

- сприяння індивідуальності конкретної бібліотечної установи;
- протидія конкуренції (з боку інших бібліотек, органів науково-технічної інформації тощо) [4, с. 15].

Отже, реклама органічно увійшла у життя бібліотеки та її читачів і відображає можливості, технології, створює привабливий вигляд установи та її співробітників. Основне призначення бібліотечної реклами – інформування читачів про результати діяльності з метою привернути увагу користувачів до бібліотечно-бібліографічних ресурсів та послуг.

Список використаних джерел

1. Великосельська О. М. Бібліотека і реклама. Особливості книжкових виставок. Стендова презентація. Бібліотека в освітньому просторі: інформаційний бюлетень для працівників бібліотек ВНЗ III–IV рівнів акредитації державної форми власності. 2009. № 7. С. 18–24.
2. Гончар А. Ю. Бібліотечна реклама як інструмент позитивного іміджу бібліотеки (огляд літератури). Науково-практична інтернет-конференція НБ ХНМУ. 2016. № 2. С. 1–8.
4. Самохіна Ж. В. Реклама як складова інформаційно-комунікаційної діяльності бібліотеки. URL: <http://conference.nbu.gov.ua/report/view/id/541> (дата звернення: 13.04.2022).
5. Бичко О. М. Особливості друкованої бібліотечної реклами. Бібліотека в освітньому просторі: інформаційний бюлетень для працівників бібліотек ВНЗ III–IV рівнів акредитації державної форми власності. 2009. № 7. С. 14–18.



*Перчишин Мар'яна Володимирівна
(наук. керівник – д-р філол. наук, професор Шкіцька І. Ю.)
Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль*

РОЛЬ БЛОГЕРСТВА В ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ БІБЛІОТЕЧНИХ УСТАНОВ

Поява і стрімкий розвиток цифрових технологій спричинили перетворення суспільства на інформаційне, у якому саме інформація набуває значущості та постає об'єктом інтелектуальної діяльності людини. Своєрідного визнання набула сфера блогерства: протягом останніх десяти років з'явилася велика кількість блогерів-інфлюенсерів, і з кожним днем кількість користувачів та їхня активність в онлайн-середовищі зростає. Так, станом на сьогодні активними користувачами соціальних мереж є понад 4,48 млрд осіб у світі, а Instagram та Youtube використовують понад 3,5 млрд осіб [5]. З огляду на це тема блогерської діяльності є **актуальною**.

Мета нашої роботи – схарактеризувати шляхи застосування Instagram та Youtube для збільшення кількості читачів і популяризації діяльності книгозбірень.

Сьогодні бібліотеки використовують не тільки фізичну площину для своєї діяльності, але виходять за її межі, переходячи з реального простору у віртуальний. У бібліотечній діяльності все більшої популярності набуває блогерство, і працівники бібліотек розуміють, що цей соціальний феномен дасть змогу розвинути нові напрями в їх роботі, даючи нові можливості доступу до інформації, незалежно від локації користувачів і запитуваних джерел інформації.

Проаналізувавши рівень репрезентації українських бібліотек в інтернеті, зауважимо, що більшість із них мають власні бібліотечні сайти, блоги, сторінки в соціальних мережах Facebook і Instagram для комунікації з користувачами. У середньому бібліотеки мають від 500 до 1000 підписників у Facebook, а дописи «набирають» здебільшого до 30 вподобань і майже не мають коментарів.

Соціальна мережа Instagram сьогодні не є популярною у бібліотечній інфраструктурі України. Більшість бібліотек не мають сторінок на цій платформі, а ті, що використовують цей

канал для популяризації своєї діяльності, у середньому мають до 400 підписників і до 50 вподобань. Це свідчить про те, що ці онлайн-ресурси не використовуються активно: дописи відзначаються одноманітністю, не передбачають активності користувачів, подання інформації є сухим, інколи новини розміщують із запізненням, тому підписників мало, а нерідко читачі навіть не знають про існування цих сторінок.

Розглянемо детальніше, як бібліотечні працівники можуть використовувати Instagram та Youtube для популяризації діяльності бібліотек.

Instagram – соціальна мережа, у якій аудіовізуальна інформація відіграє провідну роль, а тексту надається другорядне значення. На інтернет-сторінках бібліотек потрібно розміщувати таку інформацію:

- *оригінальні креативні фото*. Так, за допомогою графічних редакторів можна створити прототип героя книги, продумати його образ і деталі, наприклад, лицар із мечем, фея з крилами, дракон і под. чи розміщувати так звані «атмосферні фото». Ще один тип зображення, який варто поширювати зі сторінки бібліотеки, – меми. Це світлини жартівливого характеру, які відображають кумедні ситуації, що виникають у роботі бібліотекарів, і відзначаються великим емоціогенним потенціалом;

- *відеоролики про бібліотеку та книжки*. Відеопоказ бібліотечних фондів – найкращий спосіб розповісти про книжкове наповнення бібліотеки. Наприклад, публічна бібліотека Бурлінгейма в США запровадила рубрику «Bedtime, або казки перед сном». На їхній сторінці в Instagram здійснюються прямі трансляції, у яких працівник бібліотеки демонструє та читає дитячі книжки. Ці трансляції бібліотека зберігає в дописах, щоб будь-хто зацікавлений міг переглянути їх пізніше [4];

- *відомості про нові надходження та подяка користувачам і авторам за подаровані книги*. Щоб збільшити кількість переглядів акаунта бібліотеки, можна звернутися до авторів книг і попросити коротко розповісти, чому варто витратити час на прочитання їхніх книг;

- *календар соціокультурних подій*. Бібліотеки – це культурні осередки, тому в соціальних мережах доцільно поширювати інформацію про важливі дати в країні;

- *опитування в щоденних дописах*. Їх можна пропонувати підписникам щодня, але, на нашу думку, не потрібно робити декілька різних опитувань протягом одного дня. Оптимальним варіантом вважаємо проведення одного опитування на день, що містить п'ять-сім запитань, і однієї гри на день.

- *рецензії на книги від читачів бібліотеки*;

- *поради читачам / тематичні добірки*. Можна публікувати не лише «топ-100 книг за версією New York Time», але й формувати власні тематичні списки.

Способами привернення уваги до бібліотек через Youtube – платформу, що спеціалізується на оприлюдненні відеороликів різної тривалості, є:

- *знімання цікавого й актуального контенту про книги*. Ідеться про розміщення новин із книжкового або культурного світу, аносування нових книг, оприлюднення коротких анотацій книг, розповідей про зарубіжні книжкові видання. Доцільним є також розширення сфери бібліотечної діяльності: інформування читачів про новинки в галузі кіно, театру, художнього мистецтва, культурні фестивалі тощо. Цікавим форматом роботи бібліотекаря видається також інтерв'ювання місцевих і запрошених з інших регіонів України авторів, видавців, перекладачів, редакторів, верстальників та інших осіб, дотичних до видавничої справи, популяризація інформації про життя, творчий шлях і видавничі плани авторів; доведення до відома читачів захопливих історій про тривалий шлях, який пройшла книга перш, ніж потрапити до рук читача;

- *розміщення й оновлення відеоматеріалів & інтеракція з аудиторією*. Взаємодія з користувачами бібліотеки можна через коментарі та книжкових блогерів. Зауважимо, що працівники бібліотеки повинні обов'язково відповідати на коментарі та робити це швидко, навіть якщо дописи не стосуються теми відеоролика;

- *публікування читачьких рецензій на книжкові видання*. Як і в Instagram, на Youtube зручно поширювати відео з відгуками читачів на книги;

– 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 в ній осіб різного віку та різної статі. Цікавою є ідея обговорення книги, що була екранізована;

– організація спільних читань книг. Щоденно або один раз на тиждень доцільно читати книгу разом із користувачами книгозбірні;

– оприлюднення коротких відеозвітів про проведені заходи в бібліотеці. Уважаємо за доцільне створювати відеоролики, що допоможуть привабити не лише нових читачів, але й спонсорів і цікавих особистостей, які працюють у сфері шоу-бізнесу та культури тощо.

Отже, стрімкий розвиток інтернет-технологій спричинив зміни в багатьох сферах суспільного життя, зокрема в бібліотечній. Працівники книгозбірень повинні не лише вміти працювати із сучасними технічними засобами, але й бути креативними, мати критичне мислення та певний набір навичок, пов'язаних із пошуком, опрацюванням і поширенням інформаційного продукту. Сьогодні бібліотечні установи активно використовують у своїй діяльності нові медіа – блоги та соціальні мережі. Із кожним днем присутність бібліотек у соціальних мережах зростає, тому вже зараз можна говорити про створення бібліотечного медійного середовища.

Список використаних джерел

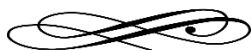
1. Боярин А. А. Медіа-середовище сучасної бібліотеки. Інтегровані комунікації. 2018. Вип. 2 (6). С. 33–40. URL: <https://intcom.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/119> (дата звернення: 11.01.2022).

2. Ліннік А. Бібліотека в сучасному інформаційному просторі. Студентський науковий вісник. 2019. Випуск 2(19). С. 141–152. URL: https://www.mnau.edu.ua/files/nauk_rob/studentresearchjournal165.pdf#page=141 (дата звернення: 16.01.2022).

3. Савицька Л. Використання соціальних мереж для популяризації інформаційних ресурсів бібліотек. Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. 2016. Вип. 44. С. 54–61. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=npnbuimviv_2016_44_7 (дата звернення: 03.01.2022).

4. Публічна бібліотека Бурлінгейма. [@burlingame_library]. Instagram-сторінка. URL: https://www.instagram.com/burlingame_library/ (дата звернення: 17.01.2022).

5. Dean B. Social Network Usage & Growth Statistics: How Many People Use Social Media in 2022? URL: <https://backlinko.com/social-media-users> (дата звернення: 22.01.2022).



Ковальчук Ульяна Романівна

(наук. керівник – канд. техн. наук, доцент Марковець О. В.)

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

ТЮТОР ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ АДАПТАЦІЇ СТУДЕНТІВ

Процес навчання у закладі вищої освіти – один з важливих етапів в житті людини. Студентство – шлях, який супроводжується новим середовищем, новими умовами, методами навчання та спілкування. Освіта в університеті – час формування особистості, розвиток її знань та вмінь. Перший рік навчання є важливим, оскільки саме в цей період відбувається вихід із зони комфорту, коли вся відповідальність лише на тобі.

Дуже часто у студентів виникають труднощі: переживання, пов'язані з переходом до дорослого життя; невизначеність у виборі професії; недостатня підготовка до самостійного