

7. IFLA response to the situation in Ukraine. *International Federation of Library Associations and Institutions*. URL: <https://www.ifla.org/news/ifla-response-to-the-situation-in-ukraine/> (дата звернення: 10.04.2023).

8. Librarians! Stand with Ukraine! / Бібліотекарі! Будьмо з Україною! URL: <https://ula.org.ua/novyny-ta-podii/novyny/5005-librarians-stand-with-ukraine-bibliotekari-budmo-z-ukrainoiu> (дата звернення: 10.04.2023).

9. The Second Appeal of the Ukrainian Library Association to IFLA President and IFLA Governing Board: Звернення Української бібліотечної асоціації до Президента, Правління та Членів IFLA від 16 березня 2022 року. URL: [https://ula.org.ua/images/documents/4992/ULA\\_IFLA\\_2022\\_2\\_En.pdf](https://ula.org.ua/images/documents/4992/ULA_IFLA_2022_2_En.pdf) (дата звернення: 10.04.2023).



**Локтєва Вікторія Олегівна**  
(*наук. керівник – канд. техн. наук, доцент Марковець О. В.*)  
*Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів*

## ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОВЕДЕННЯ ПРОМОАКЦІЙ У БІБЛІОТЕЦІ

Бібліотека – це не лише місце, де можна почитати книгу чи попрацювати безпосередньо лише з книгами. Це місце отримання та обміну інформацією, адже сьогодні бібліотекам доручили роль не лише книгозбірень, а повноцінних культурно-інформаційних центрів, які мають повністю забезпечувати потребу населення в інформації.

Сучасна бібліотека є багатофункціональною і має різноманітні функції, які відображаються в різних заходах та програмах для різних груп людей. До того ж бібліотека є місцем, де люди можуть зустрічатися та обмінюватися ідеями, ділитися досвідом, розмовляти про книги та на інші теми. Наприклад, у бібліотеці можуть проводитися лекції, семінари, дискусії, круглі столи та інші заходи, пов'язані з широкими темами. До того ж бібліотеки організують культурні заходи, як-от виставки картин, концерти та інші події, які залучають громадськість і роблять бібліотеку центром культурного життя.

Отже, бібліотека стала не тільки місцем зберігання книг, а й місцем, де можна знайти знання, підтримку та інтерактивність, де можна зустрітися з іншими людьми та поділитися думками, де можна провести час із користю і задоволенням.

Промоакція є інструментом маркетингу для привернення уваги читачів до бібліотеки та просування різноманітних послуг та ресурсів. Організація промоакцій у бібліотеці має свої особливості, які варто врахувати:

- визначення цільової аудиторії: перед тим, як почати промоакцію, потрібно з'ясувати, яка саме аудиторія буде зацікавлена в цій послугі або ресурсі. Наприклад, якщо бібліотека проводить промоакцію нових книг для дітей, то цільова аудиторія – батьки та діти;

- планування часу і ресурсів: для успішної промоакції важливо планувати час та ресурси, які будуть виділені на це. Наприклад, важливо застосувати оптимальний час для проведення акцій, обрати кращі місця для розміщення реклами та розподілити бюджет на види різних промоакцій;

- вибір ефективних каналів просування: бібліотека може використовувати різні канали просування, як-от соціальні мережі, рекламні стенди в бібліотеці, рекламні оголошення в місцевих ЗМІ тощо. Важливо вибрати ті канали, які найбільш ефективні для цільової аудиторії;

- підготовка матеріалів промоакції: для ефективної промоакції необхідно підготувати якісні та привабливі матеріали, які будуть привертати увагу аудиторії. Це можуть бути рекламні пости в соціальних мережах, афіші, листівки тощо;

- організація заходів: промоакції можуть включати різноманітні заходи, як-от книжкові виставки, круглі столи, лекції тощо. Важливо звернути увагу на ті заходи, які будуть найбільш

привабливими для цільової аудиторії, та дати можливість детальніше ознайомитися з послугою або ресурсом, який пропонується;

– створення партнерства: бібліотека може залучити партнерів, які швидше підвищать ефективність промоакцій. Наприклад, бібліотека може співпрацювати з видавництвами для організації книжкових виставок або зі школами для повернення батьків та дітей до бібліотеки;

– оцінка ефективності: після проведення промоакції важливо оцінити її ефективність. Для цього можна використовувати різні методи, як-от опитування або аналіз статистичних даних. Результати оцінки можуть бути корисними для подальшого планування промоакцій та підвищення їх ефективності.

Загалом успішна промоакція в бібліотеці вимагає чіткого планування, організації та оцінки. Важливо пам'ятати, що промоакції мають бути спрямовані на задоволення потреб читачів та просування цінностей бібліотеки, а не на нав'язування продукту або послуги.

1. Використання соціальних мереж: соціальні мережі можуть бути потужним інструментом для просування бібліотеки та її послуг. Бібліотека може створювати сторінки в соціальних мережах (наприклад, Facebook, Instagram, Twitter) і постійно публікувати цікаву та корисну інформацію для своїх читачів. Також можна проводити різноманітні конкурси та розіграші серед підписників сторінок, які допоможуть залучити нових користувачів.

2. Використання медіа: бібліотека може співпрацювати з місцевими медіа, щоб привернути увагу до своїх промоакцій та послуг. Наприклад, можна організувати інтерв'ю з бібліотекарями або опублікувати статтю про нові послуги бібліотеки.

3. Використання мобільних додатків: мобільні додатки можуть бути корисним інструментом для просування бібліотеки та її послуг. Наприклад, бібліотека може створити власний мобільний додаток, де будуть доступні каталог книг, онлайн-замовлення книг та інші функції.

4. Постійне залучення читачів: організація промоакцій не повинна бути окремою подією, а має бути постійним процесом. Бібліотека повинна прагнути постійно залучати читачів до своїх послуг та просувати цінності бібліотеки. Наприклад, можна регулярно проводити тематичні вистави, книжкові клуби, курси читання та інші заходи.

Отже, щоб привернути увагу читачів та залучити нових користувачів, бібліотека повинна розробити ефективну стратегію просування, яка включатиме різноманітні промоакції та заходи. Організація промоакцій у бібліотеці має свої особливості, пов'язані зі специфікою бібліотечної сфери, тому важливо постійно цікавитись останніми новинами у цій сфері, підтримувати і популяризувати читання та культуру, а також надавати користувачам якісні послуги та задовольняти їхні потреби. Ефективність промоакцій залежить від творчості та інноваційності рішень. Тому важливо використовувати творчі ідеї та оригінальні підходи для проведення акцій, щоб привернути увагу аудиторії та залучити нових читачів.

Під час організації промоакцій у бібліотеці варто використовувати різноманітні канали комунікації з читачами. Для цього можна використовувати різні інструменти, як-от соціальні мережі, медіа, мобільні додатки, розсилки електронних листів та інші. Важливо також залучати підтримку та співпрацювати з місцевими громадськими організаціями, школами, університетами та іншими установами.

### Список використаних джерел

1. Гриневич В. В. Промоакції в бібліотеках: технології та інструменти. Київ: КНЕУ, 2014.
2. Кравченко О. Б. Маркетинг в бібліотеці: теорія і практика. Київ: Видавничий дім «Слово», 2016.
3. Марковець О. В., Мартинюк К. В., Таланчук Д. О. Інформаційне забезпечення популяризації сільських бібліотек. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2022. Вип. 61. С. 40–49.
4. Таланчук Д. О., Марковець О. В. Розробка комплексу заходів із популяризації Instagram-сторінки. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Технічні науки*. 2022. № 1(305). С. 90–95.
5. Шевченко О. В. Промоакції в бібліотеках. Київ: Лібра Україна, 2012.

6. Білушак Т. М., Радковець О. І. Буктрейлер як мультимедійна реклама в популяризації книги автором в середовищі Інтернет. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Т. 32(71). № 1, ч. 3. С. 247–252.



**Маїтальяр Ірина Олександрівна**  
(*наук. керівник – канд. пед. наук, доцент Яворська Т. М.*)  
*Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця*

## **ДИСТАНЦІЙНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ КОРИСТУВАЧІВ БІБЛІОТЕК В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ**

Сучасні потреби користувачів штовхають на розвиток нових форм бібліотечного обслуговування в Україні. На цьому етапі розвитку інформаційних технологій основним інструментом дистанційного обслуговування користувачів бібліотек є вебсайт. І йдеться не тільки про ознайомлення зі структурою певної бібліотеки, необхідною контактною інформацією, розкладом заходів на вебсайті, оскільки ведення електронного каталогу стає вже обов'язком кожної бібліотеки [1].

Розвиток інформаційних, цифрових технологій представлення й передавання даних стимулював потребу в модернізації традиційних механізмів розподілу й поширення бібліотечно-інформаційних ресурсів та активізував експерименти з новими інформаційними технологіями для покращення й пришвидшення інформаційного обслуговування користувачів, зокрема в дистанційному режимі [1].

До того ж останні події, пов'язані з пандемією COVID-19, виявили неабияку потребу у дистанційній роботі бібліотек. У березні 2020 р. на всій території України було запроваджено карантин (ст. 29 Закону України «Про захист населення від інфекційних хвороб») та постановою Кабінету Міністрів України «Про запобігання поширенню на території України коронавірусу COVID-19»), а відповідно введено заборону на відвідування закладів освіти її здобувачами (Закон України «Про захист населення від інфекційних хвороб»: зі змінами, 2020; Постанова КМ України «Про запобігання поширенню на території України коронавірусу COVID-19», 2020). Зважаючи на посилення карантинних обмежувальних заходів у країні та з метою охорони здоров'я користувачів і співробітників, бібліотеки припинили надавати послуги й видавати книжки з фондів читальних залів та за абонементом [2].

Нові умови поставили бібліотечні установи у складне становище, оскільки виявилися недоліки дистанційного обслуговування. Одразу виникло багато різних аспектів діяльності, які мають бути проконтрольовані, а саме: якість і відповідність послуг, комунікація, фінансування, здоров'я тощо. Проте з іншого боку це дало поштовх для вдосконалення якості надання доступу до інформації.

Інформаційна підтримка наукового та освітнього процесів стала одним із найголовніших завдань університетських бібліотек в усьому світі, зокрема в Україні. Зміни у роботі бібліотек є складним процесом з огляду на вибір нових пріоритетів, завдань, адаптації до нових умов роботи, освоєння нетрадиційних технологій соціальної й економічної взаємодії, становлення в ролі виробника нових бібліотечно-інформаційних продуктів і послуг, які можна отримати віддалено, – онлайн чи за телефоном [2].

З початку повномасштабної війни в Україні постали нові умови в роботі всіх громадян. І якщо COVID-19 став поштовхом до розвитку дистанційної роботи, то війна на деякий час призупинила діяльність установ, організацій, підприємств. Війна має більший вплив на психологічний стан людини, ніж масовий «локдаун» під час пандемії, тож і бібліотечна справа не є винятком. У сучасних умовах війни в діяльності бібліотек виникають нові перешкоди та виклики.