

Міністерство освіти і науки України
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
Інститут гуманітарної підготовки та державного управління
Кафедра документознавства та інформаційної діяльності

Мельник Яна Віталіївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

УДК 027.021:004.738.5

(індекс)

БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

(назва роботи)

Документознавство та інформаційна діяльність

(назва освітньої програми)

029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа

(шифр і назва спеціальності)

Робота містить результати власних досліджень, використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело:

Здобувач освітнього ступеня

Яна МЕЛЬНИК

(підпис, ініціали та прізвище здобувача)

Науковий керівник

Анастасія СЕРГЕНЮК

(підпис, прізвище, ім'я, по батькові,

асист. кафедри ДІД

(науковий ступінь, вчене звання керівника)

Допущено до захисту

Завідувач кафедри документознавства
та інформаційної діяльності, проф.

(посада)

Юлія

РОМАНИШИН

(підпис)

(дата)

(ініціали та прізвище)

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
Інститут гуманітарної підготовки та державного управління
Кафедра документознавства та інформаційної діяльності
Освітній рівень бакалавр
Освітньо-професійна програма Документознавство та інформаційна діяльність
Спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ :

Завідувач кафедри

проф. Юлія РОМАНИШИН

« _____ » _____ 2025 р.

**ЗАВДАННЯ
НА БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

Мельник Яні Віталіївни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Соціальні мережі як інструмент популяризації бібліотечної діяльності (на прикладі Центральної бібліотеки імені Тараса Шевченка (м. Калуш))»

керівник роботи асист. Сергенюк А. Е.

затверджено наказом закладу вищої освіти від «26» березня 2025 р. № 39/8

2. Строк подання студентом роботи: 06 червня 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи: навчальні підручники, посібники, періодичні видання, нормативно-правові документи, довідники, словники, Інтернет-ресурси, матеріали конференцій тощо

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У БІБЛІОТЕЧНИХ УСТАНОВАХ

1.1 Загальна характеристика бібліотеки як соціального інституту

1.2 Поняття про соціальні мережі у сучасному інформаційному просторі

1.3 Соціальні мережі як інструмент комунікації та контент-стратегії бібліотечних установ

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ЦЕНТРАЛЬНОЇ БІБЛІОТЕКИ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА КЗ «ЦБС КАЛУСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ»

2.1 Діяльність Центральної бібліотеки імені Тараса Шевченка

2.2 Використання соціальних мереж як засобу взаємодії з громадськістю

2.3 Проблеми та перспективи розвитку соціальних мереж бібліотеки

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень):

рисунок, таблиці

6. Консультанти розділів роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Вступ	доц. Вінтонів Х. М.		
Розділ 1, 2	доц. Вінтонів Х. М.		
Висновки	доц. Вінтонів Х. М.		
Перелік використаних джерел	доц. Вінтонів Х. М.		

7. Дата видачі завдання: 19 листопада 2024

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

<i>№ з/п</i>	<i>Назва етапів бакалаврської роботи</i>	<i>Термін виконання етапів роботи</i>	<i>Примітка</i>
1	Вибір теми бакалаврської роботи та обґрунтування її актуальності	до 1.10.2024	<i>виконано</i>
2	Визначення об'єкта, предмета, мети, завдань та методів дослідження	до 11.10.2024	<i>виконано</i>
3	Складання попереднього плану бакалаврської роботи	до 01.11.2024	<i>виконано</i>
4	Пошук і відбір літератури по темі бакалаврської роботи, складання списку використаних джерел	01.11.2024 – 10.12.2024	<i>виконано</i>
5	Аналітико-синтетичне опрацювання літератури до теми роботи	11.12.2024 – 01.02.2025	<i>виконано</i>
6	Написання тексту бакалаврської роботи відповідно до її структури:	01.02.2025 – 01.04.2025	<i>виконано</i>
	6.1	01.02.25 – 01.03.25	<i>виконано</i>
	6.2	01.03.25 – 01.04.25	<i>виконано</i>
7	Написання вступу до теми бакалаврського дослідження	01.04.2025 – 15.04.2025	<i>виконано</i>
8	Підготовка графічних матеріалів чи іншого унаочнення	16.04.2025 – 30.04.2025	<i>виконано</i>
9	Формулювання висновків до кожного із розділів дослідження	01.05.2025 – 15.05.2025	<i>виконано</i>
10	Оформлення кінцевого списку використаних джерел та додатків	16.05.2025 – 25.05.2025	<i>виконано</i>
11	Оформлення та попередній захист бакалаврської роботи	до 29.05.2025	<i>виконано</i>
12	Внесення коректив та кінцеве редагування бакалаврської роботи	30.05.2025 – 05.06.2025	<i>виконано</i>
13	Реєстрація бакалаврської роботи на кафедрі	до 06.06.2025	<i>виконано</i>
14	Захист бакалаврської роботи	19.06.2025	

Студент _____

Яна МЕЛЬНИК

Керівник роботи _____

Анастасія СЕРГЕНЮК

АНОТАЦІЯ

Мельник Я. В. Соціальні мережі як інструмент популяризації бібліотечної діяльності (на прикладі Центральної бібліотеки імені Тараса Шевченка (м. Калуш)). 2025. 51 с.

Бакалаврська робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра за освітньо-професійною програмою «Документознавство та інформаційна діяльність», спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу. Івано-Франківськ, 2025.

У дослідженні охарактеризовано соціальні мережі як сучасний інструмент популяризації архівно-бібліотечної діяльності, на прикладі Центральної бібліотеки імені Тараса Шевченка. З'ясовано, що активна присутність бібліотеки у цифровому середовищі, зокрема у Facebook, Telegram та частково Instagram, сприяє підвищенню зацікавлення громадськості до бібліотечних ресурсів, розширенню доступу до інформації та залученню користувачів до культурних і просвітницьких ініціатив. Соціальні мережі виступають ефективним каналом поширення інформаційних ресурсів, сприяючи формуванню позитивного іміджу бібліотеки як відкритої, адаптивної та суспільно корисної установи. Окрему увагу приділено практиці використання соціальних мереж для популяризації бібліотечних послуг, підтримки освітніх ініціатив, збереження культурної спадщини та взаємодії з громадськістю.

Ключові слова: соціальні мережі, архівно-бібліотечна діяльність, інформаційні ресурси, цифрова комунікація, бібліотека, інформаційна діяльність, культурна спадщина, електронні платформи.

ABSTRACT

Melnyk Ya. Social networks as a tool for popularization of library activities (on the example of the Central Library named after Taras Shevchenko (Kalush)). 2025. 51 pages.

Bachelor's thesis for the degree of Bachelor in the educational-professional program «Documentation and Information Activity,» specialty 029 «Information, Library and Archival Studies.» Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas. Ivano-Frankivsk, 2025.

The study characterizes social networks as a modern tool for popularizing archival and library activities, using the example of the Taras Shevchenko Central Library. It has been found that the library's active presence in the digital environment, in particular on Facebook, Telegram, and partially Instagram, contributes to increasing public interest in library resources, expanding access to information, and engaging users in cultural and educational initiatives. Social networks act as an effective channel for disseminating information resources, contributing to the formation of a positive image of the library as an open, adaptive and socially useful institution. Special attention is paid to the practice of using social networks to popularize library services, support educational initiatives, preserve cultural heritage and interact with the public.

Keywords: social networks, archival and library activities, information resources, digital communication, library, information activities, cultural heritage, electronic platforms.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У БІБЛІОТЕЧНИХ УСТАНОВАХ	10
1.1 Загальна характеристика бібліотеки як соціального інституту	10
1.2 Поняття про соціальні мережі у сучасному інформаційному просторі	13
1.3 Соціальні мережі як інструмент комунікації та контент-стратегії бібліотечних установ.....	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ЦЕНТРАЛЬНОЇ БІБЛІОТЕКИ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА КЗ «ЦБС КАЛУСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ»	22
2.1 Діяльність Центральної бібліотеки імені Тараса Шевченка	22
2.2 Використання соціальних мереж як засобу взаємодії з громадськістю	28
2.3 Проблеми та перспективи розвитку соціальних мереж бібліотеки.....	36
ВИСНОВКИ	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	47
ДОДАТКИ	Error! Bookmark not defined. 2

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному інформаційному суспільстві соціальні мережі відіграють важливу роль як канали комунікації, обміну інформацією та формування громадської думки. Архівні та бібліотечні установи, які традиційно вважаються джерелами знань і культурної спадщини, стикаються з необхідністю адаптації до нових цифрових реалій. Проблема полягає в недостатній поінформованості суспільства про діяльність таких установ, що може призводити до зниження їх авторитету та суспільного інтересу до їхніх ресурсів.

Попри наявність окремих прикладів успішного використання соціальних мереж бібліотеками і архівами, системного підходу до цього процесу бракує. Існуючі рішення переважно фрагментарні, часто базуються на інтуїтивних підходах без глибокого аналізу цільової аудиторії та специфіки контенту. Вивчення можливостей соціальних мереж як засобу популяризації архівно-бібліотечної діяльності дозволяє не лише оновити методи комунікації з користувачами, але й сприяє збереженню культурної спадщини через розширення доступу до інформаційних ресурсів.

У ХХІ столітті бібліотеки й архіви зазнають значних змін під впливом цифрових технологій. Відбувається трансформація способів зберігання, обробки та представлення інформації, що, у свою чергу, зумовлює потребу у переосмисленні підходів до комунікації з користувачами. Соціальні мережі, зокрема Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, стали не лише інструментами розваги, а й потужними платформами для освітньої, наукової та культурної діяльності.

Останні наукові дослідження в галузі інформаційної та бібліотечної справи (наприклад, роботи Я. А. Морозова (2024) [1]; А. Блажкевич (2017) [2], та ін.) звертають увагу на необхідність активного включення бібліотек у цифрову екосистему, де соціальні мережі розглядаються як міст між традиційними інформаційними установами та новими поколіннями

користувачів. Проте більшість із цих досліджень фокусуються або на бібліотечній, або на архівній діяльності окремо, що створює методологічний розрив. Також спостерігається недостатність аналітичного підходу до формування ефективної стратегії присутності в соціальних медіа.

Отже, вибір теми зумовлений потребою комплексного дослідження ролі соціальних мереж у процесі популяризації архівно-бібліотечної діяльності, що дозволить розробити практичні рекомендації щодо покращення комунікації з громадськістю, формування позитивного іміджу установ та розширення аудиторії.

Метою роботи є теоретичне обґрунтування та практичний аналіз використання соціальних мереж як інструменту популяризації діяльності бібліотечних установ, зокрема на прикладі Центральної бібліотеки імені Т. Г. Шевченка КЗ «ЦБС Калуської міської ради».

Завдання дослідження:

1. Розкрити загальну характеристику бібліотеки як соціального інституту у контексті інформаційного суспільства.
2. Визначити поняття та основні функції соціальних мереж у сучасному інформаційному просторі.
3. Проаналізувати роль соціальних мереж як засобу комунікації та інструменту формування контент-стратегії бібліотечних установ.
4. Охарактеризувати діяльність Центральної бібліотеки імені Т. Г. Шевченка як приклад впровадження соціальних комунікацій.
5. Дослідити практики використання соціальних мереж бібліотекою для взаємодії з громадськістю.
6. Виявити основні проблеми та перспективи розвитку соціальних медіа-активностей бібліотеки.

Об'єкт дослідження - інформаційно-комунікаційна діяльність бібліотечних установ в сучасному цифровому середовищі.

Предмет дослідження - використання соціальних мереж як засобу популяризації діяльності бібліотек, зокрема механізми, стратегії й

ефективність цифрової комунікації на прикладі Центральної бібліотеки імені Тараса Шевченка КЗ «ЦБС Калуської міської ради».

У процесі дослідження було використано комплекс методів: **теоретичні** методи (аналіз, синтез, узагальнення) — для вивчення наукової літератури з бібліотекознавства, соціальних комунікацій та інформаційних технологій; **емпіричні** методи (спостереження, контент-аналіз, порівняльний аналіз) — для вивчення діяльності Центральної бібліотеки ім. Т. Г. Шевченка у соціальних мережах; **прикладні** — зокрема аналіз публікацій, підписників, охоплення аудиторії, активності користувачів, що дозволило оцінити ефективність медіа-стратегії установи. Вибір цих методів зумовлений необхідністю комплексного підходу до вивчення як теоретичних, так і практичних аспектів проблеми, що забезпечує достовірність отриманих висновків.

Наукова новизна полягає у спробі інтегрувати теоретичний підхід до розуміння соціальних мереж у бібліотечній діяльності з практичним аналізом конкретного кейсу регіонального закладу. Вперше на прикладі Центральної бібліотеки ім. Т. Г. Шевченка КЗ «ЦБС Калуської міської ради» досліджено способи використання соціальних медіа для популяризації бібліотечної діяльності, виявлено сильні сторони та недоліки існуючої цифрової стратегії.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що вони можуть бути використані працівниками бібліотечних установ для вдосконалення власної присутності у соціальних мережах, формування ефективних стратегій цифрової комунікації, залучення нової аудиторії, популяризації бібліотечних послуг та культурних ініціатив.

Структура. Дослідження складається з вступу, двох розділів, кожен містить 3 підпункти, висновки та список використаних джерел, додатки. Загальна кількість сторінок – 60.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У БІБЛІОТЕЧНИХ УСТАНОВАХ

1.1 Загальна характеристика бібліотеки як соціального інституту

На думку Еміля Дюркгейма, функція соціального інституту полягає в налагодженні відповідності між ним і певною потребою суспільства, тобто соціальна система повинна мати необхідну умову для свого існування і відповідати тому, що очікує від цієї системи суспільство. Отже, соціальні інститути можна визначити як системи, які діють за певними правилами і виконують конкретні суспільно значущі функції.

Оскільки бібліотека існує у зовнішньому середовищі, вона функціонує відповідно до норм, які діють у цьому середовищі. На систему «бібліотека – соціальний інститут» впливають правила, що передаються їй через ієрархію відповідного міністерства (культури або освіти), а бібліотечна установа виступає як організаційна структура, за допомогою якої держава регулює діяльність соціального інституту. Водночас у роботі бібліотечний інститут орієнтується на норми і правила, які диктуються власною структурою системи «бібліотека – соціальний інститут», тобто включають користувача і змушені враховувати його інтереси, систему цінностей та моральні норми.

Про важливість розмежування бібліотеки як інституту і як установи одним із перших заговорив Н. Вітушко [4]. Він поділяв функції бібліотек на зовнішні (соціальні) та внутрішні (технологічні). Перші реалізує бібліотека як соціальний інститут, другі – як установа. При цьому відмінності реалізованих функцій викликані різницею структур «бібліотека-установа» і «бібліотека – соціальний інститут». Основною відмінністю у структурі цих об'єктів є ставлення до користувача. Бібліотека як установа — це система, у своїй роботі орієнтована на клієнта. Для бібліотеки як соціального інституту користувач є одним із елементів системи, який не виходить за її межі. Тобто у другому випадку користувач — це ланка, що впливає на функціонування

всієї системи, а не зовнішня ціль діяльності установи. Природно, відвідувач впливає на роботу бібліотеки у будь-якому випадку, адже бібліотека — відкрита система. Гарбар Л. В. підкреслює думку про те, що саме включення клієнта в систему як рівнозначного елемента є ознакою соціального інституту [6].

Назаровець С. Н. називає найважливішою метою інститутів культури «соціалізацію, приєднання членів суспільства до сукупної культури». Специфіка бібліотечного інституту у порівнянні з іншими інститутами культури полягає в тому, що приєднання здійснюється через документ [14]. Отже, бібліотека через фонд представляє документальну модель культури, пам'ять культурної системи. Пам'ять у цьому контексті розуміється не як сховище текстів, а як «структура уподобань, диспозицій, умова відбору значущих з культурної точки зору подій». При цьому значущість не для конкретної людини або групи, а важливість для кожної людини, розглянутої як найвища цінність.

В епоху Просвітництва розвиток гуманістичних ідей і формування гармонійно розвиненої особистості сприяли виникненню ідеї соціального призначення бібліотечного інституту. Відтоді бібліотека стала інститутом, що забезпечує виконання суспільної ролі «відродження людяності». У період Нового часу з'явилися національні бібліотеки. Важливість інституту, який акумулює документи, створені мовою країни, та документи про цю країну, визначила соціальне призначення національної бібліотеки як символу держави.

У ХХ столітті бібліотека стала одним із основних інструментів ідеологічного впливу на свідомість людей через відбір літератури, що відповідає загальній політиці держави. У 1980-х роках Bargh J. Аобґрунтував необхідність вивчення соціальних функцій бібліотеки і значно вплинув на осмислення понять цілей, функцій і завдань [27].

Термін «місія», застосовний до бібліотеки, почав використовуватися з розвитком бібліотечного менеджменту. Раніше роздуми про культурологічне

значення бібліотечного соціального інституту відбувалися в контексті бібліотечної філософії. На більш ранніх етапах прототипом місії можна вважати пріоритетну функцію, що актуалізується залежно від вимог часу, адже інформаційна, культурно-просвітницька та освітня функції притаманні бібліотеці з давніх-давен. «Інша справа – ступінь їх розвитку, конкретне наповнення, пріоритет окремих функцій у певний період... Змінюються не самі функції, а їх наповнення, що безпосередньо пов'язано зі зміною соціальної ролі бібліотек».

Пізніше з'явилося визначення місії бібліотеки як «ролі, яку вона виконує і повинна виконувати в суспільстві, тобто функцій, які ставляться перед бібліотекою виходячи з цілей і завдань, суспільством, відомствами, організаціями, установами, яким підпорядковані бібліотеки». Однак у цьому визначенні важко погодитися з тим, що місія і функції не розмежовані і вживаються як синоніми.

Проблема підміни місії функціями залишається актуальною й нині. Доктор філософських наук, співробітник Інституту бібліотекознавства та наукової інформації Сілезького університету Gaddis провів аналіз місії понад 50 національних бібліотек європейських країн [30]. Вчений прагнув отримати відповіді на такі питання: образ сучасної бібліотеки, якою вона має стати в майбутньому, її позиція в соціальному середовищі. Дослідження проводилось через анкетування та аналіз сайтів бібліотек. Виявилось, що більшість національних бібліотек має декларації місії. Бібліотеки у як Сербії, Словаччині, Польщі та Естонії не роблять суттєвої різниці між статутом і місією. У бібліотеках інших країн місія стала основою більш об'ємного документа: стратегічного плану, хартії концепції якості. У декларації місії Шведської національної бібліотеки основну увагу приділено «комплектуванню, зберіганню і ефективному доступу до всіх матеріалів, виданих у Швеції», а діяльність національної бібліотеки Нідерландів спрямована на «надання доступу до культурних знань за допомогою високоякісних послуг».

Очевидно, що на практиці при визначенні змісту місії бібліотек часто не розрізняють місію і функції, внаслідок чого їх не поділяють. Якщо йдеться про конкретну установу, то сутнісну функцію можна виділити як пріоритетну, але вона не може бути представлена як місія бібліотечного інституту.

1.2 Поняття про соціальні мережі у сучасному інформаційному просторі

«Соціальні мережі» — це поняття, яке міцно увійшло до лексики сучасної інформаційно грамотної людини. Поняття «соціальна мережа» вперше було сформульовано у 1954 році Джеймсом Барнсом у його роботі «Класи та збори в норвезькій острівній парафії», опублікованій у збірнику праць «Людські відносини» [28].

І. В. Киричок, Т. Б. Павленко під соціальною мережею розуміють спільноту у віртуальному середовищі людей, об'єднаних за якимось принципом на основі однієї платформи, що і позначається як соціальна мережа [15].

Філіпова Л. виділяє такі критерії соціальної мережі як окремого ресурсу:

- можливість створення власного акаунту, що зберігає особисту інформацію про людину (ім'я, сімейний стан, місто проживання, освіта, інтереси та інші соціально-демографічні характеристики);
- можливість взаємодії учасників віртуального простору (через доступ до профілів один одного, особисті повідомлення, коментарі, так звані «подарунки» тощо);
- можливість реалізації власних планів та ідей (наприклад, пошук нових друзів, створення тематичних груп за інтересами тощо);
- можливість обміну ресурсами (наприклад, відео- та фотоматеріалами);

- можливість задоволення потреб за рахунок накопичення ресурсів [17].

Так, зарубіжні науковці вказують, що залученість у віртуальний простір пов'язана з проявом різних психологічних конструктів. Зокрема, Bargh та співавт. [27] і Butt, Phillips зазначають наявність високого нейротизму [29]; Amichai-Hamburger, Ben-Artzi [26] і Bargh та співавт. [27] – низьку екстраверсію; Landers, Lounsbury [33] і Peters, Malesky [36] – низьку доброзичливість; Guadagno та співавт. [31] – високу відкритість до досвіду.

За даними Kramer і Winter, наявність екстраверсії пов'язана з вибором кольору фотографій [32]; Ross та співавт. із кількістю спільнот, у яких людина є учасником [35]; Muscanell і Guadagno – із наповненістю акаунту фотографіями [34]; Gosling та співавт. – зі статистикою даних про друзів, записів на стіні та коментарів, переглядів власних і чужих сторінок [31]. При цьому наявність нейротизму, за даними Ross та співавт., пов'язана з частотою використання стіни для комунікацій [33]. Muscanell і Guadagno пов'язують добросовісність із обсягом відправлених особистих повідомлень [34].

Блажкевич А. виявив, що соціальні мережі є важливим інструментом соціалізації. За даними дослідника, 78 % опитаних користувачів юнацького віку проводять в Інтернеті від 2 до 6 годин щодня, а віртуальний простір виконує багато функцій, серед яких можна виділити інформаційну та розважальну, простір для спілкування і самовираження, простір для професійної та комерційної діяльності [2].

В. Беккер писав, що віртуальний простір – це шанс кожного учасника даної спільноти регулювати думку про себе. Так, наприклад, головна мета зображення в акаунті соціальної мережі – «рекламна»: привернути увагу інших членів інтернет-спільноти до себе [28].

Биркович Т. І., Морозова Я. А. встановили, що головними мотивами залученості до віртуального простору молодших школярів є висока потреба у

соціальних контактах та низький соціальний статус у референтній групі однолітків [1].

Як зазначав Горбань Ю. І., соціальні мережі мають і криміногенний вплив на людину [7]. До такого впливу автор відносить:

- наявність доступу до інформації з негативним забарвленням, що містить ризики для існуючого благополуччя людини;
- цькування в інтернет-середовищі та незаконне використання особистої інформації;
- залученість у кримінальні групи у віртуальному просторі та подальшу їхню прихильність.

Назаровець С. Н. стверджував, що соціальні мережі часто використовуються також для пропаганди матеріалів екстремістського і терористичного спрямування, а іноді працюють у тандемі зі ЗМІ [14].

Соціальні мережі розглядаються також з точки зору ресурсів. Так, Молодецька К. В. пише про віртуальний простір як засіб профорієнтації, за допомогою якого навчальні заклади можуть розвивати і просувати свій бренд, формувати позитивну думку про організацію, працювати з абітурієнтами та іншою цільовою аудиторією [22].

Міносян А. С. вважає соціальні мережі принципово новим видом комунікацій – віртуальним засобом масової комунікації, який має низку особливостей і переваг:

- комунікація відбувається за допомогою технічних пристроїв;
- можливість взаємодії різних численних соціальних груп;
- основна мета простору – саме спілкування;
- спілкування розглядається як налагоджений і систематизований процес;
- між учасниками спілкування може відсутня безпосередній зв'язок;
- особливе зобов'язання дотримуватися встановлених правил і норм;

- чіткий напрям інформації і прийняття ролей у спілкуванні;
- груповий характер спілкування;
- аудиторія є за своєю специфікою конфіденційною, мозаїчною, випадково зібраною масою користувачів;
- регулярність і затребуваність публікуваних повідомлень [21].

Зозуля С. М., Зайченко Н. І., Горак В. В., досліджуючи мотивацію підлітків-користувачів соціальних мереж, дійшли висновків, що:

- у підлітків, які проводять різну кількість часу за якимось одним видом діяльності, існують значущі відмінності у вираженості мотивацій і часовій перспективі [10].

Також з'являється багато досліджень, що порівнюють функціонування різних соціальних мереж: Т. І. Биркович, Я. А. Морозова [1]; А. Блажкевич [2], О. Б. Виноградова [3] та інші. Багато дослідників аналізують різноманітні характеристики профілів користувачів віртуального простору: Н. Вітушко[4], О. В. Воскобойнікова-Гузєва [5] та ін.

Дослідникам належить у подальшому провести емпіричне дослідження, присвячене аналізу активності молоді в соціальних мережах, а також взаємозв'язок між інтернет-залежністю, суб'єктивним рівнем самотності та особистісними відносинами.

Зазвичай під соціальними мережами розуміють інтернет-ресурси, що забезпечують соціальну взаємодію між користувачами. У більш вузькому розумінні це багатокористувацькі інтерактивні сайти, головною метою яких є пошук знайомств та спілкування, а контент формується самими користувачами, які створюють власні акаунти. Таке визначення підтверджується експрес-опитуванням студентів КПІ, в якому на запитання «Які соціальні мережі або їх види ви можете назвати?» були найпоширенішими відповіді: Facebook, Однокласники, а також блоги та форуми. Важливо, що серед названих мереж не було жодної, що існує поза інтернет-простором. Це, ймовірно, відображає типовий погляд сучасного суспільства на поняття «соціальні мережі».

Виникає запитання: чому ми сприймаємо соціальні мережі лише як онлайн-платформи? Наскільки таке обмеження є виправданим? Розглянемо складові цього поняття. Слово «соціальний» означає пов'язаний з життям суспільства, а «мережа» — це сукупність однорідних або взаємопов'язаних елементів, що за формою нагадують переплетені лінії або волокна (наприклад, аптечні, транспортні, електричні, комп'ютерні мережі тощо). Автором терміна «соціальна мережа» вважають соціолога Джона Барнса з Манчестерської школи, який уперше вжив його у статті «Класи і збори в норвезькому островному приході» (1954). Під цим терміном він розумів структуру, що складається з вузлів (окремих людей або груп), які поєднані між собою різними видами соціальних зв'язків. Для традиційних соціальних мереж було характерне існування щільних міжособистісних зв'язків, підтримка яких вимагала значного часу, що обмежувало розмір таких мереж (у середньому до 150 осіб)[27].

З розвитком Інтернету поняття «соціальна мережа» трансформувалося, набуваючи нового змісту. Пряме спілкування відійшло на другий план, розмір мереж значно зріс (наприклад, кількість користувачів Facebook перевищила 800 мільйонів), при цьому щільність та глибина зв'язків зменшилась. Спілкування у віртуальних соціальних мережах має свої особливості, які відрізняють його від живого спілкування. Сьогодні соціальною мережею можна вважати будь-яку інтернет-спільноту, учасники якої взаємодіють між собою: підтримують контакти зі шкільними друзями, спілкуються на форумах, обмінюються файлами, купують та продають товари, грають у багатокористувацькі ігри, ведуть блоги тощо [2]. Різноманітність таких спільнот обумовлює специфічні форми спілкування, прийняті в кожній із них.

Чому ж саме значення «соціальної мережі» як інтернет-платформи майже витіснило інші? Проведемо аналогію з терміном «інформаційне суспільство» — саме так багато дослідників називають сучасний етап розвитку людства. Чому ж воно стало «інформаційним» саме зараз? Чи

означає це, що в давній Греції не існувало інформації, або технологій її збереження та передачі? Навпаки, інформація завжди була і розвивалася, хоч і в інших формах і масштабах. Збільшення обсягу інформації та розвиток технологій її обробки тривають постійно. Винаходи, такі як письмо, друкарський станок, телеграф, радіо та телебачення, зробили величезний внесок у трансформацію суспільства, не менший, ніж сучасні цифрові технології [3].

Критерії, за якими визначають інформаційне суспільство, часто є суперечливими, нечіткими та важко вимірюваними. Попри це, термін «інформаційне суспільство» міцно закріпився в науковій, законодавчій та повсякденній мові, бо він яскраво відображає сферу значущих змін. Люди інтуїтивно пов'язують його з певними процесами, визначаючи конкретні риси відповідно до власного досвіду та розуміння. Правильніше було б вживати термін «сучасне інформаційне суспільство», як і «сучасні інформаційні технології», що існують поряд з традиційними, які використовувалися до появи комп'ютерів. Однак через перенасиченість інформацією і необхідність скорочувати час на сприйняття, ми схильні використовувати коротші варіанти цих термінів.

Подібна ситуація спостерігається і з терміном «віртуальні соціальні мережі», що підтверджують результати пошукових запитів в Інтернеті.

Отже, сучасне розуміння терміна «соціальні мережі» значно звузило його первісний зміст, ігноруючи різноманітність традиційних соціальних спільнот, що існували до появи Інтернету. Термін, який з середини ХХ століття мав ширше соціологічне значення, сьогодні здебільшого асоціюється виключно з онлайн-платформами. Той, хто спробує повернути історичне і етимологічне значення цього поняття, навряд чи буде зрозумілий або підтриманий сучасним співрозмовником.

1.3 Соціальні мережі як інструмент комунікації та контент-стратегії бібліотечних установ

Контент-стратегія в соціальних медіа включає в себе змінний і налаштований календар, визначені терміни публікації постів, використання інструментів управління соціальними медіа, графік розміщення постів, створення релевантного контенту та оцінку діяльності в соціальних медіа. Хороша контент-стратегія допоможе бібліотекарям зекономити час і підтримувати активність бібліотеки в соціальних мережах, надаючи свіжу та актуальну інформацію для читачів.

Календар соціальних медіа – це інструмент планування, який дозволяє бібліотекам візуалізувати свою стратегію у соціальних мережах. Він допомагає структуровано підходити до контенту, забезпечуючи постійну присутність бібліотеки в соціальних медіа. Календар може бути у різних форматах: від друкованої версії до багатосторінкової електронної таблиці. Незалежно від формату, календар забезпечує огляд у стилі «все-в-одному» всього контенту бібліотеки та усіх платформ. Бібліотекарі можуть створити багатосторінкову онлайн-таблицю з кількома стовпцями, наприклад Google Sheets.

Календар налаштовується за датою і може містити стовпці для кожної соціальної платформи, заголовка поста, тексту повідомлення, типу зображення та посилання на відповідний контент. Онлайн-календар має такі переваги: його легко адаптувати під потреби бібліотеки у разі змін, він доступний для спільного використання з можливістю оновлення у будь-який час і з будь-якого місця, а також упорядкований за датою, що дозволяє додавати кілька постів на один день. Після налаштування календаря бібліотеки можуть почати його наповнювати. Попереднє планування гарантує публікацію поста у найактуальніший для читачів час [30].

Наприклад, на початку навчального року бібліотеки відзначають ключові дати: початок і кінець семестрів, період іспитів, святкові дні. Потім бібліотекарі планують контент на тижні семестру, відповідаючи на

запитання, що потрібно знати студенту в перший тиждень навчання. Це можуть бути поради щодо доступу до курсів або створення облікових записів для баз даних, що важливо для студентів. Цей процес повторюється протягом семестру. Важливо також додавати інформацію про семінари та заходи, планувати запрошення і повторні пости, оскільки нові підписники можуть не бачити старі повідомлення, а деякі студенти можуть пропустити перше оповіщення.

Календар публікацій створює основу для регулярного контенту, який доповнюється актуальними повідомленнями в реальному часі, що відображають поточні події в бібліотеці. Управління соціальними медіа є особливо важливим, коли бібліотекарі зайняті або відсутні. Існує багато платних і безкоштовних інструментів, таких як Hootsuite, Tweetdeck, Sprout Social. Вони дозволяють легко додавати кілька облікових записів і платформ, керувати всіма ними з одного інтерфейсу, налаштовувати інформаційну панель для зручного перегляду релевантного контенту, а також планувати публікації.

Попереднє планування публікацій з використанням цих інструментів значно економить час і забезпечує постійну присутність бібліотеки у соціальних мережах навіть у зайняті періоди. Наприклад, Facebook має вбудований інструмент планування, а Hootsuite та інші платформи підтримують цю функцію. Проте, незважаючи на переваги планування, важливо чергувати заплановані пости зі «свіжими» повідомленнями, щоб підтримувати інтерес і актуальність контенту [5]. Для створення релевантного контенту бібліотекарі можуть використовувати інформаційні ресурси бібліотеки або веб-сайти. Наприклад, замість сухого повідомлення «Ознайомтесь з нашими порадами з навчання» можна сформулювати так: «Добрі навички навчання покращать ваші оцінки, допоможуть краще запам'ятовувати матеріал і ефективніше використовувати час». До повідомлення додається відповідне зображення і посилання на консультації фахівців. Важливо адаптувати повідомлення під кожну платформу: на

Facebook – більш розгорнуте зображення і текст, на Instagram – яскраве зображення з коротким описом і хештегами. Додатково бібліотеки можуть поширювати корисний контент із блогів, статей, інших сторінок Facebook або новинних сайтів. Оцінка активності бібліотеки в соціальних медіа повинна бути регулярною, з використанням аналітики платформ. Аналіз даних допомагає коригувати стратегію. Існують різні метрики для оцінки постів: активність, аудиторія, залученість, переходи, рентабельність.

Популярні платформи, як Facebook Insights або аналітика YouTube, надають докладні статистичні дані: кількість публікацій, охоплення, лайки, демографія підписників, час найбільшої активності. Це дозволяє бібліотекарям точніше формувати контент-стратегію. Отже, налаштування і використання календаря соціальних медіа спрощує керування акаунтами бібліотеки. Продумані терміни публікацій збільшують взаємодію з читачами, аналіз статистики допомагає виявити ефективний контент і оптимальний час публікацій. Використання інструментів управління і планування дозволяє бібліотеці підтримувати постійну присутність у соціальних медіа [6]. Створення і запуск контент-стратегії вимагає часу та зусиль, проте вона є необхідною для реалізації політик і практик, пов'язаних із створенням, підтримкою та оцінкою контенту в соціальних мережах. Редакційний календар допомагає планувати виробництво контенту, а стратегія каналів – ефективно просувати популярні бібліотечні події та адаптувати контент під різні платформи.

Регулярний аналіз даних соціальних медіа сприяє прийняттю обґрунтованих рішень і підвищенню залученості користувачів. Контент-стратегія покращує користувацький досвід, зосереджуючись на потребах аудиторії. Узгоджуючи контент з місією та цілями бібліотеки, бібліотекарі отримують можливість ефективно взаємодіяти з читачами.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ЦЕНТРАЛЬНОЇ БІБЛІОТЕКИ ІМЕНІ Т. Г. ШЕВЧЕНКА КЗ «ЦБС КАЛУСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ»

2.1 Діяльність Центральної бібліотеки Т. Г. Шевченка

Центральна бібліотека імені Тараса Григоровича Шевченка є провідною установою у системі КЗ «Централізована бібліотечна система Калуської міської ради» та виконує роль не лише інформаційного, але й культурно-просвітницького центру громади (Додаток К).

Комунальний заклад «Централізована бібліотечна система Калуської міської ради» було створено рішенням міської ради 10 жовтня 2011 року. З 2021 року ця система об'єднує у єдину структуру 21 бібліотеку-філію Калуської об'єднаної територіальної громади. Центральна бібліотека імені Тараса Шевченка є однією з ключових ланок цієї системи, якою керує директор Воробець Наталія Андріївна.

Доскладу централізованої системи входить також дитяча бібліотека-філія, заснована у 1946 році, яка розпочинала діяльність у приміщенні Народного дому і була спадкоємицею традицій читальні товариства «Просвіта». Спочатку книжковий фонд дитячої бібліотеки становив близько 5 тисяч примірників. У 1965 році бібліотека отримала нове приміщення на площі Ринок (нині площа Героїв), де перебувала до 1979 року. На початку 1979 року заклад отримав статус Центральної дитячої бібліотеки з єдиним фондом, централізованим комплектуванням та довідково-інформаційним центром бібліотечної роботи з дітьми. У 1980 році бібліотека переїхала у новозбудоване приміщення на вулиці Підвальній, 6. З 2002 року вона перебуває у міському підпорядкуванні.

З вересня 2014 року за підтримки міської влади в дитячій бібліотеці було повністю оновлено інтер'єр та частково книжковий фонд. На сьогодні це найбільший сучасний інформаційно-дозвілєвий центр для дітей у місті

Калуш, який активно співпрацює з різними організаціями, навчальними та позашкільними закладами. При бібліотеці діють клуби за інтересами, зокрема «Ляльковий портал», пізнавальна відео-вітальня «Розумійко», ігровий куточок «Весела галявина» та бібліотечний 3D кінозал.

Графік роботи бібліотеки передбачає відкриття з понеділка по середу, п'ятницю, суботу і неділю з 10:00 до 18:00, четвер – санітарний день (останній четвер місяця). Для зручності користувачів передбачені контакти для зв'язку та консультацій.

Централізована бібліотечна система Калуської міської ради є важливим культурним і освітнім центром громади, забезпечуючи широке коло послуг, спрямованих на підтримку читання, інформаційну діяльність, розвиток дозвілля і навчання мешканців різного віку.

Комунальний заклад «Централізована бібліотечна система Калуської міської ради» (КЗ «ЦБС») є юридичною особою, що об'єднує бібліотеки Калуської міської територіальної громади у єдину структурно-цілісну систему для ефективного використання бібліотечних ресурсів та забезпечення культурно-освітньої діяльності. Заклад здійснює свою діяльність відповідно до чинного законодавства України, зокрема Конституції України, Законів України «Про культуру» та «Про бібліотеки і бібліотечну справу», інших нормативно-правових актів, а також на підставі затвердженого Положення.

Засновником є Калуська міська територіальна громада в особі Калуської міської ради. Органом управління є управління культури, національностей та релігій Калуської міської ради. КЗ «ЦБС» має печатку з найменуванням, особистий рахунок та є неприбутковою установою, основне фінансування якої здійснюється з місцевого бюджету, додаткове – за рахунок платних послуг та інших законних джерел.

Структурно заклад включає центральну бібліотеку імені Тараса Шевченка як головну бібліотеку та мережу бібліотек-філій, розташованих на території Калуської ОТГ. Центральна бібліотека формує і зберігає єдиний

бібліотечний фонд, здійснює централізоване комплектування, обробку документів, веде довідково-пошуковий апарат і організовує методичну підтримку бібліотек-філій.

Метою діяльності КЗ «ЦБС» є забезпечення реалізації прав громадян на бібліотечне обслуговування незалежно від їх соціальних характеристик, вільний доступ до інформації та культурних цінностей, задоволення культурних, освітніх і інформаційних потреб населення, а також популяризація національної та світової культури і науки.

Основними завданнями є задоволення культурно-дозвілєвих потреб громади, впровадження нових моделей культурного обслуговування, обслуговування населення через абонементи, читальні зали, інтернет-центри та дистанційні послуги, формування та збереження бібліотечних фондів, просвітницька, соціокультурна і краєзнавча діяльність, а також надання платних послуг згідно з чинним законодавством.

Бібліотечний фонд є універсальним за змістом і формується на різних носіях інформації. Центральна бібліотека імені Тараса Шевченка має повний перелік документів, у тому числі наукову та цінну літературу, а бібліотеки-філії формують свої фонди відповідно до інформаційних потреб користувачів. Центральна бібліотека забезпечує централізоване комплектування, оперативне надходження нових документів, облік документів, інформування філій про нові надходження, ведення довідково-пошукового апарату і вилучення документів із фонду.

Майно складається з основних засобів, оборотних і необоротних активів, закріплених за Закладом на праві оперативного управління. Джерелами формування майна є бюджетні асигнування, кошти від господарської діяльності, платних послуг, безоплатні внески та інші дозволені законодавством джерела. Доходи використовуються виключно на утримання Закладу та реалізацію його цілей і завдань.

Управління здійснює директор, який одночасно очолює Центральну бібліотеку імені Тараса Шевченка, забезпечуючи координацію діяльності

всієї системи бібліотек. Діяльність Закладу ґрунтується на принципах нейтралітету, гуманізму та пріоритету загальнолюдських цінностей.

Її діяльність охоплює декілька ключових напрямків:

1. Інформаційно-бібліотечне обслуговування:

Бібліотека надає широкий спектр послуг — від доступу до друкованих та електронних джерел інформації до консультативної допомоги читачам різного віку. Фонд бібліотеки регулярно оновлюється новими виданнями, що відповідають освітнім, професійним і дозвіллевим потребам користувачів.

2. Організація соціокультурних заходів:

Установа активно залучає мешканців Калуша до культурного життя через організацію виставок, літературних вечорів, презентацій книжок, зустрічей з авторами, майстер-класів, тематичних бесід та акцій до державних і професійних свят. Особливу увагу приділяють популяризації творчості Тараса Шевченка.

3. Освітня та просвітницька діяльність:

Бібліотека реалізує освітні проекти у співпраці зі школами, закладами позашкільної освіти, громадськими організаціями. Наприклад, проводяться інформаційні години, заходи з медіаграмотності, клуби за інтересами (історико-краєзнавчий, мовний, екологічний тощо).

4. Цифровізація бібліотечних процесів:

ЦБ ім. Т. Г. Шевченка впроваджує сучасні інформаційні технології: ведення електронного каталогу, створення віртуальних виставок, ведення сторінок у соціальних мережах, участь у загальноукраїнських онлайн-ініціативах. Це дозволяє бібліотеці підтримувати зв'язок із читачами навіть у дистанційному форматі.

5. Соціальна інклюзія:

Бібліотека відкриває доступ до інформації та знань для всіх верств населення, включаючи осіб з інвалідністю, пенсіонерів, вимушених переселенців. Проводяться тематичні заходи, спрямовані на підтримку соціально вразливих категорій.

Центральна бібліотека імені Тараса Григоровича Шевченка є ключовою ланкою в структурі комунального закладу «Централізована бібліотечна система Калуської міської ради» та виконує функцію не лише традиційної бібліотеки, а й активного осередку культурного, інформаційного та соціального життя громади. Вона забезпечує реалізацію загальноміських стратегій розвитку культури, сприяє формуванню інформаційного простору та задоволенню освітніх, професійних і дозвілєвих потреб жителів міста Калуша та навколишніх сіл.

Діяльність бібліотеки охоплює низку важливих напрямів. У першу чергу, це безпосереднє інформаційно-бібліотечне обслуговування населення. Користувачам надається доступ до великого фонду друкованих та електронних видань, довідкових, навчальних і художніх матеріалів. Бібліотека активно поповнює свій фонд сучасною літературою, враховуючи читацькі інтереси різних вікових груп і професійних категорій. Значну увагу приділяють популяризації української книги, зокрема творів національної класики та сучасної літератури. Однією з візитівок закладу є систематична організація виставок нових надходжень, книжкових інсталяцій, оглядів літератури та тематичних викладок, які привертають увагу до актуальних суспільних тем.

Важливою складовою діяльності є соціокультурна та просвітницька робота. Бібліотека активно виступає організатором і координатором різноманітних заходів: літературних вечорів, зустрічей з місцевими письменниками, презентацій книг, майстер-класів, інтелектуальних ігор, вікторин, меморіальних годин до ювілеїв видатних діячів української культури. Усе це спрямоване на формування культурного смаку, підтримку читацької культури, виховання національної свідомості. Особливе місце в роботі бібліотеки займає популяризація життя і творчості Тараса Шевченка — постійно проводяться тематичні заходи до Шевченківських днів, створюються виставки, присвячені його спадщині, а також організовуються читання його творів серед молоді.

В умовах цифрової трансформації бібліотека активно розвиває електронні сервіси та цифрові комунікації. Запроваджено електронний каталог, що значно полегшує доступ користувачів до інформаційних ресурсів. Водночас зростає роль бібліотеки як онлайн-майданчика: офіційна сторінка установи у Facebook та інших соціальних мережах стала інструментом комунікації з громадою, платформою для інформування про заходи, публікації корисного контенту, залучення нових відвідувачів. Участь у всеукраїнських проєктах, акціях та марафонах посилює репутацію закладу як сучасного та відкритого до змін простору.

Значну увагу Центральна бібліотека приділяє інклюзивності та забезпеченню рівного доступу до ресурсів і знань. Проводяться заходи для соціально вразливих категорій населення — людей літнього віку, осіб з інвалідністю, внутрішньо переміщених осіб. Для школярів і студентів реалізуються освітні проєкти, організовуються клуби за інтересами, творчі майстерні, патріотичні години, що сприяє розвитку критичного мислення, екологічної та медіаосвіти, формуванню активної громадянської позиції. Бібліотека активно співпрацює з освітніми закладами, культурними центрами, громадськими організаціями, що створює сприятливі умови для міжсекторального партнерства.

Таким чином, Центральна бібліотека імені Т. Г. Шевченка виступає багатофункціональним соціокультурним інститутом, який забезпечує не лише доступ до знань, а й формує культурне середовище, підтримує громадські ініціативи та адаптується до потреб сучасного суспільства. Завдяки поєднанню традиційних бібліотечних цінностей із сучасними підходами до соціальної комунікації, бібліотека залишається актуальною, живою та затребуваною інституцією у житті калуської громади.

2.2 Використання соціальних мереж як засобу взаємодії з громадськістю

У сучасному інформаційному суспільстві соціальні мережі посідають важливе місце як ефективний інструмент соціальної комунікації, що суттєво змінює підходи до взаємодії між інституціями та громадськістю. Для бібліотечних закладів, зокрема для Центральної бібліотеки імені Т. Г. Шевченка КЗ «ЦБС Калуської міської ради», соціальні мережі стали невід'ємною складовою щоденної діяльності та стратегічного розвитку. Їхнє використання дає змогу не лише поширювати інформацію, а й активно залучати громаду до культурного, освітнього та інформаційного простору бібліотеки.

У ХХІ столітті, коли цифрові технології формують нову реальність соціальних взаємин, соціальні мережі стають невід'ємною складовою комунікаційної стратегії будь-якої суспільно значущої установи. Бібліотеки як культурно-просвітницькі інституції дедалі активніше впроваджують інноваційні підходи до взаємодії з громадою, зокрема через використання соціальних медіа [28]. Центральна бібліотека імені Т. Г. Шевченка КЗ «ЦБС Калуської міської ради» не є винятком і демонструє приклад ефективної реалізації інформаційно-комунікаційної політики у цифровому середовищі.

Соціальні мережі виступають для бібліотеки як платформа для формування активного діалогу з користувачами, який набуває характеристик не лише поінформованості, а й залученості. Завдяки Facebook, Instagram, Telegram та іншим цифровим каналам комунікації, установа отримує змогу швидко поширювати актуальну інформацію, залучати читачів до подій, оприлюднювати освітні матеріали та підтримувати постійний зворотний зв'язок із громадськістю. Таке взаємне інформування перетворює відвідувачів із пасивних отримувачів послуг на активних учасників бібліотечного життя.

Особливістю використання соціальних мереж є створення інтерактивного, мультимедійного контенту, що базується на потребах та

інтересах цільових аудиторій [11]. У рамках своєї цифрової присутності бібліотека регулярно публікує інформаційні дописи, оголошення про заходи, книжкові огляди, читацькі рекомендації, результати конкурсів, фотозвіти, тематичні віртуальні виставки, а також патріотичні й історичні матеріали, які формують не лише читацьку культуру, а й національну свідомість.

Крім цього, соціальні мережі дозволяють проводити повноцінні онлайн-заходи — вебінари, книжкові клуби, публічні читання, акції до державних свят. У період пандемії COVID-19, а також під час війни в Україні, саме такі цифрові формати стали домінуючими, що дало змогу зберегти сталість комунікаційних процесів, зменшити соціальну ізоляцію та забезпечити інформаційну підтримку мешканців громади. У критичних умовах бібліотека не лише не припинила свою діяльність, а й зміцнила її, розширивши коло охоплення та поглибивши емоційний рівень спілкування з аудиторією.

Соціальні мережі також відіграють роль у формуванні інституційного бренду бібліотеки. Через візуальну стилістику, тональність повідомлень, регулярність оновлення контенту та інтерактивність бібліотека формує свій імідж як відкритої, сучасної, гнучкої та інноваційної структури. Водночас дотримання ціннісних орієнтирів — повага до української культури, мови, історії — забезпечує високий рівень довіри та легітимності з боку громадян. Такий підхід відповідає вимогам сучасного інформаційного простору, де якість комунікації визначає ефективність інституційної взаємодії.

Слід зазначити, що цифрова комунікація бібліотеки в соціальних мережах є не лише інструментом інформування, а й засобом соціального згуртування. У коментарях, обговореннях, поширеннях користувачі вступають у діалог не лише з установою, а й між собою. Це сприяє утворенню мікроспільнот, об'єднаних навколо спільних інтересів — читання, культури, освіти, громадської активності. Таким чином, бібліотека виконує функцію соціального медіатора — суб'єкта, що забезпечує комунікаційні зв'язки між громадянами та навколишнім соціокультурним середовищем.

Використання соціальних мереж Центральною бібліотекою імені Т. Г. Шевченка є не лише відповіддю на виклики цифрової епохи, а й стратегічним напрямом розвитку публічної інституції як відкритої, динамічної та адаптивної до змін. Завдяки ефективному цифровому позиціонуванню бібліотека утверджує себе як сучасний центр комунікації, освіти та культурного зростання, забезпечуючи сталу і якісну взаємодію з громадськістю на всіх рівнях.

Платформи соціальних мереж — таких як Facebook, Instagram, YouTube, а також месенджери типу Telegram — функціонують як канали двосторонньої комунікації, у межах яких бібліотека може оперативно інформувати про новини, анонси заходів, нові надходження до фонду, а також реагувати на зворотній зв'язок від користувачів. Це сприяє формуванню відкритого інформаційного середовища, де кожен відвідувач має змогу не лише дізнатися про діяльність закладу, а й безпосередньо долучитися до її формування.

Центральна бібліотека ім. Т. Г. Шевченка активно використовує соціальні мережі для реалізації своїх ключових завдань — популяризації читання, збереження національної культурної спадщини, підвищення медіаграмотності, формування громадянської свідомості. У публікаціях широко застосовуються мультимедійні засоби: відеоогляди книг, інтерв'ю з авторами, віртуальні екскурсії, інтерактивні плакати, фотозвіти з подій. Це не лише урізноманітнює інформаційний контент, а й робить його більш доступним, привабливим та емоційно залученим для широкої аудиторії.

Особливої уваги заслуговує комунікація з молоддю, для якої саме соціальні мережі виступають основним середовищем отримання інформації. Бібліотека, адаптуючись до інформаційних звичок цієї цільової групи, розробляє креативні формати: літературні челенджі, онлайн-конкурси, книжкові флешмоби, опитування, що формують новий рівень взаємодії — неформальний, але змістовний, інтелектуально насичений і патріотично

орієнтований. Такі ініціативи сприяють формуванню позитивного іміджу бібліотеки як динамічної, відкритої та актуальної інституції.

Значну роль соціальні мережі відіграють також у періоди соціальних викликів і криз, зокрема під час пандемії COVID-19 та повномасштабної війни в Україні. У ці періоди бібліотека забезпечувала інформаційну підтримку громади: публікувала перевірену інформацію, корисні посилання, проводила онлайн-заходи, майстер-класи та читання, зберігаючи сталість культурної комунікації навіть у віддаленому режимі. Крім того, за допомогою соцмереж бібліотека координувала волонтерські ініціативи, інформувала про допомогу внутрішньо переміщеним особам, підтримувала моральний дух громади через поширення патріотичного контенту, поетичних читань, розповідей про героїв України.

Бібліотека імені Т. Г. Шевченка Комунального закладу «Центральна бібліотечна система Калуської міської ради» активно використовує соціальну мережу Facebook як один із основних каналів взаємодії з громадськістю (додаток А). Цей цифровий ресурс дає змогу не лише інформувати користувачів про поточні події, послуги та новини бібліотеки, а й налагоджувати постійний діалог із читачами різного віку та інтересів. Через офіційну сторінку бібліотеки у Facebook публікуються анонси заходів, інформація про нові книжкові надходження, огляди літератури, фото- і відеоматеріали з культурних і просвітницьких подій, що проходять у закладі. Це створює атмосферу відкритості й доступності бібліотеки для всіх членів громади.

Завдяки Facebook бібліотека отримує можливість оперативно реагувати на запити користувачів, проводити опитування, збирати відгуки та пропозиції, що дозволяє підвищувати якість бібліотечних послуг. Соціальна мережа також є платформою для реалізації різноманітних онлайн-активностей, таких як книжкові марафони, вікторини, флешмоби, конкурси та тематичні обговорення. Це не лише залучає нових відвідувачів, а й підтримує інтерес постійних користувачів, стимулюючи їхню активність.

Facebook дає змогу бібліотеці поширювати інформацію про культурні та освітні проєкти, що організовуються у партнерстві з іншими закладами освіти, культури та громадськими організаціями. Це розширює коло учасників і створює спільноту однодумців, які цікавляться книгою, читанням і культурою загалом. Особливу увагу бібліотека приділяє інтерактивним формам спілкування, залучаючи читачів до обговорень літературних новинок, авторських вечорів, тематичних екскурсій та майстер-класів.

Важливою перевагою використання Facebook є можливість залучення молоді, яка все більше віддає перевагу цифровим платформам для отримання інформації. Таким чином, бібліотека імені Т. Г. Шевченка не лише зберігає традиційні функції як місце зберігання та надання книжкових ресурсів, а й трансформується у сучасний культурний і освітній центр, що відповідає потребам сучасного суспільства.

Активність бібліотеки у Facebook сприяє підвищенню її видимості в інформаційному просторі міста та області, формує позитивний імідж установи як відкритої, сучасної та орієнтованої на користувача. Регулярні публікації, швидке реагування на коментарі, креативний контент та системна робота з аудиторією допомагають підтримувати високий рівень довіри серед читачів і партнерів. Таким чином, соціальна мережа Facebook виступає не просто інструментом інформування, а й дієвим засобом формування спільноти, популяризації книги і читання, розвитку культурного середовища Калуша.

Основний офіційний сайт Калуської Центральної бібліотеки імені Т. Г. Шевченка наразі недоступний, що ускладнює прямий доступ користувачів до повного спектру інформації та послуг бібліотеки в онлайні. Однак інформація про бібліотеку представлена на офіційному сайті Калуської міської ради, де є окрема сторінка, присвячена діяльності закладу. На цій сторінці можна знайти основні відомості про бібліотеку, її історію, контакти та деякі новини, що дозволяє громадськості отримувати базову інформацію навіть без власного сайту бібліотеки.

Через сайт користувачі можуть ознайомитися з каталогом книжок, наукових та художніх видань, електронних ресурсів, а також отримати інформацію про режим роботи бібліотеки, її структуру, контактні дані та правила користування. Сайт є своєрідним віртуальним довідником, що дозволяє ефективно планувати відвідування та користування бібліотечними послугами.

Важливою складовою сайту є розділ новин та анонсів, де регулярно розміщується інформація про культурно-просвітницькі заходи, виставки, літературні вечори, освітні програми та інші події, які відбуваються в бібліотеці. Це дає змогу користувачам залишатися в курсі актуальних подій та планувати свій візит або участь у дистанційних заходах.

Сайт також надає можливість користувачам здійснювати замовлення книг онлайн, подавати заявки на участь у заходах, а також звертатися за консультаціями до бібліотечних фахівців через спеціальні форми зворотного зв'язку. Така інтерактивність підвищує рівень обслуговування та сприяє комфортній комунікації між бібліотекою і її аудиторією.

Крім того, на сайті представлені інформаційні матеріали про історію бібліотеки, її роль у культурному житті міста Калуша, а також розділи, присвячені проєктній діяльності та партнерствам з іншими культурними і освітніми установами. Це допомагає формувати позитивний імідж закладу як сучасного культурно-освітнього центру.

Основний сайт бібліотеки підтримує актуальність і доступність інформації завдяки регулярним оновленням та технічному супроводу. Його зручний інтерфейс адаптований для користувачів різного віку та рівня комп'ютерної грамотності, що робить інформацію максимально доступною широкому колу відвідувачів.

Instagram-сторінка kalushlib Калузької Центральної бібліотеки імені Т. Г. Шевченка, попри свою офіційну присутність у соцмережі, має ряд суттєвих недоліків (додаток В). По-перше, вона досить слабо розвинена:

публікації виходять нерегулярно, що суттєво знижує інтерес аудиторії та не дозволяє підтримувати постійний контакт з користувачами.

По-друге, акаунт виглядає досить закритим — відсутні активні інтерактиви, такі як опитування, прямі ефіри чи комунікація з підписниками у коментарях. Це не сприяє формуванню живої спільноти та знижує рівень залученості.

Крім того, кількість підписників невелика, що свідчить про недостатню популярність та слабку просвітницьку діяльність через цей канал. Відсутність сучасних підходів до ведення сторінки і недостатня увага до візуального оформлення також негативно впливають на загальне враження.

Таким чином, Instagram-сторінка бібліотеки потребує суттєвого оновлення контенту, більшої відкритості і активної взаємодії з аудиторією, щоб відповідати сучасним вимогам і дійсно слугувати ефективним засобом комунікації з громадськістю.

Канал Калуської Центральної бібліотеки імені Т. Г. Шевченка на YouTube наразі перебуває на початковому етапі розвитку і має низьку активність (додаток Г). Кількість підписників становить лише 4 особи, а загальна кількість відео — 21, що є доволі скромним показником для сучасної медіаплатформи. Відеоконтент, представлений на каналі, має обмежену різноманітність і недостатньо оновлюється, що знижує інтерес користувачів і не сприяє формуванню стабільної аудиторії. Відсутність регулярного планування та стратегії публікації відео, а також недостатня промоція каналу в соціальних мережах і на офіційних ресурсах бібліотеки обмежують його потенціал як інструменту комунікації та популяризації бібліотечних послуг.

Крім того, низька взаємодія з підписниками, відсутність живого спілкування та реакцій на коментарі створюють враження закритості та неактивності каналу. Відео не використовуються в повній мірі для освітніх, інформаційних або культурних цілей, що могло б значно розширити аудиторію і підвищити впізнаваність бібліотеки. Загалом, YouTube-канал

потребує комплексного підходу до розвитку, включно з регулярним оновленням контенту, активною взаємодією з глядачами, просуванням через інші соціальні мережі та створенням відео, які будуть цікаві і корисні для різних категорій користувачів.

Перспективи розвитку каналу полягають у використанні сучасних форматів відеоконтенту — освітніх відеолекцій, відеооглядів нових книг, онлайн-заходів, інтерв'ю з авторами та експертами, а також інтерактивних відео, що сприятимуть залученню більшої кількості користувачів та підвищенню рівня інформованості про діяльність бібліотеки. Це допоможе не тільки зміцнити імідж бібліотеки як сучасного культурного центру, але й залучити нові аудиторії, особливо молодь, яка активно користується відеоплатформами.

Таблиця 2.1

Соціальні мережі, які використовує Центральна бібліотека
імені Т. Г. Шевченка КЗ «ЦБС Калуської міської ради»

Соціальна мережа / Платформа	Основні функції у бібліотеці	Характеристика контенту	Успішність використання	Особливості взаємодії
Facebook	Інформування про новини, анонси заходів	Анонси подій, огляди книг, фотозвіти, відео, опитування	Висока: активна аудиторія, швидкий зворотний зв'язок, організація онлайн-заходів	Платформа для двосторонньої комунікації, залучення молоді, формування спільноти
Instagram	Візуальний контент, популяризація читання та проєктів	Фото та відео заходів, віртуальні виставки, інтерактивні сторіз	Середня-висока: креативний, емоційно залучений контент, залучення молоді	Акцент на візуальній привабливості, інтерактивні формати
Telegram	Оперативне інформування, розсилки, онлайн-заходи	Новини, анонси, посилання на події, медіаматеріали	Висока: швидкий обмін інформацією, зручність для аудиторії	Канал для швидкого інформування та координування волонтерських ініціатив

Продовження таблиці 2.1

YouTube	Відеоконтент, вебінари, інтерв'ю, віртуальні екскурсії	Відеоогляди книг, майстер-класи, культурні події	Середня: зростаюча аудиторія, зручність для глибокого залучення	Формат для поглибленого культурно-освітнього контенту
Власний офіційний сайт	(Поки недоступний)	—	Низька через недоступність	Обмеження у прямому доступі до повного спектру послуг

З технічної точки зору, ведення сторінок у соціальних мережах вимагає від бібліотеки нових компетентностей: цифрової грамотності, вміння працювати з візуальними редакторами, знань основ інтернет-маркетингу та копірайтингу. Це зумовлює необхідність постійного професійного розвитку працівників, участі у вебінарах, тренінгах, підвищенні кваліфікації, адже ефективність цифрової комунікації напряду залежить від якості представленого контенту.

Отже, соціальні мережі стали важливим фактором модернізації бібліотечної діяльності, відкривши нові перспективи для побудови довготривалого діалогу між бібліотекою та громадою. Завдяки цифровим каналам комунікації Центральна бібліотека ім. Т. Г. Шевченка не лише інформує, а й надихає, гуртує навколо себе активних, мислячих, культурно зацікавлених громадян, утверджуючи роль бібліотеки як сучасного комунікативного простору, відкритого до кожного.

2.3 Проблеми та перспективи розвитку соціальних мереж бібліотеки

У сучасному інформаційно-комунікаційному просторі соціальні мережі відіграють надзвичайно важливу роль у процесах культурного, просвітницького та соціального впливу. Для бібліотек, які в умовах динамічних змін намагаються залишатися актуальними для широкої

аудиторії, використання соціальних мереж стало не просто інструментом зовнішньої комунікації, а необхідною умовою для збереження своєї ролі у суспільстві. Проте разом із позитивними зрушеннями, впровадження цифрових комунікаційних технологій, зокрема соціальних мереж, супроводжується низкою проблем, які потребують глибокого аналізу й комплексного вирішення.

Однією з ключових проблем є нерівномірний рівень цифрової компетентності працівників бібліотек. Впровадження ефективної стратегії соціальних медіа вимагає наявності фахівців, які володіють знаннями у сфері SMM (Social Media Marketing), візуального дизайну, копірайтингу, аналітики цифрових метрик, роботи з аудиторією та управління онлайн-платформами. У багатьох бібліотеках, зокрема й у невеликих міських або сільських установах, ці функції змушений виконувати обмежений кадровий склад, часто без відповідної освіти або підготовки. Відсутність системного підходу до навчання персоналу ускладнює процес адаптації бібліотеки до вимог цифрового середовища та призводить до неефективного використання потенціалу соціальних мереж.

Ще однією проблемою є недостатнє ресурсне забезпечення. Створення якісного візуального й текстового контенту вимагає технічного обладнання (камер, комп'ютерів із сучасним програмним забезпеченням, доступу до платних платформ або онлайн-інструментів), а також часу, що має бути виведений за межі рутинної роботи бібліотекаря. Обмежене фінансування культурної сфери часто не дозволяє інвестувати в цифрові комунікації на належному рівні, внаслідок чого сторінки бібліотек у соціальних мережах виглядають малопривабливими або неактивними, що, у свою чергу, знижує інтерес користувачів [20].

Крім того, слід визнати, що не всі бібліотеки мають чітко сформовану цифрову комунікаційну стратегію. Відсутність визначених цілей, цільової аудиторії, контент-плану та системи оцінювання ефективності публікацій ускладнює досягнення результативної взаємодії з громадськістю. Часто

дописи публікуються спонтанно, без урахування аналітичних даних, алгоритмів охоплення або актуальності тем, що знижує їхню впливовість та інтерактивність. Недостатня регулярність оновлення контенту, відсутність візуальної ідентичності або єдиного стилю також можуть ускладнювати сприйняття бібліотеки як сучасного і надійного інформаційного партнера.

Водночас, попри наявні виклики, соціальні мережі відкривають перед бібліотеками широкі перспективи розвитку, які можуть значною мірою трансформувати їхню функціональність, розширити аудиторію та підвищити ефективність впливу. Перспективним напрямом є розвиток бібліотек як медіаосередків — місць, що генерують якісний культурний, просвітницький і навіть журналістський контент. Створення власних медіапроектів, подкастів, відеороликів, літературних оглядів, влогів, тематичних рубрик, інтерв'ю з авторами, рекомендацій читання — усе це дозволяє бібліотеці перетворитися на активного гравця у цифровому медіаполі [8].

Також варто очікувати зростання значущості персоналізованого контенту. Соціальні мережі дозволяють точно налаштовувати повідомлення для різних груп користувачів — дітей, молоді, педагогів, пенсіонерів, внутрішньо переміщених осіб тощо. Використання аналітики платформ, зворотного зв'язку, лайків, коментарів, опитувань дає змогу коригувати контент і форму подачі відповідно до потреб конкретної цільової аудиторії. Такий підхід значно підвищує рівень залучення, емоційного резонансу та лояльності до бібліотеки як до бренду.

Іншою перспективною тенденцією є гейміфікація взаємодії — впровадження ігрових елементів у цифрові активності бібліотеки. Це можуть бути інтерактивні вікторини, челенджі, квести, конкурси в режимі реального часу. Завдяки гейміфікації соціальні мережі перетворюються на майданчик, де відвідувач не просто споживає інформацію, а бере участь у спільному культурному процесі.

Не менш важливим напрямом розвитку є стратегічне партнерство з іншими установами — музеями, освітніми закладами, ГО, творчими

об'єднаннями. Завдяки міжінституційній співпраці бібліотека може розширити масштаби своєї присутності у цифровому просторі, реалізовувати спільні медіапроекти, залучати нові аудиторії, обмінюватися досвідом та ресурсами. Усе це сприяє зміцненню позицій бібліотеки як ключової ланки соціокультурної інфраструктури громади.

Таблиця 2.2

**Проблеми та перспективи розвитку соціальних мереж Калуської
Центральної бібліотеки імені Т. Г. Шевченка**

Проблеми розвитку соціальних мереж	Перспективи розвитку соціальних мереж
Недостатня активність та нерегулярність публікацій	Запровадження контент-плану для регулярного оновлення контенту
Обмежена взаємодія з користувачами, відсутність діалогу	Активне ведення комунікації, опитування, конкурси, онлайн-заходи
Закритий або слабо розвинений Instagram акаунт	Відкриття акаунту та наповнення його якісним контентом
Відсутність комплексної стратегії розвитку соцмереж	Розробка чіткої стратегії просування і залучення аудиторії
Обмежені технічні ресурси та кадровий потенціал	Залучення спеціалістів або волонтерів для підтримки соцмереж

Проблеми розвитку соціальних мереж Калуської Центральної бібліотеки імені Т. Г. Шевченка полягають передусім у недостатній активності та нерегулярності публікацій, що знижує інтерес користувачів і охоплення аудиторії. Відсутність постійного діалогу з читачами у вигляді коментарів, відповідей та обговорень обмежує можливості взаємодії з громадськістю. Особливою проблемою є закритий та малоактивний акаунт бібліотеки в Instagram, який ускладнює залучення нових користувачів і розширення онлайн-присутності. Крім того, відсутність комплексної стратегії розвитку соціальних мереж ускладнює систематичну роботу з контентом і просуванням. Обмежені технічні ресурси і нестача фахівців, які могли б професійно займатися веденням соцмереж, теж гальмують розвиток цієї важливої комунікаційної платформи.

Перспективи розвитку соціальних мереж бібліотеки пов'язані з впровадженням чіткого контент-плану, що дозволить забезпечити регулярне оновлення сторінок цікавим і різноманітним контентом, який буде приваблювати та утримувати увагу користувачів [4]. Важливим кроком є активізація комунікації з читачами через організацію опитувань, конкурсів, онлайн-заходів, що сприятиме посиленню взаємодії і формуванню активної спільноти. Відкриття і розвиток акаунту в Instagram з якісним візуальним контентом допоможе охопити ширшу аудиторію, особливо молодь. Розробка комплексної стратегії просування в соціальних мережах та залучення додаткових спеціалістів або волонтерів для ведення сторінок значно підвищить ефективність цієї роботи й посилить роль бібліотеки як сучасного культурного центру у цифровому просторі.

Варто розглянути можливість активного впровадження та використання месенджерів Telegram або Viber як додаткових каналів комунікації бібліотеки імені Т. Г. Шевченка з громадськістю. Соціальні месенджери сьогодні є одними з найпопулярніших і найзручніших засобів обміну інформацією, адже вони дозволяють оперативно доносити новини, анонси заходів, корисні поради та інтерактивний контент безпосередньо до користувачів.

Однією з головних переваг Telegram і Viber є можливість створення тематичних каналів або груп, де бібліотека може публікувати актуальні новини, інформацію про нові надходження, анонси культурних подій, освітні матеріали та різноманітні конкурси. Це дозволить підтримувати постійний контакт із читачами, формувати активну спільноту та залучати різні вікові категорії. Крім того, месенджери мають функції опитувань, які допоможуть збирати зворотній зв'язок і враховувати побажання користувачів для покращення роботи бібліотеки.

Використання Telegram або Viber також сприяє підвищенню оперативності комунікації. Адже повідомлення в месенджерах отримують практично миттєво, а користувачі можуть швидко реагувати, задавати

питання або записуватися на заходи. Це особливо важливо у сучасних умовах, коли користувачі цінують швидкий доступ до інформації та можливість взаємодії без зайвих формальностей.

Ще одним вагомим аргументом на користь месенджерів є їхня мобільність. Більшість користувачів активно використовують смартфони, тому отримання інформації через месенджери є максимально зручним способом бути в курсі подій навіть у дорозі чи поза домом. Це допоможе бібліотеці розширити аудиторію, особливо серед молоді, яка все більше віддає перевагу цифровим форматам спілкування.

Для розвитку YouTube каналу бібліотеки необхідно створити чітку стратегію контенту, орієнтовану на потреби і інтереси аудиторії, враховуючи тематику культури, освіти та дозвілля. Перш за все, варто визначити основні напрямки відео, наприклад, презентації нових книг, огляди літератури, інтерв'ю з авторами, освітні лекції, майстер-класи з творчості та рукоділля, а також записи культурних заходів, що проходять у бібліотеці. Важливо регулярно оновлювати контент, дотримуючись розкладу публікацій, щоб утримувати інтерес глядачів і залучати нових підписників. Для підвищення якості відео слід інвестувати у базове обладнання: камеру, мікрофон, освітлення та програмне забезпечення для монтажу. Адаптація форматів під різні платформи і формати (короткі відео, повноцінні ролики, стріми) допоможе охопити ширшу аудиторію. Важливо активно взаємодіяти з підписниками: відповідати на коментарі, проводити опитування, заохочувати глядачів ділитися відео та пропонувати теми для майбутніх роликів. Для розширення аудиторії можна співпрацювати з місцевими школами, культурними та освітніми установами, залучати експертів і популярних блогерів. Використання SEO-прийомів у заголовках, описах та тегах відео підвищить їх видимість у пошукових системах. Необхідно також активно просувати канал у соцмережах бібліотеки, на офіційному сайті та під час офлайн-заходів. Організація тематичних онлайн-заходів, конкурсів і вікторин стимулюватиме активність глядачів і підвищить лояльність аудиторії.

Поступове розширення тематики з урахуванням побажань користувачів сприятиме формуванню спільноти навколо каналу, а систематичний аналіз статистики переглядів і реакцій допоможе коригувати контентну політику. Усе це сприятиме формуванню позитивного іміджу бібліотеки як сучасного, відкритого і інноваційного культурного осередку, що активно використовує цифрові платформи для популяризації читання, знань і культури.

Для розвитку YouTube каналу бібліотеки, як приклад можна взяти Хмельницьку обласну бібліотеку імені Шевченка, яка має канал @Хмельницькаобласнабібліотека з понад 335 підписниками та 169 відео. Цей канал активно публікує різноманітний контент — від презентацій нових книг до записів культурних подій і запрошує цікавих гостей для інтерв'ю та обговорень. Такий підхід допомагає залучати різні аудиторії, підтримувати інтерес підписників і створювати живу спільноту навколо бібліотеки. Важливо регулярно оновлювати контент, підтримувати діалог з глядачами через коментарі та соцмережі, а також використовувати SEO для підвищення видимості відео. Співпраця з авторами, місцевими діячами культури та експертами робить канал більш цікавим і різноманітним. Аналізуючи досвід Хмельницької обласної бібліотеки, можна побудувати власну стратегію розвитку YouTube каналу, орієнтуючись на унікальні особливості своєї бібліотеки та інтереси місцевої спільноти.

У підсумку слід наголосити, що розвиток соціальних мереж у бібліотечному середовищі є багатогранним процесом, що потребує як технічних, так і концептуальних трансформацій. Для повноцінної реалізації потенціалу цифрових комунікацій необхідна наявність чіткої стратегії, кваліфікованих кадрів, належного ресурсного забезпечення, а також систематичного моніторингу та оновлення підходів до контенту. За умови подолання існуючих труднощів, бібліотеки зможуть не лише зберегти свою актуальність у сучасному світі, а й посилити власну роль як платформ суспільного діалогу, освіти, культури та громадянської взаємодії.

ВИСНОВКИ

В процесі проведеного дослідження можна зробити наступні висновки:

1. Розкрили загальну характеристику бібліотеки як соціального інституту у контексті інформаційного суспільства: Бібліотека як соціальний інститут у сучасному інформаційному суспільстві набуває особливого значення, виступаючи не просто як сховище книжкових фондів, а як багатофункціональний центр інформації, освіти і культури. Вона забезпечує рівний доступ до знань, сприяє формуванню критичного мислення, підтримує безперервне навчання та професійний розвиток громадян різного віку і соціального статусу. У контексті стрімкого розвитку цифрових технологій і глобалізації інформаційних потоків, бібліотеки трансформуються у сучасні інформаційно-комунікаційні центри, що активно використовують новітні засоби для популяризації читання, розвитку медіаграмотності та цифрових навичок. Вони стають майданчиками для соціальної взаємодії, творчого самовираження, культурного обміну і громадянської активності, сприяючи зміцненню соціальної єдності та інклюзивності. Водночас бібліотеки виконують важливу роль у збереженні культурної спадщини і національної ідентичності, підтримуючи патріотичне виховання і розвиток локальних громад.

2. Визначили поняття та основні функції соціальних мереж у сучасному інформаційному просторі: Соціальні мережі у сучасному інформаційному просторі — це цифрові платформи та сервіси, які дозволяють користувачам створювати власні профілі, обмінюватися інформацією, комунікувати та встановлювати соціальні зв'язки в режимі онлайн. Вони виконують ключову роль у формуванні суспільної думки, поширенні новин і знань, а також у розвитку особистих і професійних контактів. Основні функції соціальних мереж включають комунікаційну — забезпечення швидкого і зручного спілкування між користувачами; інформаційну — поширення контенту, новин, освітніх матеріалів і реклами;

соціальну — формування спільнот за інтересами, підтримку соціальної взаємодії і співпраці; розважальну — створення та споживання медіаконтенту для дозвілля; а також функцію самовираження, коли користувачі можуть демонструвати свої погляди, творчість та ідентичність. У глобалізованому світі соціальні мережі виступають важливим інструментом демократизації інформації, підтримки громадянської активності і розвитку цифрової культури, одночасно ставлячи виклики щодо захисту приватності, боротьби з дезінформацією та формування критичного мислення користувачів.

3. Проаналізували роль соціальних мереж як засобу комунікації та інструменту формування контент-стратегії бібліотечних установ: Соціальні мережі відіграють ключову роль як сучасний засіб комунікації, що дозволяє бібліотечним установам ефективно взаємодіяти з різними аудиторіями — від дітей до дорослих користувачів. Вони сприяють оперативному інформуванню про бібліотечні послуги, заходи, нові надходження та проекти, що підвищує доступність і популярність бібліотеки у цифровому просторі. Крім того, соціальні мережі є потужним інструментом для формування контент-стратегії, оскільки дають змогу створювати різноманітний та актуальний інформаційний контент, адаптований під інтереси і потреби користувачів. За допомогою аналітики та зворотного зв'язку, що доступні в соцмережах, бібліотеки можуть краще розуміти свою аудиторію, підвищувати якість послуг і залучати нових відвідувачів.

4. Охарактеризували діяльність Центральної бібліотеки імені Т. Г. Шевченка як приклад впровадження соціальних комунікацій: Бібліотека функціонує не лише як центр зберігання та популяризації книжкових ресурсів, а й як активний учасник культурного, освітнього й інформаційного життя громади. Завдяки тісній взаємодії з навчальними закладами, громадськими організаціями та місцевою владою, вона реалізує низку просвітницьких, пізнавальних і дозвіллевих ініціатив, спрямованих на задоволення інформаційних потреб мешканців різного віку. Сучасна

інфраструктура, оновлений фонд, клубна діяльність, мультимедійні простори та відкритість до партнерства підтверджують, що бібліотека активно використовує механізми соціальних комунікацій як основу для розвитку, самореалізації особистості та згуртованості громади.

5. Дослідили практику використання соціальних мереж бібліотекою для взаємодії з громадськістю: Використання соціальних мереж, зокрема Facebook, Instagram, та інших цифрових платформ, стало стратегічно важливим напрямом діяльності Центральної бібліотеки імені Т. Г. Шевченка. Завдяки інтерактивному, мультимедійному та емоційно залученому контенту бібліотека ефективно виконує свої ключові функції — інформування, просвітництво, культурне збагачення та громадянське виховання. Соціальні мережі перетворили установу на динамічний центр комунікації, що активно взаємодіє з громадськістю, залучаючи читачів до участі в подіях, ініціативах, обговореннях і культурному житті громади.

6. Виявили основні проблеми та перспективи розвитку соціальних медіа-активностей бібліотеки: Незважаючи на загалом активну присутність Центральної бібліотеки імені Т. Г. Шевченка в соціальних мережах, варто відзначити недостатній розвиток таких платформ, як Instagram та YouTube. Сторінка бібліотеки в Instagram оновлюється нерегулярно, має обмежену кількість підписників і невелику залученість користувачів, що знижує її ефективність як візуального каналу комунікації з молодіжною аудиторією. YouTube-канал, у свою чергу, потребує активнішого наповнення якісним відеоконтентом, зокрема віртуальними екскурсіями, книжковими оглядами, трансляціями заходів, які могли б сприяти популяризації бібліотеки у цифровому просторі. Недостатня увага до цих майданчиків стримує потенціал установи у формуванні сучасного інформаційного іміджу та обмежує її вплив на цифрову аудиторію. У перспективі можливе створення мобільного застосунку бібліотеки з функціями онлайн-запису, електронного каталогу, бронювання книг і участі в заходах. Важливим напрямом є впровадження елементів медіаосвіти для користувачів, зокрема проведення

тренінгів з цифрової грамотності, критичного мислення та відповідального споживання інформації. Розвиток волонтерських ініціатив, залучення місцевих блогерів і лідерів думок до популяризації бібліотеки також може значно підвищити її роль як культурно-комунікаційного осередку громади. Усі ці кроки сприятимуть трансформації бібліотеки у відкритий, сучасний, інноваційний простір соціальної взаємодії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Биркович Т. І., Морозова Я. А. Особливості використання соціальних мереж для просування бібліотечних ресурсів. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2024. № 1. С. 56–62.
2. Блажкевич А. Реформування українських бібліотек: урядова стратегія розвитку. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*: зб. наук. пр. / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. Київ, 2017. Вип. 48. С. 257–262.
3. Виноградова О. Б. Державна бібліотека України для юнацтва як центр координації діяльності різних соціальних інституцій. *Бібл. планета*. 2017. № 1. С. 14–16.
4. Вітушко Н. Поширення інформаційно-аналітичних продуктів бібліотек за допомогою соціальних мереж. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. 2016. Вип. 35. С. 196–202.
5. Воскобойнікова-Гузєва О. В. Стратегії розвитку бібліотечно-інформаційної сфери України: генезис, концепції, модернізація : монографія. Київ : Академперіодика, 2014. 362 с.
6. Гарбар Л. В. Роль національних бібліотек у розвитку міжнародного бібліотечного співробітництва. *Вісник Книжкової палати*. 2020. № 4. С. 23–28.
7. Горбань Ю. І., Медведєва В. М., Рибка Л. А. Бібліотека: місце традицій, простір інновацій : матеріали круглого столу, присвяч. 55-річчю наук. б-ки Київ. нац. ун-ту культури і мистецтв, Київ, 30 листоп. 2018 р. / М-во культури України, Київ. нац. ун-т культури и мистецтв, наук. б-ка. Київ : Вид.центр КНУКіМ, 2018. 158 с. : іл.
8. Горбань Ю. І., Олійник О. М. Інформаційна культура особистості в цифрову епоху: до питання академічної доброчесності. *Вісник Національної*

академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук.журнал. 2024. № 1. С. 63–70.

9. Дьячкова М. А. Веб-сайти як засіб здійснення комунікативної діяльності бібліотек ВНЗ. *Дебют* : зб. тез допов. студентів історичного факультету МДУ за результатами участі у Декаді студентської науки 2017 / за заг. ред. К. В. Балабанова, О. В. Булатової. Маріуполь, 2017. С. 105–106

10. Зозуля С. М., Зайченко Н. І., Горак В. В., Рабаданова Л. В. Науково-інформаційна діяльність провідних освітянських бібліотек України : практич. посіб. Київ : ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського, 2016. 287 с.

11. Клименко О. З., Сокур О. Л. Бібліотечні проекти національного наукового бібліотечно-інформаційного комплексу. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. Київ, 2021. Вип. 61. С. 272–287.

12. Копанєва В. Бібліотека в системі наукової електронної комунікації. *Бібліотечний вісник*. 2007. № 5. С. 3–9.

13. Мар'їна О. Бібліотеки та соціальні медіа: технологія взаємодії. *Вісник Книжкової палати*. 2022. № 8. С. 19–21.

14. Назаровець С. Н. Вебометричне дослідження сайтів бібліотек ВНЗ України. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Сер.: Бібліотекознавство. Книгознавство*. 2020. С. 312—320.

15. 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.

16. 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.

17. Філіпова Л. Питання змісту бібліотечних Web-сайтів в інтернеті. *Бібліотечна планета*. 2021. № 3. С. 12–15
18. Формування системи інтернет-маркетингу в бібліотеках України. *Вісник Книжкової палати*. 2017. № 6. С. 8-12.
19. Читачі в мережі: використання бібліотеками ресурсів інтернет для популяризації книги та читання: інформаційно-методичні матеріали / Управління культури і туризму Харк. облдержадмін., Харк. обл. універс. наук. б-ка ; ред.-уклад. М. М. Самойлова. Харків : ХОУНБ, 2018. 20 с.
20. Мамонова Г. До 2025 року зросте кількість українців, які читають щодня: дослідження Інституту книги та МКІП. *Суспільне Культура*. 31.03.2021. URL: <https://suspilne.media/118373-do-2025-roku-zroste-kilkistukrainsiv-aki-citaut-sodna-doslidzenna-institutu-knigi-ta-mkip/>.
21. Міносян А. С. Соціальні мережі в контексті розвитку інформаційного суспільства в Україні. URL: http://www.kpi.kharkov.ua/archive/MicroCAD/2017/S24/tez_mic_17_IV_p297-p297.pdf
22. Молодецька К. В. Соціальні інтернет-сервіси як інструмент масової комунікації. URL: http://ir.znau.edu.ua/bitstream/123456789/4875/1/ІТКМ_2016_60-61.pdf.
23. Натаров О. Використання академічними бібліотеками соціальних мереж як платформи для наукової комунікації (на прикладі представництв Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського у Facebook). URL: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3887:vikoristannya-akademichnimi-bibliotekami-sotsialnih-merezh-yak-platformi-dlya-naukovoji-komunikatsiji-na-prikladi-predstavnitstv-natsionalnoji-biblioteki-ukrajini-imeni-v-i-vernadsckogo-u-facebook&catid=81&Itemid=415
24. Паблік Рілейшнз (PR), зв'язки з громадськістю у бібліотечній сфері. Українська бібліотечна енциклопедія. URL: <http://ube.nlu.org.ua/article/%D0%9F%D0%B0%D0%B1%D0%BB%D1%96%D0%BA%20%D0%A0%D1%96%D0%BB%D0%B5%D0%B9%D1%88%D0%BD%D0%B7>

25. Струнгар В. Особливості представленості бібліотек у блогосфері : тези доповіді. *Бібліотека. Наука. Комунікація: актуальні тенденції у цифрову епоху*: матеріали Міжнародної наукової конференції (м. Київ, 8-10 жовтня 2019 р.). Київ, 2019. URL: <http://conference.nbuiv.gov.ua/report/view/id/799>.
26. Amichai-Hamburger Y., Ben-Artzi, E. Loneliness and Internet use. *Computers in Human Behavior*. 2003. Vol. 19, No. 1. P. 71–80.
27. Bargh J. A., McKenna K. Y. A., Fitzsimons G. M. Can you see the real me? Activation and expression of the “true self” on the Internet. *Journal of Social Issues*. 2002, Vol. 58, No. 1. P. 33–48.
28. Becker B. To be in touch or not? Some remarks on communication in virtual environments. *Women, work and computerization: spinning a web from past to future*: Proceedings of the 6th International IFIP-Conference, Bonn, Germany, May 24–27, 1997. Berlin: Springer, 1997. P. 211–212.
29. Butt S., Phillips J. G. Personality and self reported mobile phone use. *Computers in Human Behavior*. 2008. Vol. 24, No. 2. P. 346–360.
30. Gosling S. D., Gaddis S., Vazire S. Personality impressions based on Facebook profiles. *Proceedings of the International Conference on Weblogs and Social Media* (Boulder, Colorado, USA, March 26–28, 2007). URL: <https://www.icwsm.org/papers/3--Gosling-Gaddis-Vazire.pdf> (дата обращения: 20.02.2019).
31. Guadagno R. E., Okdie B. M., Eno C. A. Who blogs? Personality predictors of blogging. *Computers in Human Behavior*. 2008. Vol. 24, No. 5. P. 1993–2004.
32. Kramer N. C., Winter S. Impression Management 2.0. The relationship of self-esteem, extraversion, self-efficacy, and self-presentation within social networking sites. *Journal of Media Psychology*. 2008. Vol. 20, No. 3. P. 106–116.

33. Landers R. N., Lounsbury J. W. An investigation of big five and narrow personality traits in relation to internet usage. *Computers in Human Behavior*. 2006. Vol. 22, No. 2. P. 283–293.
34. Muscanell N. L., Guadagno R. E. Make new friends or keep the old: Gender and personality differences in social networking use. *Computers in Human Behavior*. 2012. No. 28. P. 107–112.
35. Personality and motivations associated with Facebook use / C. Ross, E. S. Orr, M. Sisic, J. M. Arseneault, M. G. Simmering, R. R. Orr. *Computers in Human Behavior*. 2009. Vol. 25, No. 2. P. 578–586.
36. Peters C. S., Malesky L. A. Problematic usage among highly-engaged players of massively multiplayer online role playing games. *Cyber Psychology & Behavior*. 2008. Vol. 11, No. 4. P. 481–484.

**Бібліотека імені Т. Г. Шевченка Комунального закладу
«Центральна бібліотечна система Калуської міської ради в соціальній
мережі Facebook**

Калуська ЦБС
Загальнодоступна група · 618 у групі

Приєднатися до групи

Інформація Обговорення Заходи Медіафайл

Віра Кушлик
23 год.

Калуська міська рада

КАЛУШУ - 588
ПРОГРАМА БЛАГОДІЙНИХ ЗАХОДІВ
ЩОДО ВІДЗНАЧЕННЯ ДНЯ МІСТА

**22 ТРАВНЯ
ЧЕТВЕР**

10.00 Спортивно-інтелектуальний конкурс для молоді «Дзвін-квест» Площа Героїв

14.00 Мистецька програма «Я рідного міста приножую славу» ПК «Юність»

Калуська міська рада
1 дн.

Інформація

Раді вітати Вас в оновленій бібліотеці міста Калуща.
Просимо завітати та ознайомитися з новинками літератури, культурним життям міста Калуща, завітати в інтернет-зал та скористатися доступом до електронного каталогу, електронних книг. Завжди раді відвідувачам.
Також, запрошуємо Вас відвідати наш сайт <http://kalushcultura.if.ua/>
Сучасна бібліотека для сучасних людей.
Менше

Загальнодоступна
Будь-хто може бачити учасників групи та їх публікації.

Видима
Будь-хто може знайти групу.

Калущ

Рисунок А.1 – Скріншот екрану сторінки
Бібліотеки імені Т. Г. Шевченка в соціальній мережі Facebook

Додаток Б

**Бібліотека імені Т. Г. Шевченка сторінки Комунального закладу
«Центральна бібліотечна система Калуської міської ради» на сайті
міської Ради**

К КЗ " Центральна бібліотека імені Тараса Шевченка"

Директор **Воробець Наталія Андріївна**



Комунальний заклад «Централізована бібліотечна система Калуської міської ради» створений рішенням міської ради від 10.10.2011р. №534 «Про централізовану бібліотечну систему Калуської міської ради».

З 2021 року КЗ«Централізована бібліотечна система» об'єднує у єдине структурно-цілісне утворення бібліотеки-філії Калуської об'єднаної територіальної громади.

В структуру ЦБС входить 21 бібліотека-філія.



**Рисунок Б.1 – Скріншот екрану сторінки сторінки
Бібліотеки імені Т. Г. Шевченка на сайті міської Ради**

Додаток В

**Бібліотека імені Т. Г. Шевченка Комунального закладу
«Центральна бібліотечна система Калуської міської ради в соціальній
мережі Instagram**



**Рисунок В.1 – Скріншот екрану інстаграм-сторінки
Бібліотеки імені Т. Г. Шевченка**

Додаток Г

**Канал Калуської Центральної бібліотеки імені Т. Г. Шевченка
Комунального закладу «Центральна бібліотечна система Калуської
міської ради на YouTube платформі**

Калуська Центральна бібліотека ім. Т.Г. Шевченка
@КалуськаЦентральнабібліотекаім · Підписалося 4 користувачі · 21 відео
Докладніше про цей канал ...більше
Підписатися

Головна Відео 🔍

Для вас

Друге засідання Конкурсних комісій на заміщення вакантної посади директора ПК... 36:32
44 перегляди · 8 років тому

ВІД 20160809 101036 1 2 перегляди · 8 років тому

Друге засідання Конкурсних комісій на заміщення вакантної посади директора... 39:07
137 переглядів · 8 років тому

Друге засідання Конкурсних ко заміщення вакантної посади ди 36:00
89 переглядів · 8 років тому

Відео

Презентація творчості письменників Калущини 13:45

КиївBookFest2023. Подаровані книги. 2:47

Авторський вернісаж "Світ врятує слово" 12:32

14 грудня - День вшанування учасників... 10:04

28 червня - День Конституції України. 4:41

День Героїв України 5:47
77 переглядів · 4 роки тому

Рисунок Г.1 – Скріншот екрану YouTube каналу
Бібліотеки імені Т. Г. Шевченка

Додаток Д

Канал Хмельницької обласної бібліотеки Шевченка на YouTube платформі

The screenshot shows the YouTube channel page for 'Хмельницька обласна бібліотека Шевченка'. The channel name is prominently displayed at the top, along with the handle '@ХмельницькаобласнабібліотекаШе' and subscriber information: 'Підписалося 335 користувачів · 169 відео'. Below this is a search bar and a 'Підписатися' (Subscribe) button. The main content area is titled 'Для вас' (For you) and features a grid of four video thumbnails. Each thumbnail includes a title, a duration, and view statistics. The first video is titled 'Сергій Дяуба Артемій Кірсанов Валерія Борщевська у Хмельницькому' with a duration of 38:00 and 118 views. The second is 'Щира розмова із письменницею, поеткою Ольгою Саліпою.' with a duration of 28:48 and 172 views. The third is 'Відеопроєкт "Читай, слухай, говори"' with a duration of 25:01 and 100 views. The fourth is 'Віталій Запека Хмельницька обласна бібліотека імені Т.Г. Шевченка' with a duration of 77 views. Below the main grid is a 'Відео' (Videos) section with a horizontal scroll of additional video thumbnails.

Хмельницька обласна бібліотека Шевченка
@ХмельницькаобласнабібліотекаШе · Підписалося 335 користувачів · 169 відео
Докладніше про цей канал ...більше
Підписатися

Головна Відео

Для вас

Сергій Дяуба Артемій Кірсанов Валерія Борщевська у Хмельницькому 38:00 118 переглядів · 6 місяців тому

Щира розмова із письменницею, поеткою Ольгою Саліпою. 28:48 172 перегляди · 10 місяців тому

Відеопроєкт "Читай, слухай, говори" 25:01 100 переглядів · 10 місяців тому

Віталій Запека Хмельницька обласна бібліотека імені Т.Г. Шевченка 77 переглядів · 9 місяців тому

Відео

Рисунок Д.1 – Скріншот екрану YouTube каналу Хмельницької обласної бібліотеки Шевченка

Додаток К

Характеристика Центральної бібліотеки Т.Г. Шевченка

Таблиця К.1

Розділ/Підрозділ	Зміст / Ключові аспекти
Діяльність Центральної бібліотеки Т.Г. Шевченка	Центральна бібліотека імені Тараса Шевченка — провідна у системі КЗ «ЦБС Калуської міської ради», культурно-просвітницький центр громади. Керує директор Воробець Наталія Андріївна.
Історія створення та структура	<ul style="list-style-type: none"> - Заснована 10.10.2011 як частина КЗ «ЦБС Калуської міської ради» - Об'єднує 21 бібліотеку-філію Калуської ОТГ - Включає Центральну дитячу бібліотеку (заснована 1946, статус ЦДБ з 1979) - Структурно складається з центральної бібліотеки та мережі філій - Центральна бібліотека формує і зберігає єдиний бібліотечний фонд, організовує методичну підтримку філій.
Фінансування та управління	<ul style="list-style-type: none"> - Неприбуткова установа - Фінансується з місцевого бюджету, платних послуг і законних джерел - Засновник — Калуська міська територіальна громада - Управління через управління культури Калуської міської ради - Директор очолює систему, відповідає за координацію діяльності.
Основні цілі та завдання	<ul style="list-style-type: none"> - Забезпечення прав громадян на бібліотечне обслуговування - Вільний доступ до інформації і культурних цінностей - Популяризація національної і світової культури та науки - Задоволення культурно-дозвілєвих потреб громади - Впровадження нових моделей обслуговування (абонементи, читальні зали, інтернет-центри, дистанційні послуги) - Формування, збереження фондів, просвітницька і краєзнавча діяльність.

Продовження таблиці К.1

Інформаційно-бібліотечне обслуговування	<ul style="list-style-type: none"> - Надання доступу до друкованих та електронних джерел інформації - Консультативна допомога користувачам різного віку - Регулярне оновлення фонду з урахуванням потреб освітніх, професійних і дозвілєвих.
Організація соціокультурних заходів	<ul style="list-style-type: none"> - Проведення виставок, літературних вечорів, презентацій книжок - Зустрічі з авторами, майстер-класи, тематичні бесіди - Акції до державних і професійних свят - Популяризація творчості Тараса Шевченка (шевченківські дні, тематичні виставки, читання).
Освітня та просвітницька діяльність	<ul style="list-style-type: none"> - Співпраця зі школами, позашкільними закладами, ГО - Проведення інформаційних годин, заходів з медіаграмотності - Робота клубів за інтересами (історико-красознавчий, мовний, екологічний тощо).
Цифровізація бібліотечних процесів	<ul style="list-style-type: none"> - Впровадження електронного каталогу - Створення віртуальних виставок - Ведення сторінок у соцмережах - Участь у загальноукраїнських онлайн-ініціативах - Підтримка дистанційного зв'язку з читачами.
Соціальна інклюзія	<ul style="list-style-type: none"> - Забезпечення доступу до інформації для осіб з інвалідністю, пенсіонерів, переселенців - Проведення тематичних заходів для соціально вразливих категорій.
Графік роботи та зручність для користувачів	<ul style="list-style-type: none"> - Відкриття: пн-ср, пт, сб, нд з 10:00 до 18:00 - Чт – санітарний день (останній четвер місяця) - Забезпечення контактів для зв'язку та консультацій.
Майно та фінансові ресурси	<ul style="list-style-type: none"> - Основні засоби, активи на праві оперативного управління - Формування з бюджету, платних послуг, безоплатних внесків - Доходи використовуються виключно для утримання та цілей закладу.
Значення в громаді	<ul style="list-style-type: none"> - Ключовий культурний і освітній центр Калуської громади - Формування інформаційного простору - Задоволення потреб мешканців міста Калуш і навколишніх сіл. - Активний осередок культурного, інформаційного,

	соціального життя.
--	--------------------