

**Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Одеська політехніка»
Національна спілка документознавців України
Одеська національна наукова бібліотека
Одеська обласна універсальна наукова бібліотека
імені М. С. Грушевського
Маріупольський державний університет
Національний університет «Острозька академія»
Західноукраїнський національний університет
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Національний університет «Львівська політехніка»
Херсонський державний університет**

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ
ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ:
ТЕОРІЇ ТА ІННОВАЦІЇ**

**МАТЕРІАЛИ
X Міжнародної науково-практичної
студентської конференції**

Одеса, 20 березня 2025 р.

УДК 021.7:077.5ТікТок

Валерія Пікалова,
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
Науковий керівник – д. іст. н., проф.,
завідувач кафедри українознавства, культури та документознавства
Передерій І. Г.

БІБЛІОТЕКА У ТІКТОК: ЯК ПОПУЛЯРНА ПЛАТФОРМА СПРИЯЄ РОЗВИТКУ ТА ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ БІБЛІОТЕК

Зроблено спробу з'ясувати роль соцмереж у просуванні бібліотечних закладів у сучасному світі; визначено та проаналізовано вплив SMM на результативність заходів із популяризації як самих бібліотек, так і їхніх різнопланових послуг, промоції читання, залучення цільової аудиторії до участі у конкретних бібліотечних івентах, розширення кола постійних користувачів відповідними послугами, підвищення ефективності інформаційної діяльності цих закладів з увагою на її поліфункціональний характер.

Ключові слова: соціальні мережі, SMM, TikTok, бібліотеки, бібліотечні послуги, користувачі бібліотечних послуг.

The article attempts to clarify the social networks' role in promoting library institutions in the modern world; the SMM's impact on the effectiveness of activities to popularize both libraries themselves and their diverse services, promote reading, attract the target audience to participate in specific events, expand the regular users' circle of relevant services, and increase the efficiency of these institutions' information activities with attention to its multifunctional nature is determined.

Keywords: social networks, SMM tools, TikTok, libraries, library services, users of library servicesusers.

Сучасні бібліотеки – це осередки, у яких відбувається спілкування, навчання культурний обмін, самонавчання, реалізація різноманітних проектів. Вони об'єднують людей різного віку та інтересів, пропонують не

тільки доступ до книг, але й інтерактивні заходи, освітні програми, зустрічі з відомими людьми та простір для творчості, вияву громадської активності. Для того аби й далі розвиватися й не втратити популярності, употужнювати власний соціальний вплив, адекватно реагувати на різноманітні виклики сьогодення їм необхідно залучати нових користувачів, розширювати спектр своєї діяльності, заявляти про себе максимально масштабно. Ці завдання можливо зреалізувати за допомогою соціальних мереж, які міцно увійшли в життя сучасної людини. На сьогодні існує цілий напрям інформаційної діяльності, який отримав назву маркетингу соціальних мереж (SMM), під яким розуміють комплекс заходів щодо використання соціальних медіа як каналів для просування компаній та вирішення інших бізнес-завдань. Від комерційної сфери SMM поширився сьогодні й на бібліотечну галузь.

Серед найбільш популярних соціальних мереж слід зазначити:

1. Instagram. Платформа, зосереджена на обміні відео та фотографіями через мобільний додаток, а також вебсторінку [1]. Це друга за популярністю платформа серед соціальних мереж після TikTok. Вона дозволяє створювати відеоконтент, що може забезпечити велику кількість переглядів і поширень, оскільки відео може потрапити до рекомендації користувачеві, який не підписаний на сторінку і в такий спосіб «завіруситись», а отже, бути впізнаваним. Для бібліотек це може слугувати засобом привернення нових потенційних відвідувачів, розширення всіх своїх цільових аудиторій. З переваг цієї платформи є те, що Instagram має опцію «прямий ефір». Вона дозволяє транслювати відео в режимі реального часу. Використання її значно підвищує залученість підписників, а також дозволяє висвітлювати теми, які було б складно викласти в текстових постах або історіях. Прямі трансляції дозволяють завжди оперативно поширювати актуальний і максимально новинний контент,

вести тематичні рубрики та проводити онлайн-зустрічі наживо з будь-якої точки світу.

2. Threads. Це порівняно нова програма, розроблена командою Instagram, для обміну текстовими оновленнями та приєднання до публічних бесід [4]. Функціональність Threads майже один до одного нагадує Twitter. Можна публікувати тексти (до 500 символів), фотографії та відео, реагувати на контент лайками, коментувати та робити репости, підписуватися на цікаві акаунти, без реклами. Цей сервіс існує для створення мікроблогів та полегшення спілкування між людьми по всьому світу. Доступний у 100 країнах, з Україною включно. Бібліотекам така платформа може стати у пригоді як інструмент для анонсування подій, обговорення різних тем, публікації візуального контенту. У Threads користувачі бачать більш автентичні обговорення та публікації на основі інтересів. Це безумовний плюс для обрання веб-майданчика бібліотеками, який сприятиме активній залученості цільової аудиторії бібліотек до відповідної комунікації. Крім того, оскільки тут немає хештегів і трендів, як у Twitter, платформа зосереджується більше на змістовній комунікації, а не на «вірусних» темах.

Однак слід зауважити, що ця платформа ще не досить популярна, насамперед, через окремі недоліки. Серед них, зокрема, алгоритмічна стрічка без можливості кастомізації. Тобто, стрічка не дозволяє налаштувати контент «під себе»: публікації з'являються не в хронологічному порядку, а також у стрічці можна бачити дописи користувачів, на яких користувач не підписаний, що завдає певних незручностей. Також для цієї SM притаманна обмеженість функцій на старті. Користувач не може отримати повноцінний доступ до функцій, доки не матиме 100 підписників на сторінці. Наразі, ця платформа лише

розвивається, але в майбутньому, очевидно, стане однією із основних мереж для книголюбів.

3. TikTok. Це сервіс, який за функціоналом нагадує Instagram, Snapchat і Vine. Він призначений для створення й перегляду коротких відеороликів довжиною 15 секунд. Переважно це кліпи, скетчі або реакції на тренди. Крім того, він дає змогу запускати прямі ефіри. Функціоналу програми простий і подібний до Instagram. Реєстрація в TikTok не обов'язкова, однак у разі відмови від неї користувач зможе лише гортати стрічку і переглядати популярні ролики. Щоб публікувати контент самостійно і персоналізувати стрічку, все ж таки доведеться зареєструватися [6].

Серед усіх перелічених вище соціальних медіа першість за популярністю серед молодіжної аудиторії впевнено утримує саме TikTok. Причини популярності цього додатку криються в тому, що він об'єднує найпопулярніші тренди і формат контенту. TikTok – це поєднання Stories, коротких смішних скетчів, фільтрів і масок в обгортці простого і зручного редактора відео. Крім того, у додатку дуже продумано працюють алгоритми, які дають змогу блогерам-початківцям органічно набирати мільйони переглядів [6]. Цільова аудиторія складається, насамперед, з підлітків. Сам за себе говорить його інтерфейс, а також фільтри, стікери та набір різних ефектів. Щодо потенціалу використання цієї соцмережі для розвитку бібліотек, можна виокремити такі переваги TikTok :

– **Доступ до молодіжної аудиторії:** основна аудиторія TikTok – це підлітки та молодь, а це саме та категорія, яку бібліотеки часто намагаються залучити в якості своєї цільової аудиторії.

– **Короткий та яскравий формат:** короткі відео дозволять швидко донести інформацію та зацікавити аудиторію.

– **Візуальний контент:** відеоформат дозволяє створювати яскраві та цікаві матеріали, які легко запам'ятовуються.

– **Інтерактивна взаємодія з аудиторією:** є можливість коментувати, ділитися відео, використовувати хештеги, а отже, є потенціал для популяризації як самого бібліотечного закладу, так і його контенту.

– **Вбудовані інструменти для створення контенту:** завдяки хорошій функціональності платформи є можливість навіть без професійного обладнання створювати якісні відео.

Одним із яскравих прикладів ефективного використання TikTok є Публічна бібліотека імені Лесі Українки для дорослих (м. Київ) [3; 8]. Вона відома своєю активною присутністю в соцмережах Facebook, Instagram, Telegram, YouTube. Представлена вона і у TikTok, де публікує різноманітний контент, пов'язаний з літературними творами, подіями культурного життя та діяльністю бібліотеки.

Так, зокрема, на їх сторінці майже 16 тисяч уподобань, 589 фоловерів та біля 64 публікацій, велика кількість репостів. Контент представлений цікавими, життєвими та подекуди й смішними відео. Загалом, сторінка відображає роботу закладу, сучасні тренди, які популярні на цьому сегменті вебпростору, а також ті, які безпосередньо стосуються бібліотеки та книг. До прикладу, одним із найпопулярнішим рілсів, яке набрало понад 50 тисяч переглядів на сторінці, є відео про залучення користувачів до бібліотеки [8].

Ще одним яскравим прикладом успішного використання TikTok є бібліотека – філія 5 для дітей ЗК «Бориславська публічна бібліотека» [2]. У соцмережі вона має 1263 фоловерів, контент на сторінці отримав 3390 уподобань. Аналізуючи сторінку, можна зазначити, що бібліотека робить якісний контент із залученням дітей до різних типів корисних розваг, а саме: квестів, переглядів мультфільмів, оглядів книг тощо. Найбільш

популярним на сьогодні постом на сторінці є відео до Дня вишиванки. Воно набрало 7 тисяч переглядів. На ньому бібліотекарі у вишиванках під пісню «I Am Made in Ukraine» EDMON Kazaryan вітають всіх зі святом, створюючи позитивний і атмосферний настрій, привертаючи увагу дітей та юнацтва, до культурних традицій України та бібліотечної спільноти [7].

Отже, бібліотеки змагаються за увагу та інтерес до себе сучасних читачів, особливо молоді, яка проводить багато часу в соцмережах. У добу цифрових технологій традиційні способи популяризації бібліотек поступово відходять на другий план, і на перший виходять креативні та інтерактивні методи комунікації. Використовуючи ТікТок й інші соціальні медіа, бібліотеки не лише рекламують свої послуги, а й створюють спільноту однодумців. Важливо, що така активність дозволяє руйнувати стереотипи про бібліотеки як про нудні або архаїчні установи. Навпаки, вони демонструють, що можуть бути сучасними, динамічними та відкритими до нового. Залучення аудиторії через розважальний, трендовий та пізнавальний контент – це ефективний спосіб заохотити людей не лише споживати контент у соцмережах, а й приходити до бібліотеки особисто, залучатися до різноманітних івентів, що відбуваються у стінах бібліотечних закладів.

Засобами платформи ТікТок та інших соцмереж бібліотека масштабує аудиторію, зокрема серед молоді, якій цікаві динамічні, креативні й інтерактивні формати подання інформації. Добре налагоджена, системна SMM-діяльність бібліотеки може бути ефективним засобом її популяризації серед різних вікових груп, просування всіх напрямів діяльності закладу, формування та зміцнення його іміджу як новітнього мультисервісного й поліфункціонального хабу.

Список використаних джерел

1. Бібліотека в Instagram : де брати ідеї та натхнення. *Інформаційно-методичні матеріали* / Управління культури і туризму Харк. облдержадмін., Харк. обл. універс.

наук. б-ка; ред.-уклад. В. С. Завгородня. Харків : ХОУНБ, 2020. 24 с. URL: <https://library.kharkov.ua/libdruk/LibKh-0000000299.pdf> (дата звернення: 02.02.2025)

2. Бібліотека-філія 5 для дітей ЗК "Бориславська публічна бібліотека". *Facebook*. URL: <https://www.facebook.com/biblioteka5boryslav/> (дата звернення: 26.02.2025).

3. Власова С. ТікТок, уроки української мови для засуджених та екскурсії Києвом: як Лесина бібліотека руйнує стереотипи. *Наш Київ*. URL: <https://surl.li/ximwgh> (дата звернення: 25.02.2025).

4. Нова Соціальна Мережа Threads. Як користуватись Threads? URL: <https://www.ukraine-lifehacker.com/what-is-threads-how-to-use-it#viewer-80mhg> (дата звернення: 03.02.2025)

5. Публічна бібліотека імені Лесі Українки, м. Київ (Лесина Бібліотека). *Facebook*. URL: https://www.facebook.com/LUkLibrary/?locale=uk_UA (дата звернення: 25.02.2025).

6. Що таке ТікТок: чому він такий популярний і як працює додаток URL: <https://firtka.if.ua/blog/view/shcho-take-tiktok-chomu-vin-takii-populiarnii-i-iak-pratsiuie-dodatok> (дата звернення: 03.02.2025)

7. biblioteka5boruslav. 3 Днем вишиванки!!!. *TikTok*. URL: <https://surl.li/gibklm> (дата звернення: 26.02.2025).

8. lesyalibrary. *TikTok*. URL: <https://salo.li/7ac5b76> (дата звернення: 06.02.2025).

9. lesyalibrary. *TikTok*. URL: <https://salo.li/7ac5b76> (дата звернення: 06.02.2025).

УДК 021.1:008

Олександр Рудько,
Західноукраїнський національний університет
Науковий керівник – д. іст. н., професор кафедри
інформаційної та соціокультурної діяльності
Біловус Л. І.

ХАРАКТЕРИСТИКА І СУТНІСТЬ КОМУНІКАТИВНО-ДЕОНТОЛОГІЧНОЇ КУЛЬТУРИ БІБЛІОТЕЧНОГО ФАХІВЦЯ

Комунікативно-деонтологічна культура бібліотечного фахівця є основою професійної діяльності, що визначає етичні та мовленнєві аспекти спілкування з користувачами. Вона включає принципи професійної етики, етикету та комунікації.

Ключові слова: *комунікація, деонтологія, бібліотекар, професійна етика.*