

**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТУ
ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА
КАФЕДРА ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему: **«ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ПОПУЛЯРИЗАЦІЮ
БІБЛІОТЕЧНИХ ПОСЛУГ»**

на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності В 13 Бібліотечна, інформаційна та архівна справа
освітньо-професійної програми Документознавство та інформаційна
діяльність

*Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.
Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на
відповідне джерело*

Тимур НІКОЛАЙЧУК

Виконав: Тимур НІКОЛАЙЧУК
здобувач вищої освіти
гр. ДЗД-41

Керівник: Тетяна СИДОРЕНКО
кандидат філологічних наук,
доцент

Рецензент: Тетяна ЯВОРСЬКА
кандидат педагогічних наук,
доцент

Київ 2025

**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва**

Кафедра документознавства та інформаційної діяльності

Ступінь вищої освіти бакалавр

Спеціальність В 13 Бібліотечна, інформаційна та архівна справа

Освітньо-професійна програма Документознавство та інформаційна діяльність

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри документознавства
та інформаційної діяльності

_____ Тетяна СИДОРЕНКО
« ____ » _____ 2025 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

Ніколайчука Тимура Ігоровича

1. Тема кваліфікаційної роботи: Вплив соціальних мереж на популяризацію бібліотечних послуг, керівник кваліфікаційної роботи завідувач кафедри документознавства та інформаційної діяльності, доцент, к. філол. н. Сидоренко Тетяна Михайлівна, затверджені наказом Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій від «24» лютого 2025 р. № 56.

2. Строк подання кваліфікаційної роботи «16» травня 2025 р.

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи

Мета роботи – проаналізувати вплив соціальних мереж на популяризацію інформаційної діяльності бібліотек.

Об'єктом дослідження є діяльність бібліотек у цифровому середовищі соціальних мережах.

Предмет дослідження є використання соціальних мереж в інформаційній діяльності бібліотек.

4. Перелік питань, які потрібно розробити:

1. Функціонал соціальних мереж у сфері інформаційної діяльності бібліотек
2. Соціальні мережі як інструмент популяризації бібліотечних послуг
3. Перспективи використання соціальних мереж бібліотек в умовах цифровізації

5. Перелік ілюстративного матеріалу: презентація, 16 рисунків.

6. Дата видачі завдання «26» вересня 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітки
1	Визначення тематики, вибір наукового керівника, уточнення теми	18.09.2025	
2	Розроблення та складання плану кваліфікаційної бакалаврської роботи	26.09.2024	
3	Підготовка 1 розділу	07.01.2025	
4	Підготовка 2 розділу	22.04.2025	
5	Підготовка 3 розділу	01.05.2025	
6	Висновки	09.05.2025	
7	Підготовка остаточного варіанта роботи	12.05.2025	
8	Написання відгуку науковим керівником	14.05.2025	
9	Оформлення й представлення роботи на кафедру та перевірка на плагіат	16.05.2025	
10	Підготовка доповіді, презентації та ілюстративного матеріалу, рецензія	20.05.2025	
11	Попередній захист роботи	26.05.2025	
12	Основний захист кваліфікаційної бакалаврської роботи	19.06.2024	

Здобувач вищої освіти

Тимур НІКОЛАЙЧУК

Керівник
кваліфікаційної роботи

Тетяна СИДОРЕНКО

РЕФЕРАТ

Текстова частина кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня бакалавра: 63 стор., 16 рис., 51 джерела.

Мета дослідження – проаналізувати вплив соціальних мереж на популяризацію інформаційної діяльності бібліотек.

Об’єктом дослідження є діяльність бібліотек у цифровому середовищі соціальних мережах.

Предмет дослідження є використання соціальних мереж в інформаційній діяльності бібліотек.

Короткий зміст роботи: розкрито сутність та значення соціальних мереж в інформаційній діяльності сучасних бібліотек; досліджено правову специфіку цифровізації інформаційної діяльності бібліотек; висвітлено особливості інформаційної комунікації бібліотек у соціальних мережах; визначено інформаційні можливості соціальних мереж для бібліотек; виявлено цільову аудиторію бібліотек у соціальних мережах; продемонстровано форми представлення бібліотечних онлайн-послуг; проаналізовано успішні кейси інформаційної діяльності у соціальних мережах українських бібліотек; розкрито особливості контент-діяльності бібліотек в соціальних мережах.

Ключові слова: соціальна мережа, бібліотека, інформаційне суспільство, цифровізація бібліотек, інформаційна діяльність.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1 ФУНКЦІОНАЛ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У СФЕРІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛІОТЕК	10
1.1. Феномен соціальних мереж в інформаційній діяльності бібліотек.....	10
1.2. Правові фактори цифровізації інформаційної комунікації бібліотек....	15
1.3. Особливості інформаційної комунікації бібліотек у соціальних мережах	21
РОЗДІЛ 2 СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ БІБЛІОТЕЧНИХ ПОСЛУГ	26
2.1. Інформаційні інструменти соціальних мереж для бібліотечних установ	26
2.2. Цільова аудиторія бібліотек у соціальних мережах	29
РОЗДІЛ 3 ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ БІБЛІОТЕК В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ	33
3.1. Аналіз успішних кейсів інформаційної діяльності у соціальних мережах українських бібліотек.....	33
3.2. Аналіз контенту сторінок українських бібліотек у соціальних мережах	39
ВИСНОВКИ.....	47
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ.....	49
ДОДАТКИ.....	55

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. В умовах стрімкого розвитку цифрових технологій соціальні мережі стали одним із головних каналів комунікації та інформаційного обміну. Бібліотеки, прагнучи зберегти та розширити свою аудиторію, активно використовують соціальні платформи для популяризації своїх послуг, залучення нових користувачів, підвищення іміджу й оновлення своєї ролі у суспільстві. Вивчення ефективності використання соціальних мереж у бібліотечній діяльності дозволяє визначити оптимальні стратегії комунікації та сприяти модернізації бібліотечних установ відповідно до вимог сучасного інформаційного середовища.

У сучасних умовах спостерігається трансформація соціальних комунікацій завдяки впровадженню безконтактних технологій обміну інформацією, що зумовило зростання інтересу до бібліотечного адміністрування інформаційних ресурсів. Це активізувало наукові дослідження, спрямовані на осмислення функціонування інформаційних ресурсів (бібліотек) та правових механізмів регулювання їх інформаційної діяльності. Розвиток електронних інформаційних потоків відкрив нові можливості для професійної діяльності бібліотек у цифровому середовищі. Завдяки інструментам Web 2.0 бібліотеки вже мають можливості поглиблювати взаємодію з користувачами, створюючи ефективні комунікаційні платформи. Нині актуалізуються технології Web 3.0, що означає новий рівень інтерактивності, персоналізації та динаміки соціальної комунікації у бібліотечному середовищі.

Бібліотечна сфера зазнала глибоких змін, що позначилося на трансформації ключових напрямів науково-практичної діяльності та вдосконаленні бібліотекознавчої теорії. Державна інформаційна політика орієнтується на створення умов для ефективного використання бібліотечних інформаційних ресурсів у різних секторах суспільного життя. Одним із

пріоритетів стало забезпечення надійного захисту державних інформаційних фондів у цифровому середовищі. Ліквідація ідеологічних бар'єрів у доступі до інформації сприяла активному розвитку електронних бібліотек та зміцненню інформаційних комунікацій у глобальному цифровому просторі.

Стан наукової розробки теми. Дослідження використання інструментарію соціальних мереж у побудові комунікаційних зв'язків бібліотечних установ присвячені праці українських та закордонних науковців. Серед вітчизняних необхідно відзначити наукові рефлексії Л. Біловус, Т. Биркович, Т. Вількової, Т. Гранчак, Л. Ковальської, Я. Морозової, І. Недошитко, В. Струнгар, Т. Яворської та багатьох інших. Закордоном проблеми інформаційної діяльності і соціальної комунікації досліджували Д. Бел, М. Кастельс, Д. Кінг, Е. Корні, С. Кунц, М. Макклюен, Ф. Уебстер та інші.

Джерельну базу дослідження формує міжнародне та вітчизняне законодавство. Перш за все Закони України «Про бібліотеки і бібліотечну справу», «Про доступ до публічної інформації», «Про інформацію». Окрему групу джерел становлять теоретичні дослідження українських науковців, на яку спираються дослідники у вивчення проблемних та дискусійних питань.

Мета дослідження – проаналізувати вплив соціальних мереж на популяризацію інформаційної діяльності бібліотек.

Реалізація мети передбачає вирішення поставлених **завдань**:

- розкрити сутність та значення соціальних мереж в інформаційній діяльності сучасних бібліотек;
- дослідити правову специфіку цифровізації інформаційної діяльності бібліотек;
- висвітлити особливості інформаційної комунікації бібліотек у соціальних мережах;
- визначити інформаційні можливості соціальних мереж для бібліотек;
- виявити цільову аудиторію бібліотек у соціальних мережах;

- проаналізувати успішні кейси інформаційної діяльності у соціальних мережах українських бібліотек;
- сформулювати особливості контент-діяльності бібліотек в соціальних мережах.

Об'єктом дослідження є діяльність бібліотек у цифровому середовищі соціальних мережах.

Предметом дослідження є використання соціальних мереж в інформаційній діяльності бібліотек.

Наукова новизна теми кваліфікаційної роботи полягає в комплексному дослідженні впливу соціальних мереж як сучасного інструменту інформаційної комунікації на процес популяризації бібліотечних послуг. Уперше вітчизняний досвід використання платформ Facebook, Instagram та інших соціальних мереж проаналізовано з позицій їх ефективності у формуванні позитивного іміджу бібліотек. Виявлено інформаційно-комунікаційну специфіку цифрової взаємодії між бібліотекою та користувачем у соціальних мережах, а також окреслено механізми зростання рівня зацікавленості у бібліотечному контенті. В роботі запропоновано класифікацію видів контенту, що найкраще працюють для різних цільових аудиторій. Обґрунтовано актуальність інтеграції цифрових інструментів у інформаційну діяльність бібліотек України для активнішої присутності у цифровому середовищі. Проведено контент-аналіз сторінок провідних національних бібліотек України, що дозволило визначити ефективні практики комунікації з користувачами. Результати дослідження можуть бути використані як основа для розробки комунікаційних стратегій у сфері бібліотечно-інформаційної діяльності.

Практичне значення роботи визначають аналіз інформатизації бібліотек, виявлення інформаційного функціоналу сторінок в соціальних мережах, налагодження інформаційної комунікації бібліотек. Запропоновані здобувачем положення доцільно використовувати у навчальному процесі та практичній організації інформаційної діяльності бібліотек. Висновки

дослідження мають прикладний характер для поліпшення роботи з інформацією у цифровому просторі.

Структура кваліфікаційної бакалаврської роботи зумовлена метою і завданнями, складається із вступу, трьох розділів та підрозділів, висновків, списку використаних посилань. Список використаних джерел та літератури складається з 51 назви. Дослідження має 58 сторінок друкованого тексту, основна частина викладена на 41 сторінці.

РОЗДІЛ 1

ФУНКЦІОНАЛ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У СФЕРІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛІОТЕК

1.1. Феномен соціальних мереж в інформаційній діяльності бібліотек

Впровадження новітніх інформаційних технологій у діяльність бібліотек суттєво змінює як саму природу бібліотечної роботи, так і якість обслуговування користувачів. Цифрові інструменти соціальних мереж сприяють оптимізації внутрішніх процесів, розширенню доступу до джерел інформації та підвищенню зручності комунікації з відвідувачами. Це, у свою чергу, позитивно впливає на репутацію окремої бібліотеки та загальне сприйняття бібліотечної системи суспільством. У добу цифрової трансформації особливо актуальною є концепція всеохопної інформатизації бібліотечної сфери. Для ефективного входження до глобального інформаційного простору українським бібліотекам необхідно відповідати міжнародним стандартам інформатизації.

Роль бібліотек у сучасному суспільстві набуває нових форм, адже вони стають не лише зберігачами знань, а й активними учасниками комунікаційних процесів. Їх значення зростає в контексті забезпечення доступу до історичних і культурних інформаційних ресурсів, які є важливими для формування колективної пам'яті. Інформація, що зберігається в бібліотеках, дає змогу осмислювати минуле й формувати уявлення про сучасність. Водночас перед бібліотеками стоїть завдання підвищення рівня інформаційної культури населення. Це передбачає просвітницьку діяльність інформаційними інструментами соціальних мереж, орієнтовану на популяризацію бібліотечних ресурсів серед широкої аудиторії.

Сучасні виклики вимагають від бібліотек змінити підхід до позиціонування своєї місії в інформаційному просторі. Зокрема, слід активніше використовувати цифрові маркетингові інструменти для покращення іміджу бібліотекаря та підвищення престижу бібліотечної

професії. Такий підхід дозволяє формувати нове уявлення про бібліотеку як про інноваційну, відкриту та суспільно важливу установу. Важливо не лише презентувати інформаційні ресурси, а й створювати інтерактивні формати взаємодії з користувачами. Інформаційно-комунікаційні стратегії мають орієнтуватися на динамічне середовище цифрового суспільства.



Рисунок 1.1 – Візуалізація процесу цифровізації бібліотечних інформаційних ресурсів за допомогою штучного інтелекту. Джерело: мережа Інтернет.

Історично бібліотеки асоціювалися з місцями зберігання паперових фондів, однак сьогодні ситуація кардинально змінилася. В епоху цифрових технологій домінують електронні інформаційні ресурси, які постійно оновлюються та вимагають оперативного доступу. Створення цифрової держави вимагає від бібліотек інтегруватися в цю цифрову екосистему як повноцінні інформаційні центри. Перехід до електронних форматів не є лише технічним процесом, а глибоким стратегічним перетворенням. Бібліотекам потрібно розвивати цифрові компетентності, щоб залишатися релевантними для сучасного користувача.

У зв'язку з цим зростає значення адаптації бібліотечних послуг до цифрового середовища. Це охоплює не лише створення електронних каталогів і баз даних, а й активне представлення бібліотеки у соціальних мережах, надання віддалених послуг, участь у віртуальних проєктах. Така багатовекторність дозволяє охоплювати ширшу аудиторію та відповідати на потреби інформаційного суспільства. Важливою умовою успіху є постійне

оновлення технологічної бази та залучення фахівців нового покоління. Тільки так бібліотека зможе зберегти свою актуальність і конкурентоспроможність.

Трансформація бібліотек у цифрову епоху – це не просто модернізація, а фундаментальна зміна парадигми їхнього існування. Від традиційної установи, яка акумулює друковані джерела, бібліотека перетворюється на гнучкий медіацентр, здатний до швидкої реакції на інформаційні запити. Така трансформація потребує не лише технічних змін, а й нового мислення, професійного розвитку кадрів та стратегічного бачення. Зміна ролі бібліотек у суспільстві – це виклик і можливість одночасно. Їхнє майбутнє залежить від здатності йти в ногу з технологічним прогресом і водночас зберігати свою гуманітарну місію.

Соціальні мережі стали невід’ємною частиною повсякденного життя мільйонів людей у всьому світі. Вони трансформували способи спілкування, отримання інформації та самовираження. Соціальні мережі забезпечують миттєву комунікацію незалежно від відстані. Завдяки цьому зникли географічні та часові бар’єри між людьми. У сучасній культурі соціальні мережі стали платформами для формування громадської думки. Тут поширюються новини, тенденції, культурні феномени. Вони впливають на політичні процеси, активізуючи громадянську участь. Соціальні мережі стають простором для мобілізації та протестів.

Важливою рисою інформаційної комунікації соціальних мереж є можливість самопрезентації – будь яка установа чи людина може створити публічний образ. За допомогою візуального контенту суб’єкт інформаційної комунікації формує нову естетику візуальної культури. Фотографії, відео та сторіс стали засобами самовираження й просування власного іміджу. Велика кількість інформації та намагання спростити її сприйняття людиною сформувало таке явище як «кліпове мислення», що результаті збільшує значення візуального контенту в комунікації. На рисунку 1.2 за допомогою штучного інтелекту презентовано процес реалізації «кліпового мислення»

людини під впливом текстових, візуальних та візуально-динамічних сервісів соціальних мереж.



Рисунок 1.2 – Візуалізація «кліпового мислення» людини за допомогою штучного інтелекту. Автор: Yuichiro Chino.

Кліпове мислення є когнітивним феноменом, що полягає у сприйнятті інформації короткими уривками, без заглиблення в зміст. Людина все частіше отримує інформацію через стислі повідомлення в соціальних мережах, короткі відео чи заголовки, замінюючи цілісне розуміння окремими фрагментами. Такий формат споживання контенту став повсякденним через домінування цифрових медіа. Люди звикають до ритму соціальних мереж, в якому інформація оновлюється щосекунди. Це змінює не лише спосіб мислення, а й саму суть сприйняття дійсності [17].

Як зазначає експерт із соціальних комунікацій В. Литвиненко, мозок людини адаптується до величезного потоку даних, відсікаючи зайве й утримуючи лише найяскравіші фрагменти. Людина рідше вдається до глибокого осмислення, а потреба в рефлексії поступається швидкому реагуванню. Читання поступово трансформується у сканування тексту, що розміщений у вигляді компактних блоків і посилань. Це також впливає на комунікацію – у ній домінують стікери, емодзі та гіфки як спрощені форми вираження емоцій [17].

Польська дослідниця Йоанна Кожел наголошує, що постійна зміна інформаційних сигналів формує інший тип пам'яті – короткочасну, яка

витісняє довготривалу. Умови, в яких ми постійно переключаємо увагу з одного об'єкта на інший, не сприяють аналізу чи осмисленню. Мозок прагне охопити якомога більше, але не занурюється в суть. У результаті глибина мислення зменшується, а здатність до зосередження слабшає. Такий стиль життя вже формує новий тип культури – культуру фрагментованого сприйняття [18].

Соціальні мережі впливають на мову – виникають нові слова, скорочення, меми. Формується унікальний цифровий сленг, зрозумілий широкій аудиторії. Таке явище наближає соцмережі до культурної творчості. Популярність блогерів і інфлюенсерів свідчить про зміну авторитетів у культурі. Тепер відомими стають не лише артисти чи політики, а й звичайні користувачі соціальних мереж. Їхній соціальний вплив перевершує інформаційну дію традиційних засобів масової інформації, що змінює моделі споживання інформації.

Соціальні мережі стали важливими інструментами маркетингу та брендингу. Користувачі слідкують за улюбленими брендами і купують товари, побачені в стрічці. Компанії інвестують у присутність в соціальних мережах більше, ніж у традиційну рекламу. Такий підхід формує нову цифрову економіку інформаційного впливу і формування інформаційних потреб суспільства.

Разом з прогресивними проявами соціальні мережі породжують і нові виклики. Зокрема, проблема залежності, дезінформації, порушення приватності. Виникає питання цифрової етики та відповідального користування. Тому критичне мислення у сприйнятті інформації стає ключовою компетенцією сучасної людини. У соціальних мережах часто формуються «інформаційні бульбашки» коли людина отримує лише ту інформацію, яка підтверджує їхні погляди, що сприяє поляризації суспільства. Проте, саме бібліотечні інформаційні ресурси дають можливість до перевірити контент та надати моделі критичного ставлення до інформації.

Отже, соціальні мережі стали глобальним культурним простором в якому бібліотечне інформаційне середовище має відігравати джерело перевіреної інформації. Бібліотеки мають не лише відображати, а й формувати тренди сучасної культури оскільки дослідження соціальних мереж є ключем до розуміння сучасного суспільства.

1.2. Правові фактори цифровізації інформаційної комунікації бібліотек

Починаючи з 2000-х рр. розпочинається активна диджиталізація бібліотечних установ в Україні. Це відбувалося в загальному тренді фокусування уваги на важливості оцифровування інформаційних ресурсів для збереження культурної пам'яті людства. Поштовхом до активізації цього процесу стало прийняття міжнародних документів, зокрема «Хартії про збереження цифрової спадщини» (2003) та «Рекомендацій ЮНЕСКО» щодо доступу до документальної спадщини в цифровій формі (2015). Ці нормативні акти визначили пріоритети для країн-учасниць у сфері збереження цифрових даних. Українські бібліотеки, як ключові установи у сфері інформаційної політики, активно долучилися до реалізації зазначених ініціатив. Їхня роль у забезпеченні довготривалого збереження знань набула нової ваги.

Указ Президента України «Про заходи щодо розвитку національної складової глобальної інформаційної мережі Інтернет та забезпечення широкого доступу до цієї мережі в Україні» визначає стратегічне значення інформаційного забезпечення для розвитку державності в умовах цифрового суспільства [27]. Документ акцентує увагу на створенні ефективної національної інформаційної інфраструктури як ключового елементу незалежної України. Особлива роль надається поширенню достовірної інформації про країну в мережі Інтернет, зокрема матеріалів, підготовлених державними установами, науковими закладами, бібліотеками, архівами та музеями. Це передбачає системну модернізацію цифрових платформ та

інструментів, що слугують для презентації національного контенту. Такий підхід сприяє формуванню позитивного іміджу України у світі та підтримці внутрішньої інформаційної єдності.

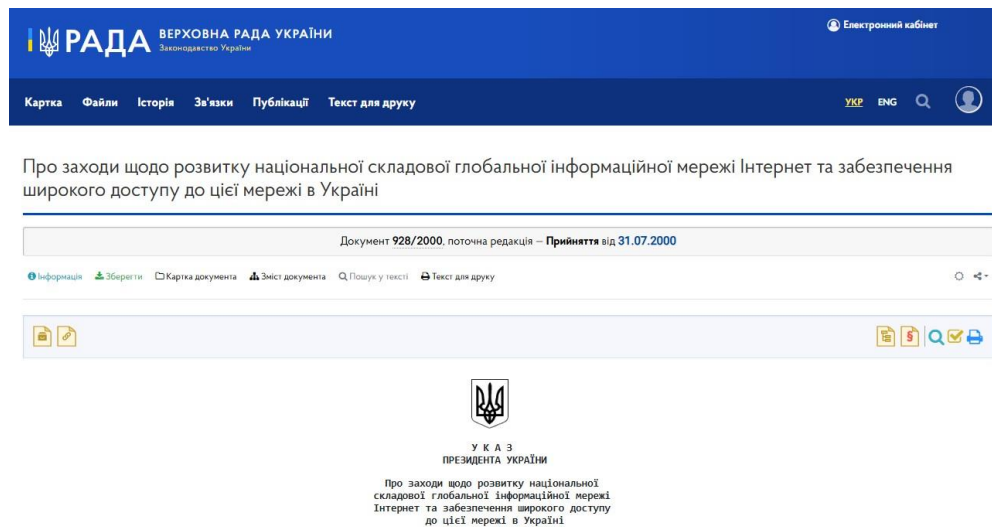


Рисунок 1.3 – Указ Президента України «Про заходи щодо розвитку національної складової глобальної інформаційної мережі Інтернет та забезпечення широкого доступу до цієї мережі в Україні». Джерело: zakon.rada.gov.ua

Важливим аспектом реалізації цієї стратегії є розвиток доступу до національних цифрових ресурсів, зокрема тих, що пов'язані з історико-культурною спадщиною. Пріоритетним напрямом стає створення тематичних електронних колекцій, які охоплюють архівні документи, історичні джерела та публікації. Це не лише забезпечує збереження цінної інформації, але й відкриває нові можливості для її наукового аналізу та популяризації. Водночас актуальним є формування ефективних механізмів інтелектуального доступу до таких ресурсів, що дозволяє користувачам швидко й зручно отримувати потрібну інформацію [27]. Запропоновані Указом Президента України заходи формують підґрунтя для розвитку сучасної цифрової гуманітаристики в Україні.

Нормативно-правові акти, ухвалені в останні десятиліття, є важливою відповіддю держави на виклики, що виникли в контексті формування інформаційного суспільства. Вони забезпечують системний підхід до

регулювання процесів, пов'язаних із поширенням знань, розвитком цифрових технологій та інноваційною трансформацією інформаційного простору. Основними ознаками нової епохи стали домінування знань, доступ до інформації, активне використання комунікаційних платформ і цифрових інструментів. Усе це створює нову реальність, у якій інформація перетворюється на стратегічний ресурс соціального, економічного та культурного розвитку. Актуальність таких підходів зростає в умовах глобалізації, що потребує нових моделей управління інформацією.

В останні роки значення інформаційних ресурсів стрімко зросло через посилення глобальних комунікацій і технологічний прорив у сфері обробки даних. Це відобразилося на всіх ключових сферах суспільного життя – від економіки й науки до освіти та культури. Доступ до релевантної, структурованої та якісної інформації перетворився на базову потребу сучасної людини. Завданням держави й суспільства стає не лише накопичення інформації, а й створення ефективної, інтегрованої системи знань, орієнтованої на потреби громадян. Саме тому стратегія розвитку інформаційного простору має передбачати відкритість, доступність і практичну цінність цифрових ресурсів.

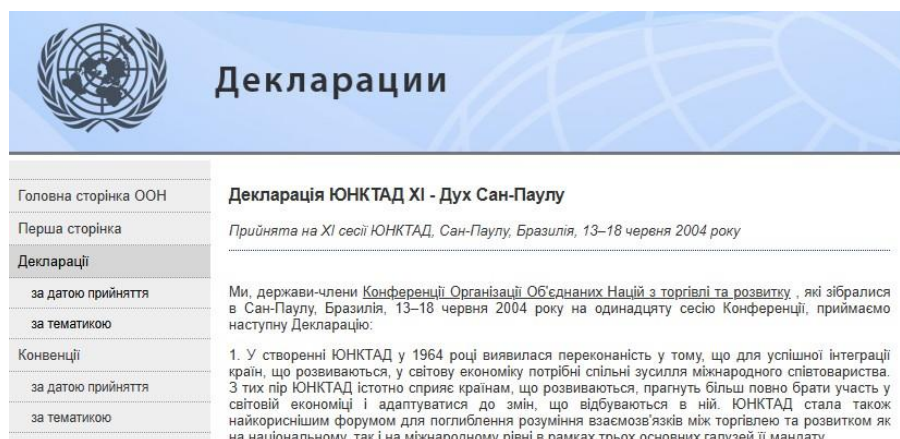


Рисунок 1.4 – Декларація ЮНКТАД XI проголошена 2004 р. на Конференції ООН з питань торгівлі та розвитку. Джерело: www.un.org

Прийнята ООН 12 грудня 2003 року Декларація принципів «Побудова інформаційного суспільства – глобальне завдання у новому тисячолітті» визначає фундаментальні засади сучасного розвитку людства. У ній

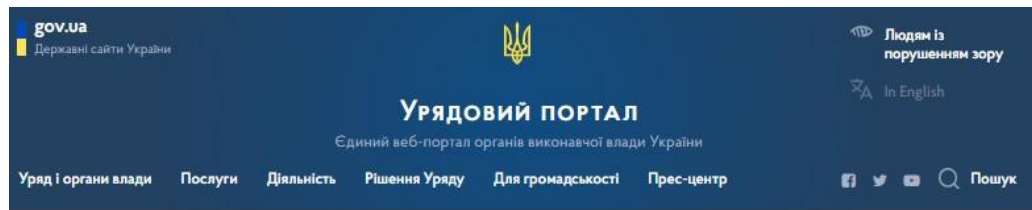
підкреслюється, що ключем до прогресу особистості є доступ до освіти, знань, інформації та ефективної комунікації. Незалежно від географічного розташування, кожна людина має право бути учасником інформаційного суспільства й користуватися його перевагами (рис. 1.4) [7].

Сучасні інформаційно-комунікаційні технології докорінно змінюють спосіб життя людей, надаючи нові можливості для розвитку. Вони допомагають подолати бар'єри простору та часу, сприяючи зменшенню цифрової нерівності та формуванню гармонійного глобального середовища (Додаток Е). Забезпечення справедливого і рівноправного розвитку людини, утворення інформаційного суспільства проголошується в Декларації ЮНКТАД XI 2004 р. на Конференції ООН з питань торгівлі та розвитку (United Nations Conference on Trade and Development) зображену на рис. 1.4 [8].

У контексті світової цифрової трансформації Україна активно інтегрується до міжнародного інформаційного простору. Впровадження інформаційно-комунікаційних технологій на національному рівні потребує адаптації ринкових механізмів, усунення правових перешкод і розгортання масштабних цифрових проєктів. Важливими є також стимулювання інвестицій у цифрову інфраструктуру та підвищення цифрової грамотності громадян. Здатність суспільства ефективно використовувати цифрові інструменти напряду залежить від сформованих компетенцій і відкритості до інновацій. Це дозволяє створювати нові форми взаємодії між державою, бізнесом і громадянами.

Інформаційно-комунікаційні технології стали провідним чинником модернізації всіх сфер життя в Україні. Держава декларує побудову інформаційного суспільства, що орієнтується на людину та забезпечує вільний обмін знаннями й інформацією. Інформаційно-комунікаційні технології проникають у соціальні, економічні та освітні структури, сприяючи формуванню нової цифрової культури. Законом України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства на 2007-2015 роки» було закладено базу для переходу від індустріальної економіки до економіки знань [31]. Цей

документ визначає потребу в доступній інфраструктурі, розширенні електронних послуг та забезпеченні вільного доступу до цифрових ресурсів.



Головна / НПА / Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та ...



Уряд схвалив Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердив план заходів щодо її реалізації.

Основною метою документа є реалізація ініціатив "Цифрового порядку денного України 2020" (цифрова стратегія) для усунення бар'єрів на шляху цифрової трансформації України у найбільш перспективних сферах.

Рисунок 1.5 – Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та план заходів щодо її реалізації. Джерело: kmu.gov.ua

Подальше стратегічне планування цифрової трансформації України було продовжено через ухвалену в 2018 р. «Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства на 2018–2020 роки». Вона розглядає цифровізацію як глибоку інтеграцію електронних пристроїв і систем у фізичний світ задля створення єдиного кіберфізичного простору (Додаток В). Завдяки цьому підходу досягається підвищення ефективності та продуктивності на всіх рівнях соціально-економічної взаємодії. Технології вже сьогодні впливають на якість послуг, витрати часу й ресурсів, конкурентоспроможність підприємств і комфорт повсякденного життя. Концепція окреслює цифровізацію як рушійну силу майбутнього розвитку.

Основоположними принципами цифровізації, закладеними в Концепції, є забезпечення рівного доступу до послуг і знань, сприяння соціальному прогресу та підвищення економічної ефективності. Цифрові технології мають слугувати інструментом зміцнення інформаційного суспільства, розвитку медіа і наближення України до європейської та світової спільноти. Успішна реалізація цифрових стратегій передбачає дотримання стандартів, високий рівень кібербезпеки та формування довіри серед населення. Важливою є міжрегіональна й міжнародна співпраця в галузі цифрових інновацій.

Цифровізація стає об'єктом стратегічного управління, що вимагає скоординованих дій державних структур та зацікавлених сторін [12].

Уряд України затвердив Стратегію розвитку читання на 2023-2032 роки під назвою «Читання як життєва стратегія», ініційовану Міністерством культури та інформаційної політики. Цей документ спрямований на формування сталої звички до читання серед українців, підкреслюючи його значення як елементу гуманітарної безпеки держави. Упровадження стратегії має на меті перетворити читання на свідомий вибір дозвілля, дієвий інструмент навчання й саморозвитку. Особливу увагу приділено розвитку критичного мислення, культурної ідентичності та єдності нації через читання. Водночас передбачено підтримку видавців, авторів і перекладачів, а також створення сприятливих умов для зростання книговидавничої галузі та розширення мережі поширення книжкової продукції (Додаток А).

Аналіз чинного законодавства, що регламентує діяльність бібліотечних установ, свідчить про поступовий перехід до відкритого доступу до інформаційних фондів бібліотек. Це свідчить про лібералізацію інформаційної політики в контексті демократизації суспільства та посилення його інформаційної самодостатності. Водночас збережено механізми правового захисту інформації, що обмежена в доступі згідно з чинним законодавством. Такі обмеження необхідні для дотримання національної безпеки та охорони приватних прав.

Таким чином, цифрова трансформація бібліотечної галузі супроводжується не лише технологічними змінами, а й переглядом нормативних засад доступу до інформації. Бібліотечні інформаційні ресурси перестають бути закритим привілеєм і стають інструментом розвитку особистості та суспільства. Ключовим викликом нині є забезпечення балансу між відкритістю знань і захистом чутливої інформації. Бібліотеки, архіви й інші інформаційні інституції стають активними учасниками цього процесу, пропонуючи нові формати обслуговування користувачів. Майбутнє

інформаційної сфери залежить від того, наскільки ефективно буде поєднано правову основу, технології й запити суспільства.

1.3. Особливості інформаційної комунікації бібліотек у соціальних мережах

Сучасні цифрові технології відкривають унікальні можливості для обробки, зберігання й поширення інформації, стаючи ефективною альтернативою традиційному збереженню паперових носіїв. Завдяки стрімкому розвитку інформаційного простору суспільство отримало безпрецедентний доступ до культурної спадщини українського народу, яка раніше була обмеженою або малодоступною. Цифровізація архівів, бібліотек і музеїв стала важливим кроком до популяризації історико-культурних цінностей у глобальному масштабі. Проте водночас ці процеси викликали нові виклики, пов'язані з технічним забезпеченням, модернізацією обладнання та потребою в довготривалому збереженні цифрових ресурсів.

Попри всі переваги, цифрове середовище несе ризики, пов'язані з нестабільністю технологічної бази, швидким моральним старінням програмного забезпечення й обладнання, а також необхідністю інтеграції розрізнених інформаційних джерел. Економічні витрати на підтримку цифрової інфраструктури та забезпечення її безперервного функціонування часто стають значним тягарем для інституцій. До того ж, проблема збереження культурної спадщини у цифровій формі ускладнюється відсутністю правового балансу між інтересами суспільства та авторськими правами. Внаслідок цього постає нагальна потреба в гармонізації правових норм, що забезпечать і охорону інтелектуальної власності, і рівний доступ до національних культурних надбань.

Один із найбільш ефективних способів популяризації архівної інформації у цифрову епоху – активна присутність у соціальних мережах. Створення офіційних сторінок бібліотечних установ дає змогу взаємодіяти з широкою аудиторією, використовуючи різні типи контенту: текстовий, візуальний,

аудіо та відео. Така діяльність сприяє формуванню сучасного позитивного іміджу бібліотек та пробуджує інтерес до їхньої діяльності. Крім того, соціальні мережі розширюють межі доступу до історико-культурної спадщини.

Ці цифрові платформи стають каналами для комунікації між бібліотеками та громадськістю, особливо серед фахівців, що активно використовують соціальні мережі у своїй роботі. Використання хештегів дозволяє структурувати архівний контент та спрощує його пошук. Іншим корисним інструментом є чат-боти, які здатні автоматизувати обробку запитів користувачів. Зокрема, такі боти можуть інформувати про графік роботи бібліотек, надавати доступ до цифрових фондів, також збирати відгуки.

На сучасному етапі актуально розробляти цілісні стратегії цифрової присутності бібліотек, включаючи вебсайти й платформи соціальних мереж. Це відкриває нові можливості для надання відкритого доступу до бібліотечних інформаційних ресурсів та ефективної комунікації з громадянами. Бібліотеки використовують соціальні мережі як бюджетний інструмент для покращення власного іміджу. Цей підхід дає змогу залучати нових читачів без значних матеріальних витрат.

Соціальні мережі створюють ефективне середовище для обміну досвідом між зацікавленими в інформації бібліотечних фондів. Такі платформи, як Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Telegram та інші, стали віртуальними просторами для поширення інформації бібліотечних ресурсів. Згідно з аналітичними даними, кількість користувачів соціальних мереж у світі щороку зростає, що підтверджує актуальність цього напрямку. Усе більше установ прагнуть адаптуватися до цифрових змін і бути ближчими до своїх аудиторій.

Соціальна мережа Facebook став одним із ключових інструментів для бібліотек у сфері цифрової комунікації з користувачами (Додаток Ж). За допомогою цієї соціальної мережі бібліотеки можуть оперативно інформувати про нові надходження, заходи, зміни у графіку роботи та інші важливі новини. Публікації у форматі постів, сторіс, відео та прямих трансляцій дозволяють

зробити комунікацію більш динамічною та доступною. Це сприяє формуванню активної онлайн-спільноти навколо бібліотеки. Яскравим прикладом є сторінка Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського в соціальній мережі Facebook показана на рисунку 1.6.

Використання Facebook дозволяє бібліотекам взаємодіяти з різними цільовими групами, зокрема молоддю, студентами, науковцями та широкою громадськістю. Користувачі можуть залишати коментарі, ставити запитання, ділитися публікаціями — усе це підсилює зворотний зв'язок. Через створення тематичних груп бібліотеки об'єднують зацікавлених читачів за інтересами та формують майданчики для обговорення літератури, культури та освіти. Такий підхід розширює функції бібліотеки як простору не лише для читання, а й для комунікації.



Рисунок 1.6 — Сторінка Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського в соціальній мережі Instagram. Джерело: Instagram

Крім інформування, Facebook дозволяє просувати культурно-просвітницькі ініціативи бібліотеки, наприклад, онлайн-лекції, флешмоби чи літературні марафони. Візуальний контент і таргетована реклама допомагають залучити нових користувачів та підвищити впізнаваність бібліотеки в інформаційному просторі. Також бібліотеки можуть проводити опитування, конкурси та інші інтерактивні формати, які мотивують аудиторію до участі. Усе це робить Facebook ефективним каналом сучасної бібліотечної комунікації.

Instagram, як одна з найбільш візуальних платформ, є зручним каналом для демонстрації архівних візуальних колекцій. Ця соціальна мережа активно використовується не лише приватними особами, а й організаціями для побудови іміджу та бренду. До прикладу Національної бібліотеки України

імені В.І. Вернадського в представлена у соціальній мережі Instagram, що видно на Рисунку 1.6. (Додаток Д).

Через пости, сторіс і Reels в соціальній мережі Instagram бібліотеки можуть розповідати історії, знайомити з рідкісними документами та залучати нову аудиторію. Більше того, розвиток професій, пов'язаних з візуальним оформленням профілю, дозволяє архівам скористатися послугами спеціалістів для якісного представлення своїх ресурсів. Сторінка Національної бібліотеки України імені Ярослава Мудрого у соціальній мережі Instagram показана Рисунку 1.7 має усі наведені інструменти соціальної комунікації (Додаток Е).

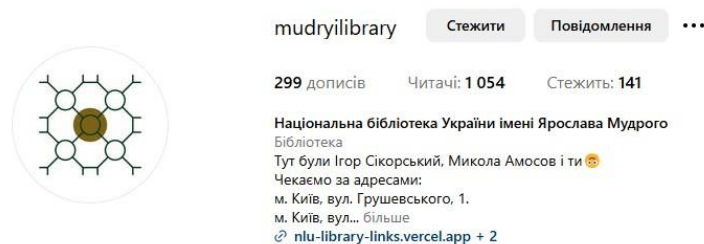


Рисунок 1.7 – Сторінка Національної бібліотеки України імені Ярослава Мудрого в соціальній мережі Instagram. Джерело: Instagram

Сторінка Національної бібліотеки України імені Ярослава Мудрого на YouTube є активним майданчиком для популяризації культурно-просвітницької діяльності бібліотеки. Тут регулярно публікуються відеозаписи презентацій книг, віртуальні екскурсії, тематичні лекції, зустрічі з письменниками та культурними діячами. Завдяки якісному відеоконтенту бібліотека не лише інформує про свої заходи, а й створює доступ до унікальних знань для широкої аудиторії. Цей канал сприяє розширенню присутності бібліотеки в цифровому просторі та підтримує зв'язок з користувачами, незалежно від їхнього місця проживання.

Мережа TikTok також стає дедалі важливішим інструментом digital-комунікації завдяки своїй динамічності та вірусному потенціалу. Платформа надає можливість створювати короткі відеоролики, які популяризують історичні теми серед молоді. Бібліотечні установи можуть використовувати цей формат для розповіді про визначні події, видатних особистостей або

цікавинки з бібліотечних фондів. Це дозволяє розширити цільову аудиторію та зробити інформацію більш доступною й зрозумілою.



Рисунок 1.8 – Сторінка Національної бібліотеки України імені Ярослава Мудрого в соціальній мережі YouTube. Джерело: YouTube

У поєднанні з іншими інструментами інтернет-маркетингу, зокрема email-розсилками, соціальні мережі стають потужною системою просування контенту інформаційних ресурсів бібліотек. Інструменти email-маркетинг дає змогу підтримувати постійний зв'язок із користувачами, інформувати про нові надходження, події чи освітні програми. Така інтегрована модель цифрової комунікації дозволяє бібліотекам бути сучасними, відкритими та ефективними. У результаті бібліотеки набувають нового звучання в умовах цифрового суспільства.

Отже, у сучасних умовах динамічних змін інформаційного середовища та зростання запитів з боку суспільства, бібліотеки мають постійно підвищувати рівень своєї інформаційної дієвості, залишаючись відкритими до інновацій і швидко адаптуючись до нових викликів. Уявлення про бібліотеку як про статичну структуру трансформується: сьогодні це інноваційний простір, де фахівці активно впроваджують цифрові технології у свою діяльність. Завдяки таким підходам бібліотечне середовище набуває сучасного вигляду, стає гнучким і привабливим для різних категорій користувачів. Це дозволяє створювати креативні комунікаційні майданчики, що сприяють розвитку знань і культури.

РОЗДІЛ 2

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ БІБЛІОТЕЧНИХ ПОСЛУГ

2.1. Інформаційні інструменти соціальних мереж для бібліотечних установ

Попри цифрову трансформацію, бібліотеки залишаються важливими осередками збереження й передачі знань. Їхня місія доповнюється новими цифровими функціями, серед яких – надання вільного доступу до інформаційно-комунікаційних технологій, підтримка інформаційної культури та просування інновацій. Сучасна бібліотека вже не лише місце збереження інформаційних ресурсів, а повноцінний учасник цифрового інформаційного обміну. На основі електронних технологій створюються нові моделі зберігання, обробки та поширення інформації. У цьому контексті бібліотеки виконують стратегічну роль у побудові інформаційного суспільства, формуючи нові підходи до знання як соціального ресурсу, що потребує нормативного регулювання.

Бібліотеки, які володіють великими фондами, що охоплюють різні історичні етапи та культурні періоди, стали базовими платформами для оцифрування національної спадщини. Широко впроваджуються цифрові сервіси: електронні каталоги, цифрові архіви, сканування рідкісних документів. Це відкриває доступ до унікальних інформаційних ресурсів не лише фахівцям, а й широкому колу користувачів. Сучасна бібліотека дедалі більше нагадує мультимедійну комунікаційну платформу, яка активно взаємодіє з суспільством. Така трансформація сприяє як національній ідентичності, так і міжнародній співпраці.

Значний прорив у медіапросторі відбувся завдяки масовій присутності бібліотек у соціальних мережах. Згідно з даними 2019 р., понад 60 % українських бібліотек мають сторінки у Facebook, а також активну присутність

в Instagram і Twitter. Найбільшою популярністю користується саме Facebook, що пов'язано з відповідністю профілю аудиторії до цілей бібліотечної діяльності [45, с. 126]. Такий вибір платформи забезпечує ефективну комунікацію з читачами та сприяє популяризації послуг. Аналітика вказує на зростання потреби в спеціалізованому контенті для різних вікових і професійних груп.



Рисунок 2.1 – Показник активності українських бібліотек у соціальній мережі Facebook. Джерело: 45, с. 126

Протягом останніх років бібліотеки демонструють стрімке зростання активності у цифровому середовищі. Вони не тільки створюють сторінки у кількох соціальних мережах, а й урізноманітнюють форми взаємодії з аудиторією. До традиційних текстових публікацій додаються відео, інтерактивні опитування, лайвстріми та віртуальні тури. Це підвищує залученість користувачів і дозволяє формувати нові канали комунікації. Крім того, подібні активності сприяють побудові цифрової репутації установ [39, с. 91]

У зв'язку з переходом суспільства до мультимедійного простору, бібліотеки мають адаптувати свої методи роботи до нових реалій. Одним із важливих кроків у цьому напрямі є впровадження сучасних інструментів маркетингу у соціальних медіа. SMM стає органічною частиною бібліотечної стратегії, дозволяючи активно просувати культурні ініціативи [43, с. 22]. Залучення публічних фігур, співпраця з блогерами та інтеграція з комерційними брендами розширює аудиторію. Це створює нову якість присутності бібліотек у публічному просторі.

Маркетингові кампанії у соціальних мережах дозволяють вирішувати низку стратегічних завдань бібліотечної установи. Серед них формування позитивного іміджу, підвищення рівня довіри до бібліотек і популяризація окремих напрямів їх діяльності. Сторінки бібліотек у Facebook чи Instagram слугують майданчиками для активного діалогу з користувачами. Це також ефективний спосіб вивчення потреб аудиторії через коментарі, відгуки, поширення публікацій. Таким чином, соціальні мережі стають не лише каналом інформування, а й інструментом дослідження.

Соціальні мережі є універсальним простором для задоволення одразу кількох інформаційних потреб користувачів. Вони забезпечують неформальне спілкування, сприяють самовираженню та надають швидкий доступ до корисного контенту. Для бібліотек важливо створити таке середовище, у якому відвідувачі відчували б себе залученими. Це потребує не лише якісного контенту, а й активного ведення сторінки, регулярних оновлень, модерування дискусій. Такий підхід забезпечує довготривалу присутність бібліотеки у цифровому середовищі.

Ключовим аспектом ефективної взаємодії є створення умов для відкритого та зручного зворотного зв'язку. Бібліотеки мають бути готові оперативно реагувати на коментарі, звернення, побажання своїх фоловерів. Це дозволяє вибудовувати довіру, що, своєю чергою, стимулює повторні звернення до послуг. Крім того, активна взаємодія дозволяє виявляти теми, що цікавлять читачів, і враховувати їх під час планування контенту. Так формується спільнота навколо бібліотечного бренду.

Завдяки наявності великої аудиторії в соцмережах, бібліотеки отримують потужний інструмент для популяризації читання. Розміщення рекомендацій, промо-роликів, онлайн-челенджів зі стимулювання інтересу до книг суттєво розширює охоплення. У такий спосіб формується нова культура споживання знань – через короткий, динамічний, візуально привабливий контент. Це особливо актуально для молоді, яка є основною частиною аудиторії у

соціальних медіа. Відповідно, бібліотеки трансформуються в інститути цифрової освіти та просвіти [43, с. 24].

Отже, цифровізація та активність у соціальних мережах стали невід’ємною складовою сучасного функціонування бібліотечної системи. Це відкриває перед книгозбірнями нові горизонти – від промоції читання до побудови якісної комунікації з громадськістю. Соціальні мережі перетворюються на дієвий інструмент формування інформаційної культури в суспільстві. Водночас вони вимагають нових компетентностей від бібліотекарів, готовності до змін і стратегічного бачення. Усі ці фактори зумовлюють необхідність переосмислення ролі бібліотеки у цифрову епоху.

2.2. Цільова аудиторія бібліотек у соціальних мережах

У сучасних умовах цифровізації бібліотекам дедалі важливіше визначати свою цільову аудиторію в соціальних мережах. Це дозволяє не лише створювати актуальний і цікавий контент, а й ефективно просувати бібліотечні послуги. Наприклад, районна бібліотека для дітей у Facebook орієнтується на батьків молодших школярів, тому її контент включає розповіді про нові надходження казок, поради з дитячого читання та анонси майстер-класів. Влучно визначена аудиторія дозволяє зменшити витрати часу на адміністрування і збільшити кількість активних підписників.

Основні параметри портрету цільової аудиторії можна побачити на рисунку 2.2. Дослідження власної аудиторії слід розпочинати за певною методикою і з використання науково обґрунтованих методів аналізу (Додаток Г). Першим етапом є демографічний аналіз, який допомагає з’ясувати, хто саме читає сторінку бібліотеки. За допомогою інструментів аналітики (Facebook Insights, Instagram Statistics) можна дізнатися вік, стать, місце проживання підписників. Наприклад, обласна універсальна наукова бібліотека виявила, що більшість її аудиторії – жінки 25-44 років із міста. Це дозволило скорегувати контент: додати рубрику «читання для саморозвитку», огляди новинок психологічної літератури та анонси заходів для молодих мам.

ПОРТРЕТ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ

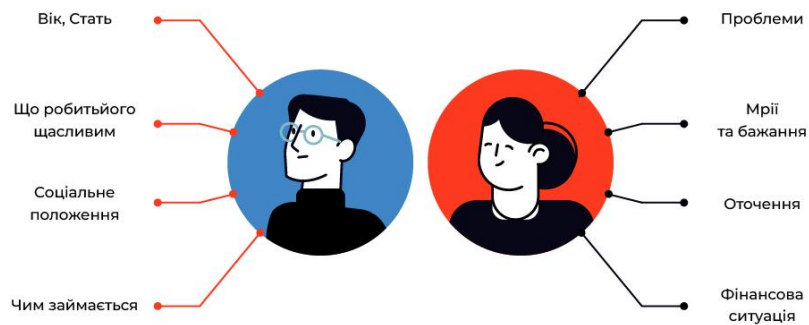


Рисунок 2.2 – Головні характеристики цільової аудиторії

Другим методом є психографічний аналіз, що вивчає інтереси, хобі та стиль життя підписників. Як можна побачити на рисунку 2.2 важливим є дослідження чинників, які спонукають користувача бібліотечної інформації до певних дій. Бібліотека може проводити інтерактивні опитування, щоб дізнатися, яку тематику воліють користувачі: історію, науку, художню літературу чи дозвілля. Наприклад, у молодіжній бібліотеці після опитування додали щотижневу добірку книг із фентезі, оскільки цей жанр виявився найпопулярнішим серед підлітків. Такий підхід покращує залучення користувачів і дозволяє формувати ком'юніті за інтересами.

Поведінковий аналіз дозволяє з'ясувати, які пости найбільше подобаються підписникам і в який час вони найактивніші. Наприклад, бібліотека помітила, що публікації з відеооглядами книг збирають більше переглядів у вечірній час. Враховуючи це, пости з відео почали публікувати о 20:00, що позитивно позначилось на охопленні. Такі зміни в розкладі публікацій часто приводять до зростання активності на сторінці.

Наступним є соціальний аналіз – дослідження професій, статусу, хобі користувачів. Наприклад, бібліотека, яка обслуговує працівників ІТ-компаній, запровадила онлайн-каталог технічної літератури, додала тематичні подкасти й провела серію вебінарів з авторського права. Соціальні характеристики дозволяють створювати «точкові» акції – наприклад, «книги для педагогів» або «читання у декреті». Це підсилює персоналізацію комунікації та робить сторінку більш привабливою.

Корисним також є аналіз конкурентного середовища – сторінок інших бібліотек. Наприклад, бібліотека у Львові відстежує, які акції та формати використовують заклади в Харкові, Одесі чи Дніпрі. Вона виявила, що пряма трансляція зустрічей із письменниками має гарний відгук в інших установах, тож додала цей формат до власного плану. Аналіз сторінок колег дозволяє вчитися на чужому досвіді й уникати типових помилок.

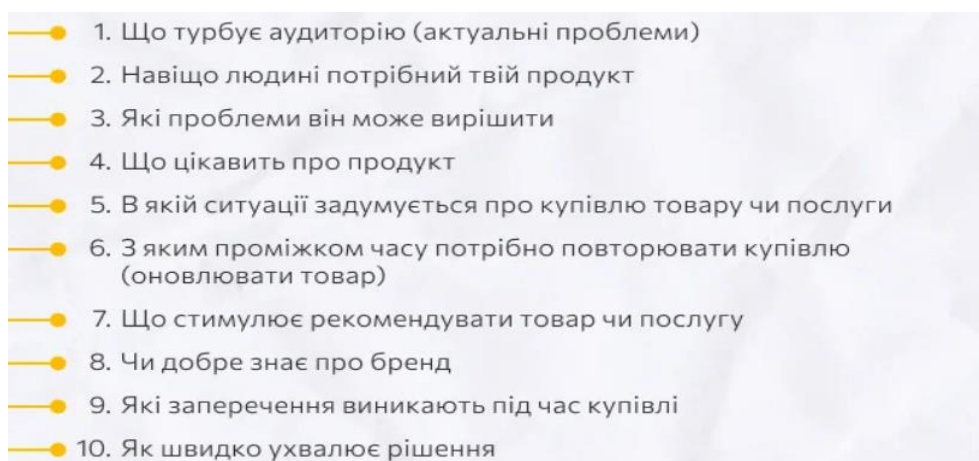
- 
1. Що турбує аудиторію (актуальні проблеми)
 2. Навіщо людині потрібний твій продукт
 3. Які проблеми він може вирішити
 4. Що цікавить про продукт
 5. В якій ситуації задумується про купівлю товару чи послуги
 6. З яким проміжком часу потрібно повторювати купівлю (оновлювати товар)
 7. Що стимулює рекомендувати товар чи послугу
 8. Чи добре знає про бренд
 9. Які заперечення виникають під час купівлі
 10. Як швидко ухвалює рішення

Рисунок 2.3 – Чинники, які спонукають користувача до певних дій

Опитування й анкетування – ще один ефективний інструмент. Наприклад, бібліотека публікує у Facebook запитання: «Яку книгу ви востаннє прочитали?» або «Чи цікаво вам слухати аудіокниги?». Ці прості дії дають розуміння потреб і звичок аудиторії та формують базу для планування нових послуг – зокрема, добірок аудіокниг або рекомендаційних листів. Опитування також дають змогу налагодити діалог і підвищити довіру.

Сегментація аудиторії дає можливість створити різні повідомлення для різних груп. Наприклад, бібліотека створила окремий контент для школярів (цікаві факти, вікторини), студентів (добірки наукових джерел) і пенсіонерів (рубрика «Книжкові спогади»). Такий підхід дозволяє збільшити охоплення і зробити сторінку цікавою для кожного. Адміністратор сторінки має враховувати специфіку кожного сегмента.

Ще один важливий метод – аналіз результативності контенту. Наприклад, бібліотека відстежує, які пости найбільше коментували або поширювали, і на основі цього створює новий контент. Якщо аудиторія активно реагує на рубрику «Невідомі сторінки історії книги» – варто її розширити, додати

відеоформат або запустити серію. Регулярна оцінка результатів допомагає оперативно вдосконалювати контент-стратегію.

Підсумовуючи варто наголосити, що перспективи розвитку сторінки бібліотеки в соціальній мережі пов'язані з правильним визначенням цільової аудиторії та врахування головних трендів інформаційного суспільства. Загалом, прорахунок цільової аудиторії є базисом успішного адміністрування бібліотечної сторінки в соціальних мережах. Це не лише підвищує ефективність онлайн-комунікації, а й сприяє популяризації бібліотеки, формуванню лояльної спільноти та розвитку культури читання. Використання зазначених методів дозволяє глибше зрозуміти користувачів і побудувати з ними продуктивний діалог. Бібліотека в соціальній мережі – це не просто «вітрина», а живий організм, який повинен адаптуватися до потреб своїх читачів.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ БІБЛІОТЕК В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

3.1. Аналіз успішних кейсів інформаційної діяльності у соціальних мережах українських бібліотек

Українські бібліотеки дедалі активніше використовують соціальні мережі для популяризації своєї діяльності, комунікації з користувачами та просування культурного контенту. Успішні приклади демонструють ефективність цього підходу. Зокрема, Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського та Національна бібліотека України імені Ярослава Мудрого ведуть динамічні сторінки у Facebook та Instagram, де публікують анонси подій, інтерактивні опитування, добірки книг і віртуальні виставки. Такі дії сприяють зростанню зацікавленості до бібліотеки, розширенню аудиторії та зміцненню її іміджу. Крім того, використання візуального контенту й елементів сторітелінгу дозволяє ефективніше залучати молодіжну аудиторію.

Центральна бібліотека імені Т. Г. Шевченка для дітей міста Києва реалізувала серію онлайн-заходів у TikTok та YouTube, спрямованих на популяризацію дитячого читання. Бібліотекарі створюють відеоогляди книжок, читають уривки з творів у художній формі, а також проводять челенджі на літературну тематику. Це дозволило не лише залучити нових користувачів, а й підвищити активність у межах сторінок бібліотеки. Соціальні мережі стали для бібліотеки не просто інструментом, а повноцінним комунікаційним майданчиком.

Як можна побачити на рисунку 3.1, YouTube-канал Центральної бібліотеки ім. Т. Г. Шевченка для дітей міста Києва налічує 1,33 тис. підписників і структурований у три тематичні плейлисти: «Майстер-класи», «Казкарик» та «Казкові сніданки». Основу контенту становлять відео з читанням казок і творчими заняттями, що повністю відповідає дитячій

аудиторії закладу. Формат і зміст роликів орієнтовані на популяризацію читання серед дітей через ігрові та інтерактивні форми. Попри відносно невелику кількість переглядів більшості відео, до 300 глядачів, окремі ролики мають вірусний ефект, збираючи тисячі переглядів до 77 тис. глядачів. Це свідчить про потенціал платформи як засобу комунікації з юною аудиторією [1].

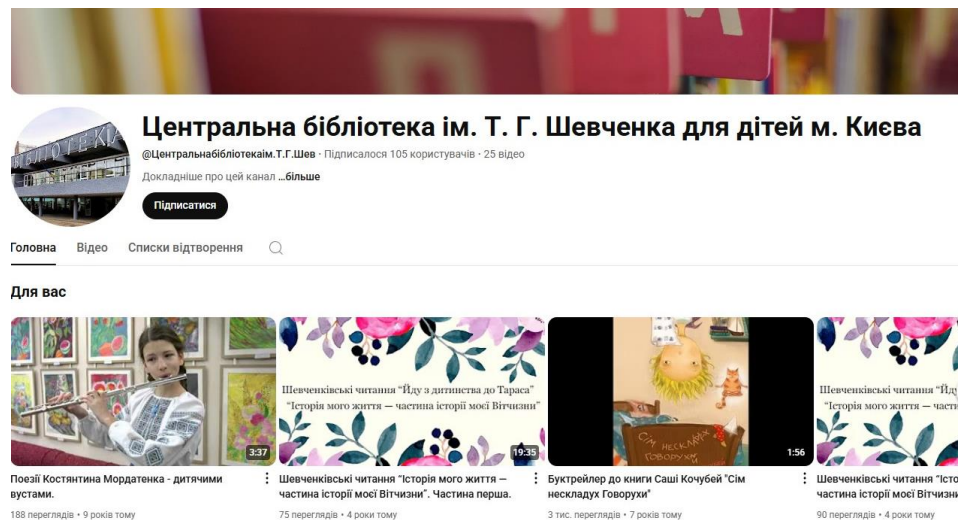


Рисунок 3.1 – Сторінка Центральної бібліотеки імені Т. Г. Шевченка для дітей міста Києва в соціальній мережі YouTube. Джерело: YouTube

Ще одним яскравим прикладом є діяльність Львівської обласної бібліотеки для юнацтва, яка активно взаємодіє з молоддю через Telegram-канал та сторінку у Facebook. Її команда публікує книжкові добірки, проводить голосування, інтерактивні конкурси та онлайн-зустрічі з письменниками. Завдяки нестандартному підходу до формування контенту бібліотека створює привабливий образ сучасної культурної інституції. Ці кейси демонструють, що соціальні мережі стають потужним інструментом бібліотечної комунікації, здатним зміцнити зв'язок з користувачами й утвердити нову роль бібліотеки у цифрову епоху.

Для аналізу сторінок у соціальних мережах доцільно взяти сторінки двох найбільших бібліотек України – Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського та Національної бібліотеки України імені Ярослава Мудрого. У дослідженні буде проаналізовано динамічність функціонування

сторінок у Facebook та Instagram, а також проведено контент-аналіз застосування ними комунікаційно-інформаційних технологій.



Рисунок 3.2 – Сторінка Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського в соціальній мережі Facebook. Джерело: Facebook

На рисунку 3.2 можна побачити, що офіційна сторінка Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського у Facebook має понад 7,7 тис. підписників, що свідчить про стабільний інтерес до її діяльності з боку наукової спільноти, студентів та широкої громадськості (Додаток Ж). Сторінка виконує функцію інформаційного майданчика для популяризації наукових, культурних та освітніх ініціатив бібліотеки, а також для комунікації з користувачами та партнерами. Публікації охоплюють широкий спектр тем: від анонсів заходів та презентацій нових видань до історичних фактів про бібліотеку та її фонди. Сторінка має професійне візуальне оформлення, що включає логотип бібліотеки, тематичні обкладинки та якісні зображення, які підкреслюють академічний статус установи. На думку Т. Яворської кількість підписників сторінки бібліотеки є важливим критерієм ефективності інформаційної комунікації бібліотекарів [43].

Адміністратори сторінки НБУВ у Facebook активно взаємодіють з аудиторією, відповідаючи на коментарі та повідомлення, що сприяє формуванню довірливих відносин з користувачами. Контент оновлюється регулярно, що забезпечує постійний інтерес до сторінки та підтримує актуальність інформації для підписників. Сторінка використовує різні

формати контенту, включаючи текстові пости, фотографії, відео та посилання на зовнішні ресурси, що робить інформацію більш доступною та цікавою для різних категорій користувачів.

Через сторінку працівники НБУВ активно просуваються бібліотечні послуги, такі як доступ до електронних ресурсів, участь у наукових заходах та ознайомлення з новими надходженнями. Бібліотека застосовує системи вимірювання ефективності своєї присутності в соціальних мережах, включаючи аналіз охоплення, активності аудиторії та ставлення до бренду НБУВ. Загалом, офіційна сторінка Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського у Facebook є ефективним інструментом для популяризації бібліотечних послуг, зміцнення зв'язків з громадськістю та підтримки іміджу бібліотеки як сучасного науково-інформаційного центру.



Рисунок 3.3 – Сторінка Національної бібліотеки України імені Ярослава Мудрого в соціальній мережі Facebook. Джерело: Facebook

Не менш динамічно функціонуючою є представництва в соціальних мережах Національної бібліотеки України імені Ярослава Мудрого. Офіційна сторінка НБУ імені Ярослава Мудрого у Facebook є важливим каналом комунікації з громадськістю (Додаток К). Як можна побачити на рисунку 3.3 сторінка бібліотеки має більше 3 тис. підписників. Вона слугує платформою для інформування про діяльність бібліотеки, її заходи та новини. Сторінка регулярно оновлюється, що свідчить про активну присутність бібліотеки в соціальних мережах. Завдяки цьому, бібліотека підтримує зв'язок з

користувачами та залучає нову аудиторію. Це сприяє підвищенню обізнаності про її ресурси та послуги.

Публікації на сторінці охоплюють широкий спектр тем, включаючи анонси заходів, презентації нових видань та освітні ініціативи. Зокрема, бібліотека організовує вебінари, такі як «Створюємо безбар'єрну бібліотеку», спрямовані на покращення доступності бібліотечних послуг [37]. Це демонструє прагнення бібліотеки до інклюзивності та сучасності. Також висвітлюються події, що мають національне значення, наприклад, презентація фотоекспозиції «Бібліотеки Херсонщини: злочини росії проти культури України» [20].

Сторінка має професійне візуальне оформлення, що включає якісні зображення, афіші заходів та фотозвіти. Це підсилює привабливість контенту та сприяє кращому сприйняттю інформації. Використання візуальних елементів допомагає залучити увагу користувачів та підвищити їхню зацікавленість. Крім того, це сприяє формуванню позитивного іміджу бібліотеки як сучасного культурного центру. Візуальний контент також використовується для популяризації бібліотечних ресурсів та послуг.

Адміністратори сторінки активно взаємодіють з аудиторією, відповідаючи на коментарі та повідомлення. Це сприяє формуванню довірливих відносин з користувачами та підвищує рівень їхньої залученості. Бібліотека також проводить онлайн-заходи, що дозволяє залучити ширшу аудиторію та забезпечити доступність інформації. Такі ініціативи демонструють відкритість бібліотеки до діалогу та співпраці. Це важливо для підтримки активної спільноти навколо бібліотеки.

Сторінка пропонує різноманітний контент, включаючи текстові пости, фотографії, відео та посилання на зовнішні ресурси. Це забезпечує різноманітність інформації та дозволяє задовольнити інтереси різних категорій користувачів. Крім того, бібліотека використовує соціальні мережі для популяризації своїх електронних ресурсів та послуг. Це сприяє підвищенню обізнаності про доступні можливості та залученню нових

користувачів. Різноманітність контенту також допомагає підтримувати інтерес аудиторії та забезпечує її активну участь.

Через сторінку активно просуваються бібліотечні послуги, такі як доступ до електронних ресурсів, участь у наукових заходах та ознайомлення з новими надходженнями. Це дозволяє користувачам бути в курсі останніх оновлень та можливостей, які пропонує бібліотека. Також висвітлюються події, що мають національне значення, наприклад вже згадувана презентація фотоекспозиції «Бібліотеки Херсонщини: злочини росії проти культури України» [20]. Такі ініціативи сприяють підвищенню обізнаності про діяльність бібліотеки та її роль у суспільстві. Це також допомагає залучити нових користувачів та зміцнити зв'язки з існуючими.

Бібліотека застосовує системи вимірювання ефективності своєї присутності в соціальних мережах, включаючи аналіз охоплення, активності аудиторії та ставлення до бренду. Це дозволяє вчасно реагувати на зміни в інтересах користувачів та адаптувати контент відповідно до їхніх потреб. Регулярний аналіз ефективності допомагає визначити найуспішніші формати та теми публікацій. Це сприяє підвищенню якості контенту та забезпечує його релевантність для аудиторії. Завдяки цьому бібліотека може ефективно використовувати соціальні мережі для досягнення своїх цілей.

На основі аналізу сторінок у Facebook Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського та Національної бібліотеки України імені Ярослава Мудрого можна виокремити ключові характеристики їхнього бренду як публічних інституцій. Обидві бібліотеки позиціонують себе як сучасні, відкриті до інновацій установи, що динамічно поєднують традиції з цифровими підходами в роботі з інформацією. Візуальний стиль, тон комунікації та тип контенту свідчать про прагнення установ залишатися релевантними як для наукової спільноти, так і для широкого загалу. Особлива увага приділяється культурному надбанню, популяризації фондів, висвітленню освітніх і наукових подій. Це формує довіру до бренду як до джерела перевіреної, якісної та важливої інформації.

3.2. Аналіз контенту сторінок українських бібліотек у соціальних мережах

Аналіз контенту Facebook-сторінки Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського надає інформацію по багатьох аспектах її функціонування та використання цифрового інструментарію. Сторінка має чітку спрямованість на інформування громадськості про наукові, культурні та бібліотечні події. Публікації регулярно висвітлюють нові надходження, конференції, історичні віхи та діяльність відділів й інститутів бібліотеки. Контент оформлений відповідно до наукового стилю комунікації – публікації інформативні, структуровані, з використанням відповідної термінології, що підкреслює статус бібліотеки як наукової установи. Інформаційні пости часто супроводжують фотографії бібліотечних історичних документів, книжкових виставок, учасників подій. Це збагачує візуальний контент, хоча загалом бракує сучасної графіки та креативних візуальних форматів (інфографіки, сторіс тощо).

Основна аудиторія сторінки – науковці, студенти, дослідники. Менше уваги приділяється популяризації бібліотеки серед молодіжної аудиторії, для чого варто розглянути впровадження інтерактивних рубрик чи відео-контенту. Серед основних тем сторінки – ювілеї діячів науки, презентації книжок, міжнародні дні, заходи бібліотеки, оцифрування фондів. Контент має пізнавальний та просвітницький характер, проте рідко публікуються аналітичні матеріали чи огляди трендів у бібліотечній справі.

Як можна побачити на рисунку 3.4 взаємодія користувачів з контентом (лайки, коментарі, поширення) відносно помірна. Це свідчить про потребу активізувати залучення – через запитання до аудиторії, опитування, конкурси, рубрики з ностальгією чи кроскультурною складовою. Оновлення відбуваються систематично – кілька разів на тиждень. Це свідчить про сталу інформаційну політику. Однак для підтримки інтересу можна додати динамічніші рубрики – наприклад, «Сторінка з архіву», «Цитата тижня»,

«Книга місяця». Тексти без орфографічних і стилістичних помилок, форматування витримане. Проте іноді бракує тегів, що б покращили пошук і охоплення публікацій у соціальній мережі.

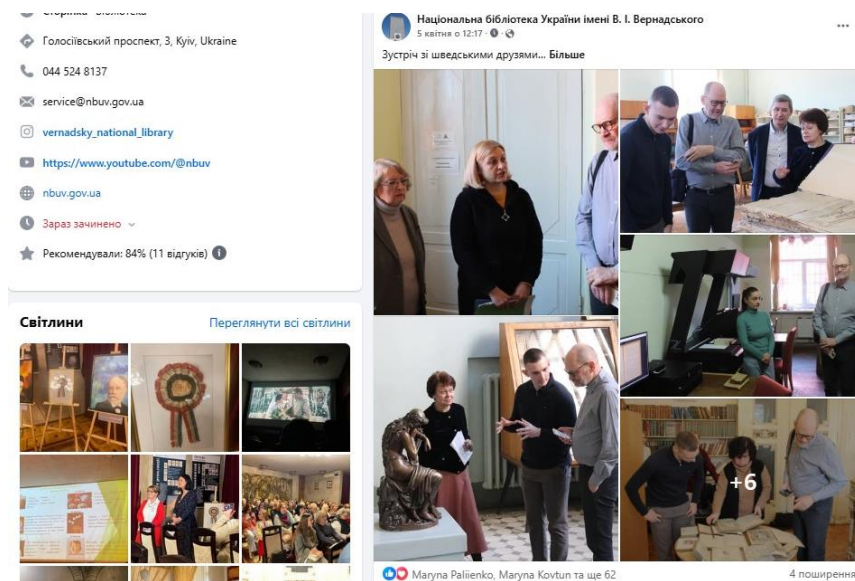


Рисунок 3.4 – Взаємодія читачів з контентом на сторінці Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського в соціальній мережі Facebook. Джерело: Facebook

Через сторінку бібліотека позиціонується як національний інформаційний центр з багатою історією. Водночас, варто активніше підкреслювати сучасну цифрову роль установи – з акцентом на електронні сервіси, оцифрування, онлайн-доступ до фондів. Для покращення ефективності сторінки доцільно запровадити рубрики для залучення аудиторії, активніше використовувати відео й сторіс, додати елементи інфографіки, публікувати короткі «лайфхаки» з користування електронним каталогом, проводити освітні онлайн-ініціативи (наприклад, «Міні-курс з історії книги»).

Контент-аналіз Facebook-сторінки Національної бібліотеки України імені Ярослава Мудрого показує, що вона також є активним каналом комунікації з громадськістю. Вона регулярно оновлюється, висвітлюючи події, новини та ініціативи бібліотеки. Контент орієнтований на широку аудиторію, включаючи науковців, студентів та загальну публіку. Сторінка сприяє популяризації бібліотечних ресурсів та послуг. Її активність демонструє прагнення бібліотеки бути сучасним інформаційним центром.

Контент сторінки охоплює широкий спектр тем: від анонсів заходів до презентацій нових видань. Наприклад, бібліотека організовує вебінари, такі як «Створюємо безбар'єрну бібліотеку», спрямовані на покращення доступності бібліотечних послуг. Також висвітлюються події національного значення, як-от презентація фотоекспозиції «Бібліотеки Херсонщини: злочини Росії проти культури України».



Рисунок 3.5 – Оголошення про подію на сторінці Національної бібліотеки України імені Ярослава Мудрого в соціальній мережі Facebook. Джерело: Facebook

На рисунку 3.5 показано оголошення на сторінці в соціальній мережі Facebook про подію організовану Національною бібліотекою України імені Ярослава Мудрого. Зокрема, бібліотекарі проводять XV Всеукраїнську науково-практичну конференцію «Бібліотека і книга в контексті часу» з річною тематикою «Трансформація бібліотек в умовах викликів та випробувань» [2]. Це свідчить про активну участь бібліотеки в культурному житті країни. Це демонструє прагнення бібліотеки до інклюзивності та сучасності. Різноманітність тем сприяє залученню різних категорій користувачів.

Сторінка використовує якісні зображення для ілюстрації подій та заходів. Фотографії з виставок, конференцій та інших подій підвищують привабливість контенту. Візуальні матеріали допомагають краще сприймати інформацію та залучають увагу користувачів. Використання інфографіки та відеоматеріалів може додатково покращити візуальне оформлення. Це сприятиме підвищенню

інтересу до сторінки та її контенту. Сторінка має професійне візуальне оформлення, що включає якісні зображення, афіші заходів та фотозвіти. Це підсилює привабливість контенту та сприяє кращому сприйняттю інформації. Використання візуальних елементів допомагає залучити увагу користувачів та підвищити їхню зацікавленість. Крім того, це сприяє формуванню позитивного іміджу бібліотеки як сучасного культурного центру. Візуальний контент також використовується для популяризації бібліотечних ресурсів та послуг.

Бібліотека активно взаємодіє з підписниками, відповідаючи на коментарі та повідомлення. Це сприяє формуванню довірливих відносин з аудиторією. Проведення онлайн-заходів дозволяє залучити ширшу аудиторію та забезпечити доступність інформації. Такі ініціативи демонструють відкритість бібліотеки до діалогу та співпраці. Це важливо для підтримки активної спільноти навколо бібліотеки.

Сторінка пропонує різноманітний контент: текстові пости, фотографії, відео та посилання на зовнішні ресурси. Це забезпечує різноманітність інформації та дозволяє задовольнити інтереси різних категорій користувачів. Бібліотека використовує соціальні мережі для популяризації своїх електронних ресурсів та послуг. Це сприяє підвищенню обізнаності про доступні можливості та залученню нових користувачів. Різноманітність контенту також допомагає підтримувати інтерес аудиторії.

Через сторінку активно просуваються бібліотечні послуги, такі як доступ до електронних ресурсів та участь у наукових заходах. Це дозволяє користувачам бути в курсі останніх оновлень та можливостей, які пропонує бібліотека. Висвітлення подій національного значення підкреслює важливу роль бібліотеки в культурному житті країни. Це також допомагає залучити нових користувачів та зміцнити зв'язки з існуючими. Активна промоція послуг сприяє підвищенню обізнаності про діяльність бібліотеки.

Бібліотека застосовує системи вимірювання ефективності своєї присутності в соціальних мережах, включаючи аналіз охоплення та активності

аудиторії. Це дозволяє вчасно реагувати на зміни в інтересах користувачів та адаптувати контент відповідно до їхніх потреб. Регулярний аналіз ефективності допомагає визначити найуспішніші формати та теми публікацій. Це сприяє підвищенню якості контенту та забезпечує його релевантність для аудиторії. Завдяки цьому бібліотека може ефективно використовувати соціальні мережі для досягнення своїх цілей.

Через сторінку бібліотека позиціонує себе як сучасний культурний центр, відкритий до інновацій та співпраці. Висвітлення подій, таких як презентація фотоекспозиції про бібліотеки Херсонщини, підкреслює її активну участь у культурному житті країни. Це сприяє формуванню позитивного іміджу бібліотеки та підвищенню її впізнаваності. Активна присутність у соціальних мережах допомагає зміцнити бренд бібліотеки. Це також сприяє залученню нових користувачів та партнерів.

Бібліотека активно співпрацює з іншими установами та організаціями, що відображається у контенті сторінки. Наприклад, підписання меморандуму про співпрацю з ГО «Вікімедіа Україна» свідчить про прагнення до партнерства та обміну досвідом. Такі ініціативи сприяють розширенню можливостей бібліотеки та підвищенню її ролі в суспільстві. Висвітлення спільних проєктів демонструє відкритість бібліотеки до нових ідей.

Порівняльний контент-аналіз сторінок у Facebook двох провідних національних бібліотек України – Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського та Національної бібліотеки України імені Ярослава Мудрого дає можливість зробити обґрунтовані висновки у підходах бібліотекарів до комунікації з користувачами.

Зокрема, сторінка НБУВ орієнтована на наукову спільноту, висвітлюючи наукові заходи, виставки та електронні ресурси. Натомість НБУ імені Ярослава Мудрого акцентує увагу на культурно-просвітницьких подіях, презентаціях та виставках, що спрямовані на широку аудиторію. Це відображає різницю у місії та цільовій аудиторії обох бібліотек. НБУВ

фокусується на науковій інформації, тоді як НБУ імені Ярослава Мудрого – на культурному розвитку суспільства.

На сторінці НБУВ переважають пости про наукові конференції, біографічні читання та електронні виставки, наприклад, виставка до 150-річчя Володимира Філатова. У НБУ імені Ярослава Мудрого акцент зроблено на культурних подіях, таких як презентація фотоекспозиції «Бібліотеки Херсонщини: злочини Росії проти культури України». Це свідчить про різні пріоритети в контенті: науковий у НБУВ та культурно-просвітницький у НБУ імені Ярослава Мудрого. Обидві бібліотеки активно висвітлюють актуальні події, але з різним тематичним фокусом.

Сторінка НБУ імені Ярослава Мудрого використовує якісні фотографії з подій, що створює емоційний зв'язок з аудиторією. Натомість НБУВ зосереджується на інформативних матеріалах, де візуальний контент має другорядне значення. Це відображає різний підхід до подачі інформації: емоційно-візуальний у НБУ імені Ярослава Мудрого та інформативно-науковий у НБУВ. Обидва підходи ефективні для своїх цільових аудиторій. НБУ імені Ярослава Мудрого пропонує різноманітний контент: від текстових постів до відео та фотозвітів. НБУВ зосереджується на текстових матеріалах, пов'язаних з науковими дослідженнями та електронними ресурсами. Це відображає різні стратегії контенту: мультимедійний підхід у НБУ імені Ярослава Мудрого та текстово-інформаційний у НБУВ. Обидва підходи відповідають потребам їхніх цільових аудиторій.

НБУ імені Ярослава Мудрого активно взаємодіє з підписниками, відповідаючи на коментарі та організовуючи онлайн-заходи. НБУВ також підтримує зв'язок з аудиторією, але зосереджується на науковій спільноті, пропонуючи участь у конференціях та читаннях. Обидві бібліотеки використовують соціальні мережі для залучення аудиторії, але з різними методами взаємодії. Це дозволяє ефективно досягати своїх цілей у комунікації. НБУВ активно просуває свої електронні ресурси, такі як архів української періодики LIBRARIA (Додаток К) [4]. НБУ імені Ярослава Мудрого акцентує

увагу на культурних заходах та виставках, що відбуваються у бібліотеці. Це свідчить про різні підходи до промоції: науково-інформаційний у НБУВ та культурно-просвітницький у НБУ імені Ярослава Мудрого. Обидві бібліотеки ефективно використовують соціальні мережі для популяризації своїх послуг.

НБУВ проводить аналіз ефективності своєї діяльності, зокрема в умовах воєнного часу, адаптуючи стратегії до нових викликів. НБУ імені Ярослава Мудрого також реагує на актуальні події, організовуючи заходи, що відображають сучасні проблеми, як-от фотоекспозиція про злочини проти культури. Обидві бібліотеки демонструють гнучкість та здатність адаптуватися до змін. Це сприяє підвищенню ефективності їхньої діяльності. НБУВ позиціонує себе як провідний науковий центр, що забезпечує доступ до наукових знань та ресурсів. НБУ імені Ярослава Мудрого виступає як культурно-просвітницький центр, відкритий до широкої

Підсумовуючи контент-аналіз сторінок Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського та Національної бібліотеки України імені Ярослава Мудрого у Facebook необхідно відзначити, що вони є потужними інформаційними платформами, що забезпечують відкриту комунікацію з користувачами. Обидві бібліотеки активно публікують новини про наукові заходи, книжкові новинки, електронні ресурси, культурні події та проєкти. Їхній контент орієнтований як на професійне середовище, так і на широку аудиторію, зацікавлену в історії, науці, культурі та освіті. Використання мультимедійного контенту – фото, відео, прямих трансляцій – робить сторінки живими, динамічними та привабливими.

Сторінка бібліотеки імені Вернадського зосереджується переважно на науково-дослідницькому аспекті своєї діяльності. Вона висвітлює роботу наукових відділів, спеціалізованих фондів, проєктів, пов'язаних із бібліографічними та архівними розробками. Часто розміщуються матеріали про участь співробітників у конференціях, круглих столах, презентаціях

результатів наукових досліджень. Уся подана інформація має структурований характер і розрахована на академічну аудиторію.

Натомість сторінка бібліотеки імені Ярослава Мудрого орієнтована більше на широку громадськість і подає матеріал у доступній, емоційній та візуально привабливій формі. Тут більше уваги приділяється культурно-просвітницьким заходам, виставкам, зустрічам з митцями, ювілейним подіям, святам і актуальним темам. Значне місце займає популяризація фондів бібліотеки, зокрема рідкісних та цінних видань, а також висвітлення роботи з молоддю. Обидві сторінки разом формують повноцінний образ сучасної бібліотеки як відкритого й багатофункціонального інституційного центру.

ВИСНОВКИ

Соціальні мережі стали потужним інструментом у формуванні нової моделі інформаційної діяльності бібліотек, забезпечуючи оперативний обмін знаннями та новинами. Вони дозволяють бібліотекам ефективно комунікувати з різними аудиторіями, популяризувати свої ресурси та послуги, а також залучати нових користувачів. Через інтерактивний контент і прямий зворотний зв'язок соціальні платформи сприяють зміцненню зв'язків між бібліотекою та громадою. Таким чином, соціальні мережі значно розширюють комунікаційні можливості бібліотек у цифрову епоху.

Правові фактори відіграють ключову роль у процесі цифровізації інформаційної комунікації бібліотек, визначаючи межі доступу, використання та збереження цифрових ресурсів. Вітчизняне законодавство, а також міжнародні акти, регулюють авторські права, захист персональних даних та правила обігу інформації в цифровому середовищі. Наявність чітких правових норм дозволяє бібліотекам ефективно адаптуватися до цифрової трансформації, забезпечуючи відкритість і безпеку інформації. Дотримання правових вимог створює підґрунтя для стабільного розвитку інноваційних форм комунікації між бібліотеками та користувачами.

Соціальні мережі стали потужним інструментом у формуванні нової моделі інформаційної діяльності бібліотек, забезпечуючи оперативний обмін знаннями та новинами. Вони дозволяють бібліотекам ефективно комунікувати з різними аудиторіями, популяризувати свої ресурси та послуги, а також залучати нових користувачів. Через інтерактивний контент і прямий зворотний зв'язок соціальні платформи сприяють зміцненню зв'язків між бібліотекою та громадою.

Соціальні мережі відкривають широкі інформаційні можливості для бібліотечних установ у контексті сучасної цифрової комунікації. Вони дають змогу оперативно інформувати користувачів про події, нові надходження, сервіси та проекти бібліотеки. Завдяки інтерактивним інструментам соціальні

мережі сприяють зворотному зв'язку, формуванню спільнот та залученню нової аудиторії.

Цільова аудиторія бібліотек у соціальних мережах є різноманітною та включає як постійних відвідувачів, так і нових користувачів з різних вікових і соціальних груп. Основну частину аудиторії становлять студенти, науковці, освітяни, а також активні користувачі цифрового контенту. Соціальні мережі дозволяють бібліотекам адаптувати контент під інтереси різних категорій, використовуючи сучасні формати подачі інформації.

Загальна характеристика сторінок проаналізованих національних бібліотек дає можливість зробити висновок, що бібліотекарі використовують їх для просування установ з різною кінцевою метою. Сторінка бібліотеки імені Вернадського зосереджена на презентації наукової та дослідницької місії, що підсилює образ установи як авторитетного національного інформаційного центру. У той час як бібліотека імені Ярослава Мудрого більше акцентує на відкритості до спілкування, креативності та інтеграції в культурне середовище країни. Разом ці установи формують образ бібліотек як живих, гнучких, суспільно важливих організацій, що активно взаємодіють з громадськістю. Їхня діяльність у соціальних мережах демонструє розуміння потреб сучасного користувача та готовність відповідати на інформаційні виклики часу.

Контент-аналіз сторінок Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського та Національної бібліотеки України імені Ярослава Мудрого у Facebook засвідчив активне впровадження сучасних комунікаційних підходів у їхній інформаційній діяльності. Обидві установи ефективно використовують платформу для популяризації бібліотечних фондів, просвітницьких ініціатив і науково-культурної спадщини. Їхні сторінки вирізняються якісним контентом, системною подачею інформації та спрямованістю на різні цільові аудиторії. Бібліотеки демонструють прагнення бути не лише сховищем знань, а й активним учасником інформаційного простору країни.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. 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.
2. Бібліотека і книга в контексті часу. *XV Всеукраїнська науково-практична конференція*. 22-24.10.2025 р. URL: <https://surl.li/wbwupp>
3. Бодак О.П. Повнотекстова база даних «Рукописна та книжкова спадщина України» як електронний науково-інформаційний ресурс Інституту рукопису НБУ імені В.І. Вернадського. *Рукописна та книжкова спадщина України: археографічні дослідження унікальних архівних та бібліотечних фондів / НАН України, НБУ імені В.І.Вернадського*. Київ, 2010. Вип. 14. С. 359-371.
4. Вебсайт Архіву української періодики онлайн – Libraria. URL: <https://libraria.ua/>
5. Вебсайт Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. URL: www.nbuv.gov.ua
6. Вебсайт Національної бібліотеки України імені Ярослава Мудрого. URL: <https://nlu.org.ua/>
7. Декларація принципів «Побудова інформаційного суспільства – глобальне завдання у новому тисячолітті»: Декларація Організації Об'єднаних Націй від 12.12.2003. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_c57#Text.
8. Декларація ЮНКТАД XI – Дух Сан-Паулу: Конференція Організації Об'єднаних Націй з питань торгівлі та розвитку від 13–18.06.2004. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_d09#Text
9. Денбновецький С. О. Цифрова трансформація українських бібліотек в умовах глобалізаційних перетворень. URL: https://elib.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/4113/BDI_1_2022_DOI-26-33.pdf?sequence=1
10. Енциклопедія державного управління: у 8 т. К.: НАДУ, 2021. Т.2. *Документообіг електронний*. С. 144-146.

11. Єсімов С. С. Правовий режим бібліотечної інформації. *Електронне наукове видання «Аналітично-порівняльне правознавство»*. URL: <https://app-journal.in.ua/wp-content/uploads/2023/11/60.pdf>
12. Іванова М. В. Цифровізація в Україні: нормативно-правове забезпечення. *Міжнародна наукова конференція «Бібліотека. Наука. Комунікація. Розвиток бібліотечно-інформаційного потенціалу в умовах цифровізації»*. 2020. URL: <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/906>
13. Ковальська Л. Інформаційно-аналітична діяльність сучасної бібліотеки. *Бібліотечний вісник*. 2021. № 3. С. 12-21. URL: http://bv.nbuv.gov.ua/doc/bv_2021_3_4
14. Ковальська Л. А., Вакуленко С. Активізація блогу та інформаційна діяльність в мережі Інтернет. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2022. Вип. 14. Т. 1. 263 с. С.207-210.
15. Kovalska L., Yavorska T., Kovalskyi H., Gnatyuk S. Modern Challenges of the Activities of Document and Information Institutions. Proceedings of the 2nd International Workshop on Social Communication and Information Activity in Digital Humanities (SCIA 2023). Lviv, Ukraine, November 9, 2023. Vol-3608. 275-287. URL: <https://ceur-ws.org/Vol-3608/>
16. Ковпак В. А., Політова О. О. Українські буктьюб та букстаграм: дискурси культури читання української книги та національної безпеки. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Журналістика. 2021. Т. 32. №6. URL: https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/6_2021/part_3/22.pdf
17. Кузьменко Ю. Це вже наша реальність – як електрика. На що впливає кліпове мислення та як з ним жити. *Суспільне новини*. 11.03.2024. URL: <https://suspilne.media/702970-ce-vze-nasa-realnist-ak-elektrika-na-so-vplivae-klipove-mislenna-ta-ak-z-nim-ziti/>

18. Мамонова Г. До 2025 року зросте кількість українців, які читають щодня: дослідження Інституту книги та МКІП. *Суспільне Культура*. 31.03.2021. URL: <https://surli.cc/zarlen>
19. Марчук О. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент управління. *Економіка і суспільство*. 2018. № 17. С. 296-299.
20. Національна бібліотека імені Ярослава Мудрого презентувала фотоекспозицію «Бібліотеки Херсонщини: злочини Росії проти культури України». *Міністерство культури та стратегічних комунікацій України*. URL: <https://surl.li/jlnzgb>
21. Недошитко І., Біловус Л., Вількова Т. Соціальні мережі як рекламний ресурс сучасної бібліотеки. *Вісник Книжкової палати*. № 1. 2023. С. 37-42.
22. Почепцов Г. Г. Інформаційна політика. К.: Вид-во «Знання», 2018. 665 с.
23. Про бібліотеки і бібліотечну справу: Закон України від 01.01.2022 р. № 32/95-ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1995, № 7, ст. 45. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/32/95-%D0%B2%D1%80#Text>
24. Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні: Закон України від 15.11.2024 р. № 601-IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2003, № 24, ст.162. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/601-15#Text>
25. Про доступ до публічної інформації: Закон України від 08.10.2023 № 2939-VI. *Відомості Верховної Ради України*. 2011, № 32, ст. 314. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text>
26. Про затвердження Положення про Українську цифрову бібліотеку: Наказ Міністерства культури України від 08.08.2018 р. № 684. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0970-18#Text>
27. Про заходи щодо розвитку національної складової глобальної інформаційної мережі Інтернет та забезпечення широкого доступу до цієї мережі в Україні: Указ Президента України від 31.07.2000 р. № 928/2000. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/928/2000#Text>

28. Про культуру: Закон України від 06.09.2024 р. № 2778-VI. *Відомості Верховної Ради України*. 2011, № 24, ст.168. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text>
29. Про науково-технічну інформацію: Закон України від 19.04.2014 р. № 3322-XII. *Відомості Верховної Ради України*. 1993, № 33, ст. 345. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3322-12#Text>
30. Про обов'язковий примірник документів: Закон України від 31.03.2023 р. № 595-XIV. *Відомості Верховної Ради України*. 1999, № 22-23, ст.199. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/595-14#Text>
31. Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки: Закон України від 09.01.2007 р. № 537-V. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/537-16#Text>.
32. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.01.2018 р. № 67-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text>.
33. Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15.05.2013 р. № 386 р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/246420577>
34. Про схвалення Стратегії розвитку читання на період до 2032 року «Читання як життєва стратегія» та затвердження операційного плану її реалізації на 2023-2025 роки: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 03.03.2023 р. № 190-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/190-2023-%D1%80>
35. Про цифровий контент та цифрові послуги: Закон України від 10.09.2023 р. № 3321-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3321-20#Text>
36. Соціальні медіа для бібліотек: середовище, ресурс, сервіс. *Матеріали круглого столу*. Харків, 31 жовтня 2017 року / редкол.: І. В. Киричок,

- Т. Б. Павленко, Н. Д. Гаєва; Харківський національний медичний університет. Харків: ХНМУ, 2017. 100 с.
37. Створюємо безбар'єрну бібліотеку: МКІП та Національна бібліотека України імені Ярослава Мудрого проведуть вебінар. *Міністерство культури та стратегічних комунікацій України*. URL: <https://surl.li/jqarua>
38. Струганар В. В. Бібліотечна складова в системі суспільного використання соціальних медіа : дис. ... канд. наук із соц. комунікацій. *НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського*. Київ, 2018. 250 с.
39. Струнгар В. Особливості представленості бібліотек у блогосфері : тези доповіді. *Міжнародна наукова конференція «Бібліотека. Наука. Комунікація: актуальні тенденції у цифрову епоху»*. 8-10.10.2019 р. Київ, 2019. URL: <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/799>
40. Храпкіна В. Сучасні тренди інтернет-маркетингу. *Економіка і суспільство*. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1320/1275>
41. Читання як життєва стратегія: Уряд схвалив план дій на 2023-2032 роки. *Міністерство культури та інформаційної політики*. URL: <https://mkip.gov.ua/news/8729.html>.
42. Читачі в мережі: використання бібліотеками ресурсів інтернет для популяризації книги та читання: інформаційно-методичні матеріали. *Управління культури і туризму Харківської ОДА., Харківська обласна універсальна наукова бібліотека*. Харків : ХОУНБ, 2018. 20 с.
43. Яворська Т. Соціальні мережі бібліотек як ефективний інструмент промоції книг і читання. *Вісник Книжкової палати*. 2023. № 4. С. 21-27.
44. Becker D. A., Yannotta L. Modeling a library website redesign process: developing a user-centered website through usability testing. *Information Technology and Libraries*. 2013. Vol. 32, № 1. pp. 6-22.
45. Davydova I., Marina O., Slianyk A., Syerov Yu. Social Networks in Developing the Internet Strategy for Libraries in Ukraine. *COAPSN-2019*

International Workshop on Control, Optimisation and Analytical Processing of Social Networks. 2019. P. 122-133.

46. Dean B. Social Network Usage & Growth Statistics: How Many People Use Social Media in 2022? *Backlinko*. URL: <https://backlinko.com/social-media-users>

47. Fulton C. Library perspectives on Web content management systems. *First Monday*. Vol. 15, № 8. 2010.

48. Kristanova E. Usługi bibliotek bułgarskich na podstawie stron WWW – pierwszy krok do sukcesu użytkownika. Biblioteka – klucz do sukcesu użytkowników. *Instytut Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa, Uniwersytet Jagielloński*. № 5, 2008. ss. 111-121.

49. Perceptions of libraries and information resources: A report to the OCLC membership [De Rosa C., Cantrell J., Cellentani D. et al.]. Dublin, Ohio, 2005. pp. 1-17.

50. Witrylak A. Witryny internetowe bibliotek państwowych wyższych szkół zawodowych – analiza treści. *Biuletyn EBIB*. Warszawa. № 7/2006 (77).

51. Yavorska T., Prihunov O., Syerov Yu. Libraries in Social Networks: Opportunities and Presentations. *COAPSN-2019 International Workshop on Control Optimisation and Analytical Processing of Social Networks*. 2019. P. 242-251. URL: <https://ceur-ws.org/Vol-2392/>

ДОДАТКИ

Документ 190-2023-р, чинний, поточна редакція — Редакція від 11.02.2025, підстава - 107-2025-р

Інформація Звернути Карта документа Зміст документа Пошук у тексті Тисня для друку

11.02.2025



від 3 березня 2023 р. № 190-р
Київ

(із змінами, внесеними згідно з Розпорядженням КМ
№ 107-р від 11.02.2025)

3. Міністерству культури та стратегічних комунікацій.

(Абзац першого пункту 3 із змінами, внесеними згідно з Розпорядженням КМ № 107-р від 11.02.2025)

разом з іншими зацікавленими неурядовими організаціями виконавчої влади розробити та подати Кабінетові Міністрів України до 1 грудня 2025 р. проєкт операційного плану реалізації Стратегії на 2026-2028 роки, до 1 грудня 2028 р. - проєкт операційного плану реалізації Стратегії на 2029-2032 роки;

покласти щороку до 1 жовтня Кабінетом Міністрів України завіт про хід реалізації Стратегії.

4. Міністерствам, іншим центральним органам виконавчої влади, обласним та Київській міській державними (військовими) адміністраціям забезпечити:

виконання завдань та заходів оперативного плану у межах і за рахунок видатків, передбачених у державному та місцевих бюджетах на відповідний рік, та інших джерел, не заборонених законодавством;

потання щороку починаючи з 2024 року до 15 лютого Міністерству культури та стратегічних комунікацій (інформації про стан виконання операційного плану).

(Абзац третій пункту 4 із змінами, внесеними згідно з Розпорядженням КМ № 107-р від 11.02.2025)

5. Рекомендувати органам місцевого самоврядування під час формування проектів місцевих бюджетів: передбачати кошти в межах реальних можливостей бюджетів, необхідні для виконання заходів Стратегії.

Прем'єр-міністр України

Д. ШИМГАЛЬ

ДОДАТОК Б

Міжнародні документи з регуляції інформаційної діяльності на вебсайті
Комітету з питань цифрової трансформації, Верховна Рада України



КОМІТЕТ

З ПИТАНЬ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

РАДА

ВЕРХОВНА РАДА УКРАЇНИ

GOV.UA

Електронний кабінет

Українською

Про Комітет

Діяльність

Законопроектна робота

Інформаційні ресурси

Контакти




Головна / Текстові публікації / Про Комітет

Міжнародні документи

Комітет

Опубліковано 22 червня 2018, о 14:59




Конвенція про захист осіб у зв'язку з автоматизованою обробкою персональних даних

Конвенція про кіберзлочинність

Директива № 2002/58/ЄС Європейського Парламенту і Ради ЄС стосовно обробки персональних даних та захисту права на недоторканість особистого життя в сфері електронних комунікацій (Директива про право на недоторканість особистого життя та комунікації) електронні засоби зв'язку)

Декларація принципів «Побудова інформаційного суспільства - глобальне завдання у новому тисячолітті»

Про Урядовий консультативний комітет Інтернет-корпорації з призначення доменних імен та номерів

Повернутись до списку публікацій

 Версія для друку

Ще за розділом "Про Комітет"

09 вересня 2019 15:09
Склад Комітету

22 червня 2018 15:00
Інші нормативно - правові акти

22 червня 2018 14:59
Міжнародні документи

22 червня 2018 14:58
Закони України

07 червня 2018 13:07
Повноваження Голови Комітету

07 червня 2018 11:34
Положення про позаштатного консультанта у Верховній Раді України та в її органах (затверджено розпорядженням Голови Верховної Ради України від 07.07.2003 року №701)

ДОДАТОК В

Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки, Урядовий портал.



Головна / НПА / Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та ...



Уряд схвалив Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердив план заходів щодо її реалізації.

Основною метою документа є реалізація ініціатив "Цифрового порядку денного України 2020" (цифрова стратегія) для усунення бар'єрів на шляху цифрової трансформації України у найбільш перспективних сферах.

Це планується досягти шляхом стимулювання економіки та залучення інвестицій, подолання цифрової нерівності, поглиблення співпраці з ЄС у цифровій сфері та розбудови інноваційної інфраструктури країни та цифрових перетворень.

Реалізація заходів Концепції має забезпечити:

стимулювання економіки та залучення інвестицій;

основу для трансформації вітчизняних індустрій в конкурентоспроможні та ефективні за рахунок їх "цифровізації";

вирішення проблеми "цифрового розриву", наближення "цифрових" технологій до громадян, у тому числі, шляхом забезпечення доступу громадян до широкосмугового Інтернет, особливо у селищах та невеликих містах;

створення нових можливостей для реалізації людського капіталу, розвитку інноваційних, креативних і «цифрових» індустрій та бізнесу;

розвиток експорту "цифрової" продукції та послуг (IT-аутсорсинг).



КАБІНЕТ МІНІСТРІВ УКРАЇНИ

РОЗПОРЯДЖЕННЯ

від 17 січня 2018 р. № 67-р

Київ

Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації

ДОДАТОК Г

Характеристики та методи визначення цільової аудиторії в соціальних мережах для залучення нових користувачів бібліотек



What? (Що?)	Що ви пропонуєте покупцям (тип послуги або товару) і те, що вони хочуть отримувати. Наприклад, людині не потрібна бігова доріжка, їй потрібно скинути вагу.
Who? (Хто?)	Основна інформація про споживача. Чим більше характерних ознак цільової групи тут буде, тим краще. Стать, вік, геолокація, рівень достатку й інші важливі характеристики потенційного клієнта.
Why? (Чому?)	Головна причина, чому клієнт готовий придбати товар або скористатися послугою. А заодно визначається проблема, яку допомагає розв'язати ваш продукт.
When? (Коли?)	Час, коли потенційний покупець найбільш готовий до купівлі.
Where? (Де?)	Основні точки контакту з клієнтом і визначення місця, де споживач буде більш налаштований на купівлю або, як мінімум, більше дізнається про вашу пропозицію.

Метод 5W для визначення цільової аудиторії

ДОДАТОК Д

Сторінка Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського в соціальній мережі Instagram



vernadsky_national_library

Стежити

Повідомлення

...

17 дописів

Читачі: 400

Стежить: 0

Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського

Бібліотека

Офіційна сторінка НБУВ

Голосіївський пр., 3, Kyiv, Ukraine 03039

nbuv.gov.ua



ВІДГУКИ



Заходи НБУВ



Інтер'єр НБУВ



АРХІТЕКТУРА



Вернадкаос...



ФОНДПрези...



ГРАФІК РОБО...

ДОПИСИ

REELS

ПОЗНАЧЕНО







ДОДАТОК Е

Сторінка Національної бібліотеки України імені Ярослава Мудрого в соціальній мережі Instagram



mudrylibrary

СтежитиПовідомлення...

299 дописівЧитачі: 1 054Стежить: 141

Національна бібліотека України імені Ярослава Мудрого

Бібліотека

Тут були Ігор Сікорський, Микола Амосов і ти 🤖

Чекаємо за адресами:

м. Київ, вул. Грушевського, 1.

м. Київ, вул... більше

[nlu-library-links.vercel.app](#) + 2

Актуальне

Притчі

Бібліотека

Вірші 🇺🇦

Інфо

Користувачі...

Розташування

ДОПИСИ

REELS

ПОЗНАЧЕНО

3 01 березня 2025 року

БІБЛІОТЕКА ПРАЦЮЄ:

ПОНЕДІЛОК – СУБОТА

з 10:00 до 18:00

НЕДІЛЯ – ВИХІДНИЙ ДЕНЬ

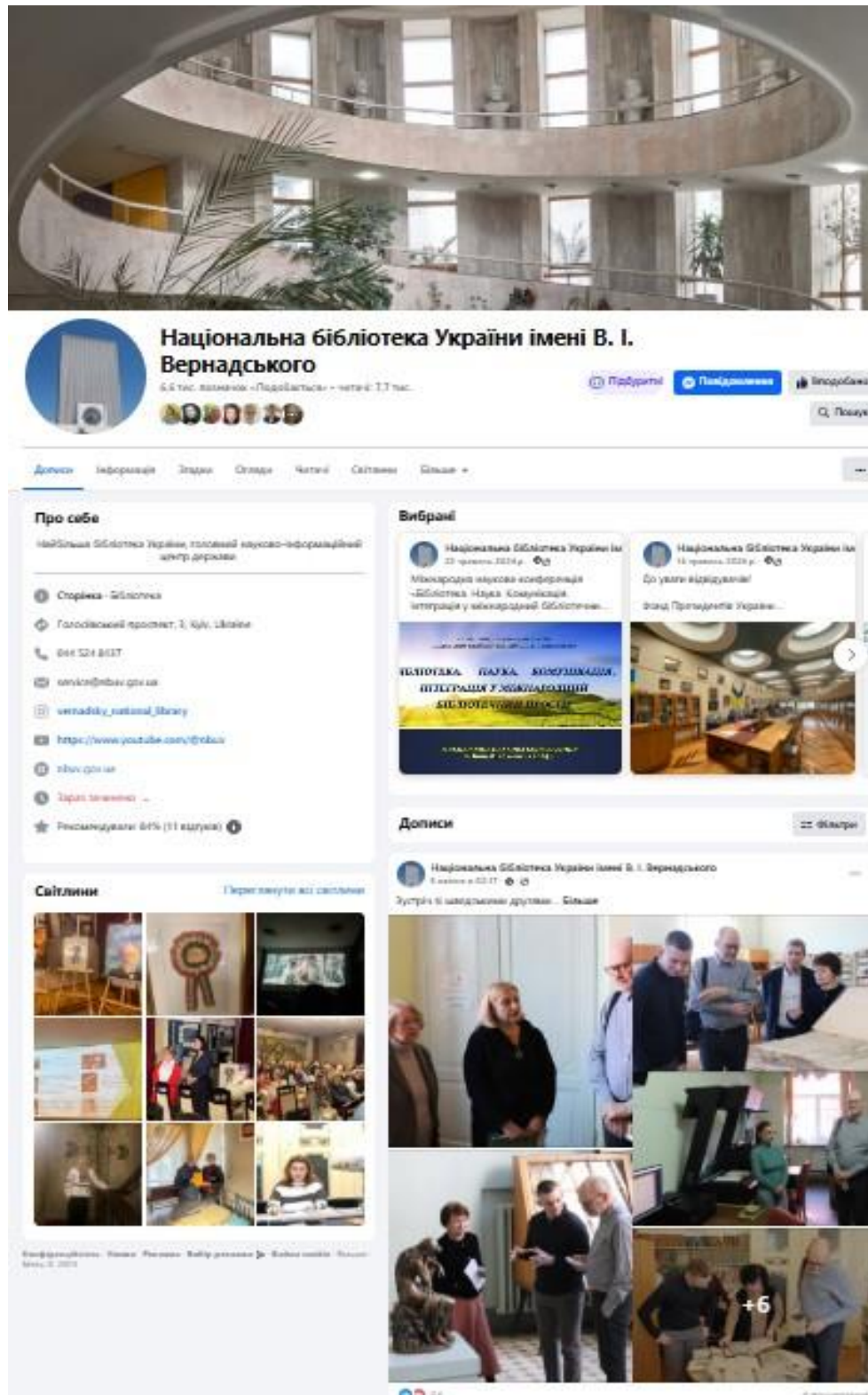
4-та п'ятниця місяця –





ДОДАТОК Ж

Сторінка Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського в соціальній мережі Facebook



ДОДАТОК 3

Архів української періодики LIBRARIA

ГОЛОВНА
ВИДАННЯ
ПРО ПРОЕКТ
ДОПОМОГА
КОНТАКТИ

LIBRARIA™
АРХІВ УКРАЇНСЬКОЇ ПЕРІОДИКИ ОНЛАЙН

Введіть слово чи фразу для пошуку...
Розширений пошук



ЧИ ВЧИТЬ НАС ІСТОРІЯ?

Початок Другої світової. Погляд зсередини – львівська польськомовна преса про Мюнхенську угоду

[детальніше](#)

Назва

- Азовський вестник
- Архипастир скитальників
- Архів радянської України
- Архіви України
- Архівна справа
- Барикади театру
- Бережанські вісті

Абв
Аbc

Місце



Дата

Січень
1885

Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Нд
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Про проект

Періодика – одне з найяскравіших історичних джерел. Приваблива численними рівнями інформації, від офіційних урядових публікацій до приватних оголошень, вона надає дослідникам модерної доби величезні можливості.

На даний момент ресурс містить 682 назв, 109757 випусків, 823983 сторінок періодичних видань із фондів українських архівів та бібліотек, Книжкової палати України. Доступні цифрові зображення газет, а також численні інструменти для повнотекстового пошуку.

Надходження



Колекції

Доступна на сайті періодика поділена на колекції, які значною мірою історично сформувалися у межах конкретних бібліотек

Сподіваємось, це додасть зручностей та допоможе користувачам ресурсу краще орієнтуватися у представленому масиві

- Пропагандистська преса окупованих українських територій 1941–44
- Єврейська міжвоєнна періодика Галичини та Волині
- Міжвоєнна українська преса Галичини