

Список використаних джерел

1. Пилипенко Н. В. Формування іміджу бібліотеки за допомогою соціальних медіа. *Сучасні проблеми діяльності бібліотеки в умовах інформаційного суспільства*: матеріали шостої міжнародної науково-практичної конференції (10–11 вересня 2015 року). URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/132414137.pdf> (дата звернення: 05.04.2025).
2. Імідж сучасної бібліотеки: метод.-практ. реком. / Упр. культури, туризму і курортів Хмельниц. облдержадмін.; Хмельниц. ОУНБ ім. М. Островського. Хмельницький, 2011. 25 с. URL: http://www.ounb.km.ua/vidanya/2011/imidzh_bib.pdf (дата звернення: 01.04.2025).
3. Яворська Т. Соціальні мережі бібліотек як ефективний інструмент промоції книг і читання. *Вісник книжкової палати*. Київ, 2023. № 4. С. 21–27. URL: https://libkor.com.ua/storage/php/periodic_theme_files/socialni_merezhi_bibliotek.pdf (дата звернення: 05.04.2025).
4. НБУ ім. Ярослава Мудрого. URL: <https://surl.li/ntacie> (дата звернення: 03.04.2025).
5. Як використовувати відео для онлайн-навчання?! 2024. URL: <https://surl.li/hiyptj> (дата звернення: 03.04.2025).



УДК 021.7:316.472.4

Поберейко Віра Тарасівна

(*наук. керівник – д-р філол. наук Шкіцька І. Ю.*)

Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль

РОЛЬ СОЦМЕРЕЖ У ПРОПАГУВАННІ ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛІОТЕК

Анотація. У тезах показано значення соціальних мереж у популяризації діяльності бібліотек. Розглянуто особливості використання популярних віртуальних платформ (інстаграм, фейсбук, твітер, телеграм та TikTok) для комунікації з читачами, просування послуг книгозбірень і розширення цільової аудиторії. Наведено приклади успішного використання TikTok бібліотеками.

Ключові слова: бібліотека, соціальні мережі, рекламна діяльність, цифровізація, інтернет-маркетинг.

Сьогодні бібліотеки залишаються провідними установами для зберігання, поширення інформації та надання доступу до знань, відіграють важливу роль у розвитку освіти, культури і науки в сучасному світі [3]. Проте реформування бібліотечної діяльності шляхом інтеграції сучасних електронних технологій є необхідною умовою для збереження бібліотек як актуальних інфоцентрів в умовах зростання суспільних інформаційних потреб. Для забезпечення конкурентоспроможності та залучення користувачів бібліотечним установам необхідно активно використовувати соціальні мережі, які відіграють ключову роль у сучасній екосистемі інформації.

Дослідження ролі соціальних мереж у пропагуванні діяльності бібліотек є актуальним у контексті цифрової трансформації суспільства. Соціальні мережі стали потужним інструментом для бібліотек, даючи їм змогу ефективно комунікувати з користувачами, просувати свої послуги та залучати нову аудиторію. У зв'язку з цим вивчення рекламного аспекту використання соціальних мереж бібліотеками є важливим для оптимізації та популяризації їх діяльності. Дослідження

цієї теми сприяє розробленню ефективних стратегій просування бібліотечних послуг у цифровому середовищі, що є важливим для розвитку бібліотечної справи загалом [4]. Питаннями рекламної діяльності книгозбірень цікавилися М. Я. Грет [7], С. С. Ростовцев [9], Т. Гранчак, Т. Скітер [6], О. Ю. Антонюк [1] та ін.

Значне зростання присутності бібліотек у соціальних медіа свідчить про формування специфічного бібліотечного медійного середовища [8]. Соціальні платформи є потужним комунікаційним інструментом для бібліотечних установ, що дає змогу встановлювати діалог із читацькою аудиторією, просувати бібліотечні послуги, аналізувати потреби користувачів, оптимізувати операційну діяльність і забезпечувати зворотний зв'язок. Незважаючи на простоту використання соцмереж, ефективне застосування цього інструменту для популяризації бібліотечних ресурсів і послуг вимагає креативності, спеціальних знань у галузі інтернет-маркетингу, вебдизайну та інших суміжних дисциплін.

Соціальні медіа сприяють підвищенню доступності бібліотечних послуг для користувачів, забезпечуючи оперативне інформування про події. Це сучасний та ефективний спосіб залучення нових читачів та популяризації бібліотечного сервісу. Також соцмережі дають широкі можливості для ефективного охоплення цільової аудиторії. Використання відомих онлайн-платформ – інстаграм, ТікТок, твітер, телеграм і фейсбук – дає змогу бібліотечним установам позиціонувати себе як сучасні та унікальні інформаційні центри, що надають безкоштовний доступ до широкого спектра інформаційних ресурсів.

Соціальні мережі «Інстаграм», «Фейсбук», «Твітер» є вдалим вибором для поширення візуального контенту зі текстовим супроводом про діяльність книгозбірень. Мобільні застосунки – «Телеграм», «Вайбер», «Вотсап» та «Месенджер» – є ефективним інструментом комунікації бібліотек із користувачами. Розважальна платформа «ТікТок» пропонує поширення короткоформатних відео з широким охопленням молоді аудиторії. Останнім часом вона набула значної популярності, що привело до появи специфічного книжкового сегмента – BookTok. У стрічках рекомендацій користувачів усе частіше з'являються книжкові блогери, які роблять короткі огляди літературних творів або адаптують популярні тренди до книжкової тематики.

Алгоритм ТікТок забезпечує таргетоване отримання контенту, збільшуючи частоту показу відео, пов'язаних із книгами, для зацікавлених користувачів. Проте сьогодні спостерігається недостатня присутність бібліотечних установ на платформі «ТікТок», що свідчить про потенційну недооцінку цього інструменту як засобу просування бібліотечного сервісу [2].

Обліковий запис Ватсонвільської публічної бібліотеки [5] в ТікТок є показовим прикладом успішного використання короткоформатного відеоконтенту для популяризації бібліотечних послуг. Особливу увагу привертає креативність працівників бібліотеки, які:

- а) використовують нові формати, зокрема адаптують популярні ТікТок-тренди до бібліотечної тематики;
- б) створюють оригінальні та розважальні відеоролики;
- в) застосовують візуальні ефекти й монтаж для створення динамічного та привабливого контенту;

г) вдаються до інтеракції з аудиторією у вигляді коментарів, відповідей на запитання, участі у дискусіях, що сприяє формуванню дружньої атмосфери у віртуальному дискурсі;

г) популяризують сучасні бібліотечні послуги, наприклад: електронні книги, аудіокниги, онлайн-курси та інші цифрові ресурси.

Акаунт Центральної бібліотечної системи (ЦБС) «Фортеця» [10] на платформі «TikTok» є зразком адаптації бібліотечної установи до сучасних цифрових трендів. Молоді бібліотекарі цієї книгозбірні знімають відеоролики, що дає змогу: створити образ «дружньої» бібліотеки: молодість та енергійність ведучих сприяють формуванню позитивного іміджу бібліотеки; використовувати мову та стиль, зрозумілі молодіжній аудиторії; генерувати креативний та актуальний контент; взаємодіяти з користувачами бібліотечних послуг на рівних.

Отже, у сучасному інфопросторі активна діяльність бібліотечних установ у підтримці культурного й освітнього сегментів суспільства є істотною. З метою адаптації до цифрового середовища книгозбірні активно віртуалізують свої послуги, використовуючи соціальні мережі для комунікації з читацькою аудиторією та інформування широкої громадськості про свою діяльність. Впровадження новітніх медіа, зокрема соціальних мереж, є невід'ємною частиною стратегії сучасних бібліотечних установ. Молоді й креативні працівники бібліотек відіграють велику роль у пропагуванні діяльності бібліотек, зокрема збільшують охоплення аудиторії, формують позитивний імідж книгозбірні, позиціонуючи її як цікаве місце дозвілля, заохочують відвідувачів до читання, а також сприяють підвищенню престижності знань і важливості освіти.

Список використаних джерел

1. Антонюк О. Ю. Популяризація бібліографічної продукції як важливий складник рекламно-інформаційної діяльності бібліотек. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2023. № 3. С. 42–48.
2. Биркович Т. І., Морозова Я. А. Особливості використання соціальних мереж для просування бібліотечних ресурсів. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2024. № 1. С. 56–62.
3. Бібліотеки України: осередки культурного надбання. *Міністерство культури та стратегічних комунікацій України*. 27.05.2024. URL: <https://mcsc.gov.ua/news/biblioteky-ukrayiny-oseredky-kulturnogo-nadbannya> (дата звернення: 27.03.2025).
4. Булахова Г. І. Соціальні мережі як засіб реклами бібліотечної діяльності. Міжнародна наукова конференція «Адаптація завдань і функцій наукової бібліотеки до вимог розвитку цифрових інформаційних ресурсів». 2013. URL: <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/97> (дата звернення: 28.03.2025).
5. Ватсонвільська публічна бібліотека. URL: https://www.tiktok.com/@watsonville-library?_t=ZM-8v5rA9qBLC1&_r=1 (дата звернення: 29.03.2025).
6. Гранчак Т., Скітер Т. Інтернет-маркетинг у діяльності бібліотек України. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*. 2019. № 4. С. 36–55. DOI: 10.31866/2616-7654.4.2019.187817.
7. Грет М. Я. Реклама бібліотек у блогах. *Бібліотечний вісник*. Київ: НБУВ, 2015. № 1. С. 52–57.
8. Недошитко І., Біловус Л., Вількова Т. Соціальні мережі як рекламний ресурс сучасної бібліотеки. *Вісн. Кн. палати*. 2023. № 1. С. 41–42.

9. Ростовцев С. С. Роль маркетингу взаємовідносин в онлайн-діяльності бібліотек. *Вісник Книжкової палати*. 2015. № 11(232). С. 29–31.

10. ЦБС «Фортеця». URL: https://www.tiktok.com/@cbs_fort?_t=ZM-8v5rELkEoUg&_r=1 (дата звернення: 29.03.2025).



УДК 021.4:004

Примак Ольга Вікторівна

(наук. керівник – канд. іст. наук, доцент, зав. кафедри Охріменко Г. В.)

Національний університет «Острозька академія», м. Острог

ГІБРИДНІ ФОРМАТИ У ВИСТАВКОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛІОТЕК: ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ

Анотація. Робота присвячена дослідженню викликів використання гібридних форматів у виставковій діяльності бібліотек на сьогоднішньому етапі. Закцентовано на передумовах впровадження гібридних виставок у бібліотеках та основних проблемах, з якими стикаються бібліотеки під час їх організації.

Ключові слова: гібридні формати, виставкова діяльність, бібліотека, виклики, безпека даних, потреби користувачів, цифрові технології.

Сучасні бібліотеки впродовж останніх десятиліть кардинально трансформувались відповідно до потреб соціокультурного простору. Так, від місця зберігання книг бібліотеки стали осередком інформаційного, культурного та освітнього простору. Одним із ключових напрямів популяризації такого закладу культури є виставкова робота, яка динамічно пристосовується до цифрової епохи. Акцент на інтерактивності, технологічності та доступності привів до нового розуміння традиційних експозицій, що зумовлює необхідність застосування цифрових технологій, так званих гібридних форматів виставкової діяльності задля розвитку сучасних бібліотечних виставок.

Водночас гібридні формати виставкової діяльності стали радше необхідністю у зв'язку зі зміною читацьких звичок, пандемією, повномасштабним вторгненням, що поставило організаторів виставок перед новими викликами. Безумовно, такий стрімкий перехід до нових форматів вимагає від бібліотек швидкої адаптації та освоєння новітніх цифрових платформ. Тому важливо окреслити гібридні загрози, з якими сьогодні стикаються бібліотеки під час організації виставок задля збереження популяризації та популярності виставкової діяльності.

Метою роботи є дослідження викликів використання гібридних форматів у виставковій діяльності бібліотек в умовах сьогодення.

Вагомий внесок у дослідження ролі гібридних форматів у виставковій діяльності бібліотек зробили К. Амаріцей, Т. Коваль, О. Курганова, К. Лобузін, Л. Туровська, І. Швець та інші.

Поняття гібридних форматів у виставковій діяльності є відносно новим явищем і традиційно передбачає поєднання звичних офлайн-експозицій із цифровими онлайн-елементами, що дає змогу розширити аудиторію та підвищити інтер-