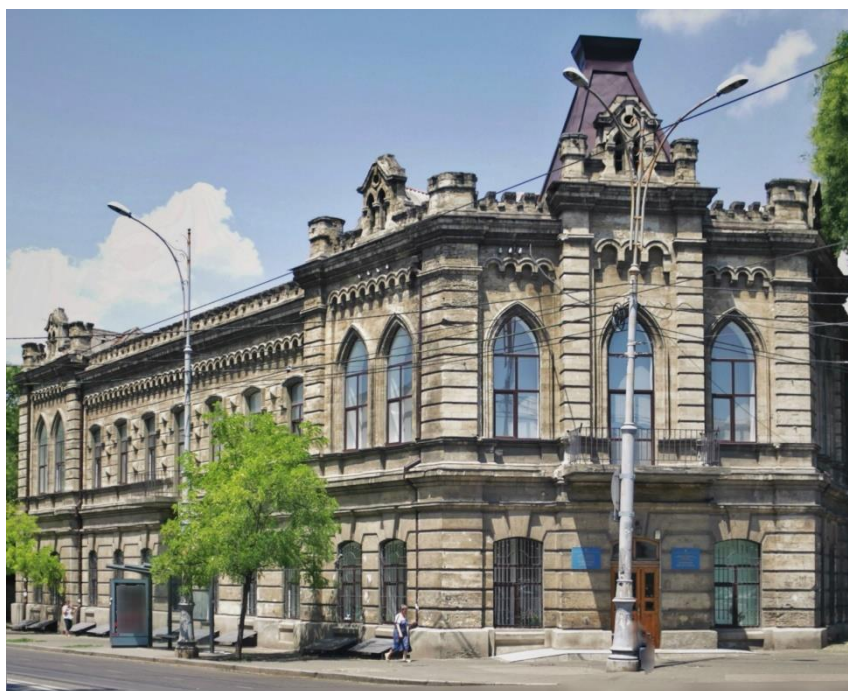


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ЗАКЛАД «ПІВДЕННОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ К. Д. УШИНСЬКОГО»
БІБЛІОТЕКА



**«БІБЛІОТЕКА У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ
ПРОСТОРІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
(до 100-річчя бібліотеки Університету Ушинського)»**

**Тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної бібліотечної
конференції**

**17 листопада 2022 року
м. Одеса**

Одеса – 2023

УДК 021:027.7(477.74)(043.2)

Упорядники: кандидат мистецтвознавства, директор бібліотеки О. П. Спаськова, зав. відділом бібліотеки І. В. Панченко, бібліограф 2-ї категорії О. А. Максим.

**Схвалено рішенням вченої ради Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»
(Протокол № 5 від 24.11.2022р.)**

Бібліотека у сучасному інформаційному просторі: проблеми та перспективи (до 100-річчя бібліотеки Університету Ушинського) : тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної бібліотечної конференції (17 листопада 2022 р., м. Одеса) / упоряд. О. П. Спаськова, І. В. Панченко, О. А. Максим. – Одеса : Південноукр. нац. пед. ун-т ім. К. Д. Ушинського, 2023. – 175 с.

Автори тез несуть особисту відповідальність за достовірність поданих матеріалів та за порушення прав інтелектуальної власності інших осіб.

Марина Вікторівна Груздєвич,
завідувачка відділу комплектування та обробки документів бібліотеки
Державного закладу «Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»
м. Одеса

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ FACEBOOK ТА INSTAGRAM У ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛІОТЕКИ УНІВЕРСИТЕТУ УШИНСЬКОГО

Ключові слова: бібліотека Університету Ушинського соціальні мережі, Facebook, Instagram.

Головною метою діяльності бібліотек будь-якого рівня є організація й управління інформацією та надання доступу до бібліотечних фондів. Соціальні мережі, у цьому контексті, є головним ресурсом отримання різного роду інформації, а інструменти соціальних мереж, допомагають доносити її до читачів.

На сьогодні, соціальні мережі є одним із дієвих та популярних засобів підтримування контакту зі своїми читачами. Опитування 2015-го року показало, що 61 % бібліотек використовують соціальні мережі протягом трьох років і більше, що свідчить про досить глибоку вбудованість соціальних медіа в бібліотечну комунікацію. При цьому 30 % бібліотек заявили, що публікують новий контент у соціальних мережах щодня. Це, на думку дослідників, підтверджує, що соціальні медіа рухаються в напрямі набуття ними головної ролі в комунікації бібліотек з користувачами. У 25 % бібліотек обов'язки з оновлення сторінок у соціальних мережах покладено на більше як п'ять осіб, натомість 42 % бібліотек мають лише одну чи дві особи, які керують мережевим представництвом. Виявилось також, що 72 % бібліотек не мають політики присутності в соціальних мережах чи плану публікацій контенту, хоча 30 % планують ввести їх у найближчому майбутньому. Це підтверджує експериментальний етап, на якому соціальні медіа нині застосовуються в бібліотеках [2].

Опитування, проведені у 2017-му році свідчать: 90% респондентів вважають наявність сторінки бібліотеки в соціальних мережах необхідністю; близько 155 бібліотек мають власні сторінки з чисельністю, що не перевищує 1000 чоловік. Відповідаючи на питання: «До чого ви прагнете, представляючи бібліотеку в соцмережах?» перші п'ять позицій з найвищою кількістю голосів містять такі відповіді як: «Інформувати про заходи в бібліотеці» – 218 голосів; «Збільшити число читачів, які приходять в бібліотеку» – 136 голосів; «Рекламувати бібліотеку, підвищити її впізнаваність» – 241 голос; «Освоювати нові

форми комунікації» – 117 голосів; «Формувати позитивні імідж бібліотеки, згладжувати негативні відгуки» – 89 голосів. Серед менш популярних відповідей стали такі як «Підвищити відвідуваність сайту бібліотеки» – 65 голосів, «Залучити колег і читачів до спільних проектів» – 38 голосів, «Збільшити книговидачу» – 12 голосів та інші [4].

Соціальні мережі надають багато можливостей для бібліотеки. Насамперед, присутність бібліотеки у будь-якій соціальній мережі дозволяє їй поширювати інформацію про майбутні події та події, які вже відбулися, рекламувати себе як культурно-освітню організацію. Для того, щоб знайти та втримати свого онлайн читача, потрібно доволі багато часу та зусиль. Пам'ятка про те, що ваша аудиторія завжди на клік від того, щоб прийти або піти від вас, повинна надихати та тримати в тонусі.

Розглянемо особливості ведення сторінок бібліотеки Університету Ушинського у таких соціальних мережах як Facebook та Instagram. Бібліотека була зареєстрована та створила свою публічну сторінку у Facebook 8 грудня 2016 року. На цій сторінці співробітники роблять публікації про події які організовує бібліотека та які відбудуться найближчим часом; пропонують ознайомитися з працями науковців Університету Ушинського; активно рекламують сайт (<https://library.pdpu.edu.ua>) тощо.

Бібліотека активно використовує Facebook-сторінку для повідомлення про нові надходження та інформування про наповнення фондів, як правило – надається зображення книг, що супроводжується коротким описом. Доволі часто допис Facebook супроводжується посиланням на сторінку сайту бібліотеки де можна отримати більше інформації.

Мобільний додаток Instagram є №1 в Україні за кількістю завантажень серед додатків соціальних мереж. Тому бібліотека Університету Ушинського також зареєструвалась в Instagram з 27 грудня 2018 року. На сторінці в Instagram, так само як і в Facebook, можна знайти адресу бібліотеки, сайт, часи роботи бібліотеки і таке інше.

З 2018-го року зроблено 407 публікацій, більшість із яких присвячені визначним датам України та світу (День партизанської слави, День пам'яті захисників України, Міжнародний день грамотності тощо), є розважально-інформаційними («Євроінтеграція простими словами», «Заборонені літературні твори за часів радянської влади», «Стамбульська конвенція простими словами», «Ефективні прийоми, які допоможуть читати більше» тощо), інформуванню про нові книжкові надходження, заплановані події і таке інше.

Бібліотека має 536 читачів у мережі Facebook та 850 читачів у мережі Instagram.

Створювати сторінки бібліотек у соціальних мережах необхідно задля формування лояльної аудиторії, підвищення впізнаваності та реклами послуг. Соціальні мережі є основою для взаємодії групи людей та популяризації роботи закладу. Такими майданчиками для бібліотечної спільноти нашого університету вже є Facebook та Instagram.

Враховуючи те, що соціальні мережі – ефективний і недорогий інструмент просування бібліотеки та її послуг, спілкування з читачем, розширення аудиторії, створення позитивного іміджу, втрачати цей шанс не варто. Бібліотекарі також повинні використовувати ці інтернет платформи як сферу для вивчення запитів читачів, щоб дізнаватись про те, чим вони живуть, які мають уподобання, інтереси, пріоритети тощо. Через соціальні мережі бібліотеки мають заохочувати до читання, наприклад: рекламування топ найпопулярніших книг року у світі чи в Україні, проведення конкурсів чи вікторин на знання певної книги.

Необхідно постійно працювати над підвищенням активності – це алгоритм розумної стрічки, по якому сьогодні працюють всі соцмережі. Якщо коротко, він формує індивідуальну стрічку новин для кожного користувача. Відбираючи, які пости показувати, алгоритм орієнтується на переваги користувача (що до цього вподобав, коментував, репостив, дивився), на переваги його друзів (з ким частіше за все спілкувався), на загальну популярність контенту. Отже, чим вище активність публікацій – тим більше шансів, що новина з'явиться в стрічці підписників, тим вище будуть перегляди, а з ними – нова активність.

Отже, якщо бібліотека хоче бути успішною в наші дні, вона навряд чи зможе уникнути присутності в соціальних мережах. Важливо максимально використати ресурси Інтернету для популяризації роботи бібліотек, заявити про себе величезній аудиторії.

Література

1. Головаха С. Наукова бібліотека в соціальних мережах. *Бібліотечний вісник*. 2013. № 1. С. 29–32.
2. Горовий В. М. Національні інформаційні процеси в умовах глобалізації : монографія. Київ : НБУВ, 2015. 332 с.
3. Ларина М. А. Представленность библиотек в социальных сетях. *Научное сообщество студентов XXI столетия. Гуманитарные науки* : сб. ст. по мат. LIX междунар. студ. науч.-практ. конф. 2019. № 11(59). URL: [https://sibac.info/archive/guman/11\(59\).pdf](https://sibac.info/archive/guman/11(59).pdf)

4. Левченко Е. В. Правила формування контенту для просування бібліотеки університету в соціальних мережах. *Соціальні медіа для бібліотек : середовище, ресурс, сервіс* : матеріали круглого столу. Харків : ХНМУ, 2017. С. 63–68.

Юлія Володимирівна Данькевич,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри комп'ютерних та інформаційних технологій
Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського
м. Київ

АКТУАЛІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ РЕСУРСІВ БІБЛІОТЕК В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Ключові слова: інформаційні установи, офіційні сайти, умови воєнного часу, інформаційні ресурси, електронні каталоги.

Повномасштабне вторгнення 24 лютого 2022 року докорінно змінило усі сфери соціально-політичного життя України. Введення воєнного стану [5], бойові дії, тимчасово окуповані території, вимушена евакуація вплинули на діяльність інформаційних установ, серед яких, поважне місце, беззаперечно, посідають бібліотеки. І якщо на кінець лютого - початку березня бібліотеки вимушено перейшли на умови дистанційного режиму роботи, то, у квітні, в залежності від територіального охоплення військовими діями, співробітники поступово почали повертатися на робочі місця. Саме з весни 2022 року бібліотеки беруть на себе роль не лише потужної культурно-просвітницької установи, а й перетворюється на комунікаційний простір, в якому, окрім фахової діяльності, чітко визначилася й громадянська позиція (допомога ЗСУ, плетіння сіток, психологічна допомога різним верствам населення тощо).

Станом на час написання тез інформаційно-бібліотечні ресурси поступово оновилися й вміщують інформацію, пов'язану із подіями на фронті та мирним життям. Зокрема, на сайті Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського (далі — НБУ) розміщені актуальні інформаційно-аналітичні матеріали про Україну у відгуках зарубіжної преси [2]. У хронологічній послідовності коротко висвітлюються загальні світові події, пов'язані із Україною. Пошук можна деталізувати, ввівши ключові слова до запити.