny/5084-popovnennia-biblioteknykh-fondiv-u-voiennyi-chas-advokatsiina-diialnist-vho-ukrainska-bibliotekna-asotsiatsiia> [in Ukrainian].
- Yavorska, T. (2023). Sotsialni merezhi bibliotek yak efektyvnyi instrument promotsii knyhy i chytannia [Social networks of libraries as an effective tool for promotion of books and reading]. *Bulletin of the Book Chamber*, 4, 21–27. [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2023.4\(321\).21-27](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2023.4(321).21-27) [in Ukrainian].

UDC 028:004.774.6:[316.472.4:004.77]:021(477)

Tetyana Kupriy,
PhD,
Senior Lecturer at the Department
of Information Activity and Public Relations,
Kyiv National University of Culture and Arts
(Kyiv, Ukraine)
e-mail: kupripr@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-2039-089X

BOOKTOK AS A CATALYST FOR READING ACTIVITY: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES FOR PROMOTING LIBRARY FUNDS IN UKRAINE

The aim of the article is to study the specifics of the BookTok phenomenon's influence on reading activity, as well as to ground strategies for adapting libraries to new conditions of promoting book funds in Ukraine.

Research methods. The methodological framework of the study comprises a set of general scientific and specialised methods: analysis, synthesis, generalisation (for processing theoretical sources), content analysis (for studying popular BookTok content), comparative analysis (for juxtaposing traditional and modern promotion practices), expert assessment method (for identifying practical challenges and needs of the professional community).

The scientific novelty of this research bases on grounding the conceptual foundations for adapting library strategies of collection development and promotion to the realities of social media. Specifically, for the first time in the national library science, the BookTok phenomenon has been comprehensively studied as a factor in transforming reading activity within the Ukrainian context, taking into account the financial and organisational constraints of the wartime period.

Main conclusions. This study is based on the well-established scientific fact that BookTok acts as a powerful catalyst for reading activity, transforming traditional notions of literary criticism and creating a new, emotional-bodily reading identity. Viral tendencies on this platform can instantly generate demand for specific publications, posing significant challenges for libraries: a disproportion between demand and supply, months-long queues, excessive strain on the service system. In the Ukrainian context, responding to these challenges is complicated by chronic underfunding, suspensions of the state programme for collection replenishment, destructions of infrastructure due to the war circumstances and organisational limitations. At the same time, libraries can turn challenges into opportunities through systematic trend monitoring, adaptation of acquisition processes (increasing the share of e-books, developing interlibrary cooperation), active presence on TikTok using "platform vernaculars", fostering partnerships and enhancing staff qualifications.

Keywords: BookTok; TikTok; social media; library funds; acquisition; reading activity; digital transformation; media literacy; Ukrainian libraries.

Надійшла 22.02.2026

Прийнята 03.04.2026

Стаття була вперше опублікована онлайн 22.05.2026



This is an open access journal, and all published articles are licensed under a Creative Commons Attribution 4.0.