
Василинина О. М., Дерев'янюк Л. І., Дорошенко С. М.

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(м. Полтава, Україна)

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ БІБЛІОТЕКИ ЗА ДОПОМОГОЮ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ ТІКТОК

У роботі схарактеризовано роль соціальних мереж у формуванні сучасного, позитивного та привабливого іміджу бібліотеки. Визначено сучасні тенденції використання соціальної мережі TikTok як інструменту популяризації бібліотечної діяльності. Проаналізовано основні аналітичні засоби ведення облікового запису книгозбірні та методи підбору контенту у мережі TikTok.

Ключові слова: бібліотека; соціальна мережа; імідж; нові медіа; контент

Vasylynyna O. M., Derevianko L. I., Doroshenko S. M.

National University «Yuriy Kondratyuk Poltava Polytechnic» (Poltava, Ukraine)

LIBRARY IMAGE FORMATION BY SOCIAL NETWORK TIKTOK

The paper characterizes the role of the social network in forming a modern, positive and attractive image of the library. The current trends in using the TikTok social network as a tool for popularizing library activities have been determined. The primary analytical means of library account management, and content selection methods in the TikTok network are analyzed.

Keywords: library, social network; image; new media; content

Останнім часом серед українських книгозбірень набули популярності нові медіа, які можуть стати ефективним способом популяризації бібліотеки. Щоб розвивати та привертати увагу до власного контенту, слід зазначити, що сучасні медіапрактики надзвичайно привабливі.

Форуми, блоги, месенджери та соціальні мережі стають основними трансляторами та ініціаторами нової інформації. Таким чином, інтернет надає платформу для просування бібліотечного іміджу, адже його інструменти сучасні, оперативні та інтерактивні.

Найбільш перспективним інструментом формування іміджу книгозбірні у період тотальної інформатизації є соціальні мережі. Сторінки бібліотек у соціальних мережах різко підвищують інтерактивність обміну інформацією, а також суттєво підвищують інтерес до бібліотечної справи.

Активне освоєння соціальних медіа бібліотеками усього світу, враховуючи порівняно малий час існування соціальних мереж, лише починається. Як правило, активність бібліотек в інтернеті пов'язана зі створенням нового, більш сучасного іміджу,

формуванням стратегії «виживання» в умовах втрати монополії на інформаційне обслуговування.

Для просування сучасних бібліотечних послуг та продуктів ефективним є застосування найпопулярнішого каналу комунікування серед молоді – TikTok. Зміст контенту книгозбірні на цій віртуальній платформі можна використати той самий, що і в соціальних мережах Instagram, Telegram та Facebook: підбірки книжок, цікаві новинки, особисті рекомендації, буде відрізнятися лише форма подачі – через відео.

TikTok – дуже зручний, сучасний та популярний інструмент комунікації з аудиторією. За допомогою цієї соціальної мережі бібліотеки зможуть популяризувати власні ресурси, здійснювати культурно-просвітницьку і наукову діяльність. Книгозбірні повинні використовувати цю соціальну мережу у своїй діяльності задля підвищення значення бібліотечного бренду у віртуальному просторі, адже короткі, розважальні відеофрагменти здатні активно залучити молодих користувачів.

Переваги використання соціальної мережі TikTok:

- зручний простір для привернення уваги та залучення потенційної аудиторії;
- ефективний метод популяризації бібліотеки як організації;
- сучасний інструмент для розміщення інформації у форматі актуального відеоконтенту.

Одним з ключових елементів ведення сторінки бібліотеки в TikTok є її візуальний контент: відеоролики, які зроблені якісно та професійно. Тому для створення цікавого відеоконтенту у соціальній мережі TikTok бібліотекам необхідно звертати увагу на:

- тематику: створювати відеоролики, які будуть відповідати тематичній спрямованості бібліотеки, а саме містити огляди книг чи письменників, інформацію про послуги та специфіку роботи книгозбірні;
- зміст: знімати короткі відео, які б привертати увагу своїм наповненням, учасниками, звуком, постановкою кадрів тощо;
- тренди: використовувати лише трендові звуки, маски, ефекти тощо;
- ідеї: створювати унікальний креативний відеоконтент;
- інтерактив: активно спілкуватися з аудиторією через відео чи текстові повідомлення.

У своїх відеороликах на сторінці соціальної мережі TikTok бібліотека може висвітлювати будь-які теми: підбір книг, інтер'єр, корисні поради тощо, проте, як

правило, найбільше переглядів набирають сюжети, що розповідають про специфіку роботи бібліотекаря.

Починати створення контенту в TikTok краще з коротких цікавих та корисних відео, які не цілком позбавлені гумору, у формі кліпу, скетчу, реакції на тренди, прямого ефіру.

Під час завантаження публікації соцмережа автоматично запропонує теми для перегляду, щоб налаштувати рекомендації. При цьому найбільше рекомендацій має саме книжковий контент з акцентом на гумор. Проте, використовуючи розважальні відео у TikTok, слід пам'ятати про етичні норми та контролювати, над ким і яким чином буде влаштовано жарт.

Основні способи популяризації іміджу бібліотеки в TikTok і відповідні аналітичні засоби:

1. Залучення до популяризації відомих блогерів.
2. Челендж.
3. In-feed ads (інтерактивна реклама).
4. TopView (відеобанер).
5. Брендований контент.

Створення акаунту у мережі TikTok є дуже перспективним та цікавим рішенням, але варто розуміти, що використовують цю платформу переважно користувачі віком від 16 до 25 років. Тому лише частина контенту на цій платформі стане популярною.

Отже, сьогодні TikTok є одним з найважливіших каналів втілення ресурсних можливостей бібліотеки для реклами її діяльності та послуг. Використовуючи сервіси TikTok, можна популяризувати книгу і власну діяльність у більш зручному форматі. Це гарна платформа для залучення нових читачів.