

## DIGITAL-КОНТЕНТ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ БІБЛІОТЕК

**Рижова Дар'я Олександрівна**, студентка III курсу (групи ЖУРБ-1-20-4.0д.), спеціальності «061 Журналістика» Факультету журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

*Науковий керівник:* Белофастова Т. Ю., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Київського університету імені Бориса Грінченка.

*Дослідження присвячено аналізу ролі бібліотеки як соціокультурного закладу, що функціонує з метою надання доступу до внутрішнього інтелектуального збагачення і різностороннього розвитку, формування багатогранної особистості шляхом популяризації культурних цінностей та історичної спадщини нації і сприяння побудови міцних соціальних зв'язків індивіда в суспільстві. У роботі окреслено значущість і різноманітність шляхів інтеграції інструментів генерування digital-контенту в процес просування бібліотек у сучасному світі, де постає виклик відповідати актуальним інформаційним потребам споживачів культурних послуг.*

**Ключові слова:** бібліотека, digital, контент, просування, digital-простір.

Сучасна бібліотека, як соціокультурний заклад, відіграє важливу роль у суспільстві, функціонуючи з метою сприяння стимулюванню інтелектуального потенціалу людей, прищепленню морально-етичних норм поведінки та задоволенню естетично-духовних потреб представників різних соціально-демографічних груп соціуму шляхом долучення до культурних надбань через носії фіксованої інформації. Бібліотека, на нашу думку, розглядається як своєрідний хаб неформальної освіти, акумуляції знань, фактів, цінностей і досвіду, виражених та донесених до користувачів за допомогою друкованих видань, аудіо-, відео та інших носіїв. Сьогодні вкрай важливим є питання провадження сучасних технологій в діяльність бібліотек з метою актуалізації їхнього соціально-культурного потенціалу.

З огляду на сучасні виклики соціокультурна діяльність бібліотек окреслюється за такими основними векторами:

- збереження, впорядкування та популяризація історичної та культурної спадщини суспільства;
- популяризація морально-етичних норм суспільства;
- сприяння розвитку особистості, задоволення її соціально-культурних потреб;
- інтеграція суспільства через побудову соціальних зв'язків між людьми;
- інформаційне обслуговування;
- надання можливостей для відпочинку та проведення дозвілля (Соціокультурна діяльність бібліотек, 2015).

У сучасному світі з розвитком новітніх технологій та панування тенденції діджиталізації – переходу багатьох сфер життєдіяльності людини у цифрове

середовище – бібліотеки, на щастя, не припинили свого існування, а навпаки, вони активно пристосовуються до нових викликів людства, набуваючи нових форм функціонування та все більше сприяючи власній популяризації. Важливу роль в цих процесах відіграють реклама та PR.

Уже тривалий час бібліотеки виступають не єдиним джерелом отримання інформації. Це свідчить про зростання рівня конкуренції на інформаційному ринку. У зв'язку з цим, перед бібліотекою постають нові виклики щодо пошуку нових форм забезпечення соціально-культурних потреб користувачів, пошук шляхів актуалізації бібліотек та зміцнення їхніх зв'язків із громадою.

З-поміж напрямів сучасної бібліотеки виділяємо створення позитивного іміджу і візуального стилю, формування чіткого й унікального позиціонування, роботи з комунікаційним середовищем, сприяння поінформованості суспільства про доступні послуги, ресурси, заходи, що надає бібліотека, з метою підвищення впізнаваності та збільшення відвідувачів/користувачів. Такі цілі й завдання можна досягти й реалізувати відповідно через правильну інтеграцію інструментів реклами та PR у функціонування бібліотеки та її стратегію розвитку.

Сучасні бібліотеки стають активними практиками послуг з просування як за допомогою традиційних методів, так і новітніх. Усе більш помітною стає тенденція тяжіння таких соціокультурних закладів саме до digital-комунікації, на відміну від класичних рекламних та PR-інструментів.

Одним із найпопулярніших та найефективнішим засобів для просування бібліотек стають платформи соціальних медіа – Instagram, Facebook, You-Tube та навіть Tik-Tok, які набувають особливої актуальності в цифровізованому суспільстві, відіграючи важливу роль у формуванні образу та іміджу, відображенні роботи закладу, його діяльності та послуг. Соціальні мережі надають можливість презентувати установу, її досягнення, унікальність з-поміж інших, охопити велику кількість користувачів та сприяти налагодженню двосторонньої комунікації через месенджери та чати (Булахова, 2016).

Соціальні медіа орієнтовані на представлення мультимедійного контенту: текстового, графічного, відео- та аудіо-матеріалу. Такі можливості створюють додаткові ціннісні переваги у багатоаспектному представленні бібліотеки, формуючи певний стиль комунікації, демонструючи позиціонування та транслюючи важливі меседжі в різний спосіб для кожного сегменту цільової аудиторії. Аналізуючи профілі українських бібліотек, можна висунути думку про наявну тенденцію використання здебільшого фотоконтенту, графічних зображень та тексту, який додає естетичності та візуальної єдності профілю (Маслова, 2020: 16).

Аналіз акаунтів бібліотек засвідчує, що заклади використовують різноманітні форми взаємодії з аудиторією, насамперед, це генерування контенту у форматі post та stories, які слугують для підтримки рівня поінформованості, демонстрації активного функціонування закладу, просування інформаційних продуктів, висвітлення важливих новин, змін у роботі, цікавих матеріалів, порад та інших аспектів соціокультурної діяльності. Також соціальні мережі для бібліотек слугують майданчиками для розміщення гейміфікованого

контенту, який допомагає інтерактивно подати необхідну інформацію та краще її запам'ятати. Такий тренд на додавання елемента гри в комунікацію проявляється у форматах вікторин, квестів і челенджів, який візуально оформлюється відповідно до обраної тематики чи загального стилю закладу.

Соціальні мережі також слугують платформами для рекламного чи PR-супроводу певних заходів: тематичних вечорів, акцій, виставок, концертів, зустрічей, презентацій, марафонів, флешмобів, конкурсів тощо, що можуть відбуватися за ініціативи бібліотек. У такому випадку медіа-платформи використовуються як засіб поширення інформації з метою залучення якомога більше учасників у ту чи іншу подію.

Ще одним проявом активності у всесвітній Інтернет-павутині є створення власних корпоративних сайтів бібліотек, які стають «digital-обличчям» соціокультурних закладів. Основними напрямками функціонування сайтів є:

- висвітлення інформації, новин, важливих аспектів діяльності установи;
- транслявання візуальної айдентики;
- розміщення посилань на корисні інформаційні ресурси або ж власну оцифровану базу даних, доступних для онлайн-користування;
- формування унікальних рубрик та соціально значущих проєктів-ініціатив;
- інформування користувачів про події та заходи.

Сайти для бібліотек стають гарною можливістю проявити заклад в мережі через наявність широкого спектру інструментів донесення інформації, а також збільшити коло потенційних користувачів послуг.

І останньою цікавою тенденцією функціонування бібліотек у digital-просторі є створення власних блогів - окремих веб-сайтів, головним змістом яких стають записи, зображення та мультимедіа, які щоразу оновлюються та поповнюються. Ключовим завданням блогів як відкритих платформ полягає у відображенні актуальних проблем діяльності бібліотек у суспільстві, подій та новин, а також у наданні можливості обміну думками бібліотечного співтовариства на окремі теми, таким чином збагачуючи одне одного важливим досвідом і практикою. Можна вважати, що сучасна блогосфера відіграє трансформаційну роль, допомагаючи якісно змінювати бібліотеки (Пригорницька, 2022).

Висновки. Отже, бібліотеки як сучасні соціокультурні заклади, що набувають прогресивних змін у власному форматі функціонування через посилення тенденції діджиталізації, стають активними не тільки користувачами послуг просування за допомогою інноваційних рекламних та PR-інструментів, а й авторами контенту. Такі платформи, як соціальні мережі, сайти та навіть власні блоги, перетворюються на справжнє поле для популяризації діяльності та послуг бібліотек, допомагаючи їм активно розвиватися та вдосконалюватись.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Бібліографічні ідеї та технології: аналітичний огляд: IV кв. 2020 р. КЗ «ЗОУНБ» ЗОР, Відділ наукової інформації та бібліографії. Запоріжжя: [ЗОУНБ], 2020. 28 с.

2. Булахова Г. Рекламна стратегія просування продуктів і послуг бібліотек у соціальній мережі Facebook. Центр досліджень соціальних комунікацій НБУВ. URL:

[http://www.nbuviap.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3168:reklamna-strategiya-prosuvannya-produktiv-i-poslug-bibliotek-u-sotsialnij-merezhi-facebook&catid=81&Itemid=415](http://www.nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3168:reklamna-strategiya-prosuvannya-produktiv-i-poslug-bibliotek-u-sotsialnij-merezhi-facebook&catid=81&Itemid=415) (дата звернення: 10.10.2022).

3. Пригорницька О. Бібліотечні блоги, як інструмент просування бібліотеки у віртуальному просторі. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. URL: <http://conference.nbu.gov.ua/report/view/id/340> (дата звернення: 10.10.2022).

4. Соціокультурна діяльність бібліотек. Українська бібліотечна енциклопедія. URL:

<https://ube.nlu.org.ua/article/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%20%D0%B4%D1%96%D1%8F%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C%20%D0%B1%D1%96%D0%B1%D0%BB%D1%96%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BA> (дата звернення: 10.10.2022).

## REFERENCE

1. Bibliografichni idei ta tekhnolohii: analitychnyi ohliad: IV kv. 2020 r. KZ «ZOUNB» ZOR, Viddil naukovoï informatsii ta bibliografii. Zaporizhzhia: [ZOUNB], 2020. 28 s.

2. Bulakhova H. Reklamna stratehiia prosuvannia produktiv i posluh bibliotek u sotsialnii merezhi Facebook. Tsentr doslidzhen sotsialnykh komunikatsii NBUV. URL:

[http://www.nbuviap.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3168:reklamna-strategiya-prosuvannya-produktiv-i-poslug-bibliotek-u-sotsialnij-merezhi-facebook&catid=81&Itemid=415](http://www.nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3168:reklamna-strategiya-prosuvannya-produktiv-i-poslug-bibliotek-u-sotsialnij-merezhi-facebook&catid=81&Itemid=415) (data zvernennia: 10.10.2022).

3. Pryhornytska O. Bibliotechni blohy, yak instrument prosuvannia biblioteky u virtualnomu prostori. Natsionalna biblioteka Ukrainy imeni V.I. Vernadskoho. URL: <http://conference.nbu.gov.ua/report/view/id/340> (data zvernennia: 10.10.2022).

4. Sotsiokulturna diialnist bibliotek. Ukrainaska bibliotechna entsyklopediia. URL:

<https://ube.nlu.org.ua/article/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%20%D0%B4%D1%96%D1%8F%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C%20%D0%B1%D1%96%D0%B1%D0%BB%D1%96%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BA> (data zvernennia: 10.10.2022).