

УДК 02:[3.073.533:004.77](477)(045)
DOI: 10.36273/2076-9555.2023.1(318).37-42

Ірина Недошитко,
кандидат історичних наук, доцент, завідувач кафедри
інформаційної та соціокультурної діяльності ЗУНУ,
e-mail: i.nedoshytko@ukr.net
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9233-7169>

Леся Біловус,
доктор історичних наук, професор кафедри інформаційної
та соціокультурної діяльності ЗУНУ,
e-mail: lesya_bilovus@i.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6017-4307>

Теофілія Вількова,
старший викладач кафедри інформаційної
та соціокультурної діяльності ЗУНУ,
e-mail: teo_syrotiuk@ukr.net

Соціальні мережі як рекламний ресурс сучасної бібліотеки

У статті розглянуто можливості використання новітніх вебтехнологій для оптимізації різновекторної діяльності бібліотек, а не лише для реалізації акумулятивної та інформаційної функцій в інтернет-середовищі.

Наголошено, що кінець 1990-х рр. позначено процесами зародження й поширення блогів, а на початку 2000-х відбулася їх трансформація в соціальні мережі, що сьогодні є невіддільною частиною життя кожної людини. Через пандемію COVID-19 і зростання кількості платформ для ведення блогів цей вид діяльності стрімко набув популярності, і з кожним днем кількість користувачів та їхня активність в онлайн-середовищі зростає.

Доведено, що використання у бібліотечній діяльності новітніх медіа — блогів і соціальних мереж — допомагає бібліотекам ефективніше взаємодіяти з читачами. Завдяки інтернет-платформам книгозбірні здатні розширити сервісні можливості й надавати такі послуги: опрацювання довідкових запитів; допомога в пошуку матеріалів; формулювання порад щодо вибору інформаційно-пошукових стратегій; цілодобове інформаційно-комунікаційне обслуговування.

З'ясовано, що використання соціальних мереж допоможе залучити користувачів бібліотеки до обговорення та проведення різноманітних заходів. Зокрема, через блоги можна розв'язувати бібліотечні проблеми, розширювати професійні контакти, заохочувати користувачів ставати партнерами та спонсорами бібліотеки, формувати її позитивний імідж, організовувати й проводити семінари, вишколи, електронні виставки, опитування та конкурси, інформувати про нові надходження, анонсувати заходи, робити огляди книг, оприлюднювати списки боржників, а також заробляти гроші завдяки використанню таргетованої реклами.

Ключові слова: бібліотека; інтернет-середовище; інформаційний простір; соціальні мережі; блоги; акаунт; Instagram; YouTube

Постановка проблеми. Поява та стрімке впровадження цифрових технологій сприяли розвитку інформаційного суспільства, у якому саме інформація набуває значущості та є об'єктом інтелектуальної діяльності людини. Кінець 1990-х рр. позначено процесами зародження й поширення блогів, а на початку 2000-х відбулася їх трансформація в соціальні мережі, що сьогодні є невіддільною частиною життя кожної людини. Своєрідного визнання набула й власне сфера блогерства: упродовж останнього десятиліття з'явилася велика кількість блогерів-інфлюенсерів (впливових осіб) у соціальних мережах, зокрема в Instagram та YouTube.

Ставити під сумнів важливість блогерства в сучасному інформаційному суспільстві недоречно, адже через пандемію COVID-19 і зростання кількості платформ для ведення блогів цей вид діяльності набув популярності, і з кожним днем показники кількості аудиторії та її активності в онлайн-середовищі лише зростають. Зокрема, станом на 2022 р. користувачами соціальних мереж є понад 4,48 млрд осіб у світі, а Instagram та YouTube — понад 3,5 млрд осіб [1].

Питання використання новітніх вебтехнологій для оптимізації різновекторної роботи бібліотек, а не лише для реалізації акумулятивної та інформаційної функцій в інтернет-середовищі, залишається актуальним.

Аналіз досліджень і публікацій. Окремі аспекти діяльності бібліотек у соціальних медіа вивчали К. Василькова, Т. Бондаренко, Л. Поперечна, В. Струнгар, Н. Тарасенко та інші. Проблеми блогів порушували О. Горошко, Р. Блоод, Е. Корні, Ф. Вегас, О. Віннер.

Мета статті — аналіз використання в бібліотечній сфері новітніх медіа — блогів і соціальних мереж — як невіддільного складника інформаційного суспільства.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасному інформаційному середовищі чільне місце в розвитку культури, освіти та науки належить бібліотекам. Найважливіше їх завдання —

надання інформації різним групам населення й забезпечення культурних, духовних, інформаційних, наукових та освітніх потреб, що змушує бібліотечних працівників підвищувати професійний рівень, удосконалювати знання й навички, стежити за тенденціями науково-технічного прогресу.

Сьогодні діяльність книгозбірень виходить за межі фізичної площини, переходячи з реального простору у віртуальний, що уможливує доступ до інформації незалежно від локації користувачів і запитуваних джерел інформації. Основними напрямками використання інтернет-технологій у бібліотеках є: створення вебсайтів і порталів, для обміну інформацією та комунікації; віртуально-довідкове обслуговування; віртуальні послуги з пошуку інформації, оформлення бібліографічних описів, добору релевантної запитам літератури; формування та оптимізація електронних каталогів; наповнення репозиторіїв відкритого доступу; впровадження автоматизованих бібліотечно-інформаційних систем. Через зростання впливу медіа на діяльність бібліотек їхні фахівці повинні не лише вміти працювати із сучасними технічними засобами, а й мати критичне мислення та певний набір навичок, що передбачають пошук, опрацювання й поширення інформації.

Світ змінюється, і бібліотечні установи адаптуються до нових реалій, активно використовуючи в діяльності сучасні медіа — блоги та соціальні мережі, що дають змогу ефективніше взаємодіяти з читачами. За допомогою популярних інтернет-платформ книгозбірні можуть поліпшити сервіс, що передбачає надання таких послуг: опрацювання довідкових запитів; допомога в пошуку матеріалів; формулювання порад щодо вибору інформаційно-пошукових стратегій; цілодобове інформаційно-комунікаційне обслуговування.

На сайтах бібліотек є навігаційна система для допомоги користувачам у пошуку потрібної інформації чи послуги. Ідеться про електронні каталоги, списки тематичні та рекомендованої літератури, читацькі клуби, угруповання за інтересами тощо. Щодня присутність книгозбірень

в інформаційному просторі, й зокрема в соціальних мережах, зростає, що дає змогу говорити про формування бібліотечного медійного середовища.

Проаналізувавши рівень репрезентації українських бібліотек в інтернеті, можна стверджувати, що більшість із них мають власні сайти, блоги, сторінки в соціальних мережах Facebook та Instagram для комунікації з користувачами. У середньому книгозбірні налічують від 500 до 1000 підписників у Facebook, а дописи набирають здебільшого до 30 уподобань, переважно без коментарів. Соціальна мережа Instagram не надто популярна в бібліотечній інфраструктурі України. Більшість бібліотек не мають сторінок на цій платформі, а ті, які використовують канал для популяризації своєї діяльності, у середньому мають близько 400 підписників і 50 уподобань. Це свідчить про низьку активність використання цих онлайн-ресурсів: одноманітні дописи, які не спонукають аудиторію до участі, нецікаве подання інформації, інколи із запізненням, не сприяють збільшенню кількості підписників, багато читачів навіть не знають про такі сторінки.

Раціональне використання інтернет-ресурсів відкриє бібліотекарям багато нових можливостей, зокрема ґрунтовніше вивчати інтереси читачької аудиторії та враховувати їх під час закупівлі нової літератури; ширше популяризувати видання, наявні в бібліотеці тощо. Зауважимо, що сторінки бібліотек у соціальних мережах допомагають активізувати читачів, наприклад, запросити їх до написання рецензій-анотаций, що дуже популярно в зарубіжних країнах і створює передумови для самообслуговування.

За допомогою соціальних мереж можна залучити більше користувачів бібліотеки до обговорення та проведення різноманітних заходів. Зокрема, через блоги можна вирішувати бібліотечні проблеми, розширювати професійні контакти, заохочувати користувачів ставати партнерами та спонсорами бібліотеки, формувати її позитивний імідж, організувати й проводити семінари, вишколи, електронні виставки, опитування та конкурси, інформувати про нові надходження, анонсувати заходи, робити огляди книг, оприлюднювати списки боржників, а також заробляти гроші завдяки використанню таргетованої реклами.

Отже, блогерство як соціальний феномен набуває дедалі більшої популярності в діяльності книгозбірень, сприяє розвитку нових напрямів роботи, розширенню та активізації аудиторії.

Розглянемо докладніше особливості використання Instagram та YouTube для популяризації бібліотечних установ.

Instagram — соціальна мережа, у якій аудіовізуальній інформації належить визначна роль, а

текст має другорядне значення. На інтернет-сторінках бібліотек доцільно розміщувати оригінальні, креативні фото. Наприклад, з допомогою графічних редакторів *створити деталізований образ героя з книги*: лицар із мечем, фея з крилами, дракон тощо, чи *розміщувати атмосферні фото*, як це робить URBAN бібліотека м. Львова. Саме цей акаунт є лідером серед вітчизняних книгозбірень із ведення сторінки в Instagram. Активне використання можливостей соцмережі, постійна взаємодія з читачами та видавництвами дала змогу львів'янам збільшити кількість підписників до 2 тис. [2] (фото 1).



Фото 1. Instagram-акаунт Urban бібліотеки у Львові

Ще один тип зображення, який можна поширювати зі сторінки бібліотеки, — *меми*. Жартівливі світлини, що відображають кумедні ситуації в роботі бібліотекарів, позначені великим емоційним потенціалом. Такі фото публікує Бібліотека Університету Сан-Франциско у США. Більшість мемів є жартами на тему "тиші" у бібліотеках і пошуку інформації для написання наукових робіт [3].

Відеоролики, що висвітлюють роботу бібліотеки та розкривають її фонди. Відеопоказ бібліотечних зібрань — найкращий спосіб розповісти про наповнення фондів. Наприклад, Бурлінгеймська публічна бібліотека у США запровадила рубрику Bedtime ("Казки перед сном"). На сторінці установи в Instagram здійснюються прямі трансляції, під час яких міс Дженні демонструє дитячі книжки та читає їх. Ці програми бібліотека зберігає в дописах, аби будь-який користувач мав змогу переглянути їх пізніше [4] (фото 2).

Інформація щодо нових надходжень і подяка користувачам й авторам за подаровані книги. Українські бібліотеки завжди інформують аудиторію через соціальні мережі про новинки, проте часто на цьому й зупиняються. Щоб збільшити кількість переглядів акаунта установи, можна звернутися до авторів книг і попросити стисло розповісти, чому потрібно витратити час на прочитання їхнього твору. Такий метод використо-

вує Публічна бібліотека м. Сан-Франциско у США. На сторінці книгозбірні в Instagram є багато роликів, де автори за одну хвилину розповідають про свою книгу та запрошують охочих на зустріч [3].



Фото 2. Instagram-акаунт Бурлінгеймської публічної бібліотеки

Календар соціокультурних подій. Бібліотеки — це культурні осередки, тому в соцмережах доцільно поширювати інформацію про важливі для країни дати. Вітчизняні книгозбірні — це приклад для інших установ та інституцій, як потрібно дбати про культуру. Зокрема, бібліотека-музей "Літературне Тернопілля" в м. Тернополі щодня публікує дописи про певні події, починаючи від дат народження відомих українців і закінчуючи днями пам'яті. Водночас слід зауважити, що українські бібліотеки здебільшого оприлюднюють сухі факти, супроводжуючи їх фотографіями низької якості.

Гідним прикладом для наслідування можна вважати Нью-Йоркську публічну бібліотеку, на сторінці якої спочатку розміщують коротке резюме події, а згодом — її докладний опис. Бібліотекарі створили хештег #SundayStyle, який використовують для щотижневої популяризації інформації про відомих людей, як-от Мерилін Монро, Лінда Браун, Сандра Ді, Ллойд Баттіста та інших. В акаунті розміщено інформацію не тільки про книги, а й про новини кіно, театру, музики [5] (фото 3).



Фото 3. Instagram-акаунт Нью-Йоркської публічної бібліотеки

Опитування в щоденних дописах. Не варто забувати про щоденні дописи (сторіс), адже саме їх бачить користувач одразу після входу в застосунок. Використовувати їх варто щодня, але не потрібно робити кілька різних опитувань на день. Оптимальним варіантом буде одне опитування, що містить 5—7 запитань, чи 1—2 гри на день. Уважаємо за доцільне розробити графік, у які дні тижня проводити онлайн-опитування, а у які — ігри. Цей захід допоможе активізувати аудиторію, не перевантажуючи та не стомлюючи її.

Рецензії на книги від читачів бібліотеки. Поширення відгуків користувачів на книги в instagram-акаунті бібліотеки позитивно позначається на кількості підписників, адже кожному приємна увага та подяка, висловлені публічно.

Поради читачам, тематичні добірки. Можна публікувати не лише переліки на кшталт "Сто найвизначніших книг за версією New York Time", а й створювати власні тематичні списки. Наприклад, "Книги, які рекомендує прочитати Макс Кідрук" (або інша відома особа) чи "Вибір наших читачів", "Книги, які читають найменші читачі й читачки", "Три найпопулярніші романтичні історії від нашої читачки пані Лариси" тощо. Простір для креативу широкий, адже важко перевірити, чи насправді пані Лариса читала й рекомендувала ці книжки.

Отже, соціальна мережа Instagram надає багато можливостей для творчості та залучення читачів без розлогого текстового повідомлення, наприклад, з допомогою оригінально оформленої фотографії та інтерактивних засобів.

Розглянемо способи привернення уваги до бібліотек через YouTube — платформу, що спеціалізується на оприлюдненні відеороликів.

Створення цікавого й актуального відео-контенту про книги. Можна ділитися новинами з книжкового або культурного світу, анонсувати літературу, оприлюднювати стислі анотації, розповідати про зарубіжні книжкові видання. У такий спосіб бібліотекарі можуть спонукати вітчизняні видавництва купувати права на книги, цікаві українському читачеві. Доцільним є також розширення сфери бібліотечної діяльності: інформування аудиторії про новинки в галузі кіно, театру, художнього мистецтва, культурні фестивалі тощо.

Цікавим форматом роботи бібліотекаря є інтерв'ювання місцевих і запрошених з інших регіонів України авторів, видавців, перекладачів, редакторів, верстальників та інших дотичних до видавничої справи фахівців; популяризація інформації щодо життя, творчого шляху й видавничих планів авторів; ознайомлення читачів із захопливими історіями про тривалий шлях, який пройшла книга перш ніж потрапити до рук читача тощо.

Постійне розміщення відеоматеріалів та інтеракція з аудиторією. Бібліотека може ефективно взаємодіяти з користувачами через коментарі та книжкових блогерів. Зауважимо, що бібліотекарі повинні обов'язково та швидко відповідати на коментарі, навіть якщо дописи не стосуються теми відеоролика.

Книжкові блогери допомагають популяризувати діяльність книгозбірень, книги та читання. Доцільно разом із ними знімати відео, наприклад, раз на місяць, та обговорювати події з культурного життя міста. Зауважимо, що краще залучати до співпраці місцевих блогерів.

Публікування читачьких рецензій на книжковий видання. Як і в Instagram, на YouTube також зручно поширювати відео з відгуками аудиторії на книги. Можна разом із читачами продумати сценарій відео, спробувати монтувати його, використовуючи можливості сучасних програм.

Залучення читачів до обговорень книг. Працівники бібліотеки можуть запропонувати активним користувачам прочитати певну книгу для подальшого обговорення. Щоб дискусія була цікавою, варто залучити до участі осіб різних віку та статі. Цікавою є ідея обговорення екранізованого твору. Готуючись до такої події, можна зняти два відео: одне про книгу, а друге — про фільм; ідеться про онлайн-відео — аналог читачького клубу.

Організація спільних читань книг. Щодня або раз на тиждень слід читати книгу разом із відвідувачами книгозбірні. При цьому розділи мають читати вголос різні особи: від дітей до людей похилого віку.

Отримання коротких відеозвітів щодо заходів, проведених у бібліотеці. Уважаємо за доцільне створювати відеоролики, здатні приваблювати не лише нових читачів, а й спонсорів і цікавих особистостей зі сфери шоубізнесу чи культури.

Отже, завдяки YouTube до бібліотеки можна привернути увагу багатьох потенційних користувачів, але для цього треба вміти не тільки створювати цікаві інформаційні повідомлення, а й знати основи монтажу та режисури, адже

тільки відео з якісним контентом зможе утримати фокус аудиторії. Однією із суттєвих переваг платформи є можливість розміщення великої кількості повідомлень в одному відео, що спрощує пошук потрібної інформації на сторінці акаунта.

Висновки. У сучасному інформаційному середовищі вагому роль у розвитку культури, освіти та науки виконують бібліотеки, які сьогодні переносять діяльність у віртуальний простір й активно використовують соціальні мережі для взаємодії з читачами та громадськістю.

Співробітники книгозбірень повинні не лише вміти працювати з новітніми технічними й технологічними інструментами, а й бути креативними, мати критичне мислення та певний набір навичок, пов'язаних із пошуком, опрацюванням і поширенням інформаційного продукту.

Сучасні бібліотечні установи активно використовують у роботі новітні медіа — блоги та соціальні мережі. З кожним днем присутність бібліотек у соцмережах лише зростає, тому можемо говорити про формування бібліотечного медійного середовища.

На Instagram-сторінках книгозбірні можна розміщувати креативні фото, меми, короткі відеоролики про бібліотеку та книжки, інформацію про нові надходження, календарі соціокультурних подій, рецензії на твори від читачів, поради з читання, тематичні добірки, а також проводити опитування й онлайн-ігри.

Популяризації діяльності бібліотек через платформу YouTube допомагає опублікування інформації про цікавий та актуальний книжковий контент, інтерв'ю з авторами, видавцями, перекладачами, редакторами та іншими дотичними до видавничої справи фахівцями, уміщення відео про новини у сфері кіно, театру, ужиткового мистецтва, створення роликів разом із книжковими блогерами та читачами бібліотек, проведення спільного читання книг, а також стислі та захопливі звіти щодо проведених заходів, що дає змогу залучити нових користувачів, спонсорів і відомих осіб.

Список використаних джерел

1. Dean B. Social Network Usage & Growth Statistics: How Many People Use Social Media in 2022? / B. Dean // Backlinko. — Mode of access: <https://backlinko.com/social-media-users> (дата звернення: 12.01.2023). — Title from the screen.
2. URBAN бібліотека. [@urban_biblioteka]. Instagram-сторінка. — Режим доступу: https://www.instagram.com/urban_biblioteka/ (дата звернення: 17.01.2023). — Назва з екрана.
3. Публічна бібліотека Сан-Франциско. [@sfpubliclibrary]. Instagram-сторінка. — Режим доступу: <https://www.instagram.com/sfpubliclibrary/> (дата звернення: 17.01.2023). — Назва з екрана.
4. Публічна бібліотека Бурлінгейма. [@burlingame_library]. Instagram-сторінка. — Режим доступу: https://www.instagram.com/burlingame_library/ (дата звернення: 17.01.2023). — Назва з екрана.
5. Публічна бібліотека Нью-Йорка. [@nypl]. Instagram-сторінка. — Режим доступу: <https://www.instagram.com/nypl/> (дата звернення: 17.01.2023). — Назва з екрана.

Iryna Nedoshytko,
*PhD of Historical Sciences, Associate Professor, Head of the
Department of Information and Socio-Cultural Activities of WUNU*

Lesya Bilovus,
*Doctor of Historical Sciences, Professor of the Department of Information
and Socio-Cultural Activities of WUNU*

Teofilia Vilkova,
*Senior Teacher of the Department of Information
and Socio-Cultural Activities of WUNU*

Social media as an advertising resource of a modern library

The article discusses the possibilities of use the newest web-technologies to optimize the multi-vector work of libraries, not only implementation of their accumulative and information functions in the Internet environment.

It is emphasized that the late 90s of the last century were marked by the emergence and spread of blogs, and in the early 2000s they were transformed into social media, which became an integral part of everyone's life. Due to the COVID-19 pandemic and the increase in the number of blogging platforms, this type of activity has gained popularity, and the number of users and their activity in the online environment is growing every day.

It is proved that the use of new media in library activities, such as blogs and social media, helps libraries to interact with their readers. Due to the internet-platforms libraries can improve their services, which include the following: processing reference requests, assistance in finding materials, formulating advice on choosing information and search strategies, and round-the-clock information and communication services.

It is found that the use of social media will help to involve library users in discussion and events. For example, blogs can be used to clarify various library issues; to expand professional contacts; to build a positive image; to encourage users to become partners and sponsors of the library; to organize and conduct seminars, workshops, e-exhibitions; to inform about new acquisitions; to announce events, organize surveys and contests; to review books; to publish lists of debtors, and to earn money using targeted advertising.

Keywords: library; Internet environment; information space; social networks; blogs; account; Instagram; YouTube

References

1. Dean B. (2022). *Social Network Usage & Growth Statistics: How Many People Use Social Media in 2022?* Available at: <https://backlinko.com/social-media-users>.
2. *URBAN library*. [@urban_biblioteka]. (2022). Available at: https://www.instagram.com/urban_biblioteka.
3. *San Francisco Public Library*. [@sfpubliclibrary]. (2022). Available at: <https://www.instagram.com/sfpubliclibrary/>.
4. *Burlingame Public Library*. [@burlingame_library]. (2022). Available at: https://www.instagram.com/burlingame_library/.
5. *New York Public Library*. [@nypl]. (2022). Available at: <https://www.instagram.com/nypl/>.

Надійшла до редакції 11 січня 2023 року