

**ВІДОКРЕМЛЕНИЙ ПІДРОЗДІЛ
«МИКОЛАЇВСЬКА ФІЛІЯ КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ»**

Кафедра інформаційної, бібліотечної та архівної справи

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА
на тему: «Використання соціальних мереж бібліотечними установами
України»**

Виконавець: студент IV курсу,
групи ІБАС – 28 М
Бутенко Іван Михайлович

Керівник:
Єрмолаєва Ганна Анатоліївна, кандидат
педагогічних наук, доцент

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ	3
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ	7
1.1. Стан наукової розробки проблеми дослідження та теоретична база	7
1.2. Соціальні мережі – поняття, сутність, значення	11
Висновки до розділу 1	21
РОЗДІЛ 2. РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В ІНФОРМАЦІЙНО- АНАЛІТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛІОТЕК	23
2.1. Сучасний рівень ресурсних можливостей соціальних мереж бібліотек	23
2.2. Особливості структури та наповнення Facebook та Instagram- сторінок провідних українських бібліотек	27
Висновки до розділу 2	32
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ КОНТЕНТУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НАЦІОНАЛЬНОГО СЕГМЕНТУ БІБЛІОТЕК	34
3.1. Соціальні мережі в діяльності обласних бібліотек м. Миколаєва.....	34
3.2. Сторінки в соціальних мережах бібліотек м. Миколаєва як складова концепції «Чотири простори бібліотеки»	37
Висновки до розділу 3	41
ВИСНОВОК	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	47
ДОДАТКИ	53
АНОТАЦІЇ	54

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

- PR – зв'язки з громадськістю;
- ЕДД – електронна доставка документів;
- ЕК – електронний каталог;
- ІКТ – інформаційно-комунікаційні технології;
- НаУКМА – Національний університет «Києво-Могилянська академія»;
- НТУУ «КПІ» – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»;
- ПК – персональний комп'ютер;
- СІАЗ – служба інформаційно-аналітичного забезпечення;
- ХНАМГ – Харківський національний університет міського господарства;
- ЦБС – централізована бібліотечна система.

ВСТУП

Актуальність теми. Цифровізація та управління величезними масивами інформації, забезпечення користування бібліотечними ресурсами є метою всіх сучасних бібліотек. Запорукою успішної інтеграції та діджиталізації бібліотек сьогодні є розвиток інформаційних потреб користувачів, пов'язаних із новими інформаційними технологіями, зміни професійного світогляду бібліотекарів, які поєднують творчий підхід із високим професіоналізмом.

Важливою і популярною формою масової комунікації в мережі Інтернет є соціальні мережі, які водночас пропонують широкий спектр можливостей і сервісів для бібліотек як інформаційних центрів. Сьогодні соціальні мережі асоціюються з певним типом структури, яка є онлайн-платформою для створення та підтримки особистих і професійних зв'язків між людьми.

Використання соціальних мереж бібліотечними установами України є способом та маркером успішності зовнішньої комунікації бібліотек. Крім того, для бібліотечних установ також є важливим їхня внутрішня сфера, ті послуги, які бібліотеки надають користувачам.

Соціальні мережі також є інструментом для підвищення кваліфікації, оскільки вже існує велика віртуальна спільнота бібліотекарів, які обмінюються професійною інформацією, досвідом та регулярно користуються нею.

Сучасні соцмережі – чудовий спосіб активізувати читачів та спонукати їх до активної взаємодії. Ними користуються мільйони людей, завдяки соціальним мережам користувачам легше знайти потрібну інформацію та задовольнити свої потреби. Тому уникнення такого спілкування може призвести до втрати більшості потенційної аудиторії.

Формування репутації та престижу бібліотеки в онлайн-середовищі та сучасному середовищі, в якому перебуває людство, є безперервним процесом, який може підвищити конкурентність бібліотеки, престиж бібліотечної професії та привернути додаткову увагу громадськості. Відтак бібліотекам

необхідно покращувати та модернізувати свій імідж, слідкувати за останніми тенденціями та популярними та сучасними онлайн-ресурсами та сервісами, забезпечуючи тим самим належну якість обслуговування своїх користувачів та постійне спілкування з ними. Проте системних досліджень з цього питання в сучасному вітчизняному сегменті досі недостатньо.

Стан розробленості проблеми. Аналізу діяльності профілей бібліотек в соціальних мережах та їх впливу на роль книгозбірень в сучасному інформаційному просторі присвячені роботи В. Струнгар, Н. Пилипенко, Х. Настич, О. Таланчук, І. Огнева, С. Гаврилова, Х. Глейзер, С. Шафаві, Б. Хасан, Ч. Касимані, Н. Канті та ін.

Дослідження в цій галузі переважно зосереджені на питаннях інформаційної безпеки, моніторингу діяльності бібліотеки в соціальних мережах, її використання як рекламного інструменту, розкриття інформації про фінансування, соціально-політичних процесів та джерел та інструментів дослідження місцевого розвитку.

Проте, комплексне дослідження сторінок соціальних мереж, як інструменту підтримання іміджу діяльності бібліотек – наразі є питанням актуальним для дослідження.

Метою дослідження є визначення новітніх тенденцій просування власного бренду бібліотеки на сторінках бібліотек в соціальних мережах; створення та підтримка іміджу бібліотечних установ з метою надання широкого спектру інформаційних послуг та підвищення ефективності комунікації бібліотеки з користувачем.

Завдання дослідження:

- дослідити сучасний стан використання соціальних мереж бібліотеками у вітчизняних та закордонних публікаціях;
- проаналізувати існуючі сторінки бібліотек України та м. Миколаєва в соціальних мережах, їхні особливості, ресурсні можливості;
- вивчити зміст контенту, що публікують бібліотеки на власних сторінках і профілях в соціальних мережах;

– проаналізувати використання соцмереж як інструменту підвищення показників результатів роботи бібліотек;

– визначити перспективи розвитку мережевої комунікації бібліотека-користувач.

Об’єкт дослідження – профілі в соціальних мережах бібліотечних установ.

Предмет дослідження – контент-наповнення сторінок в соціальних мережах як інструмент популяризації діяльності бібліотек України.

Методи дослідження. У роботі використані загальнонаукові методи: опис, аналіз, синтез, узагальнення, індукція, дедукція, пояснення, класифікація тощо, а також системний, функціональний підходи.

Статистичний метод використовувався для обробки кількісних показників.

Інформаційною базою дослідження слугували вітчизняні та закордонні видання, матеріали преси та фактичні дані щодо діяльності бібліотек різних рівнів на своїх сторінках.

Апробація роботи. Матеріали за темою дослідження були презентовані на Всеукраїнській науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Культурологічні трансформації ХХІ ст.: від теорії до практики» (18 листопада 2021 року). Тема роботи: Соціальні мережі в діяльності обласних бібліотек м. Миколаєва.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (50). Загальний обсяг дослідження становить 58 сторінок. Відсоток оригінальності тексту роботи складає: 71%.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

1.1. Стан наукової розробки проблеми дослідження та теоретична база

Динаміку цифрового медіапростору підкріплюють винаходи інноваційних технологій, пристроїв, інтерфейсів, розширення онлайн-аудиторій, нові інструменти управління комунікацією в суспільстві та надзвичайні темпи розвитку цифрового контенту. Цифрова трансформація доводить амбівалентність, тобто неузгодженість соціальних процесів і процесів комунікації. Дослідники стверджують, що цифровий медіа-простір сприяє глибоким соціальним зв'язкам, але розширює цифровий розрив у суспільстві на всіх рівнях. В процесі вивчення тематики виявлено, що цифровий медіапростір створює новий соціокультурний вимір – тимчасовий, мінущий, фрагментований, глобалізований, безмежний, взаємозалежний, що характеризується високою мобільністю людей, соціальних систем, соціальних інститутів та новим етапом розвитку їх комунікації. Це створює унікальні умови для створення та збереження культурної, наукової та цифрової спадщини [19].

Реальність цифрового медіа-простору – розвиток технологій, значні темпи зростання контенту, технологічні тенденції, що поступово формують структуру багатьох медіа-середовищ та створена ними нова інформаційна ситуація – стрімко поширюються в бібліотеках та інформаційному просторі. Крім того окреслюються проблемні моменти пов'язані з пристосуванням бібліотек до сучасного віртуального середовища. Модернізація цифрової бібліотечної системи створює нові можливості та підвищує ефективність, але загальний ефект слабший, ніж очікувалося. Сучасна медіа-ситуація призводить до інертної адаптації бібліотек у цифровому просторі, що є результатом професійного консерватизму, з одного боку, та складності технологічних та організаційних інновацій – з іншого.

Важливість і неминучість трансформацій у сфері соціальної комунікації та виробництва інформації, безперервний розвиток соціального посередництва, необхідність концепції розвитку онлайн-бібліотеки свідчать про об'єктивну потребу в науковому обґрунтуванні єдиних підходів до визначення збалансованої стратегії у цифровому медіа-просторі для бібліотечної сфери [21].

У сучасних умовах діджиталізації суспільства та масового залучення до мережі Інтернет фахівців бібліотек широко використовують ІКТ та прагнуть надати користувачам вільний та ефективний доступ до ресурсів. Слід пам'ятати, що популярність книгозбірень у наш час багато в чому залежить від того, як вони представлені в Інтернеті. Веб-сайт або власна сторінка в соціальних мережах зазвичай є ключем до успіху просування установи. Практика показала, що представництво в соціальних спільнотах є найдешевшим видом PR і ефективним способом реклами бібліотечних ресурсів і послуг серед широкого кола користувачів [47].

З метою збереження своїх позицій у сучасному інформаційно-комунікативному просторі, створення зручних умов для користувачів та підвищення рівня обслуговування бібліотеки почали приєднуватися до соціальних мереж. Останнім часом активізувалися дослідження, пов'язані з сучасними інформаційно-телекомунікаційними технологіями [32]. Так, наукова спільнота СІАЗ на базі Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського проводять моніторинг оперативної інформації в соціальних мережах та її застосування у бібліотечній сфері [49], діяльність наукових бібліотек в соціальних мережах [7], взаємодія між соціальними мережами та соціальними рухами [50], функція політичного сегмента соціальних мереж [34], основні завдання соціальних мереж у сучасній політичній комунікації [15], адаптація бібліотек до рекламних можливостей у соціальних мережах в Інтернеті, шляхи використання можливостей соціальної мережі «Facebook» в роботі з бібліотеками [33]. Питання пристосування бібліотечних установ до

нових форм комунікацій у соціальних медіа порушує своїх публікаціях О. Мар'їна [21].

У рамках розвитку інформаційного сегменту громади дослідники розглядають соціальні інформаційні мережі як невід'ємну частину розвитку бібліотечного інформаційного виробництва, що забезпечує потреби користувачів бібліотечних інформаційно-аналітичних ресурсів, як один з найефективніших способів доступу до якості даних для широкого спектру потенційних користувачів [5].

Феномен соціальних медіа є одним з найбільших макротрендів всесвітньої мережі. За даними досліджень за 2020 рік, соціальні платформи в усьому світі охоплюють від понад 80% активних інтернет-користувачів, а загальна кількість користувачів соціальних мереж зросла на 9% порівняно з 2019 роком [14] (додаток А). Основні риси, що характеризують цей макротренд відображено у схемі 1.1.



Схема 1.1. Характеристика макротренду на використання соціальних мереж

Соціальні медіа сприймаються як нова подія – «Інтернет з людським обличчям», що гарантує іншим вільний доступ до інформації, демократизм і різноманітність, можливість самовираження, певний ступінь соціальної креативності. Сьогодні це дуже цінується як користувачами, так і бібліотечною спільнотою. Практика бібліотек світу включає створення персональних профілів та інтерактивних дискусійних груп, віртуальних професійних спільнот у соціальних мережах; вікі-проекти на основі краудсорсингових технологій, спеціалізовані форуми та портали. Пізніше стало доцільним включити блоги, послуги хостингу, подкасти, фольксономію (тегування), соціальні візитки тощо. Ці онлайн-сервіси виникли як новітні віртуальні форми соціальної бібліотечної діяльності в мережі Інтернет як основа для побудови професійної комунікації та взаємодії між книгозбірнею і користувачами, бібліотеки та широкої громадськості [20].

На сьогодні провідні бібліотеки з усіх континентів світу створюють сторінки у різних соціальних мережах: Національна Польська бібліотека має сторінки на [facebook.com](https://www.facebook.com/), [youtube.com](https://www.youtube.com/), Бібліотека Конгресу США – [youtube.com](https://www.youtube.com/), [facebook.com](https://www.facebook.com/), [pinterest.com](https://www.pinterest.com/), [linkedin.com](https://www.linkedin.com/), [twitter.com](https://www.twitter.com/), [apple.com](https://www.apple.com/), [flickr.com](https://www.flickr.com/), Німецька Національна бібліотека – [facebook.com](https://www.facebook.com/), [twitter.com](https://www.twitter.com/), Національна бібліотека Великобританії – [facebook.com](https://www.facebook.com/), [twitter.com](https://www.twitter.com/), [tripadvisor.co.uk](https://www.tripadvisor.co.uk/), [youtube.com](https://www.youtube.com/), plus.google.com, [pinterest.com](https://www.pinterest.com/), Національна бібліотека Франції – [facebook.com](https://www.facebook.com/), [twitter.com](https://www.twitter.com/), [dailymotion.com](https://www.dailymotion.com/), [youtube.com](https://www.youtube.com/), [apple.com](https://www.apple.com/), [instagram.com](https://www.instagram.com/), Національна бібліотека Кореї – [facebook.com](https://www.facebook.com/), [twitter.com](https://www.twitter.com/), Національна бібліотека Австралії – [facebook.com](https://www.facebook.com/), [twitter.com](https://www.twitter.com/), [flickr.com](https://www.flickr.com/), Александрійська бібліотека (Єгипет) – [facebook.com](https://www.facebook.com/), [twitter.com](https://www.twitter.com/), [youtube.com](https://www.youtube.com/) тощо [35].

Нині темпи інноваційного розвитку бібліотек, зумовленого впровадженням ІКТ, уповільнюються, в основному через нерозуміння ролі та перспектив сучасних технологій, збереження професійної свідомості, необхідної середньому та старшому поколінню бібліотекарів у відкиданні та несприйнятті нових ідей та технологічних досягнень. На думку С. Матліна,

фактичний комунікаційний потенціал ІКТ у бібліотечному середовищі суттєво недооцінюється, натомість робиться акцент на інформаційній складовій.

Натомість, за словами І. Пілько, окрім бібліотечно-інформаційних технологій, які створюють новітні інформаційні продукти та послуги, сучасна бібліотека використовує широкий спектр соціальних технологій, спрямованих на надання освітньої, рекреаційної, консультативної та реабілітаційної допомоги населенню [46].

Таким чином мережа Інтернет, в тому числі соціальні мережі все більше впливають на виробництво та споживання бібліотечної інформації, що дає змогу бібліотечним установам створювати нові різноманітні форми інформаційних продуктів та послуг за рахунок розширення обсягу інформаційних ресурсів.

1.2. Соціальні мережі – поняття, сутність, значення.

З розвитком мережі Інтернет стало можливим різноманітно використовувати всі його досягнення. Одним із таких проявів стали соціальні мережі, які сьогодні набули статусу невід’ємного атрибута нашого життя. Соціальні мережі стали невід’ємною частиною сучасної людини. Комунікація, задоволення інформаційних потреб та пошук друзів, шерінг новин, прослуховування музики та подкастів, перегляд відео та фотографій. Важко уявити, що раніше люди могли обходитися без профілю в соцмережі. Історія їхнього виникнення та розвитку, перспективи функціонування цієї нової форми комунікації все більше стають одним із найважливіших напрямів дослідження [12].

Вивчення та аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про багатогранність і комплексність поняття «інформаційної глобалізації». У працях дослідників розглянуто сутність, зміст і функції соціальних мереж та визначено їх роль у формуванні відносин між державою і суспільством. Цим питанням займалися С. Алексеєва, В. Бабкіна, Б. Барбера, Д. Гергена, Б. Гершунського, М. Голованя, М. Жалдака, О. Желюка, С. Коноплицького,

А. Ковальчука, О. Ляшенко, П. Маланюка, Д. Моріс, В. Моїсеїва, Б. Потянника, В. Різун, Т. Фісенко, О. Холода, В. Шепеля, В. Щербини та інші. Аналіз соціальних мереж за Дж. Морено було сформульовано як ключовий прийом у соціальних дослідженнях. Вперше поняття «соціальна мережа» виникає та застосовується у класичній сучасній соціальній філософії, наприклад у працях Г. Зіммеля. В свою чергу А. Бейвлас одним із перших представив теоретико-методологічні основи функціонування різних типів соціальних мереж [13].

Соціальні мережі – це соціальні структури, створені окремими особами або організаціями. В мережі Інтернет соціальні мережі схожі на веб-сайти, де користувачі можуть створювати особисті сторінки та спільноти, щоб спілкуватися та поширювати інформацію серед багатьох людей. Більше половини користувачів Інтернету зареєстровані хоча б в одній із соціальних мереж, які демонструють їх затребуваність. Тому використання їх для просування бібліотек є розумним рішенням для пошуку нових читачів і підтримання зв'язку з наявними користувачами послуг бібліотек [10].

За останнє десятиліття соціальні мережі настільки тісно переплелись з усіма сферами людського життя, що важко уявити будь-яку діяльність без застосування можливостей мережі Інтернет і соціальних спільнот. Тому з'явилась потреба в їх класифікації за призначенням (схема 1.2.1), за платформою (схема 1.2.2) та навіть почали складатись рейтинги за популярністю (схема 1.2.3).

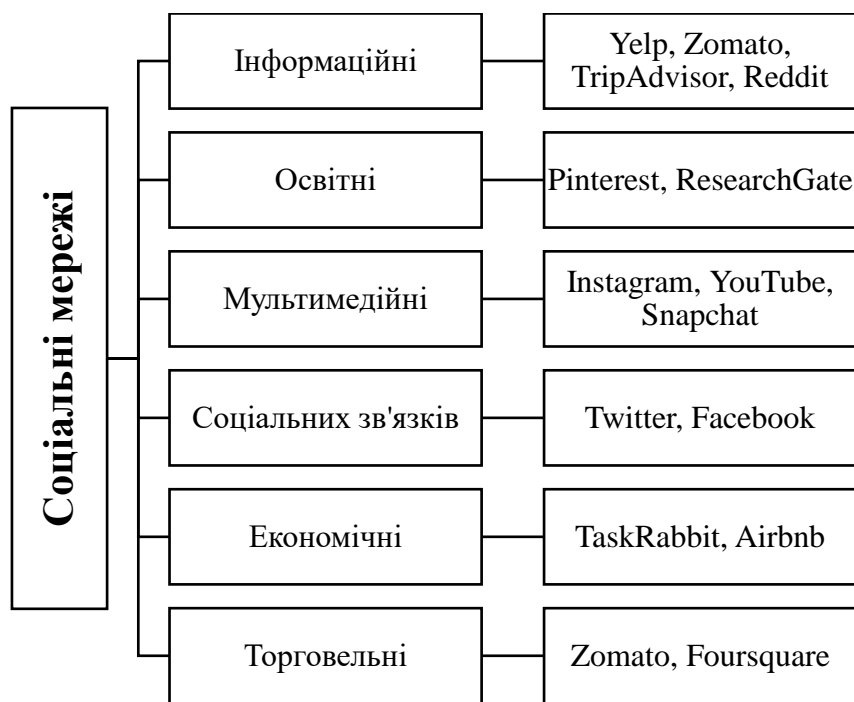


Схема 1.2.1 Класифікація соціальних мереж за призначенням

Класифікація за призначенням поділяє соціальні мережі на:

- інформаційні соціальні мережі, що інформують громади про новини та акції, вирішують повсякденні проблеми. Вони включають дискусійні форуми та соцмережі огляду споживачів, такі як Yelp, Zomato, TripAdvisor та Reddit;
- освітні соціальні мережі дозволяють студентам комунікувати. Деякі популярні приклади – Pinterest (певною мірою) та ResearchGate;
- мультимедійні та соціальні мережі обміну контентом дозволяють користувачам ділитися своїм унікальним контентом (статтями, фотографіями тощо) через блоги та публікації. Наприклад: Instagram, YouTube та Snapchat;
- мережі соціальних зв'язків дозволяють людям підтримувати зв'язок один з одним. Такі мережі, як Twitter і Facebook, об'єднують людей;
- платформи, що базуються на роботі, включають економічні платформи (TaskRabbit, Airbnb) та платформи огляду споживачів. Люди можуть шукати інформацію про бренди, продукти та послуги, а також здійснювати покупки;

– торговельні мережі дозволяють користувачам робити покупки в Інтернеті (Zomato, Foursquare).



Схема 1.2.2 Класифікація соціальних мереж за платформами

Класифікація за платформою:

– до веб-мереж можна отримати доступ лише з настільних комп'ютерів. Facebook, YouTube та Twitter – одні з найпопулярніших соціальних мереж сьогодні, які на момент запуску розраховувались виключно як комп'ютерні соціальні мережі;

– гібридні мережі поєднують в собі Інтернет та мобільні можливості, і до них можна отримати доступ з будь-якого пристрою. Вони оптимізовані для мобільних пристроїв та мають мобільні додатки для iOS та Android. До таких соціальних мереж можна отримати доступ зі свого ноутбука, ПК, планшета, мобільного телефону чи будь-якого іншого пристрою. Слідуючи сучасним

тенденціям більшість розробників соціальних мереж намагаються оптимізувати свої платформи для всіх видів пристроїв;

– мобільні мережі – це програми, призначені для роботи на мобільних пристроях, таких як смартфони, планшети та смарт-годинники. Наприклад Snapchat.

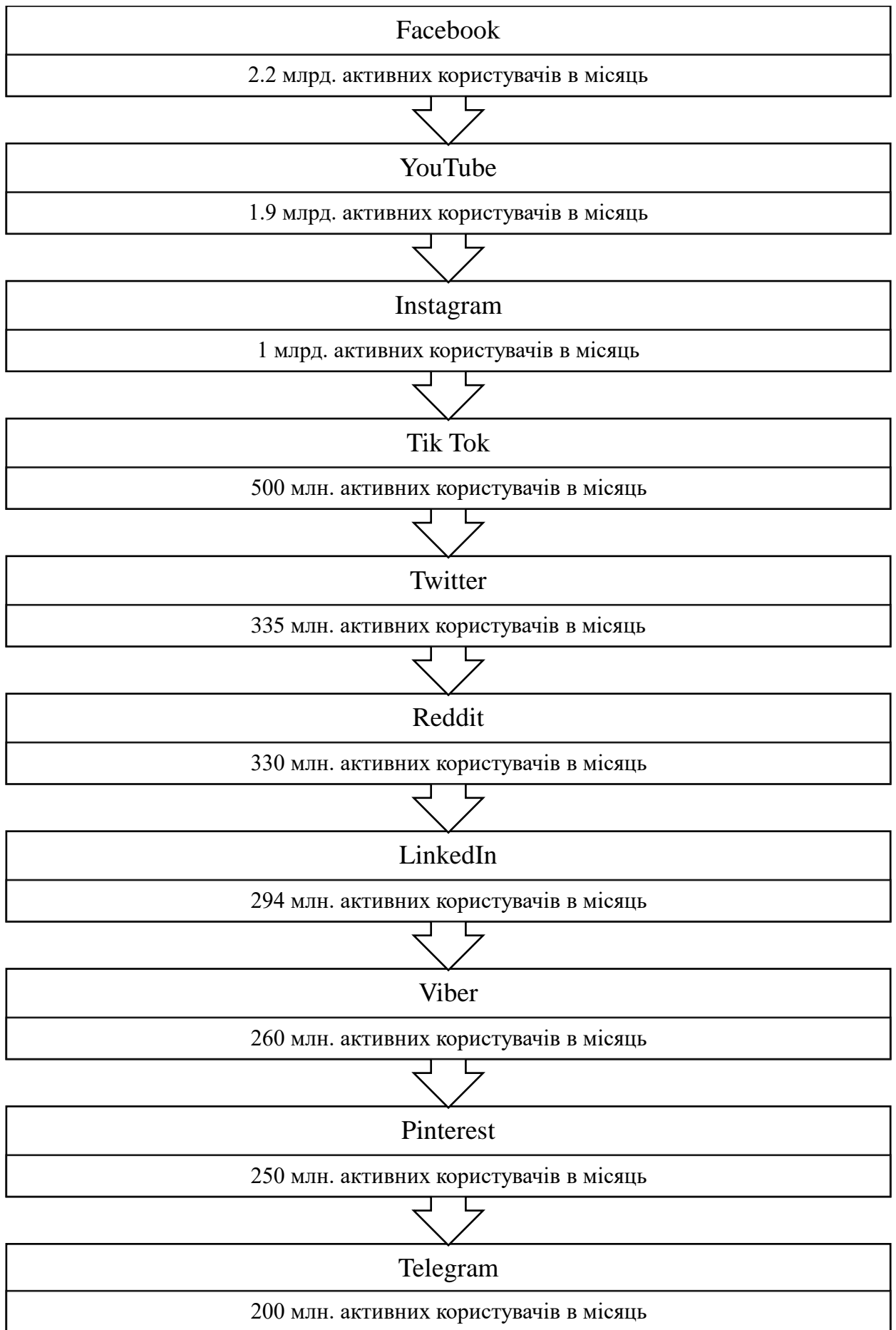


Схема 1.2.3 Рейтинг популярності соціальних мереж

Найпопулярніші соціальні мережі останніх років:

1. Facebook – 2.2 млрд. активних користувачів в місяць

Facebook є найбільшим сайтом соціальних медіа, яким щомісяця користуються більше двох мільярдів людей. Це майже третина населення світу. Існує більше 65 мільйонів організацій, зокрема бібліотечних установ, які використовують сторінки Facebook, і більше шести мільйонів рекламодавців активно рекламують свій бізнес.

Facebook – одна з найлегших для використання соціальних мереж, оскільки майже всі форми змісту працюють чудово: тексти, зображення, відео, прямі трансляції та історії. Однак, варто зауважити, що алгоритм Facebook сам визначає пріоритет вмісту, й віддає перевагу контенту, який викликає розмови та значущі взаємодії між людьми. Тому мати 5000 фолловерів своєї сторінки не означає, що хоча б мала їх частина зможе побачити будь-який пост. Контент та емоційна реакція людей на нього мають більше значення за кількість підписників.

Крім того, не варто забувати про оптимізацію вмісту публікацій для мобільних пристроїв, адже 94% користувачів Facebook отримують доступ до найпопулярнішої соціальної мережі через мобільний додаток. Також, нещодавно Facebook, навіть, отримав свою криптовалюту – Libra.

2. YouTube – 1.9 млрд. активних користувачів в місяць

YouTube – платформа для обміну відео, де користувачі щодня переглядають мільярд годин відео. Щоб розпочати роботу, можна створити власний канал установи в YouTube, куди можна завантажувати відео для підписників та інших користувачів соціальної мережі, з метою переглядів, лайків, коментарів та шерингу.

Крім того, що є другим за величиною сайтом соціальних медіа, YouTube (що належить Google) також часто відомий як друга за величиною пошукова система після Google.

3. Instagram – 1 млрд. активних користувачів в місяць

Популярність цієї соцмережі і додатку постійно росте.

Instagram – програма для обміну фото та відео в соціальних мережах. Вона дозволяє обмінюватися широким діапазоном вмісту, наприклад фотографіями, відео, історіями та відео в реальному часі. Він також запусив IGTV для відео з більш довгою тривалістю та додав функцію Reels для розширення власного відеоконтенту.

Організації можуть мати бізнес-профіль Instagram, який надасть доступ до аналітики профілю та повідомлень, а також можливість планувати дописи в Instagram, використовуючи інструменти третіх сторін.

4. Tik Tok – 500 млн. активних користувачів в місяць

Tik Tok (також відома як Douyin в Китаї) – це зростаюча соціальна мережа музичного відео. Найбільш скачуваний у світі додаток у першій чверті 2018 року, який перевищив Facebook, Instagram та інші програми соціальних медіа.

Користувачі можуть записувати відео до 15, 60 секунд, 3 та 5 хвилин, редагувати їх, додавати музику та спеціальні ефекти.

Хоча ця мережа спершу стала популярною в Азії, її використання активно поширилося на захід та стала затребуваною не лише серед персональних користувачів, а й серед різноманітного бізнесу, державних організацій та бібліотек зокрема.

5. Twitter – 335 млн. активних користувачів в місяць

Twitter – сайт соціальних медіа для новин, розваг, спорту, політики та багато іншого. Те, що робить Twitter інакшим від більшості інших веб-сайтів соціальних медіа, полягає в тому, що він наголошує на інформації в реальному часі – те, що відбувається зараз.

Ще однією унікальною особливістю Twitter є те, що він дозволяє лише 280 символів у твітті (140 для японських, корейських та китайських), на відміну від більшості соціальних медіа-сайтів, які мають набагато більшу кількість знаків для одного повідомлення.

Twitter також часто використовується як канал обслуговування користувачів. За словами рекламодавців та аналітиків у Twitter, більше ніж на

80% запитів на обслуговування соціальних клієнтів відбуваються саме в цій мережі.

6. Reddit – 330 млн. активних користувачів в місяць

Reddit, також відомий як головна сторінка Інтернету, є платформою, на якій користувачі можуть надсилати запитання, посилання та зображення, обговорювати їх і проголосувати за них.

Існують субредіти, тобто спеціальні форуми, для обговорення майже всього, що існує.

7. LinkedIn – 294 млн. активних користувачів в місяць

LinkedIn тепер більше, ніж просто резюме і сайт пошуку роботи. Ця соціальна мережа перетворилася на професійний сайт соціальних медіа, де експерти обмінюються вмістом і створюють свій особистий бренд. Він також став місцем для бізнесу, щоб встановити своє лідерство і авторитет у своїй індустрії та залучити талантів до своєї компанії.

8. Viber – 260 млн. активних користувачів в місяць

На перший погляд, Viber дуже схожий на основні програми для соціальних повідомлень, такі як WhatsApp і Messenger. Це дозволяє користувачам надсилати повідомлення та мультимедійні файли, дзвонити, обмінюватися наклейками та GIF-файлами тощо.

Тим не менш, Viber представляє набагато більше можливостей для бізнесу та інших установ. В цій мережі є можливість купувати оголошення, рекламувати свій бренд через наліпки, залучати спільноту, відобразити продукцію і послуги в розділі покупок і надавати послуги користувачам.

9. Pinterest – 250 млн. активних користувачів в місяць

Pinterest – це мережа яка використовується, щоб відкривати нові речі і бути натхненними, на відміну від більшості соціальних медіа-сайтів, на яких основна увага приділяється залученню. За даними Pinterest, 78 відсотків користувачів вважають, що вміст у Pinterest від брендів та організацій є корисним, що свідчить про набагато вищі показники зацікавленості, ніж на інших сайтах.

Оскільки користувачі Pinterest хочуть бути натхненними, щоб спробувати або купити нові речі, наявність установ на сайті Pinterest може допомогти розкрити будь-яку діяльність в тому числі і бібліотечний контент.

10. Telegram – 200 млн. активних користувачів в місяць

Telegram подібний до більшості програм соціальних повідомлень і часто відомий як безпечна програма для обміну повідомленнями. Проте, останнім часом стали популярними спільноти, що створюються в цьому додатку. Ця мережа ще не стала так само звичною українським користувачам, однак має чималий потенціал для просування установ в ній.

В Україні найбільшою популярністю користуються сайти Facebook, Instagram, YouTube та Twitter. Крім того швидко набирають популярність Telegram та Tik Tok.

З появою нових форм спілкування та комунікування людей у суспільстві питання соціальних мереж є надзвичайно актуальним. У цій ситуації бібліотекам необхідно вдосконалювати свою діяльність відповідно до сучасних вимог. Соціальні мережі, як популярна частина сучасного інформаційного простору, можуть стати якісним інструментом для побудови зв'язків між бібліотечними установами та суспільством, а також платформою для спільних дій, задоволення інформаційних потреб та зворотного зв'язку. Таким чином, комунікація бібліотек та користувачів у соціальних мережах дає додаткові можливості для побудови ефективних каналів комунікації у суспільстві. Це, зокрема, створення співтовариств, груп, сторінок у соціальних мережах, де книгозбірні взаємодіють із користувачами та потенційними споживачами послуг. Створення блогів із представленням та обговоренням бібліотечних послуг, залучення користувачів до кращого регулювання – зворотній зв'язок у режимі реального часу, ознайомлення з чинним та новим законодавством у сферах культури та освіти; рекламування власного бренду сучасної бібліотеки; використання нових форм взаємодії з користувачами. З огляду на ці аспекти соціальні мережі є ефективним інструментом формування соціального розвитку України в сучасних умовах.

Висновки до розділу 1

Виникнення нового, особливого середовища існування людей вже призводить до змін архетипів і форм соціальної взаємодії. Подібні процеси вимагають коригування всієї практичної діяльності, пов'язаної з організацією та управлінням інформаційними ресурсами. Очевидним є те, що останнє можливе лише шляхом здійснення та подальшого вивчення цієї нової форми соціальної взаємодії у мережі Інтернет.

Пристосування до цифрової реальності передбачає визначення нових стратегій та тактик розвитку бібліотечної сфери, реалізація яких неможлива без розуміння та аналізу поняття цифрового простору, тенденцій їхнього впровадження та вибору технологій. Цифрова перспектива бібліотек має ґрунтуватися на особливостях нових форм спілкування, взаємодії, ідентичності, співпраці, конфігурації соціальних мереж, віртуальних спільнот, інноваційних кампаній, політичних стратегій, передових способів виробництва, зберігання та передачі інформації та знань. Актуальною є проблема вирішення проблематики дуалізму, подолання «опозиції» та протиставлення діджитальної та традиційної бібліотечної діяльності.

Отже, можна зробити висновок, що повинно бути краще розуміння цифрового медіапростору, щоб бібліотеки могли адаптуватися в цифровому форматі, впроваджувати інновації, оптимізувати та передбачати майбутній успіх; необхідна цифрова «доступність» технологій, користувачів, сегментів інформаційного ринку тощо. Все більш актуальним стає інтерактивне спілкування бібліотек з різними учасниками інформаційного суспільства на різних каналах комунікації. Усе це можливо завдяки використанню соціально-комунікаційних технологій, які є інструментом орієнтації бібліотеки як соціальної системи на самоорганізацію та самовдосконалення, інструментом її подальшого розвитку в динаміці інформаційного суспільства. Використання соціально-комунікаційних технологій гармонізує технологічний та соціальний розвиток бібліотек, оновлює, визначає оптимальні соціальні практики, виявляє

та розкриває приховані резерви та свідомо створює інноваційні життєві механізми для оптимальних соціальних результатів та процесів.

Тобто, адаптація бібліотек до нових форм комунікації в соціальних мережах вже активно почалась і є інноваційним напрямком у розвитку бібліотечної сфери. Перші кроки в цьому напрямку свідчать про те, що активне використання віртуальних носіїв у бібліотеках дає нові інструменти для організації та управління інформацією, уможлиблює доступ до неї, стимулює подальший розвиток бібліотечних установ та сфери в цілому, створює якісно нові взаємодії з користувачами.

РОЗДІЛ 2. РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛІОТЕК

2.1. Сучасний рівень ресурсних можливостей соціальних мереж бібліотек

Сьогодні бібліотеки виступають основним джерелом інформації для користувачів, однак тим не менш постійно перебувають у жорсткій конкуренції, а тому мусять знаходити шляхи поширення та просування науково-технічних знань. За словами Л. Савицької, перед бібліотекарями стоїть завдання вийти на новий рівень інформаційного обслуговування через якісні зміни в усіх сферах життя [35].

На фоні глибокої інтеграції української спільноти в міжнародні соціальні медіа вітчизняні бібліотеки почали використовувати соціальні мережі як канали неформального спілкування та способи стимулювання розвитку професійної сфери, які можуть бути представлені в різних формах:

- спілкування з колегами;
- курси підвищення кваліфікації були реалізовані;
- охоплення ширшої аудиторії користувачів мережею (інформація про бібліотечні заходи, навчання чи навіть інформаційні послуги);
- інструмент бібліотечного маркетингу, сприяння поширенню бібліотечних новин, стимулювання маркетингу бібліотечних продуктів, послуг і проєктів;
- анонсування маркетингових заходів, програм та сервісів;
- служіння рекламною технологією та PR-засобом для книгозбірень, як творче доповнення до ідентично існуючих основних веб-сайтів бібліотек;
- альтернатива створенню веб-сайтів через більшу доступність (на відміну від веб-майстра та хоста).

Соціальне обслуговування розширює професійні взаємодії, заохочує пошук нових стилів і пріоритетів, творчу волю, ідеї для співпраці та їх впровадження в бібліотечну індустрію, формує позитивний імідж колекційних

книг, сприяє формуванню довіри між користувачами та іншими учасниками інформаційного суспільства, я стимул розвитку бібліотечних установ [22].

Згідно з проведеними дослідженнями, до фаворитів серед бібліотек України належать соціальні мережі Facebook та Instagram. Їх популярність дуже висока, вони надають користувачам зручний інтерфейс і пропонують достатню швидкість на платформах. Завдяки зручному інтерфейсу користувачі мають можливість змінювати свої профілі, користуватися миттєвими повідомленнями, переглядати власні повідомлення та дописи друзів у своїй стрічці новин та коментувати дописи і пости. Мережі пропонують безкоштовні послуги з просування власного бренду та можливості для спілкування з друзями та колегами.

Facebook та Instagram – мережі, які зосереджені на спілкуванні з друзями, групами людей, користувачами як займаються дослідженнями, колегами та родичами. Однак основним недоліком мереж є відсутність або низький ступінь цензури публікацій, що може призвести до неправдивих, образливих заяв на сторінці. Тому бібліотекам необхідно створювати більш посиленій адміністративний контроль за вмістом своїх сторінок у соціальних мережах.

Крім того, відеохостинг YouTube став дуже поширеним серед вітчизняних бібліотечних установ, оскільки він дозволяє завантажувати та обмінюватися відеофайлами або завантажувати їх на окремі веб-сайти (блоги, форуми) або розміщувати посилання в інших соціальних мережах.

Основна мета Twitter для бібліотек – інформувати користувачів про актуальні повідомлення про діяльність бібліотеки, а також спілкуватися з ними на цікаві теми. Для активного використання необхідна реєстрація [33].

Контент, що найчастіше розміщено на веб-сторінках українських бібліотек у соціальних мережах відображено у схемі 2.1.1.

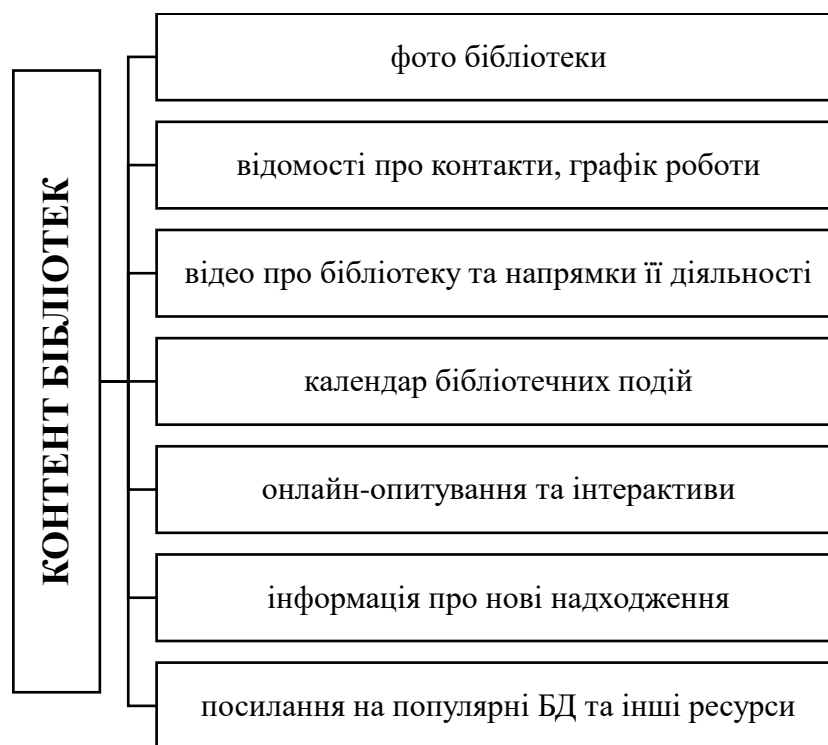


Схема 2.1.1 Контент-наповнення сторінок вітчизняних бібліотек у соціальних мережах

Залежно від інформаційного вмісту сторінки в соціальній мережі, вона може бути основною сферою взаємодії бібліотечної установи та користувачів (схема 2.1.2).



Схема 2.1.2 Шляхи взаємодії бібліотек і користувачів у соціальних мережах

Соціальні мережі надають можливість ставити вподобайки, репостити або поширювати новини та інші матеріали, розміщені в мережі Інтернет. Кількість лайків дозволяє оцінити релевантність новин серед користувачів, а розповсюдження новин ще більше розширює аудиторію тих, хто їх читає.

Тож бібліотечна спільнота у соціальних мережах представляє собою:

- платформу для спілкування бібліотекарів та працівників галузі;
- корпоративний ресурс з достатньою кількістю актуального і оновлювального тематичного контенту, оптимізованого для пошукових систем, що надає можливість постійно залучати нових користувачів;
- простір для донесення позиції бібліотек до аудиторії в неформальній формі;
- місце для тестування нових ідей, проєктів, інновацій тощо [20].

Тому можна дійти висновку, що використання різних соціальних мереж, які дозволяють бібліотекам дистанційно розширювати свої канали

спілкування з користувачами. Крім того, соціальні мережі дозволяють швидко інформувати про події в бібліотеці, здійснювати зворотний зв'язок, моніторинг громадської думки та аналіз ефективності, актуальності та важливості роботи бібліотечних працівників у різних сферах.

2.2. Особливості структури та наповнення Facebook та Instagram-сторінок провідних українських бібліотек

Сучасні стандарти створення якісних ІР задають бібліотечним установам нові вимоги, вектори роботи і диктують дотримання використання новітніх форм співпраці з користувачами, які ще не належали бібліотекам кілька років тому.

За словами В. Струнгар, активне використання соціальних мереж в бібліотеках дає змогу набути навичок у використанні нових інструментів для організації та управління інформацією, забезпечення доступу до неї, стимулюючи тим самим подальший розвиток бібліотечної діяльності та створення нової якісної комунікації з користувачами [41, с. 219]. З цього випливає, що соціальні мережі – це не лише спосіб чи засіб, який спрощує виконання завдань поставлених перед бібліотеками як соціальними закладами, а й важливий ресурс для обміну та отримання інформації, найкращий інструмент для охоплення користувачів бібліотеки, де вони можуть легко обмінюватися та отримувати інформацію [43].

Серед соціальних мереж пропонованих в Інтернеті, де представлені бібліотеки України різних рівнів, Facebook є однією з найпопулярніших соціальних мереж [31].

Facebook – це глобальна соціальна мережа, якою користуються люди по всьому світу. Головне завдання бібліотек у мережі Facebook – розповісти про свою діяльність чітко і яскраво, зацікавити та захопити читача, популяризувати літературу. Основним недоліком мережі є занижкий або повністю відсутня цензура в її публікаціях та коментарях, що може призвести до того, що на сторінках можуть з'являтися помилкові, образливі заяви. Тому

адміністраторам та модераторам бібліотечних сторінок в цій соціальній мережі варто встановити адміністративний контроль за вмістом власних дописів та коментарів користувачів [31].

Оскільки соціальна мережа Facebook є однією із соціальних мереж, якими користуються українські та зарубіжні бібліотеки, науковцями в бібліотечній галузі вже було досліджено можливості та перспективи цієї мережі як платформи для наукового спілкування між фаховими бібліотеками. З цією метою можна спиратись на досвід використання бібліотеки Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка для побудови дослідницької комунікації із соціальної мережі Facebook, яка, за словами В. Струнгар, має найбільший відсоток використання соціальних мереж для цієї мети [42].

Представництва бібліотек у соціальній мережі Facebook проводять інформаційну кампанію про загальні наукові, культурні та освітні заходи, що проводяться на базі бібліотеки:

- про планування віртуальних виставок для різноманітних заходів;
- нове обладнання для літератури та дарування бібліотеці;
- заходи під егідою провідних національних бібліотек та інших структурних підрозділів;
- проведення вебінарів про можливості науко-метричної бази даних Web of Science та інших проєктів, що реалізуються в Україні;
- функціонування електронних ресурсів бібліотеки та статистики їх використання тощо.

Сьогодні Facebook є одним з найважливіших каналів втілення ресурсних можливостей бібліотеки для реклами її діяльності та послуг. Крім того, соціальні мережі є найдешевшим видом PR і найзручнішим, оскільки такі важливі інструменти, як комп'ютерне робоче місце та доступ до Інтернету, є сьогодні в усіх бібліотеках.

Так, наприклад, інформація, опублікована онлайн-кабінетом бібліотеки Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка,

носить узагальнений характер, проте водночас для дослідників соціальної комунікації, насамперед – книгознавців, бібліотекарів, документологів, визначено низку опублікованих постів, які становлять собою вторинну науково-технічну інформація, що є результатом аналітичної та синтетичної обробки науково-технічної інформації – «будь-яка інформація та/або дані про вітчизняні та зарубіжні результати в науці, техніці та виробництві, досягнуті науково-дослідницькою, дослідно-конструкторською, проєктно-технічною, виробничою та громадською діяльністю, які зберігаються на матеріальних носіях або відображатися в електронному вигляді» [16].

Особливу увагу бібліотекам варто звернути, якщо вони прагнуть бути передовими ресурсами доступу до інформації, на улюблені соціальні мережі молоді, наприклад, Instagram.

Наразі, соціальна мережа Instagram поза конкуренцією. Позаяк ця соціальна мережа повністю відповідає потребам сучасного користувача: мінімум тексту, максимум зображень. Має також важливі переваги: велика молодіжна аудиторія, візуалізація інформаційних повідомлень та застосування принципу скорочення мислення до сучасного мінімуму, створення конкретного інформаційного повідомлення для певної мети, можливість наповнення мультимедійними елементами, тематичний розподіл контенту, активні посилання на інші профілі та ресурси. Завдяки синтезу всіх цих критеріїв користуватись цією мережею дуже просто, а кількість підписників зростатиме дуже швидко [44].

Наукове дослідження Л. Поперечної розкриває великий крок у створенні бібліотекою «віртуального» представництва в мережі Інтернеті. Дослідження [14, 32] 2019-2021 років стали своєрідним проривом у розвитку соціальної мережі Instagram. У той час як користувачі соціальної мережі Facebook структурно змінюються, шляхом збільшення середнього віку користувачів, соціальна мережа Instagram пов'язує свою цільову групу з молодшими людьми, віком 14-25 років, у яких, графічний контент мережі буде залучати більшу увагу. До того ж інші дослідження [15] показують, що перевагою

реклами в соціальній мережі Instagram є висока активність користувачів. Кліки оголошень у 2,5 рази активніші, ніж у Facebook. Користувачі більш лояльні до реклами, ніж аудиторія Facebook. А технічна можливість дає можливість використовувати бази даних, зібрані соціальною мережею Facebook, для рекламних кампаній.

Так, для прикладу можна проаналізувати сторінку у соціальній мережі Instagram Тернопільської обласної бібліотеки для молоді. Яка проілюструє і допоможе відзначити позитивні і негативні характеристики мережі для використання бібліотечними установами (схема 2.2).



Схема 2.2 Аналіз контенту Instagram сторінки
Тернопільської обласної бібліотеки для молоді [45]

Одним з ключових елементів ведення сторінки бібліотеки в Instagram є її візуальний контент: фотографії, зроблені якісно та професійно. Цікавість користувачів найчастіше викликають пізнавальні пости, як «Книги, які змінюють життя» та «Кращі книги, які повинен перечитати кожен підліток» і т.ін.

Бібліотеки також активно розвивають Instagram, який «може бути ефективним для швидкого розміщення інформації про події в бібліотеці» [9]. Присутність і висловлювання бібліотек в соціальних мережах також є фактором і засобом реклами для покращення спілкування у віртуальному середовищі [36].

Інфографіка – наразі стає новим жанром віртуальних бібліотечних продуктів і послуг. Деякі бібліотеки навіть виділяють цілу рубрику для подібної інформації, даючи назву розділу «Візуальний аналіз». В ній міститься візуальне та графічне представлення інформації стосовно діяльності установи.

Свої сторінки в мережі Instagram також мають Національна бібліотека ім. М. Максимовича, Науково-технічна бібліотека НТУУ «КПІ», Бібліотека НаУКМА, Бібліотека ХНАМГ, Херсонська обласна бібліотека для дітей ім. Дніпрової Чайки та багато інших.

У середньому сторінки бібліотек мають близько 500 читачів, а контент цих профілів переважно розважальний. Цікавим є профіль Вінницької обласної універсальної наукової бібліотеки ім. К. А. Тімірязєва. Сторінка сучасна, всі фото зроблені в одному стилі, гарної якості. Більшість дописів є рекомендаціями щодо літератури.

Отже, останнім часом серед українських книгозбірень набули популярності нові медіа, більшість дослідників вважають це явище ефективним способом популяризації бібліотеки. Щоб розвивати та привертати увагу до власного контенту, слід зазначити, що сучасні медіа-практики надзвичайно привабливі.

Зокрема, ми можемо стежити за привабливістю постів із фотографіями та відео, інфографікою, мемами чи gif-анімацією. Візуальне представлення інформації особливо важливе для молодих людей, які мають гаджети та технології, якими вони активно користуються щодня. Сучасні пристрої оснащені відповідними програмами для створення та поширення такого контенту. Саме розвиток нових технологій вивело цей вид медіа-практики на

новий рівень і зробив його незамінним у роботі соціальних мереж, особливо у сфері передачі візуальних даних.

Висновки до розділу 2.

Віртуальні мережі не лише інтерпретують реальність, а й формують її, породжуючи нові канали комунікації. Інтернет простір сприяє віртуалізації інформаційних продуктів та покращує соціально-комунікаційну діяльність бібліотек. Завдяки використанню маркетингових технологій у соціальних мережах бібліотеки функціонують як агентства соціальної комунікації та як комунікаційні суб'єкти у соціальному просторі. Бібліотеки стали лідерами нової культури – віртуального спілкування, віртуального читання, віртуального спілкування та пізнання. А соціальні мережі також сприяють формуванню нового та насиченого іміджу бібліотеки, відповідного тенденціям та трендам інформаційного поля суспільства.

У житті сучасної молодої людини можливості отримання інформації постійно збільшуються, цьому сприяють різноманітні технологічні засоби. Аналіз дослідження нових ресурсних можливостей бібліотек з використанням соціальних мереж базується на таких критеріях: наявність соціальних мереж Instagram, Facebook та Twitter, загальна кількість читачів та активність у публікаціях, частота оновлення інформації, активне використання медіа-практик та створення власного контенту.

У ході дослідження діяльності українських бібліотечних установ було досліджено сторінки в соцмережах, тематика постів, кількість читачів, частота публікацій, зміст, методи залучення нових користувачів та підтвердження їх ефективності.

Існування бібліотек в нових медіа залежить від мети та завдання самих закладів та їхнього бажання мати сучасну платформу для онлайн-спілкування з користувачами. Було визначено, що як на популярність сайтів соціальних мереж, так і на їх зростання читачів впливає частота оновлення новин і створення оригінального та цікавого контенту. Активне використання нових

засобів масової інформації у своїй роботі не лише дає інформацію про їхню діяльність, популяризує книги, дає можливість залучити молодь до бібліотеки.

Отже, створення ефективної віртуальної платформи для бібліотечної спільноти мобілізує всю сферу бібліотечної діяльності та спрямовує її на розвиток нової системи професійних цінностей, нових критеріїв компетентості та інноваційного розвитку. Таким чином, бібліотечна спільнота в соціальних мережах – це платформа для спілкування бібліотекарів, а також ресурсі можливості закладу, що надають достатню кількість оптимізованого для пошукових систем тематичного контенту, що дозволяє постійно залучати нових учасників. Соціальні мережі надають можливість донести позиціонування бібліотеки у громадськості, шляхом неформальних каналів, а ще це місце для тестування нових ідей, проєктів, інновацій тощо.

РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ КОНТЕНТУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НАЦІОНАЛЬНОГО СЕГМЕНТУ БІБЛІОТЕК

3.1. Соціальні мережі в діяльності обласних бібліотек м. Миколаєва

Розвиток сучасних інформаційних технологій сприяє появі нових тенденцій у комунікаціях між людьми. Інтернет став найвпливовішим джерелом отримання інформації. Усі події, які відбуваються у суспільстві сьогодні повністю відображені у віртуальній реальності. Саме цей канал формує перше враження про територію (країну, регіон, місто) та поширює ці асоціації і образи серед реципієнтів. За сучасних умов все більшої популярності по всьому світові набувають соціальні мережі [37].

Першою соціальною мережею вважається створений у 1995 р. у США портал Classmates.com. Офіційним початком буму соціальних мереж прийнято вважати 2003-2004 рр., коли були запущені MySpace та Facebook, найбільш популярною з яких згодом стала Facebook. Не менш популярним у світі є сервіс мікроблогів Twitter. Соціальні мережі набувають щороку більшої популярності. За дослідженням провідної американської публічної соціологічної маркетингової компанії Нільсен (Nielsen Holdings N.V), у соціальних мережах та блогах щодня знаходяться 66,8% користувачів Інтернету. Найбільш активними є підлітки та молодь, останнім часом зростає й такий сегмент, як дорослі, в основному у віці 35-55 років [39].

Упродовж 2008 року в світі відбувся бум використання сайтів соціальних мереж. Багато бібліотек відкрило свої сторінки у MySpace, Second Life, Facebook та ін., для того щоб увійти в тісніший контакт зі своїми користувачами і запропонувати свої послуги. Вибір соціальних мереж на сьогоднішній день достатньо великий, проте організувати присутність установи у кожній з них є нереальним завданням. Основним критерієм для обрання соціальної мережі стає факт максимальної концентрації на ній потенційних та реальних користувачів організації. Маркетологи попереджають також, що вихід установи у соціальну мережу позбавлений

сенсу, якщо вона ще немає власного сайту. Відсутність сайту у віртуальному світі сьогодні рівноцінна відсутності установи у світі реальному [30].

Використання соціальних мереж бібліотеками зумовлена тим, що вони надають можливість: збільшити ареал впливу своїх установ на населення; презентувати нові матеріали швидко та легко; розвиток інформаційних послуг; поєднання стаціонарного обслуговування з дистанційним; створити позитивний імідж бібліотеки та її діяльності; висвітлити життя установи; підвищити рівень інформаційного обслуговування.

Соціальні мережі відрізняються одна від одної складом аудиторії та можливостями просування. Сьогодні основне призначення веб-ресурсу бібліотеки – слугувати джерелом інформації, а призначення соціальної мережі – інтерактивне спілкування бібліотекаря з читачами та колегами.

Серед вітчизняних авторів роботи яких присвячено питанню використання соціальних мереж в діяльності бібліотек є А. Бондар [37], О. Соцков [39], М. Назаровець [30], О. Кафтан, О. Белодед [38].

Об'єктом нашого дослідження на регіональному рівні – соціальні мережі Миколаївської обласної універсальної наукової бібліотеки [27, 28], Миколаївської обласної бібліотеки для юнацтва [26], Миколаївської обласної бібліотеки для дітей ім. В. Лягіна [24, 25].

Параметри для моніторингового дослідження: головна сторінка бібліотеки: інформація (адрес, карта, контакти, посилання на веб-сайт, фото), контент сторінки (кількість постів; актуальність постів; фото-відео наповнення; активність на сторінці (кількість підписників сторінки; кількість переглядів відео; кількість лайків постів; кількість поширень постів).

Основна ціль використання соціальних мереж у роботі бібліотек постає в налагодженні зв'язку з користувачами та створення позитивного іміджу установи через її онлайн сторінку. Головна сторінка дає розуміння, чим займається установа та відповідає на основні питання нових відвідувачів, а саме: де знаходиться бібліотека, як вона виглядає, яке її призначення. Далі

слідують основна стрічка новин, де публікується інформація про нові надходження та влаштовуються опитування.

Акаунт Миколаївської обласної універсальної наукової бібліотеки бере свій початок у мережі Instagram [27] з 12 травня 2021 року, кількість фоловерів станом на 11 листопада 2021 р. складається досить небагато, а саме 83. У своїх публікаціях використовують також українську мову, публікуються пости та оновлюється актуальна інформація. Сторінка у соціальній мережі Facebook [28] була створена 13 серпня 2015 року., кількість фоловерів станом на 11 листопада 2021 р. – 1339.

Бібліотека має власні хештеги та теми для постів, котрі активно використовуються при публікації інформації. Виходячи з аналізу сторінок можна виділити основні, а саме: Хештеги: «бібліотека», «книги», «топ_7_книг_на_тиждень». Теми публікацій: святкування визначної дати підбірка книжок, оголошення та опитування, відеосюжети та фоторепортажі з бібліотеки, новини бібліотек, заохочення до участі у масових заходах, конкурси.

Сторінки Миколаївської обласної бібліотеки для юнацтва у соціальній мережі Instagram нажалі немає, а сторінка у мережі Facebook ведеться дуже активно. Акаунт у соціальній мережі Facebook [26] було створено 22 липня 2013 року, кількість фоловерів станом на 11 листопада 2021 р. складається із 577 людей. Теми для постів досить різні, здебільшого рекомендації літератури та освітлення визначних дат для сфери бібліографознавства. Публікація результатів проведення урочистих заходів, конференцій та тренінгів. Також постійно публікуються актуальні новини з життя бібліотеки та її працівників.

Сторінка Миколаївської обласної бібліотеки для дітей ім. Лягіна у соціальній мережі Instagram [24] була створена 27 листопада 2017 року, кількість фоловерів станом на 11 листопада 2021 р. – 829. У своїх публікаціях використовують українську мову, публікуються пости та оновлюється актуальна інформація. Акаунт у соціальній мережі Facebook [25] був створений 22 липня 2013 року., кількість фоловерів станом на 11 листопада

2021 р. складається – 2830. Сторінки мають унікальний стиль написання постів та власні теми для публікацій, а саме – Арт гурманіка та картинки на тему креативу в архітектурі.

Проведено дослідження уможливило такі висновки: соцмережа для бібліотеки – це додатковий ресурс для бібліотеки; платформа для реалізації бібліотечних проєктів; можливість заявити про себе; можливість безпосередньо спілкуватися з колегами, читачами, дізнаватися про їх думку, побажання, зауваження; можливість інформувати про діяльність бібліотеки; інструмент маркетингових досліджень (додаток Б) [4].

3.2. Сторінки в соціальних мережах бібліотек м. Миколаєва як складова концепції «Чотири простори бібліотеки»

Бібліотечна спільнота долучилася до процесу впровадження сучасних інформаційних технологій. Успіхи інформаційних технологій диктують умови розвитку бібліотек та вимоги цих установ у суспільстві. Використання соціальних мереж у бібліотечній роботі, створення авторських нотаток та підвищення активності персоналу за допомогою тренінгів та курсів з медіаграмотності є ключем до розширення книжкової колекції та залучення нових користувачів.

У Данії модель поєднання чотирьох просторів бібліотеки була розроблена, як інноваційна, резонансна концепція в 2010 році дослідниками Королівської школи бібліотекознавства та інформаційних наук Dorte Skot-Hansen, Casper Hvenegaard Rasmussen та Henrik Jochumsen (Копенгаген, Данія). Ця концепція включає в себе наступні складові:

- простір навчання;
- простір досвіду;
- простір зустрічей;
- простір подій.

Проєкт трансформації бібліотеки «Чотири бібліотечні простори: модель інноваційної поведінки» стартував у червні 2020 р. Ініціаторами його

реалізації виступила Українська бібліотечна асоціація за фінансової підтримки Українського культурного фонду [48].

Переосмислення медіа-простору бібліотечних установ та їх важливої ролі у формуванні інформаційного суспільства знайшли відображення в роботах провідних українських дослідників: О. В. Воскобойнікової-Гузевої [6], В. М. Горового [8], І. О. Давидової [11], О. Ю. Мар'їної [18], К. В. Лобузїної [17] та ін. З метою з'ясування особливостей співпраці бібліотек з новими медіа були розглянуті важливі доробки та аналітичні дані цих вчених.

Однією з провідних сучасних тенденцій в освіті є універсальне навчання, яке дозволяє навчатися в будь-якому місці і в будь-який час, коли це влаштовує студентів. Тому, як неформальні навчальні заклади, бібліотеки при проектуванні «простору навчання» мають звернути увагу на створення приємного віртуального середовища. У своїх рамках бібліотеки організують та надають користувачам послуги дистанційного навчання та створюють умови для дистанційного навчання. Це стало ще більш актуальним після пандемії Covid-19.

Невід'ємною частиною простору віртуальної бібліотеки є веб-сайти, блоги та наявність сторінок в соціальних мережах. Профілі бібліотек у соціальних мережах представлені оригінальними дописами, фотографіями, відео- та аудіофайлами, прес-релізами, репостами та, меншою мірою, дискусіями.

Бібліотеки успішно працюють над створенням віртуального бібліотечного середовища з використанням соціальних мереж різних форматів, таких як Facebook, YouTube, Instagram, Twitter тощо, які містять як текстовий, так і графічний контент. У бібліотеках певних типів і жанрів тематика контенту різна:

- фото та відео подій;
- анонси та звіти про події;
- віртуальні виставки;

- презентації;
- анотації до книг, рекомендованих до читання;
- цифрові копії документів [36].

У рамках впровадження у бібліотеках «простору навчання» організовується доступ до низки інформаційних ресурсів на їхніх веб-сайтах та сторінках соціальних мереж. Проєкт здійснюється через ЕК, цифрову бібліотеку та зовнішні електронні джерела. В соціальних мережах також розвиваються рубрики: віртуальна допомога, ЕДД, електронні методи замовлення, міжбібліотечний абонемент, зв'язок з адміністраторами бібліотечних сторінок з різних питань індивідуального характеру, групова та індивідуальна робота тощо.

Бібліотеки ведуть загальні або спеціальні, присвячені окремим темам або орієнтовані на конкретну аудиторію, блоги, сторінки та групи в соціальних мережах, таких як Facebook, Instagram, Telegram, YouTube та інших. Ці ресурси надають корисну інформацію, яка може бути використана бібліотекарями для навчальної діяльності та користувачами для організації самостійного навчання. Яскравим прикладом є канал у YouTube Миколаївської обласної бібліотеки для дітей ім. В. О. Лягіна (<https://www.youtube.com/channel/UCYOZeW2m9uCDeQaiIAh53ww>) [23] або їхня сторінка у Pinterest (https://www.pinterest.com/golenko/_saved/) [29].

Бібліотеки також можуть розповсюджувати інформацію про педагогічну та освітню діяльність, що проводиться в закладі, оприлюднювати свої викладацькі пропозиції та ділитися інформацією про роботу курсів, гуртків і клубів. Через блоги, сторінки та групи в соціальних мережах бібліотека створює спільноти, зацікавлені в навчанні в певній сфері. Члени цих спільнот можуть не тільки отримувати інформацію з бібліотеки, а й спілкуватися та обмінюватися інформацією один з одним. Наприклад, сторінка у Facebook Центральної міської бібліотеки для дітей ім. Ш. Кобера і В. Хоменка м. Миколаєва (<https://www.facebook.com/Bibliotekashura2017/>) [3].

Варто зазначити, що бібліотеки швидко зорієнтувались, організували та проводять на постійній основі низку цікавих та актуальних онлайн-подій від початку карантину. Подкасти, вебінари, відео з подій, лекції на YouTube-каналах бібліотеки, флешмоби та челенджі в соцмережах, відеоогляди та віртуальні виставки – це далеко не повний перелік того, як працює бібліотека в новому середовищі.

Надзвичайно плідно і креативно працювала під час карантину Центральна міська бібліотека ім. М.Л. Кропивницького м. Миколаєва на своїх сторінках в Instagram (<https://www.instagram.com/kropyvnytskyilibrary/>) [1] та YouTube (https://www.youtube.com/channel/UC0y3LE1sYcLQJCwq5F5uRBw?view_as=subscriber) [2]. Неабиякою подією стала низка зустрічей «Book-клуб #КнигоLove» присвячена зимово-весняним святкам в яких взяли бібліотекарі та користувачі з усіх куточків Миколаївщини. Кожен онлайн-захід відкривав якусь грань роботи бібліотеки та знайомив користувачів з новинками літератури. Крім того філіали бібліотечної системи на своїх сторінках у Facebook організують марафон цікавих та пізнавальних зустрічей.

Миколаївська обласна бібліотека для дітей ім. В. О. Лягіна святкувала в прямому етері свої бібліотечні ювілеї (<https://cutt.ly/8GVNeNx>) [40]. І хоч урочисті події розгортались онлайн – вони зібрали сотні користувачів і друзів бібліотеки.

Реалізація проекту «Чотири простори бібліотеки» змістовно відображає різноманіття інтересів користувачів, а також громад та членів спільноти. При розробці цієї моделі застосовувався принцип «мислити глобально – діяти локально», а також творчо використано зарубіжні та українські практики, найкращий бібліотечний досвід та історії успіху. В результаті була створена своєрідна інноваційна мозаїка [48].

Якісно новими і інноваційними можливостями розвитку бібліотек Миколаївщини є ініціація нових інформаційних розробок, спрямованих на

створення якісних інформаційних продуктів із застосуванням новітніх інформаційних процедур і технологій.

Висновки до розділу 3.

Таким чином, аналіз сторінок в соціальних мережах бібліотечних установ м. Миколаєва для підтримання позитивної репутації бібліотек показує, що кожен пост, заголовок та мультимедійний елемент на сторінках повинен створювати привабливе враження про бібліотечну установу. Створення та заповнення профілів у соціальних мережах – це комплексне завдання аналізу інформації, яке дає змогу відбирати, систематизувати та поширювати інформацію для підготовки та зберігання повідомлень, календарів, сертифікатів та вільного доступу до повних текстів та популяризації іншої діяльності бібліотеки. Крім того, представництво бібліотек у соціальних мережах для інтернет-користувачів є потужною платформою, інформаційним центром взаємодії.

До поширення контенту для користувачів соціальних мереж бібліотеки підходять відповідально, постійно знаходячи нові форми взаємодії з користувачами та оновлюючи інформацію на всіх сторінках використовуваних мереж. Користувачів запрошують відвідувати тематичні виставки, конференції, постійно інформують про новинки літератури та залучають до користування інформаційними ресурсами.

Аналізуючи сторінки в соціальних мережах вищезгаданих бібліотек міста та області Миколаєва, можна з упевненістю сказати, що бібліотеки знайшли хороший шлях для популяризації діяльності, прискорення та покращення інформаційного обслуговування користувачів. Крім того, вони змогли залучити відвідувачів на свої сторінки новими функціями та сервісами, що спонукало їх використовувати ресурси бібліотеки віддалено.

Основне завдання бібліотекарів у майбутньому – постійне оновлення контенту та вдосконалення структури та можливостей профілів соцмереж. Це один із векторів тісної співпраці з релевантною аудиторією користувачів, а

також спосіб спонукати молодь використовувати більше інформаційних ресурсів у бібліотеках для підвищення свого культурно-освітнього рівня.

Крім практичної місії бібліотечних спеціалістів, необхідно поглибити дослідження організації бібліотечних профілів у соціальних мережах та надати рекомендації, що враховують передовий досвід та сприяють їх застосуванню в інших бібліотеках.

ВИСНОВОК

Дослідження було проведено для виявлення рівня діджиталізації та глобалізації світової спільноти, реформування соціальної сфери, реорганізації освіти, науки, культури та пізнавальної діяльності, розбудови інформаційного потенціалу, інтеграції бібліотечних ресурсів, гарантії новітніх процесів, повного та оперативного отримання високоякісної інформації та використання бібліотечних ресурсів.

Вирішення завдань кваліфікаційної роботи бакалавра дозволило зробити наступні висновки:

1) У сучасній науковій дослідженні приділяється дедалі більша увага питанню використання соціальних мереж бібліотеками як інструменту інформаційно-аналітичної роботи та просування бібліотек в сучасному інформаційному просторі. Теоретичним підґрунтям нових підходів до вивчення теми стали праці А. Бондар, О. Соцков, М. Назаровець, О. Кафтан, О. Белодед та інші. Аналіз соціальних мереж за Дж. Морено було сформульовано як ключовий прийом у соціальних дослідженнях. Вперше поняття «соціальна мережа» виникає та застосовується у класичній сучасній соціальній філософії, наприклад у працях Г. Зіммеля. В свою чергу А. Бейвлас одним із перших представив теоретико-методологічні основи функціонування різних типів соціальних мереж.

2) Феномен соціальних медіа є одним з найбільших макротрендів всесвітньої мережі. За даними досліджень за 2020 рік, соціальні платформи в усьому світі охоплюють від понад 80% активних інтернет-користувачів, а загальна кількість користувачів соціальних мереж зросла на 9% порівняно з 2019 роком.

Існують різні підходи до класифікації соціальних мереж. Одна з найважливіших класифікацій, що дає розуміння функціонування соціальних мереж в інформаційному просторі, це класифікація за призначенням, яка поділяє соціальні мережі на:

- інформаційні соціальні мережі;
- освітні соціальні мережі;
- мультимедійні та соціальні мережі обміну контентом;
- мережі соціальних зв'язків;
- платформи, що базуються на роботі, включають економічні платформи та платформи огляду споживачів;
- торговельні мережі.

3) Визначено основні характеристики, а саме актуальність, своєчасність, різноманітність, регулярність, інтерактивність, які в підсумку за складністю поданої в них інформації доводять основне призначення бібліотек із використанням соціальних мереж, яке є багаторівневою та інтегрованою в сучасні реалії інформацією.

У новому інформаційному суспільстві цінність ресурсів соціальних медіа полягає в тому, що вони не лише стали засобом комунікації, а й проявляються як механізм побудови комунікаційного простору сучасного суспільства.

4) Згідно з проведеними дослідженнями, до фаворитів серед бібліотек України належать соціальні мережі Facebook та Instagram. Їх популярність дуже висока, вони надають користувачам зручний інтерфейс і пропонують достатню швидкість на платформах. Завдяки зручному інтерфейсу користувачі мають можливість змінювати свої профілі, користуватися миттєвими повідомленнями, переглядати власні повідомлення та дописи друзів у своїй стрічці новин та коментувати дописи і пости. Мережі пропонують безкоштовні послуги з просування власного бренду та можливості для спілкування з друзями та колегами.

5) Сьогодні Facebook є одним з найважливіших каналів втілення ресурсних можливостей бібліотеки для реклами її діяльності та послуг. Крім того, соціальні мережі є найдешевшим видом PR і найзручнішим, оскільки такі важливі інструменти, як комп'ютерне робоче місце та доступ до Інтернету, є сьогодні в усіх бібліотеках.

Одним з ключових елементів ведення сторінки бібліотеки в Instagram є її візуальний контент: фотографії, зроблені якісно та професійно. Ця соціальна мережа також важливі переваги: велика молодіжна аудиторія, візуалізація інформаційних повідомлень та застосування принципу скорочення мислення до сучасного мінімуму, створення конкретного інформаційного повідомлення для певної мети, можливість наповнення мультимедійними елементами, тематичний розподіл контенту, активні посилання на інші профілі та ресурси.

б) Охарактеризовано профілі в соціальних мережах бібліотек України та Миколаївщини. Було розглянуто ресурсні можливості Миколаївської обласної універсальної наукової бібліотеки, Миколаївської обласної бібліотеки для дітей ім. В.О. Лягіна та Миколаївської обласної бібліотеки для юнацтва. Ці бібліотеки активно використовують надані соціальними мережами можливості за-для просування своєї діяльності та популяризації бібліотечних ресурсів. Дослідження підтверджує, що нинішній вибір тем і змісту публікації є основою дискусії та підвищує кількісні показники взаємодії користувачів. Він також підтримує активні коментарі. Бібліотекарі, відповідальні за бібліотечне обслуговування, повинні бути більш поінформованими та уважними до змісту своїх публікацій на сторінках в соціальних мережах та їхніх коментарів. Також важливо досліджувати попит на читання та отримувати постійний зворотний зв'язок.

7) Зокрема, було досліджено сторінки бібліотек м. Миколаєва в соціальних мережах як складові концепції «Чотири простори бібліотеки».

Бібліотеки ведуть загальні або спеціальні, присвячені окремим темам або орієнтовані на конкретну аудиторію, блоги, сторінки та групи в соціальних мережах, таких як Facebook, Instagram, Telegram, YouTube та інших. Ці ресурси надають корисну інформацію, яка може бути використана бібліотекарями для навчальної діяльності та користувачами для організації самостійного навчання.

Підсумки проекту «Чотири простори бібліотеки», показали, що ідея фактично відображає всю палітру інтересів всіх груп користувачів. Окрім того

проект дає можливість творчо використати зарубіжні та українські практики, передовий бібліотечний досвід та історії успіху.

8) Таким чином, аналіз сторінок в соціальних мережах бібліотек м. Миколаєва для підтримання позитивної репутації бібліотек показує, що кожен пост, заголовок та мультимедійний елемент на сторінках повинен створювати привабливе враження про бібліотечну установу. Створення та заповнення профілів у соціальних мережах – це комплексне завдання аналізу інформації, яке дає змогу відбирати, систематизувати та поширювати інформацію для підготовки та зберігання повідомлень, календарів, сертифікатів та вільного доступу до повних текстів та популяризації іншої діяльності бібліотеки.

До поширення контенту для користувачів соціальних мереж бібліотеки підходять відповідально, постійно знаходячи нові форми взаємодії з користувачами та оновлюючи інформацію на всіх сторінках використовуваних мереж.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бібліотека ім. М. Кропивницького: Instagram [Електронний ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/kropyvnytskyilibrary/> (дата звернення: 05.04.2022).
2. Бібліотека ім. М. Л. Кропивницького: YouTube [Електронний ресурс]. URL: https://www.youtube.com/channel/UC0y3LE1sYcLQJCwq5F5uRBw?view_as=subscriber (дата звернення: 05.04.2022).
3. Бібліотека Шури та Віті: Facebook [Електронний ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/Bibliotekashura2017/> (дата звернення: 05.04.2022).
4. Бутенко І. М. Соціальні мережі в діяльності обласних бібліотек м. Миколаєва / І. М. Бутенко ; наук. кер. Г. А. Єрмолаєва // Культурологічні трансформації ХХІ ст.: від теорії до практики : збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених, (18 листопада 2021 р.) / [редкол.: В. Л. Мозговий (гол. ред.) та ін.]. Миколаїв : ВП «МФ КНУКіМ», 2021. С. 51-54.
5. Вітушко Н. Поширення інформаційно-аналітичних продуктів бібліотек за допомогою соціальних мереж // Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. 2013. № 35. С. 196-202.
6. Воскобойнікова-Гузєва О. В. Інформаційна діяльність як пріоритетний напрям функціонування бібліотечно-інформаційної сфери ХХІ ст. // наук. праці нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. Київ. 2013. № 38. С. 18-36.
7. Головаха С. Наукова бібліотека в соціальних ме-режах // Бібл. вісн. 2013. № 1. С. 29-32.
8. Горовий В. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс / наук. ред. Л. А. Дубровіна ; НАН України, нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ. 2010. 360 с.

9. Гранчак Т. Використання національними бібліотеками соцмереж для представлення бібліотечних продуктів і послуг // Бібл. Вісник. 2016. № 1. С. 18-29.
10. Гребінь А. А. Соціальні мережі – сучасне середовище спілкування з користувачами. [Електронний ресурс]. URL: <http://conference.nbuiv.gov.ua/report/view/id/615> (дата звернення: 13.04.2022).
11. Давидова І. Соціально-комунікаційна теорія бібліотечної діяльності: становлення та шляхи розвитку // Бібліотечний вісник. 2014. № 6. С. 8-12.
12. Данько Ю. А. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси // Сучасне суспільство. Київ. 2012. № 2. С. 179-184.
13. Динник І. П. Соціальні мережі як засіб суспільного розвитку // Ефективність державного управління. Вінниця. 2017. № 1. С. 64-69.
14. До середини року більш як половина населення світу буде користувачами соцмереж [Електронний ресурс]. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/2870117-do-seredini-roku-bils-ak-polovina-naselenna-svitu-bude-koristuvacami-socmerez.html> (дата звернення: 12.12.2021).
15. Іващук Л. Соціальні мережі Інтернету в сучасній політичній комунікації // Наук. пр. Нац.б-ки України ім. В. І. Вернадського. Київ. 2011. № 32. С. 63-70.
16. Козак Н. О. ; Кунцевич А. В. Потенціал використання соціальної мережі Facebook бібліотеками ЗВО як платформи комунікації (з досвіду роботи бібліотеки К-ПНУ ім. І. Огієнка) // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Серія: Бібліотекознавство. Книгознавство. 2018. № 5. С. 214-220.
17. Лобузін К. В. Онлайнві бібліотечні послуги: нові підходи та технології // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2011. № 4. С. 30-35.

18. Мар'їна О. Ю. Бібліотека в цифровому просторі : монографія // Харків. держ. акад. культури. Харків: ХДАК, 2017. 326 с.
19. Мар'їна О. Ю. Веб-орієнтована концепція розвитку бібліотек в контексті еволюції веб-технологій // Вісн. Книжк. палати. 2016. № 10. С. 24-27.
20. Мар'їна О. Ю. Тенденції та суперечливість розгортання цифрового простору // Культурологія та соціальні комунікації : інноваційні стратегії розвитку : матеріали міжнар. наук. конф., 24-25 листопада 2016 р., Харків. Харків : ХДАК, 2016. С. 120-122.
21. Мар'їна О. Ю. Цифрові лабораторії бібліотек: від споживання контенту до його створення // Культура та інформаційне суспільство XXI століття : матеріали всеукр. наук.-теорет.конф. молодих учених, 21-22 квітня 2016 р., Харків. Харків : ХДАК, 2016. С. 293-294.
22. Мар'їна О. Бібліотеки та соціальні медіа: технологія взаємодії // Вісник книжкової палати. 2012. № 8. С. 19-21.
23. Миколаївська обласна бібліотека для дітей ім. В. О. Лягіна: YouTube [Електронний ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCYOZeW2m9uCDeQaiIAh53ww> (дата звернення: 22.01.2022).
24. Миколаївська обласна бібліотека для дітей ім. В. О. Лягіна: Instagram [Електронний ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/bibliotekadityachamykolaiv/> (дата звернення: 22.01.2022).
25. Миколаївська обласна бібліотека для дітей ім. В. О. Лягіна: Facebook [Електронний ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/reglibrary.mk> (дата звернення: 22.01.2022).
26. Миколаївська обласна бібліотека для юнацтва [Електронний ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/groups/mk.unbib/> (дата звернення: 10.04.2022).

27. Миколаївська обласна універсальна наукова бібліотека: Instagram [Електронний ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/knigovirus/> (дата звернення: 10.04.2022).

28. Миколаївська обласна універсальна наукова бібліотека [Електронний ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/reglibrary.mk> (дата звернення: 14.04.2022).

29. Миколаївська ОДБ ім. В. О. Лягіна: Pinterest [Електронний ресурс]. URL: https://www.pinterest.com/golenko/_saved/ (дата звернення: 12.04.2022).

30. Назаровець М. А. Використання комунікаційних можливостей соціальної мережі Facebook бібліотеками ВНЗ // Матеріали V міжнар. наук.-практ. конф. «Сучасні проблеми діяльності бібліотеки в умовах інформаційного суспільства», 11-12 верес. 2013 р. Львів : Вид-во «Львівська політехніка», 2013. С. 183-190.

31. Настич Х. Ю. Соціальна Мережа Facebook в роботі Наукової // Вісн. Книжк. палати. 2019. № 10. С.161-166.

32. Присяжна Л. Роль сучасних інформаційних та телекомунікаційних технологій у контексті розвитку бібліотек // Наук. пр. Нац. б-ки Ук-раїни ім. В. І. Вернадського. Київ. 2011. № 30. С. 228-236.

33. Романуха З. Університетські бібліотеки України в соціальних мережах // Бібліотечний вісник. 2014. № 1. С. 12-16.

34. Рябоконт О. Маніпуляції масовою свідомістю в політичному сегменті соціальних мереж // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. Київ. 2012. № 33. С. 543-553.

35. Савицька Л. Використання соціальних мереж для популяризації інформаційних ресурсів бібліотек // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. 2016. № 44. С. 54-61.

36. Сидоренко Т. В. Віртуальне середовище як простір соціокультурної комунікації бібліотек // Науково-комунікаційний простір бібліотеки ЗВО: вимоги часу та реалії: матеріали всеукр. наук.-практ. конф.

(Миколаїв, 1-2 листоп. 2018 р.). МОН України, НУК. Миколаїв: НУК, 2018. С. 67-71.

37. Соціальні мережі як інструмент формування внутрішнього і зовнішнього бренду території // Політичний менеджмент. 2012. № 1-2. С. 82-87.

38. Соціальні мережі: можливості використання в бібліотеці ВНЗ: дайджест // уклад. О. І. Кафтан, О. В. Белодєд. Миколаїв: НУК, 2015. 7 с.

39. Соцков О. Соціальні мережі та бібліотеки // Бібліотечний форум: історія, теорія і практика. 2016. № 3. С. 15–17.

40. Сто років під знаком дитинства [Електронний ресурс]. URL: <https://cutt.ly/8GVNeNx> (дата звернення: 16.04.2022).

41. Струнгар В. Соціальні медіа в сучасному інформаційно-бібліотечному середовищі // Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. 2014. № 39. С. 219-229.

42. Струнгар В. В. Соціальні медіа як простір взаємодії бібліотеки і читача. Сучасні проблеми діяльності бібліотеки в умовах інформаційного суспільства // матер. шостої міжнар. наук.-практ. конф. (10-11 верес. 2015 р., Львів). Львів : Львівська політехніка, 2015. С. 307-311.

43. Струнгар В.; Пилипенко Н.; Настич Х. Соціальні мережі як нова медіареальність бібліотеки // Архітектура та мистецтвознавство. 2021. 150 с.

44. Терещенко І. Ю. Візуалізація та представлення бібліотечного контенту в соціальних медіа // Бібліотека. Наука. Комунікація: актуальні тенденції у цифрову епоху: матеріали Міжнар. наук. конф.(8–10 жовтня 2019 р.): у 2 т./НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України, Рада дир. наук. б-к та інформ. центрів акад. наук-членів МААН. Київ. 2019. 396 с.

45. Тернопільська обласна бібліотека для молоді: Instagram [Електронний ресурс]. URL: https://www.instagram.com/tob_for_youth/ (дата звернення: 19.01.2022).

46. Трачук Л. Веб-технології в технологічному процесі обслуговування користувачів бібліотек // Вісник Книжкової палати. 2016. № 2. С. 23-25.

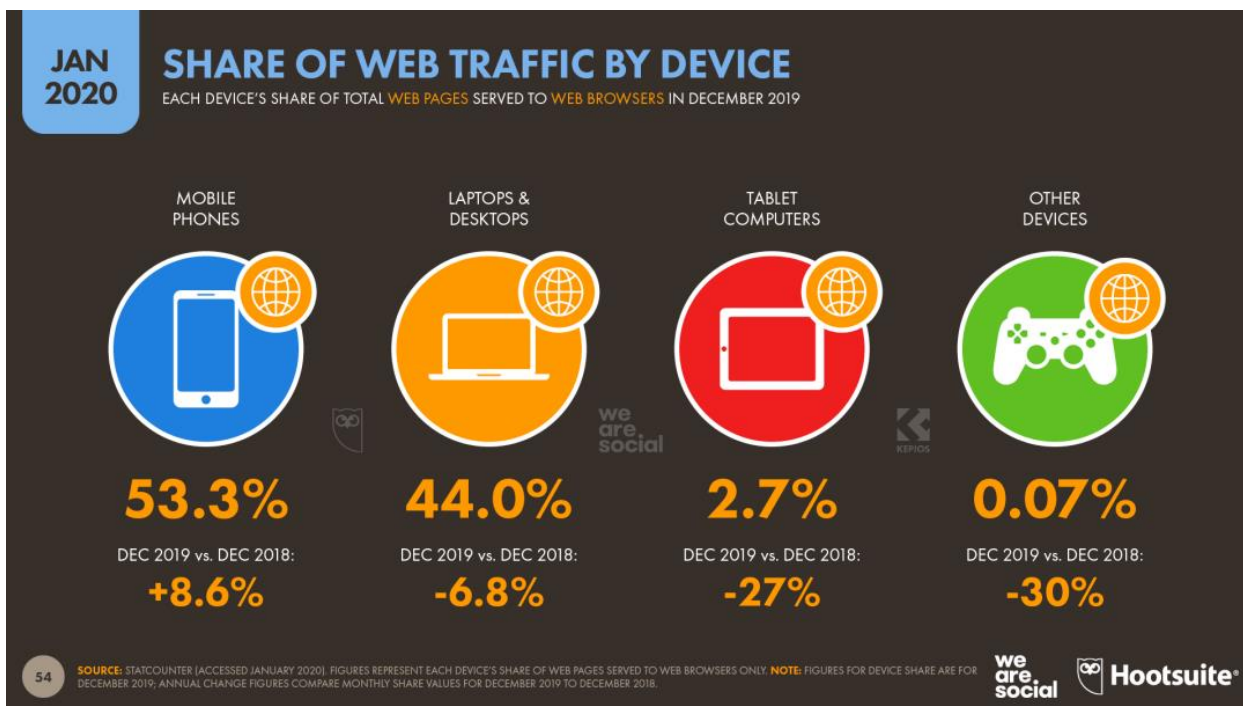
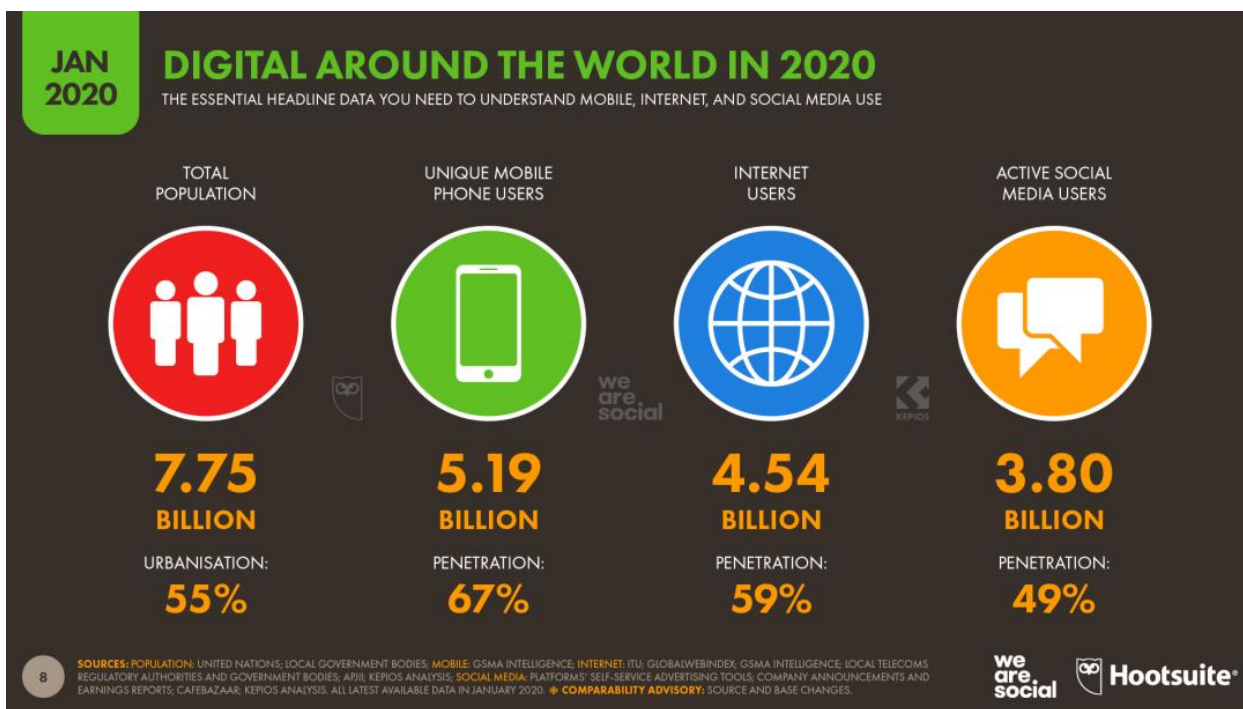
47. Хемчян І.; Соколовська Н. Освітнянські бібліотеки України в соціальних мережах // Вісник Книжкової палати. 2015. № 8. С. 39-43.

48. Чотири простори бібліотеки: модель діяльності: практичний посібник / автори укладачі: О. Бояринова, О. Бруй, Л. Лугова, Я. Сошинська, І. Шевченко; Українська бібліотечна асоціація. Київ : ВГО Українська бібліотечна асоціація, 2020. 104 с.

49. Чуприна Л. Оперативна інформація в соціальних мережах: особливості обігу та використання бібліотеками // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. Київ. 2012. № 33. С. 507-523.

50. Якименко Ю. Соціальні мережі та соціальні рухи // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. Київ. 2012. № 33. С. 524-531.

Ілюстративна інфографіка використання соціальних мереж користувачами мережі Інтернет



Візуальна складова бібліотечних сторінок в соціальних мережах

The image shows two screenshots of social media pages for libraries. The top screenshot is a Facebook profile for 'knigovirus', which is the Mikolajivska Regional Library. The profile picture is a circular logo with a building and the text 'МІКОЛАЇВСЬКА ОБЛАСНА УНІВЕРСИТЕТСКА БІБЛІОТЕКА'. The page has 61 publications, 96 subscribers, and 46 likes. The bio includes the name 'Миколаївська бібліотека', the word 'Библиотека', and the website 'www.reglibrary.mk.ua'. Below the bio are three image posts: one with text 'Бібліотека чекає Вас, наші улюблені читачі!', one with books and an apple, and one with a ballerina.

The bottom screenshot is a Facebook profile for 'Mikolajivska Regional Children's Library'. The profile picture is a circular logo with children and books. The name is 'Миколаївська Обласна Дитяча Бібліотека' and the handle is '@lagina.mk'. It has 5 reviews. The bio says 'Вітаємо! Чим ми можемо допомогти вам?'. Below the bio are navigation tabs: 'Головна', 'Групи', 'Відгуки', 'Відео', and 'Більше'. There are also buttons for 'Надіслати повідомлення' and 'Подобається'.

В ЄДНОСТІ СИЛА!



**Миколаївська обласна
універсальна наукова
бібліотека**

@reglibrary.mk · ★ 5 (11 reviews) · Бібліотека

[Надіслати повідомлення](#)

Вітаємо! Чим ми можемо допомогти вам?



**Миколаївська обласна
бібліотека для юнацтва**

Культурний центр

[Докладніше](#)

unbib.mk.ua



bibliotekadity...

Отправить сообщение

Подписаться



601 публикаций

871 подписчиков

2 431 подписок

Bibliotekadityacha

Миколаївська обласна бібліотека для дітей ім.В.О.Лягіна

Наша адреса: вул.Спаська 66

Працюємо з 9-00 - 18-00

Вихідний - субота!



майстер кл...



книгаавто...

ПУБЛИКАЦИИ

ВИДЕО

ОТМЕТКИ



АНОТАЦІЇ

Бутенко Іван Михайлович виконав кваліфікаційну роботу бакалавра на тему «Використання соціальних мереж бібліотечними установами України» на прикладі діяльності бібліотек м. Миколаєва.

Об'єктом дослідження даної роботи виступають сторінки в соціальних мережах бібліотек.

Предмет дослідження – контент сторінок в соціальних мережах бібліотек як інструмент популяризації діяльності бібліотек України.

Метою дослідження є визначення новітніх тенденцій просування власного бренду бібліотеки на сторінках бібліотек в соціальних мережах; створення та підтримка іміджу бібліотечних установ з метою надання широкого спектру інформаційних послуг та підвищення ефективності комунікації бібліотеки з користувачем.

Завдання дослідження:

- дослідити сучасний стан використання соціальних мереж бібліотеками у вітчизняних та закордонних публікаціях;
- проаналізувати існуючі сторінки бібліотек України та м. Миколаєва в соціальних мережах, їхні особливості, ресурсні можливості;
- вивчити зміст контенту, що публікують бібліотеки на власних сторінках і профілях в соціальних мережах.

Кваліфікаційна робота бакалавра в обсязі 58 сторінок складається зі вступу, трьох розділів, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків.

Ключові слова: соціальні мережі, бібліотеки, ресурсні можливості, контент, інформаційно-аналітична діяльність.

Butenko Ivan Mykhailovych performed a bachelor's thesis on "The use of social networks by library institutions of Ukraine" on the example of the libraries of Mykolayiv.

The object of research of this work are the social networks of libraries.

The subject of research – the content of social networks of libraries as a tool to promote the activities of libraries in Ukraine.

The purpose of the thesis are to identify the latest trends in promoting the library's own brand on the pages of libraries on social networks; creating and maintaining the image of library institutions in order to provide a wide range of information services and increase the efficiency of communication between the library and the user.

Objectives of the study:

- to study the current state of use of social networks by libraries in domestic and foreign publications;
- to analyze the existing pages of libraries of Ukraine and Mykolayiv in social networks, their features, resource opportunities;
- to study the content of content published by libraries on their own pages and profiles on social networks.

The 58-page bachelor's thesis consists of an introduction, three chapters, conclusions to chapters, general conclusions, a list of sources and appendices.

Key words: social networks, libraries, resource opportunities, content, information and analytical activities.