

УДК 007 : 304 : 02 : 027.625 : 004.7

УПРОВАДЖЕННЯ МЕДІА-ПРАКТИК У РОБОТУ БІБЛІОТЕК ДЛЯ ДІТЕЙ ТА ЮНАЦТВА

ПОЛІЩУК Тетяна,

старший викладач, e-mail: t.polishchuk@kubg.edu.ua;

КРАВЧУК Олександра,

студентка, e-mail: ovkravchuk.ij16@kubg.edu.ua.

Київський університет імені Бориса Грінченка, Інститут журналістики, вул. Маршала Тимошенка, 13 б, Київ, 04212, Україна.

Актуальність дослідження обумовлена розширенням медіа-простору українських бібліотек для дітей та юнацтва та використання медіа-практик на їх сторінках в соціальних мережах. Метою є вивчення та порівняння застосованих медіа-практик вітчизняними бібліотеками для дітей та юнацтва, розгляд нових форм роботи із застосуванням медіа-контенту бібліотеками для молоді та ілюстрування їх привабливості для користувача. Для вирішення поставлених завдань було застосовано метод аналізу контенту бібліотек в нових медіа, методи порівняння, узагальнення та соціокомунікації. Присутність бібліотек у нових медіа привертає увагу молоді, а інформаційно-комунікаційні технології стають посередниками між книгозбірнею та користувачем. Важливою складовою привабливості сторінки бібліотеки у соціальних мережах є не лише розширення нових каналів комунікації, а й створення авторського медіа-контенту.

Ключові слова: бібліотечна комунікація, медіа-практики, медіа-простір, соціальні мережі, хештег.

IMPLEMENTATION OF MEDIA PRACTICES IN THE WORK OF LIBRARIES FOR CHILDREN AND YOUTH

The relevance of the study is due to the expansion of the media space of Ukrainian libraries for children and youth and the use of media practices on their pages in social networks. The aim is to study and compare the applied media practices by domestic libraries for children and youth, to consider new forms of work with the use of media content by libraries for young people and to illustrate their attractiveness to the user. To solve the tasks, the method of analysis of library content in new media, methods of comparison, generalization and sociocommunication were used. The presence of libraries in new media attracts the attention of young people, and information and communication technologies become intermediaries between the book collection and the user. An important component of the attractiveness of the library's page in social networks is not only the expansion of new channels of communication, but also the creation of author's media content.

Key words: library communication, media practices, media space, social networks, hashtag.

Вступ. Інформаційна, бібліотечна та архівна справа нині переживає новий етап розвитку, що пов'язаний зі способом виробництва та розповсюдження інформації. А всемережжя Internet робить її доступною та пришвидшує інформаційний обмін минаючи кордони. Сьогодні, люди зіткнулися з потребою бути обізнаними, отримувати та ділитися знаннями, тож на допомогу усім приходять нові медіа. Зростаюча кількість користувачів соціальних мереж зробила їх платформами для обміну інформацією, розвитку та ведення бізнесу тощо. Не пройшли вони й повз увагу інформаційно-бібліотечної сфери. Що ж потрібно робити книгозбірням, щоб привернути увагу користувача? Розробка якісного власного контенту із застосуванням медіа-практик допоможе бібліотекам вийти на новий рівень комунікації.

У дослідженні ми розглянемо, як бібліотеки для дітей та юнацтва впроваджують нові форми роботи у соціальних медіа, як часто спілкуються зі своїми читачами та

© Поліщук Т., Кравчук О., 2020

чим привертають увагу до себе. Простежимо як обрані нами книгозбірні представлені в соціальних медіа та яку роботу проводять. Проаналізуємо чи впливає контент на популярність сторінок бібліотек у соціальних мережах, чим вони підсилюють свої позиції та приваблюватимуть нових читачів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналізуючи праці науковців з даної тематики ми звертали увагу на дослідження пов'язані як з медіа-простором бібліотек так і з медіа продуктами, які вони впроваджують при формуванні контенту. Взаємодія вітчизняних книгозбірень з новими медіа знайшла відображення в працях провідних українських науковців таких як – О. В. Бак [1], А. В. Берегелський [2], О. Ю. Мар'їна [6], В. В. Струнгар [9], Р. Л. Ріжко [7] та ін.

Оксана Бак у своїх працях досліджувала та висвітлювала свої спостереження, щодо представлення бібліотек у соціальних мережах. В статті «Аналіз соціальних мереж із погляду найбільшої ефективності для просування бібліотеки в Інтернет» авторка проаналізувала якість позиціонування бібліотеки в медіа-просторі просторі, критерії вибору ресурсу, ефективність розміщення проєктів у соціальних мережах для утримання своїх позицій в сучасному інформаційно-комунікаційному просторі. Розглянула роль соціальних медіа як каналів комунікації та способів розвитку професійної сфери. Також в даній роботі можна побачити рекомендації щодо створення контенту [1].

У статті «Використання інфографічних елементів у бібліотечній звітності» Андрій Берегелський звернув увагу на специфіку використання візуального супроводу бібліотечної звітності, застосуванню інфографіки та діаграм в діяльності книгозбірень [2, с.312-330]. Описав досвід зарубіжних та вітчизняних бібліотек у використанні інфографічних елементів. Підкреслив, що бібліотеки в Україні поступово починають освоювати сучасні принципи роботи з інфографічними елементами, що є одним з елементів професійного розвитку.

Валерія Струнгар у праці «Статистичний підхід до вивчення комунікації бібліотеки і користувача через соціальні медіа» дослідила інтеграцію книгозбірень в нові медіа, застосування соціальних мереж для успішного просування бібліотечної роботи та залучення нових користувачів. Завдяки даним, представленим у цій роботі, можна зробити висновок, що Facebook, Twitter, Instagram, Youtube та Google+ – ті медіа, що використовуються бібліотеками [9].

Руслана Ріжко у своїй роботі «Формування іміджу сучасної бібліотеки: Бібліотечна журналістика» відзначила, що нові медіа не обмежуються лише вебсайтом та наявністю сторінки в соціальних мережах [7]. Зокрема у своїй роботі бібліотеки використовують: блоги, мікроблоги, фото- та відео-сервіси, соціальні закладки та новини та форуми. В цілому дослідниця у своїй статті акцентувала увагу на необхідності підвищення медіа-грамотності бібліотечного фахівця, що в подальшому сприятиме формуванню іміджу сучасної бібліотеки.

У своїх працях дослідники неодноразово відзначали як важливо розуміти, що таке медіа-практики та як їх використовувати. А їх опанування необхідно включити у освітній процес майбутніх фахівців інформаційної, бібліотечної та архівної справи. Також науковці часто зазначили, що сучасна бібліотека та нові медіа є взаємодоповнюючими складовими.

Отже, теми досліджень пов'язані з медіа-середовищем бібліотек є актуальними. Вивченням медіа-сфери бібліотек, ефективності використання ними нових медіа та впровадженням в свою роботу медіа-практик, зокрема, опрацюванню їх сторінок у соціальних мережах та аналіз якості контенту займаються не лише зарубіжні та вітчизняні вчені, а й бібліотекарі, дослідники книгозбірень та неурядові організації.

Мета, завдання та методи дослідження. Метою нашого дослідження є аналіз застосування сучасних медіа-практик бібліотеками для дітей та юнацтва, вивчення медіа-контенту який вони пропонують користувачу та визначення привабливих

форм подачі інформації бібліотеками у соціальних мережах. Аналіз медіа-простору інформаційно-бібліотечної установи викладає дедалі більше запитань, відповіді на які ми спробували знайти. Адже присутність книгозбірень у соціальних мережах зростає з кожним днем. Вони активно опановують не лише офіційні сайти, а й роботу в мережах Instagram, Facebook та YouTube. Які ж знання необхідні бібліотекарям для створення якісного контенту? Якими медіа-практиками їм потрібно володіти? Виходячи з мети дослідження ми поставили наступні завдання: здійснити аналіз сторінок бібліотек для дітей та юнацтва у нових медіа; провести анкетування працівників цих бібліотек та виявити які медіа-практики вони застосовують для залучення ними користувачів; запропонувати практичні рекомендації по наповненню сторінок у соціальних мережах. Адже саме авторський контент з використання власного медіа-продукту розробленого саме конкретної книгозбірні робить її впізнаваною в медіа-середовищі українських бібліотек. Отримані результати дослідження можуть бути використанні для навчання бібліотечних фахівців медіа грамотності та основам блогінгу з метою залучення нових читачів та виявлення їх творчого потенціалу.

Вирішення поставлених завдань здійснювалося за допомогою контент-аналізу сторінок обраних бібліотек у нових медіа, методів узагальнення та соціокомунікації.

Результати й обговорення. Сучасні інформаційні технології та нові медіа так міцно і швидко входять в наше життя, що осмислення їх впливу на нього вимагає постійної уваги до цієї теми. І, щоб тримати руку на пульсі потрібно залишатися в режимі онлайн та вміти буквально відстежувати, аналізувати й осмислювати новини. Тому для того, щоб зрозуміти та ефективно дослідити застосування нових медіа-практик бібліотеками необхідно проаналізувати та усвідомити основні поняття нових медіа.

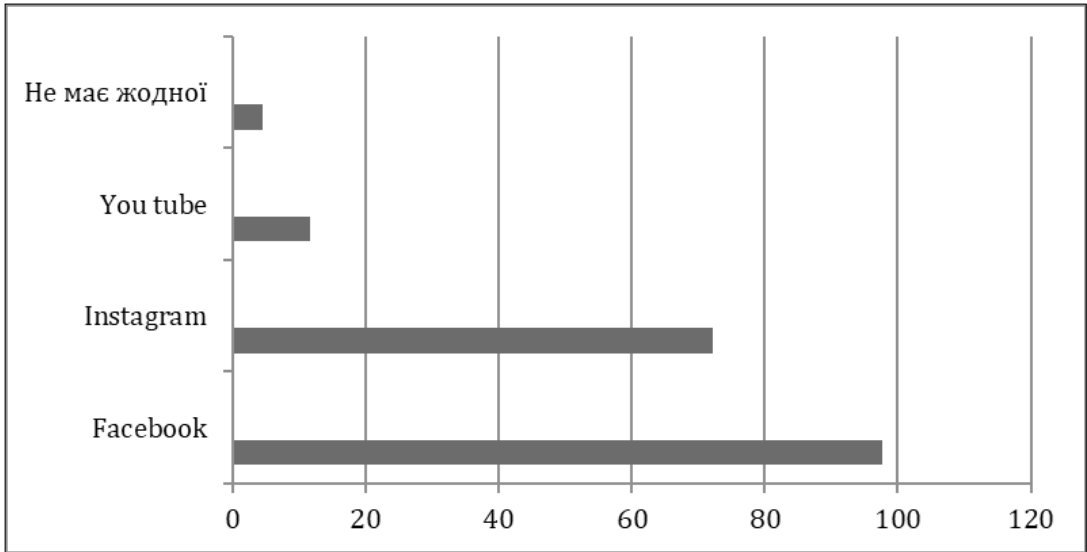
Соціальна мережа – це найбільш ефективний засіб онлайн комунікації, адже географічно учасники можуть бути віддаленими один від одного, однак вдало взаємодіяти та обмінюватися інформацією [3, с.312]. Соціальні мережі ми вже сприймаємо не як певну спільноту людей, а як Internet-сервіси, що надають можливість кооперуватися користувачам, зокрема на таких платформах як Instagram, Facebook, Youtube тощо.

Зокрема Катерина Дубняк так охарактеризувала цей процес: «...соціальна мережа спрямована на побудову співтовариств в Internet з людьми зі схожими інтересами і/або діяльністю, оскільки зв'язок здійснюється за допомогою сервісу внутрішньої пошти або миттєвого обміну повідомленнями» [5, с.123].

На цей час майже всі українські бібліотеки активно опановують нові форми роботи з користувачем через Internet. Дитячі та юнацькі бібліотеки часто мають цікаві та візуально гарні вебсайти, використовуючи дизайн пов'язаний з героями книжок чи власними фото. Присутність книгозбірень у медіа-середовищі постійно зростає: мова йде як про збільшення кількості бібліотек у нових медіа, так і про створення облікових записів у різних соціальних мережах. Українські книгозбірні повинні розуміти, що інструменти соціальних медіа допомагають їм доносити інформацію до громади в зручний спосіб, розширювати спектр послуг для задоволення інформаційних потреб, рекламувати бібліотечні сервіси, спілкуватися з потенційними користувачами в зручний для них спосіб. Сторінки в соціальних мережах використовуються бібліотеками, як локальний інформаційний ресурс, більш наближений до користувача, ніж сайт бібліотеки. На цих сторінках можна знайти контактну інформацію, анонси про майбутні заходи та акції, фотографії бібліотеки і її колективу, привітання та відгуки читачів [9]. Все частіше ми можемо побачити бібліотечні акаунти у соціальних медіа, що дозволяє читачеві дізнатися про роботу книгозбірні. Активно опановують сучасні медіа і українські бібліотеки для дітей та юнацтва.

Для вивчення питання застосування медіа-практик у роботі бібліотеками для дітей та юнацтва України нами було розроблено анкету «Застосування медіа-практик бібліотеками для дітей та юнацтва», та проведено онлайн опитування (грудень 2019 року), результати якого використані в даному дослідженні. В анкетуванні взяли

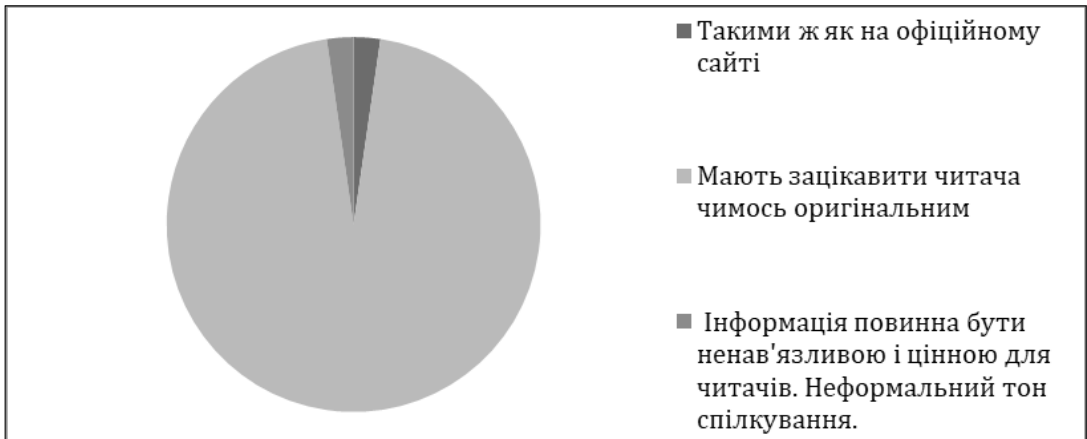
участь 43 співробітники з 29 бібліотек для дітей та юнацтва України. Зокрема, ми запитали у них про те, які соціальні медіа використовує бібліотека для популяризації своєї роботи та залучення нових читачів. Відповідь представлено у діаграмі (Рис.1).



(Рис.1. В яких соціальних мережах представлена Ваша бібліотека?)

Тож, як ми бачимо, найчастіше українські книгозбірні для дітей та юнацтва представлені на платформі Facebook, далі йде Instagram, на третьому місці YouTube, і найменшу кількість сторінок має соціальна платформа Twitter.

Також в ході дослідження, ми запитали у бібліотекарів, про те, якими на їхню думку мають бути дописи бібліотеки в соціальних медіа (Рис.2).



(Рис.2. Якими мають бути дописи в соціальних мережах бібліотеки?)

Відповіді наводять нас на висновок, що дописи в першу чергу мають бути оригінальними та не повторюватись на різних платформах.

Детально ми проаналізували діяльність п'яти обласних бібліотек для дітей та юнацтва, зокрема, Львівської обласної бібліотеки для дітей, Одеської обласної бібліотеки для юнацтва ім. В. В. Маяковського, Запорізької обласної бібліотеки для юнацтва, Миколаївської обласної бібліотеки для юнацтва та Черкаської обласної бібліотеки для дітей. Наша увага зосередилася на використанні ними сторінок у мережах Facebook та Instagram і розробці контенту.

Найбільшу кількість читачів у мережі Facebook має сторінка Львівської обласної бібліотеки для дітей – 5 626 читачів, другою є Запорізька обласна бібліотека для юнацтва, яка налічує 1 408 користувачів, наступною є Миколаївська обласна бібліотека для юнацтва з кількістю підписників – 981, далі йде Одеська обласна бібліотека для юнацтва, яка має 770 читачів і заключною в цьому списку є книгозбірня, що налічує 744 користувачів і це Черкаська обласна бібліотека для дітей.

Сторінку Facebook Львівської обласної бібліотеки для дітей наповнюється доволі активно. Дописів завжди кілька і виставляються вони протягом 5-ти робочих днів. Контент даної сторінки – це анонси та звіти заходів, які проводяться, щоденна діяльність читачів книгозбірні, а також їх творчі роботи. Окрім цього бібліотека має власні хештеги, до прикладу: #бібліотека_левеня, #СучасніУкраїнськіБібліотеки, #CoolUkrainianLibraries, #lviv_lodb та інші. Дописи достатньо повчальні, також подається інформація щодо змін у графіку роботи гуртків або бібліотеки в цілому. Тобто можна сказати, що дана бібліотека досить активно використовує платформу Facebook у своїй діяльності. Так як користувачі часто коментують дописи бібліотеки можна вважати, що книгозбірня вдало імплементувала у свою діяльність соціальну мережу, яка стала своєрідним провідником між бібліотекою та користувачами. В мережі Instagram Львівська обласна бібліотека для дітей має 436 підписники. Контент сторінки доволі різноманітний, зокрема, на даній платформі бібліотека висвітлює анонси заходів та звітує про їх проведення, рекомендує книги, показує творчі роботи власних користувачів та активно ділиться афішами виставок проекту «Музейний Всесвіт», адже це є спільний проєкт Львівської обласної бібліотеки та Львівської національної галереї мистецтв імені Бориса Возницького. Дана книгозбірня також і тут використовує власні хештеги: #бібліотека_левеня #lviv_lodb та інші. Кількість вподобань варіюється орієнтовно від 9 до 50 лайків.

Досить активною в мережі Facebook є й Запорізька обласна бібліотека для юнацтва. І хоч дописів тут менше проте дана установа також є доволі активною в мережі Internet. Можемо простежити, що бібліотека активно співпрацює з іншими державними установами та персонами. В тому числі в стрічці є поширення зі сторінки поліції Запорізької області, экс-міністра охорони здоров'я України Уляни Супрун та інші. Контент даної соціальної мережі – це переважно заходи, вітальні листівки, промоція книг, посилення на власний журнал, що на офіційному сайті. Окрім цього бібліотека популяризує патріотичне виховання. Варто зазначити, що візуальний супровід тексту здійснюється сучасними зображеннями (в тому числі мемами). Отже ця книгозбірня є досить активно використовує нові медіа-практики у своїй роботі. З кількістю 219 підписників в Instagram вона є третьою в нашому огляді. Контент тут переважно знайомить читачів з книгами, які є в бібліотеці, надаючи фото друкованого видання та його короткий зміст в коментарях. Проте окрім цього можна побачити фото з різноманітних заходів, а також буденні фото відвідувачів бібліотеки. Власних хештегів дана бібліотека не використовує, а кількість вподобань варіюється в середньому від 7 до 31 лайку.

В свою чергу Миколаївська обласна бібліотека для юнацтва у соціальні мережі Facebook створила не сторінку, а цілу групу. Незважаючи на те, що учасників групи трішки менше 1000 дана сторінка не має широко спектру дописів. Увесь контент зосереджений на заходах, які повинні відбутися у бібліотеці, періодично виставлені фото-звіти з них, а також фотографії видатних письменників. Група не є активною, а для того, щоб залишити коментар на сторінці потрібно надіслати запит на приєднання до групи. Останній фактор говорить про те, що книгозбірня не освоїла роботу з цим медіа і не пристосувалася в роботі з ним. Також найменш популярною є її сторінка на платформі Instagram лише 17 підписників. Контент сторінки різноманітний, деякі дописи взагалі не є бібліотечними. Є рубрики «Бібліотекар рекомендує», «Серіальні поради від МОБЮ» анонси заходів і навіть один фото-звіт з події. Сто-

рінка в Instagram відносно нова, проте не зовсім активна. Власні хештеги відсутні, кількість вподобань не перевищують 37.

Одеська обласна бібліотека для юнацтва, маючи менше читачів, ніж Миколаївська, веде свою сторінку на Facebook набагато активніше та більш різноманітно. В середньому дописи викладаються кожних два дні, проте поширюються читачами на свої сторінки. Інформація даної присвячена заходам, їх звітам, листівками приуроченим пам'ятним датам. Також бібліотека використовує власні хештеги: #вбибліотекенедолжнобытьтихо, #щочитаютьвiдомiтауспiшнiлюдиОдеси #сучаснабiблiотека. Варто відзначити, що бібліотечний проєкт «Що читають відомі та успішні люди Одеси» є достатньо популярним. Окрім цього можна зустріти відео, де гості читають вірші. Дана соціальна сторінка насичена фото та відеоконтентом. Інформація є доречною та цікавою. Можна зробити висновок, що дана книгозбірня впроваджує сучасні медіа-практики в свою роботу, можливо тому на платформі Instagram саме Одеська обласна бібліотека ім. В. В. Маяковського лідирує за кількістю користувачів - 438. Контент даної сторінки абсолютно весь присвячений промоції книг. Лише 8 дописів з 99 відходять від тематики. Це фото книжкових полиць, [#AdeleChallenge](#) з книгами та фото прикрас бібліотеки. Також бібліотека має власні хештеги, зокрема #читайзнами #читайбільшенас #mayakovkaodua #bookworm та інші, а кількість вподобань в середньому становить 33 вподобання. В цілому сторінка є естетичною та гарною.

Черкаська обласна бібліотека для дітей веде свою сторінку в мережі Facebook не дуже активно, проте цікаво та інформативно. У стрічці даної книгозбірні можна зустріти дописи, що стосуються заходів бібліотеки, процесу підготовки до свят, фото їх проведення, листівки приурочені знаменним датам, а також зустрічі з письменниками та іншими діячами культури. Окрім цього можна прочитати дописи-звіти, щодо витрат бібліотеки. До прикладу бібліотека на Facebook написала пост про те, що витратила 30 тисяч гривень на придбання 321 найменування книг у межах Програми поповнення бібліотечних фондів у Черкаській області на 2018-2023 роки. В мережі Instagram книгозбірні налічується 207 підписників. Контент бібліотеки досить насичений. Окрім того, що бібліотека має власну, активну та цікаву рубрику, яку веде за допомогою #живі_книги, книгозбірня має й інші свої хештеги, як то #що_почитати #Лис_Букс #живі_книги #chobdd. Також бібліотека раз на тиждень виставляє цитати відомих письменників. Ну і звісно рекламує власні заходи. Сторінка даної бібліотеки на платформі Instagram ведеться значно активніше, ніж на Facebook.

Тож у підсумку можна сказати, що саме цікавий контент бібліотеки в мережі Instagram відображає кількість її підписників, на відміну від мережі Facebook. Адже в останній може бути нецікавий та незрозумілий контент, проте число читачів буде зростати.

Останнім часом нові медіа почали набирати свою популярність серед українських книгозбірень, а більшість співробітників сприймають це явище як дієвий напрямок популяризації бібліотеки. Для розробки власного контенту та привернення уваги до нього слід зазначити, що саме сучасні медіа-практики є надзвичайно привабливими. Зокрема, можемо простежити привабливість дописів в яких присутні фото та відео, інфорграфіки, мемів чи gif-анімації. Особливо важливо візуальне подання інформації для молоді, яка володіючи гаджетами та технологіями їх використання активно застосовує їх щодня. Сучасні пристрої оснащені відповідними програмами для створення та поширення такого контенту. Саме розвиток нових технологій вивів цей вид медіа-практики на новий рівень та зробив незамінним в роботі соціальних медіа, зокрема в візуальній передачі даних.

Сучасні медіа-практики отримали значне поширення в час загальної комп'ютеризації, а їх розвиток та форми подачі лише розширюються. Такими при-

кладами медіа-практик є, зокрема, інфографіка, фото та відео контент, gif-анімація та ін. Зацікавленість користувачами таким контентом зростає, а легкодоступність забезпечують різноманітні гаджети (смартфони, персональні комп’ютери, планшети тощо).

Висновки та перспективи. У житті сучасної молоді постійно зростає можливість отримувати інформацію, а різноманітні технічні засоби сприяють цьому. В основу аналізу дослідження бібліотечних акантів у нових медіа ми заклали такі критерії: присутність у соціальних мережах Instagram, Facebook та Twitter; загальна кількість читачів та їх активність під дописами; частота оновлюваності інформації; активне застосування медіа-практик та створення власного контенту. В ході дослідження діяльності українських книгозбірень для дітей та юнацтва ми провели анкетування співробітників, проаналізували їх сторінки у соціальних мережах, тематику публікацій, кількість читачів, частоту дописів, контент та методи залучення нових користувачів. Виявили ефективність присутності бібліотеки в нових медіа в залежності від мети та завдань самої книгозбірні, її бажання до відкритого онлайн спілкування з користувачем. Визначено, що на популярність сторінок у соціальних медіа та зростання кількості читачів впливає як створення власного, цікавого контенту так і частота оновлення повідомлень. Активне використання нових медіа у своїй роботі дає можливість не лише інформувати про свою діяльність, здійснювати промоцію книг, залучати до бібліотек молодь.

Щоб привертати увагу до діяльності бібліотек, фахівці повинні враховувати потреби своєї аудиторії, опановувати сучасні медіа-практики. Для розвитку соціальних медіа книгозбірень варто презентувати свою діяльність у вигляді інфографіки, діаграм, фото та відео контенту, щоб сторінки у соціальних мережах стали їх візитівками у всесвітній павутині Internet. Ми простежили, що українські бібліотеки для дітей та юнацтва активно студіюють нові медіа, та презентують свою роботу широкому загалу. А одним з важливих кроків у розширенні медіа-простору сучасної бібліотеки є формування, виготовлення та реалізація сучасного контенту. Ми запропонували практичні кроки по реалізації такої роботи бібліотеками для дітей та юнацтва, зокрема, підвищення медіа-активності працівників шляхом проходження курсів та майстер-класів з медіа-грамотності, журналістики та smm.

1. Бак О. В. Аналіз соціальних мереж із погляду найбільшої ефективності для просування бібліотеки в Інтернеті. *Соціальні медіа для бібліотек: середовище, ресурс, сервіс* : матеріали круглого столу. Харків, 2017. С. 3–7.

2. Березельський А. Використання інфографічних елементів у бібліотечній звітності. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. 2016. Вип. 43. С. 312–330.

3. Вахула Б. Я. Соціальні інтернет-мережі, їхні функції та роль у формуванні громадянського суспільства. *Вісник Львівського університету*. Львів, 2012. Вип. 6. С. 312–313.

4. Динник І. Соціальні мережі як засіб суспільного розвитку. *Ефективність державного управління*: зб. наук. пр. / за заг. ред. В. С. Загорського, А. В. Липенцева. Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2017. Вип. 1 (50). С. 64–69.

5. Дубняк К. В. Соціальні мережі Інтернет як засіб обміну інформацією. *Держава та регіони*. Серія: Соціальні комунікації. 2014. № 3. С. 123.

6. Мар’їна О. Ю. Бібліотека в цифровому просторі: монографія / Харків. держ. акад. культури. Харків: ХДАК, 2017. 326 с.

7. Ріжко Р. Л. Формування іміджу сучасної бібліотеки: бібліотечна журналістика. *Бібліотеки ВНЗ України у процесі імплементації Закону «Про вищу освіту» та інформатизації суспільства*: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., Івано-Франківськ, 16–19 червня, 2015 р. Івано-Франківськ: НТБ ФІНТУНГ, 2015. С. 256–265.

8. Соціальні медіа як інструмент бібліотечного Інтернет-маркетингу / В. І. Хитик. *Соціальні медіа для бібліотек: середовище, ресурс, сервіс* : матеріали круглого столу. Харків, 2017. С. 90–93.

9. Соціальні мережі та бібліотеки. *Бібліотечна енциклопедія Харківщини* : регіональний корпоративний проєкт / ХДНБ ім. В. Г. Короленка. URL: <http://libenc.korolenko.kharkov.com/informatsiini-tehnolohii/sotsialni-merezhi-ta-biblioteku> (дата звернення: 22.05.2020).

10. Струнгар В. В. Статистичний підхід до вивчення комунікації бібліотеки і користувача через соціальні медіа. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2015. Vol. III(11), Issue 67. P. 80–84.

11. Школа бібліотечного журналіста / ХДНБ ім. В. Г. Короленка. URL: <http://journalist-library.blogspot.com/> (дата звернення: 22.05.2020).

1. Bak. O.V. Analiz sotsialnykh mrezh iz pogliadu naibilshoi efektyvnosti dlia prosvannia biblioteku v Internet. *Sotsialni media dlia bibliotek: seredovyshe, resurs, servis*. Kharkiv, 2017. S. 3-7.

2. Beregelskyi A. Vykorystannia infografichnykh elementiv u bibliotekhnii zvitnosti. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskogo*. 2016. Vyp. 43. S. 312-330.

3. Vakhula B. Ya. Sotsialni Internet mrezhzi, ixni funktsii ta rol u formuvanni gromadianskogo suspilstva. *Visnyk Lvivskogo universytetu*. Lviv, 2012. Vyp. 6. S. 312, 313.

4. Dynnyk I. Sotsialni mrezhzi yak zasib suspilnogo rozvytku. *Efektyvni derzhavnogo upravlinnia: zb. nauk. pr. / za zag. Red. V. S. Zagorskogo, A. V. Lipentseva*. Lviv: LRIDU NADU, 2017. Vyp. 1 (50). S. 64–69.

5. Dubniak K. V. Sotsialni mrezhzi Internet yak zasib obminu informatsiieu. *Derzhava ta regiony*. Seria: Sotsialni komunikatsii. 2014. № 3. S. 123.

6. Marina O. U. Biblioteka v tsyfrovomu prostori: monografiia. Kharkiv. derzh. akad. kul'tury. Kharkiv: KHDAK, 2017. 326 s.

7. Rizhko R. L. Formuvannia imidzhu suchasnoi biblioteky: bibliotekna zhurnalistyka. *Biblioteky VNZ Ukrainy u protsesi implementatsii Zakonu «Pro vyshchu osvitu» ta informatyzatsii suspilstva: materialy Vseukr. nauk.-praktik. konf., Ivano-Frankivsk, 16–19 chervnia 2015 p.* Ivano-Frankivsk: NTB IFNTUNG, 2015. S. 256–265.

8. Sotsialni media yak instrument bibliotekhnogo Internet-marketyngu. *Sotsialni media dlia bibliotek: seredovyshe, resurs, servis: materialy kruglogo stolu*. Kharkiv, 2017. S. 90–93.

9. Sotsialni mrezhzi ta biblioteky. *Bibliotekna entsyklopediia Kharkivshchyny: regionalnyi korporatyvnyi proiekt / KhDNB im. V. G. Korolenka*. URL: <http://libenc.korolenko.kharkov.com/informatsiini-tehnolohii/sotsialni-merezhi-ta-biblioteku> (дата звернення: 22.05.2020).

10. Strungar V.V. Statystychnyi pidxid do vyvchennia komunikatsii biblioteky i korystuvacha cherez sotsialni media. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2015. Vol. III(11), Issue 67. P. 80–84.

11. Shkola bibliotekhnogo zhurnalista / KhDNB im. V. G. Korolenka. URL: <http://journalist-library.blogspot.com/> (дата звернення: 22.05.2020).

UDC 007 : 304 : 02 : 027.625 : 004.7

IMPLEMENTATION OF MEDIA PRACTICES IN THE WORK OF LIBRARIES FOR CHILDREN AND YOUTH

Polishchuk Tetiana,

Senior Lecturer, e-mail: t.polishchuk@kubg.edu.ua,

ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-7322-6380>;

Kravchuk Oleksandra,

student, e-mail: ovkravchuk.ij16@kubg.edu.ua,

ORCID – <https://orcid.org/0000-0001-5011-1209>.

Borys Grinchenko Kyiv University, Institute of Journalism, 13b Marshala Tymoshenka Str, Kyiv, 04212, Ukraine.

Introduction. Today, libraries need not only to be present on social media, but also to stay online, to be able to track, comprehend and analyze information. The issue of developing

one's own pages in new media and developing content to attract readers is becoming relevant. Therefore, it is quality content that takes libraries for children and youth to another level of communication with young people.

Relevance and aim. It is important to expand their own media environment by Ukrainian libraries for children and youth, mastering media practices with their subsequent use on the pages of book collections on social networks. The aim is to analyze the use of modern media practices by libraries for children and youth, to study the media content they offer to the user and to identify attractive forms of information presentation by libraries in social media.

Methods. Research methods are conditioned by the tasks and require the involvement of elementary theoretical analysis, synthesis and sociocommunication. Selected and analyzed scientific papers with related topics. In the course of researching the activities of Ukrainian book collections for children and youth, we conducted a survey of employees, analyzed their pages on social networks, topics of publications, number of readers, frequency of posts, content and methods of attracting new users.

Results. In the course of the research we found the effectiveness of the library's presence in new media depending on the purpose and tasks of the book collection itself, its desire for open online communication with the user. It is determined that the popularity of pages in social media and the growth of the number of readers is influenced by both the creation of your own, interesting content and the frequency of updating messages. Active use of new media in their work provides an opportunity not only to inform about their activities, to promote books, to involve young people in libraries.

Стаття надійшла до редакції 29.05.2020