

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

Факультет культурології та соціальних комунікацій
Кафедра цифрових комунікацій та інформаційних технологій

Кваліфікаційна робота

магістра

(освітньо-кваліфікаційний рівень)

на тему:

**РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛІОТЕК У СЕГМЕНТІ
СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА**

Виконала: здобувачка 2 курсу магістратури
денного відділення, спеціальності
029 Інформаційна, бібліотечна та архівна
справа
Трощина К. І.

Керівник: доктор наук із соціальних
комунікацій, доцент, завідувач кафедри
цифрових комунікацій
та інформаційних технологій
Мар'їна О. Ю.

Рецензент: кандидат наук із соціальних
комунікацій, директор
Комунального закладу культури
«Центральна бібліотека ім. А.П. Чехова
централізованої бібліотечної системи
Індустріального району м. Харкова»
Кузнецова М. М.

Харків – 2024

ЗМІСТ

Стор.

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА БІБЛІОТЕКАМИ СВІТУ	8
1.1. Особливості розвитку бібліотечного сегменту в соціальному медіапросторі.....	8
1.2. Соціальна мережа Instagram як інноваційна платформа для реалізації бібліотечної діяльності.....	12
РОЗДІЛ 2. ПРЕДСТАВЛЕННЯ ПРОФЕСІЙНОГО БІБЛІОТЕЧНОГО КОНТЕНТУ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ INSTAGRAM	17
2.1. Аналіз веб-представництв бібліотек в мережі Instagram	17
2.2. Особливості репрезентації професійного контенту бібліотек світу в соціальній мережі Instagram.	23
ВИСНОВКИ	29
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	32
ДОДАТКИ	36

ВСТУП

Сьогодні соціальні медіа слід визнати реальним феноменом цифрового медіапростору, який набув самостійної ролі завдяки еволюції та можливостям технологій створювати та розвивати нові комунікаційні середовища. Бібліотеки все більше відчують на собі вплив нової реальності й все активніше беруть участь у процесах, які відбуваються в мережевому середовищі, віртуальних спільнотах. Однак постає проблема адаптації сфери бібліотечно-інформаційної діяльності до масштабних та динамічних змін, спричинених розвитком публічної комунікаційної сфери.

З одного боку, соціальні медіа, які є найяскравішим та найефективнішим результатом еволюції цифрових технологій, стають потужним та важливим інструментом для здійснення інформаційно-комунікаційної взаємодії між бібліотеками та їхніми реальними й потенційними користувачами. З іншого боку, соціальні мережі спричиняють численні соціальні трансформації, зосереджуючи на собі увагу суспільства. Бібліотеки знову постають в ситуації конкуренції з цими популярними медіа, адже тепер не лише вони є потужними інформаційними центрами, сховищами та точками доступу до інформації. З метою утримання своїх позицій в еру динамічного розвитку цифрових технологій, бібліотеки все частіше долучаються до соціальних мереж, створюють веб-представництва, використовують їхній інструментарій задля реалізації професійних завдань.

В останні роки чітко сформувався тренд на швидке зростання бібліотечного сегменту у соціальному медіапросторі. Соціальні медіа допомагають бібліотекам створити комфортне та дружнє середовище для користувачів та покращити рівень інформаційного обслуговування. Бібліотечні фахівці зрозуміли, що облікові записи в соціальних медіа є потужним інструментом для популяризації своєї діяльності в цифровому середовищі. Вони привертають увагу користувачів до бібліотечних ресурсів, є дієвим

інструментом просування вже існуючих інформаційних продуктів та послуг; соціальні мережі стають основою для створення принципово нових форм та методів обслуговування користувачів.

Ефективність веб-сторінок як засобу комунікації між бібліотекою та її користувачами підвищується завдяки популярності соціальних мереж серед різних категорій населення. Медіа не вимагають від своїх користувачів спеціальних знань, збільшуючи вірогідність того, що потенційний користувач знайде акаунт бібліотеки та почне з ним взаємодіяти. Проте спрощення та підвищення ефективності комунікаційних процесів також стає важливим аспектом використання соціальних мереж у фаховому середовищі. Нині вони впевнено стають потужними платформами для професійної комунікації бібліотечних фахівців.

Однією з найпопулярніших платформ є соціальна мережа Instagram, яка базується на обміні фотографіями, відео та текстовими повідомленнями. Завдяки особливостям її контентної реалізації, ця мережа привернула увагу більш як двох мільярдів користувачів. Наявність такої великої аудиторії стала поштовхом до того, що бібліотеки, як й інші заклади культури та освіти, обрали саме цю мережу для популяризації та підвищення ефективності своєї діяльності.

Мета роботи: аналіз особливостей репрезентації діяльності бібліотек у соціальних мережах.

Об'єкт: бібліотеки у сегменті соціальних медіа.

Предмет: репрезентація діяльності бібліотек у соціальних мережах.

Мета дипломної роботи передбачає виконання наступних *завдань*:

1. Проаналізувати особливості формування бібліотечного сегменту у просторі соціальних медіа.
2. Охарактеризувати соціальну мережу Instagram як платформу для репрезентації бібліотечної діяльності.
3. Здійснити аналіз веб-представництв бібліотек в мережі Instagram.
4. Дослідити особливості репрезентації та визначити частку професійного контенту найбільших бібліотек світу в соціальній мережі Instagram.

Дипломна робота базується на вивченні та опрацюванні наукових джерел, присвячених досліджуваній темі. Теоретичною основою дипломної роботи стали наукові праці таких авторів як: Г. О. Булахова [1], І. О. Давидова, А. А. Соляник [27], Т. Ю. Гранчак [7], Е. В. Левченко та А. А. Золотухін, О. Ю. Мар'їна [10, 11], Н. В. Пилипенко [13], М. Самсонов [15], О. В. Соцков [17], В. В. Струнгар [19, 20], Ю. М. Половинчак. Українські та зарубіжні науковці понад десять років займаються розробкою питань представлення бібліотек у цифровому медіапросторі, обґрунтуванням стратегій репрезентації та просування бібліотек у різноманітних соціальних медіа.

Дослідження української науковиці В. В. Струнгар є найпотужнішим з проблематики адаптації бібліотек в соціальному медіасегменті. Авторка дослідила фундаментальні поняття соціальних медіа, такі як «соціальна мережа», «інтернет-сервіс» і «спільнота». У своїх розвідках вона проаналізувала особливості застосування всіх можливостей соціальних медіа для сучасного інформаційно-бібліотечного середовища та обґрунтувала теоретичні та практичні аспекти діяльності бібліотек в умовах стрімкого розвитку електронних інформаційних технологій. Авторкою обґрунтовано централізовану та дисперсну модель просування бібліотек в соціальних медіа [21]. Дослідженням явища соціальної мережі та розробкою питання адаптації бібліотек до умов їх стрімкого розгортання також займався М. Самсонов [15].

О. Ю. Мар'їна дослідила особливості взаємодії бібліотек та соціальних медіа з позиції розвитку бібліотечно-інформаційної галузі [11]. Науковиця констатувала «лідерство зарубіжних бібліотечних установ у досвіді опанування соціальних платформ – у середньому зарубіжні бібліотеки просуваються одночасно в 3 медіаплатформах, українські – у 2; виявила тенденцію тяжіння бібліотек до соціальних медіа «національного вподобання»; більшу поширеність й ефективність централізованої моделі просування на противагу дисперсній; підкреслила непересічне значення для бібліотечної практики мультидисциплінарних соціальних мереж для вчених» [11]. Авторкою було підтверджено, що «соціальні медіа є ефективними комунікаційними та

маркетинговими каналами просування й популяризації веб-проектів бібліотек та запропонувала системне бачення реалізації бібліотек у соціальних медіа» [11].

Основні напрями взаємодії бібліотек в середовищі соціальних медіа, особливості обігу та використання аналітичної та оперативної інформації бібліотеками розглянув у своєму дослідженні Л. А. Чуприна [25]. Автор зазначив, що соціальні медіа мають великий потенціал як засіб інтернаціонального обміну оперативною науковою інформацією. Вони дозволяють швидко та ефективно поширювати інформацію про нові дослідження, досягнення та тенденції в різних галузях науки.

І. Вишневська дослідила особливості використання інформації соціальних мереж в інформаційно-аналітичній діяльності [3]. Авторкою широко розглянуто маркетингові заходи бібліотек, спрямовані на залучення аудиторії та стимулювання її активності. У праці В. О. Хитик можливості соціальних медіа розглянуті в якості ефективного інструменту бібліотечного інтернет-маркетингу [23].

Зарубіжний теоретичний та практичний досвід просування бібліотек у соціальних медіа викладено в працях М. Casey, J. Z. Davis, D. Fichter, J. Furner, G. Hart Lauree, С. Hauschke, S. Lohre, N. Ullmann, R. L. Roberts, St. Watt, R. Holley та ін.

На думку науковців та фахівців-практиків, соціальні мережі привнесли у бібліотечну сферу дієві інструменти та канали комунікації, що позитивно відобразилося на функціонуванні бібліотек, їхніх продуктах та послугах, а також на якості обслуговування користувачів. Це сприяло розширенню каналів і засобів професійної комунікації в інформаційному мережевому середовищі, і визначило новий напрямок взаємодії між бібліотеками і користувачами в цифровому медіасередовищі. На практиці українські бібліотеки вже більше 10 років активно використовують соціальні мережі як канали неформальної комунікації та інструменти для стимулювання професійного розвитку. Однак динамічні зміни соціальних медіа та напрацьований бібліотеками досвід вимагають дослідження загальних тенденцій і особливостей репрезентації та

виявлення частки бібліотечного професійного контенту у соціальних медіа, зокрема в найпопулярнішій серед користувачів соціальній мережі Instagram.

Структура дипломної роботи обумовлена метою і завданнями та складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків.

Методологія дослідження: основою представленою дослідження став контент аналіз веб-представництв у соціальних мережі Instagram шестидесяти національних бібліотек світу (згідно з переліком національних бібліотек, який опубліковано на сайті Національної бібліотеки України імені Вернадського), провідних бібліотек різних країн світу.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА БІБЛІОТЕКАМИ СВІТУ

1.1. Особливості розвитку бібліотечного сегменту в соціальному медіапросторі

«Інтенсивний розвиток інформаційного простору та інформаційно-комунікаційних технологій сприяє розвитку мережевої комунікації між суб'єктами взаємодій, розширенню використання соціальних медіа у сфері соціокультурних комунікацій, зокрема – інтегрованості соціальних медіа в бібліотечну діяльність. Соціальні медіа надають нові можливості щодо представлення, діяльності та комунікації бібліотеки в інтерактивному медіа-просторі» [19].

Сегмент соціальних медіа в бібліотеках має низку відмінних особливостей, які вирізняють його з-поміж інших секторів. По-перше, бібліотеки — це унікальні інформаційні та соціокультурні організації, які обслуговують різні категорії населення, і кожна них має свої потреби та інтереси. Соціальні медіа дають змогу бібліотекам взаємодіяти з користувачами в тих мережевих просторах та середовищах, які вони обрали самостійно, які вони добре розуміють, в яких їм максимально комфортно споживати та сприймати інформацію.

По-друге, у сучасному цифровому світі соціальні медіа відіграють все більш важливу роль у житті людей. Вони є потужним засобом комунікації, отримання інформації та взаємодії з іншими з метою обміну знаннями. Бібліотеки через соціальні медіа відіграють важливу роль у розвитку суспільства. Адже через соціальні медіа, які надають платформу для спілкування, комунікації, навчання, взаємодії, бібліотеки стають культурними центрами, точками доступу, в яких користувачі можуть консолідуватися навколо інформації, знань, соціальних проєктів та взаємодіяти один з одним.

Також варто зазначити, що традиційні ресурси бібліотек є досить обмеженими, а за нинішніх реалій війни, навіть, уразливими. Під традиційними ресурсами слід розуміти такі ресурси, як: фізичні будівлі бібліотек, фізичні фонди: книги, журнали та інші друковані матеріали тощо. Саме використання соціальних мереж допомагає вирішити питання цієї обмеженості, дозволяючи бібліотекам поширювати свої цифрові фонди без завдання шкоди для оригіналів документів, залучати ресурси не лише своєї бібліотеки. А також комунікувати з ширшою аудиторією та ефективніше інформувати про свої послуги та ресурси.

Сучасне суспільство стає все більш цифровим. Користувачі все більше часу проводять в мережі Інтернет, і саме це призвело до появи різних форм соціальних медіа. Соціальні медіа - це онлайн-платформи, які дозволяють людям спілкуватися та ділитися інформацією один з одним. Вони стали невід'ємною частиною життя інформаційного суспільства, і їх вплив зростає з кожним днем. Стрімкий розвиток мережевих технологій призвів до появи різних форм соціальних медіа. Кожна з цих форм має свої унікальні особливості та функції, які сприяють просуванню бібліотечного контенту.

Нині, до сучасних форм соціальних медіа можна віднести наступні:

«- контент-орієнтовані та комунікаційно-орієнтовані соціальні мережі (англ. Social networking): передбачають особисту комунікацію;

- Collaboration work – колаборативні, такі що передбачають інтерактивну співпрацю щодо продукування та поширення інформації;

- Social knowledge bases – соціальні бази знань, медіа, що уможливають публікацію «контейнерів контенту», який є не пов'язаним хронологічно;

- Social information broadcasting, медіа, орієнтовані на трансляцію соціальної інформації через:

1) створення унікального контенту (англ. Unique content creation);

2) поширення користувацького контенту (англ. Re-sharing).

Дослідження вищезазначених форм дозволяє сформулювати перелік основних соціальних медіа, потенційно корисних для українських бібліотечних установ, зокрема дитячих бібліотек:

- професійні співтовариства в межах соціальних медіа для обміну досвідом;
- віртуальні майданчики для виявлення користувацького інсайту: сервіси, у межах яких будь-хто має змогу висловити свою ідею, а інші відвідувачі – оцінити та підтримати її;
- wiki-портали: платформи, інтерфейс яких побудований на принципах спільного створення та редагування контенту;
- user generated-конкурси – сервіси, функціонал яких дозволяє запропонувати відвідувачам розробити продукт, новий вид послуги, дизайн сайту та ін., такі конкурси дозволяють не лише отримувати значну кількість креативних ідей, але й створювати потужні інформаційні приводи, демонструють готовність до співпраці;
- краудфандингові сервіси;
- сервіси тегування, що забезпечують зберігання, публікацію та упорядкування закладок у соціальних медіа;
- медіахостинги, що дозволяють розміщувати фото-, відео- та аудіо-матеріали;
- файлообмінні та хмарні платформи для збереження, обміну та спільної роботи над інформаційними об'єктами в режимі онлайн;
- рекомендаційні системи, які дозволяють демонструвати користувачам соціальних медіа думку інших відвідувачів, враховуючи соціальний граф, автоматично збирати найцікавіший контент на сайті та персоналізувати його;
- соціальні Share-сервіси: сервіси цифрової публікації для збереження та трансляції інформаційних об'єктів у різних форматах;
- соціальні медіасховища: сервіси для спільного збереження мультимедійних файлів;
- mashup-застосунки, що дозволяють створювати «гібридні» форми ресурсів;
- платформи інтернет-конференцій, вебінарів;
- блог-платформи;
- сервіси та ресурси фактчекінга (від англ. Fact check), які уможливають

верифікацію контенту, окремих фактів, інструментів громадських розслідувань;

- сервіси відеотрансляцій у реальному часі,
- сервіси моніторингу й аналітики соціальних мереж тощо» [11].

Майже всі види означених соціальних медіа використовуються бібліотеками та дозволяють одночасно існувати в двох просторах — традиційному та віртуальному. Це дає їм можливість розширити свою аудиторію та надати доступ до своїх ресурсів більшій кількості реальних та потенційних користувачів. Традиційний доступ до бібліотечних ресурсів поєднується з новими формами бібліотечного обслуговування, які виникли через розвиток соціальних медіа. Надання інформаційних продуктів та послуг зараз може здійснюватися через соціальні віртуальні спільноти, цифрові бібліотечні проекти, блог платформи, різні форуми, хмарні соціальні сервіси. Трансформації у сфері інформаційних комунікацій змушують бібліотеки адаптуватися до сучасних умов розвитку нових медіа. Зміна інформаційних потреб суспільства зумовлює зменшення частки застосування традиційної діяльності, перехід на новітні засоби комунікації.

Використання соціальних медіа бібліотеками пов'язано з концепцією «бібліотека Web 2.0». Остання реалізується на основі використання принципів, технології та веб-ресурсів, особлива увага в яких приділяється взаємодії та співпраці користувачів, створенню та обміну контентом. Технології Web 2.0, зокрема, соціальні медіа, дозволяють бібліотекам використовувати весь функціонал мережевих технологій для налагодження ефективної комунікації зі своєю аудиторією; спілкуватися з користувачами в реальному часі, швидко розповсюджувати новини про події, рекламувати продукти та послуги бібліотек, отримувати зворотній зв'язок, а також для створювати віртуальні спільноти. Засобами соціальних медіа нині бібліотеки покращують надання інформаційних послуг шляхом надання доступу до електронних книг, онлайн-курсів, віртуальних лекцій, турів, презентацій, буктрейлерів тощо. Особлива увага нині приділяється створенню та розповсюдженню відкритих освітніх та навчальних ресурсів.

Соціальні мережі, безумовно, виступають найбільш популярним та динамічно змінюваним видом соціальних медіа в сучасному світі. З їхнім виникненням і розвитком вони визначили новий спосіб взаємодії та обміну інформацією між користувачами. Все більше бібліотек та інших закладів сфери культури доєднуються до соціальних мереж та одночасно просувають свої установи у декількох мережах.

«Під «соціальною мережею» розуміють платформу, онлайн-сервіс або веб-сайт, які призначені для побудови, відображення та організації соціальних взаємовідносин, візуалізацією яких є соціальні графи» [19].

Найбільш популярними соціальними мережами серед українських та закордонних бібліотек є Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Tik Tok, LinkedIn. Кожна з цих платформ має свої унікальні характеристики та переваги, які використовуються бібліотеками для спілкування з аудиторією, популяризації послуг та обміну інформацією.

1.2. Соціальна мережа Instagram як інноваційна платформа для реалізації бібліотечної діяльності

Упродовж останнього десятиліття Інтернет та соціальні мережі стали важливим чинником у формуванні сучасного суспільства. Вони не лише дозволили громадянам спілкуватися та обмінюватися інформацією, а й сприяли формуванню нових соціокультурних тенденцій. Цей процес характеризується надзвичайно швидким зростанням аудиторії соціальних мереж, яке перевищило темпи зростання самого Інтернету.

Для розуміння форм та напрямів бібліотечної діяльності у соціальній мережі Instagram, спочатку буде доречно дослідити загальні тенденції використання Інтернету та соціальних мереж населенням планети.

Дослідними групами Meltwater та We Are Social кожного року проводиться та публікується аналіз сучасного цифрового простору. Звіти «GLOBAL

OVERVIEW REPORT» [28] представлені у вигляді статистичних інфографік та відображають відсоткові співвідношення по різних критеріям. І окрему увагу приділено дослідженню соціальних мереж, зокрема мережі Instagram.

Основними джерелами для визначення тенденцій розвитку стали статистичні дані щодо кількості:

- населення на планеті;
- користувачів мережі Інтернет;
- користувачів соціальних мереж.



Рис. 1. Загальні показники стану цифровізації населення

Порівняно з 2022 роком, в 2023 році кількість населення збільшилась на 0,8%, і досягла 8,01 мільярда. Дослідження показують, що приблизно 57% населення світу зараз проживає в містах. Доступ до Інтернету має вже більше половини населення Землі, а саме 5,16 мільярда людей. За останній рік кількість інтернет-користувачів зросла на 1,9%.

Зростання кількості користувачів Інтернету показує, що Мережа стає все більш доступною і популярною. Ціни на доступ до Інтернету продовжують знижуватися, що робить його більш доступним для людей з низьким доходом. Також, це свідчить про активний розвиток інтегрованого цифрового суспільства. Нині, Інтернет став платформою для спілкування, навчання, роботи та розваг. Це сприяє тому, що все більше культурних центрів, зокрема бібліотек, починають адаптувати свою діяльність під сучасні реалії.

Показники інтегрованості населення до соціальних мереж показують, що зараз налічується близько 4,76 мільярда активних користувачів соціальних мереж, що становить приблизно 60% населення.

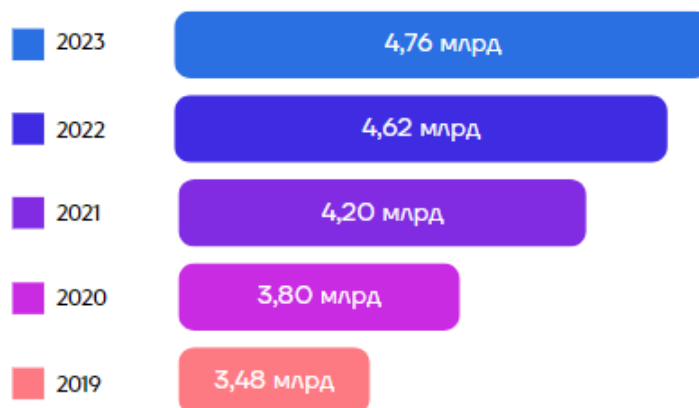


Рис. 2. Показники кількості користувачів соціальних мереж за останні 5 років.

За останні 5 років чітко прослідковується не стрімке, але досить стабільне зростання аудиторії соціальних мереж. Завдяки розвитку інформаційних технологій та мобільних пристроїв соціальні мережі стали більш доступними та зручними у використанні. Користувачі можуть отримувати до них доступ в будь-який час і в будь-якому місці.

Соціальна мережа Instagram є третьою найпопулярнішою платформою - її аудиторія складає 2 мільйони користувачів зі всього світу.



Рис. 3. Деякі показники функціонування мережі Instagram

Мережа Instagram входить до першої п'ятірки рейтингових списків платформ за різними показниками функціонування. За даними Digital 2023 Global Statshot [28] від DataReportal, станом на 30 квітня 2023 року, Instagram має понад 2 мільярди активних користувачів, що становить 27,3% від загальної кількості населення планети. Це робить Instagram третьою за популярністю соціальною мережею у світі, після Facebook (2,958 млрд користувачів) та YouTube (2,514 млрд користувачів). Аналіз вікових категорій цільової аудиторії мережі дозволяє різним організаціям та бібліотечним установам краще розуміти потреби користувачів та більш ефективно застосовувати переваги цифрового медіапростору.

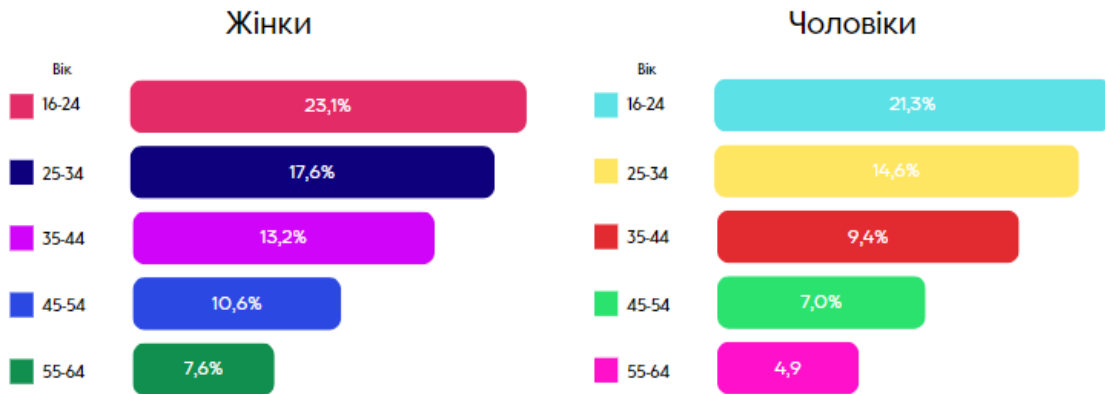


Рис. 4. Вікові категорії користувачів мережі Instagram

Наведені показники (Рис. 4) свідчать про те, що всі вікові категорії так чи інакше представлені в цій соціальній мережі. Найбільшу частку користувачів Instagram складають молоді люди у віці від 16 до 24 років. Однак, Instagram також стає все більш популярним і серед людей старшого віку. Саме завдяки дослідженням своєї цільової аудиторії бібліотеки можуть пропонувати широкий спектр контенту та послуг, який може зацікавити людей різного віку.

Специфіка мережі полягає у її візуальній спрямованості. Instagram є соціальною мережею, яка використовує візуальні елементи для того, щоб залучити користувачів. Основним типом контенту акаунтів бібліотек в цій мережі є фото- та відео-матеріали, які є дієвими інструментами для просування

бібліотек в цифровий медіапростір.

Перевага Instagram також полягає у тому, що він є мобільною платформою. Це означає, що користувачі можуть легко переглядати, публікувати свій контент та стежити за акаунтами інших у будь-який час і в будь-якому місці. В еру швидкого темпу життя суспільства, саме це робить Instagram популярним та затребуваним.

Таким чином можна сказати, що головною особливістю використання соціальних медіа є те, що вони дозволяють бібліотекам спілкуватися з користувачами в режимі реального часу, отримувати від них зворотній зв'язок та оперативно реагувати на їхні потреби. Це дозволяє бібліотечним установам налагодити більш тісний зв'язок зі своїми користувачами, краще зрозуміти їхні потреби та інтереси. Засобами соціальних медіа бібліотеки впроваджують в свою діяльність інноваційні способи обслуговування користувачів, просувають свої продукти та послуги серед користувачів. Також, сприяють тому, що бібліотеки переходять від традиційної моделі обслуговування до більш інклюзивної та відкритої.

Одним із головних чинників популярності мереж є доступність Інтернету та поширення смартфонів. З кожним роком дедалі більше людей можуть підключатися до світу соціальних мереж у будь-якому місці та в будь-який час. Це робить соціальні медіа доступними для глобальної аудиторії, що сприяє їхньому вибуховому зростанню.

Аналіз основних показників діяльності соціальної мережі Instagram показав, що ця мережа є однією з найпопулярніших у світі. А також дослідження вікових категорій користувачів довело, що Instagram є платформою, яка приваблює людей різного віку. Молоді люди є найбільшою аудиторією Instagram, але люди середнього віку та люди старшого віку також активно доєднуються до віртуальної спільноти платформи.

РОЗДІЛ 2

ПРЕДСТАВЛЕННЯ ПРОФЕСІЙНОГО БІБЛІОТЕЧНОГО КОНТЕНТУ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ INSTAGRAM

2.1. Аналіз веб-представництв бібліотек в мережі Instagram

Зростаюча популярність мережі Інтернет та зміна звичного укладу життя користувачів бібліотек гостро поставили питання інтеграції бібліотек до соціальних медіа. Соціальні медіа наразі є потужним інструментом для комунікації, поширення інформації та залучення аудиторії. Вони можуть допомогти бібліотекам популяризувати свої продукти та послуги, просувати культуру читання та отримувати оперативний зворотній зв'язок від своїх читачів.

Однак, не всі соціальні медіа є однаково популярними для всіх груп населення. Попередній аналіз показав, що мережа Instagram є однією з найпопулярніших універсальних платформ для здійснення комунікації між різними віковими категоріями. Тож більшість бібліотек обирають її як основну мережу для розгортання своєї діяльності в цифровому середовищі.

Для реалізації дослідницьких завдань було зроблено вибірку з шестидесяти національних бібліотек світу (згідно з переліком національних бібліотек, який опубліковано на сайті Національної бібліотеки України імені Вернадського), які є провідними книгозбірнями своїх країн та активно користуються всім потенціалом соціальної мережі Instagram. Критеріями для вибору бібліотек для більш детального аналізу слугувала активність бібліотеки в соціальній мережі Instagram та наявність якісного зворотного зв'язку від аудиторії бібліотек (ДОДАТОК А). У вибірку для аналізу було включено наступні бібліотеки: Австрійська національна бібліотека (Австрія); Азербайджанська національна бібліотека (Азербайджан); Національна бібліотека Єгипту (Єгипет); Бібліотека

Конгресу США (США); Бібліотеки та архіви Канади (Канада); Королівська бібліотека (Данія); Королівська бібліотека - Національна бібліотека Швеції (Швеція); Королівська бібліотека Бельгії (Бельгія); Німецька Національна бібліотека (Німеччина); Національна і університетська бібліотека «Св. Климента Охридського» в Скоп'є (Македонія); Національна і університетська бібліотека Словенії (Словенія); Національна академічна бібліотека Республіки Казахстан (Казахстан); Національна бібліотека «Св. Кирил и Методий» (Болгарія); Національна бібліотека Ізраїлю (Ізраїль); Національна бібліотека Індії (Індія); Національна бібліотека Індонезії (Індонезія); Національна бібліотека Ірландії (Ірландія); Національна Бібліотека Ісламської Республіки Іран (Іран); Національна бібліотека Іспанії (Іспанія); Національна бібліотека Австралії (Австралія); Національна бібліотека Аргентини (Аргентина); Національна бібліотека Бразилії (Бразилія); Національна бібліотека в Хорватії (Хорватія); Національна бібліотека В'єтнама (В'єтнам); Національна бібліотека Великобританії (Великобританія); Національна бібліотека Греції (Греція); Національна бібліотека Естонії (Естонія); Національна бібліотека Китаю (Китай); Національна бібліотека Колумбії (Колумбія); Національна бібліотека Кореї (Корея); Національна бібліотека Лівії (Лівія); Національна бібліотека Латвії (Латвія); Національна бібліотека Литви (Литва); Національна бібліотека Люксембургу (Люксембург); Національна бібліотека Мексики (Мексика); Національна бібліотека Монголії (Монголія); Національна бібліотека Нідерландів (Нідерланди); Національна бібліотека Норвегії (Норвегія); Національна бібліотека Південної Африки (Південно-африканська республіка); Національна бібліотека Пакистану (Пакистан); Національна бібліотека Панами (Панама); Національна бібліотека Португалії (Португалія); Національна бібліотека Республіки Молдова (Молдова); Національна бібліотека Румунії (Румунія); Національна бібліотека Саудівської Аравії (Саудівська Аравія); Національна бібліотека Сербії (Сербія); Національна бібліотека Турції (Турція); Національна бібліотека Угорщини (Угорщина); Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського (Україна); Національна бібліотека Фінляндії (Фінляндія);

Національна бібліотека Франції (Франція); Національна бібліотека Чеської Республіки (Чехія); Національна бібліотека Чилі; Національна Парламентська бібліотека Грузії (Грузія); Національна парламентська бібліотека Японії (Японія); Національна Польська бібліотека (Польща); Національна центральна бібліотека Риму (Італія); Національна центральна бібліотека Тайвані (Тайвань); Словацька національна бібліотека (Словакія); Швейцарська національна бібліотека NL (Швейцарія).

Аналіз веб-представництв бібліотек у мережі Instagram включав ряд аспектів, які визначають ефективність і привабливість профілю бібліотеки для користувачів. Отже, для первинного аналізу діяльності бібліотек в Instagram було обрано наступні критерії:

- Наявність акаунту бібліотеки в мережі Instagram
- Кількість публікацій
- Кількість підписників
- Кількість підписок

Ці показники допомагають визначити загальні тенденції використання мережі провідними бібліотеками світу.

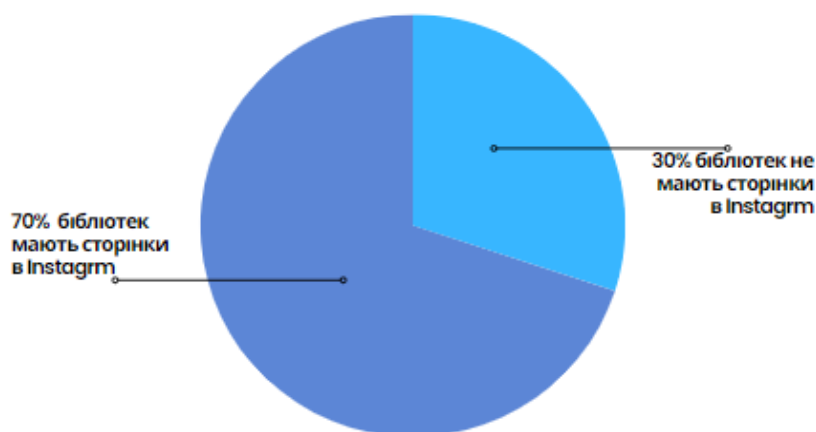


Рис. 5. Представлення бібліотек у мережі Instagram

Аналіз кількісного представлення національних бібліотек світу показав, що досить високий відсоток бібліотек або не розгортає свою діяльність на цій

платформі, або недостатньо інформує своїх реальних та потенційних користувачів про свою діяльність в Instagram. 18 провідних книгозбірень із 60 проаналізованих, тобто 30%, не мають облікових записів в мережі. Є кілька причин, чому національні бібліотеки можуть не використовувати Instagram. Одна з них полягає в тому, що вони можуть не розуміти, як використовувати Instagram ефективно. Не знати, як створювати цікавий та інформативний контент, взаємодіяти з аудиторією та вимірювати результати своєї діяльності. Інша причина полягає в тому, що працівники бібліотек просто можуть вважати, що Instagram не є важливим каналом для спілкування з їхніми читачами.

Одним з найважливіших критеріїв визначення ефективності діяльності сторінки бібліотеки у соцмережі є число користувачів, підписаних на акаунт. Саме цей критерій дозволяє зрозуміти загальну зацікавленість аудиторії та наскільки ефективно адміністратор просуває акаунт бібліотеки та відслідковувати динаміку зміни аудиторії сторінки. Найменшу активність ведуть: Азербайджанська національна бібліотека - 953 підписника; Словацька національна бібліотека - 736; Німецька Національна бібліотека - 502 підписника; Національна бібліотека Болгарії «Св. Св. Кирил и Методий» - 464 та Національна бібліотека Румунії, яка на момент дослідження має на сторінці всього 55 дописів та 302 фоловера.

Бібліотеки з невеликою кількістю підписників (до 1000) в Instagram мають досить обмежений потенціал для досягнення широкої аудиторії та взаємодії з читачами.

Найбільшу кількість підписників мають бібліотеки:

- Національна бібліотека Великобританії - 392 тис.
- Національна бібліотека Індонезії - 292 тис.
- Бібліотека Конгресу США - 251 тис.

Також, існує певний взаємозв'язок між кількістю підписників, публікацій та зворотнім зв'язком від аудиторії. Бібліотеки, які публікують занадто багато постів за короткий проміжок часу, не отримують стільки уваги від своїх підписників, скільки могли б. Але, можна сказати, що проаналізовані бібліотеки

активно розвиваються та досліджують стратегії просування у соціальних медіа і обирають найефективніші з них. Тому, національні бібліотеки намагаються не здійснювати помилок, пов'язаних з «засміченням» своєї стрічки великою кількістю непопулярних дописів.

Детальне дослідження діяльності бібліотек в мережі Instagram (ДОДАТОК Б) проводилось за допомогою інструменталу багатофункціонального сервісу для аналітики Instagram-акаунтів «trendHERO» [31].

Серед 60 національних бібліотек країн було обрано 10 з найбільшою кількістю підписників та проаналізовано за наступними критеріями: середня кількість лайків на пост; середня кількість коментарів на пост; середня кількість переглядів відео; публікацій за 7 днів; залученість аудиторії та якісна аудиторія.

Для оцінки ефективності веб-представництва бібліотеки в Instagram використовують показник «Залучення аудиторії». Цей показник відображає, наскільки часто аудиторія взаємодіє з контентом бібліотеки, коментуючи або лайкаючи публікації. Для його розрахунку використовується середнє значення кількості лайків і коментарів до останніх 18 постів, за винятком найостаннішого, якщо він опублікований менше 1 доби тому. Для цих 18 постів рахується медіанне значення лайків і коментарів та сумується, отримане число ділиться на кількість підписників в акаунті.

Цей підхід дозволяє оцінити, як аудиторія реагує на контент. Однак важливо не тільки знати цей показник, але й стежити за його змінами щоб зрозуміти, чи є акаунт ефективним.

Також, важливим показником є «Якісна аудиторія». За допомогою сервісу «trendHERO» було проаналізовано визначено частку якісної аудиторії акаунту - реальних людей та «інфлюенсерів» або «лідерів думок». Сервіс проводить аналіз та виключає із загальної кількості підписників підозрілі акаунти та масфоловери.

Акаунти в Instagram можна вважати підозрілими (ботами або малоактивними) за сукупністю ознак. До них відносяться наявність аватару, якість фотографій, кількість коментарів, згадок, хештегів і опису в шапці

профілю.

Масфоловери (акаунти, які підписуються на інші акаунти, щоб на них підписалися) визначається за одним критерієм: кількість підписок на акаунті більше 1500 при низькому рівні підписників.

Результати дослідження показали, що бібліотечні акаунти мають досить низькі показники залученості аудиторії. Національна бібліотека Іспанії має найвищий коефіцієнт залученості - 0,7%. Це означає, що лише 0,7% її підписників взаємодіють із її контентом.

Інші бібліотеки мають ще нижчі показники залученості. Наприклад, Національна бібліотека Індонезії має коефіцієнт залученості 0,5%. Показником залученості 4 національних бібліотек з 10 є 0,4%; Національна бібліотека Колумбії - 0,2%, а три бібліотеки мають коефіцієнт залученості 0,1%.

Ця низька залученість є серйозною проблемою для бібліотек. Вона означає, що бібліотеки не вдається досягти своєї аудиторії та донести до неї свою інформацію. Це може призвести до зниження інтересу до бібліотеки та зменшення її впливу на громаду.

Крім низької залученості аудиторії, бібліотечні акаунти в Instagram мають також невелике співвідношення аудиторії та якісної аудиторії. Якісна аудиторія - це група людей, які активно взаємодіють з контентом акаунту. Вона включає в себе користувачів, які залишають коментарі, лайкають публікації та беруть участь в акціях.

Дослідження показало, що бібліотечні акаунти в Instagram мають надзвичайно низьке співвідношення аудиторії акаунтів до якісної аудиторії. У середньому, відсоток якісної аудиторії становить трохи 50% від загального числа підписників.

Таким чином, аналіз діяльності національних бібліотек світу в мережі Instagram показав, що 70% бібліотек мають акаунти в Instagram і активно їх ведуть. 30% бібліотек або не мають акаунтів в Instagram, або недостатньо висвітлюють інформацію про них на офіційних сайтах або інших веб-представництвах бібліотеки. Це може бути пов'язано з відсутністю ресурсів,

недостатнім розумінням важливості соціальних мереж або іншими причинами.

Бібліотекам, які не мають акаунтів в Instagram, варто розглянути можливість їх створення. Це допоможе їм налагодити зв'язок зі своєю аудиторією, популяризувати свою діяльність та залучати нових користувачів.

2.2. Особливості репрезентації професійного контенту найбільших бібліотек світу в соціальній мережі Instagram

У бібліотечних фондах зберігається широкий спектр матеріалів, які є цінним джерелом інформації для історичних або практичних досліджень. Від стародавніх рукописів до фотографій, карт і аудіовізуальних записів ці архіви охоплюють широкий спектр форматів. Рідкісні книги, зокрема, мають величезну цінність, оскільки вони дають можливість зазирнути в різні періоди історії, пропонуючи унікальні перспективи та ідеї, які неможливо знайти в іншому місці. Крім того, в архівах також зберігаються державні документи, та інші важливі записи, які проливають світло на функціонування суспільства в різні моменти часу. Надаючи доступ до цих матеріалів, бібліотеки допомагають дослідникам вивчати джерела, використані в історичних публікаціях, що веде до більш повного розуміння минулого.

Саме такі матеріали, котрі зберігаються в бібліотеках і є основою для створення професійного бібліотечного контенту в мережі Instagram. Таким чином можна визначити, що унікальний професійний бібліотечний контент - це матеріал, який характеризується своєю оригінальністю, унікальністю або специфічністю інформації, що в ньому міститься. Це репрезентація рідкісних книг, рукописів, спеціальних колекцій, особистих архівів відомих осіб, карт, фотографій та інших матеріалів, огляди окремих напрямів діяльності бібліотек, наприклад, матеріали про особливості зберігання фондів, оцифрування, реставрації рідкісних артефактів тощо. Цей унікальний професійний бібліотечний контент робить бібліотеки особливими, цінними та цікавими як для

пересічних користувачів, так і для дослідників-науковців, здобувачів освіти, фахівців бібліотечно-інформаційної сфери діяльності тощо.

Унікальність професійного бібліотечного контенту може бути зумовлена змістом, стилем подання, рідкістю або значущістю матеріалу. Бібліотеки можуть розробляти стратегії збереження і просування свого професійного контенту, щоб зацікавити звичайних користувачів, дослідників, фахівців та інші зацікавлені сторони. Саме створення та просування подібного контенту допомагає бібліотекам збирати та охоплювати широку аудиторію та популяризувати свою діяльність в цифровому просторі.

Instagram - це соціальна мережа, яка використовується для публікацій різних типів контенту. Вона стала популярним інструментом для бібліотек, які використовують її для публікації контенту, який розповідає про їхню діяльність, колекцію та послуги. Бібліотеки використовують різні формати контенту для досягнення своїх цілей. Найпопулярнішими типами контенту є фотографії, відео, аудіоматеріали текстова інформація тощо.

Бібліотеки використовують фотографії та відео для того, щоб показати свою діяльність з тієї сторони, яка є недоступною для багатьох, наприклад, окремі виробничі процеси, окремі операції, особливості та умови роботи фахівців, “вузькі місця” професії тощо. Бібліотеки використовують фото та відео формати для репрезентації тих рідкісних фондів, колекцій та артефактів, які не є доступними для більшості користувачів. Відео та візуальний контент превалює у презентації, рекламі та просуванні продуктів та послуг бібліотек для різних аудиторій, які у більшості випадків неможливо охопити та залучити за допомогою традиційних ресурсів бібліотек — сайтів, електронних бібліотек, електронних архівів тощо. Більше того, власні облікові записи у соціальній мережі Instagram створюють навіть вельми популярні електронні бібліотеки, наприклад, електронна бібліотека Франції «Gallica». Запропоновані нею формати бібліотечного контенту є вельми популярними в Instagram та дієвими для привернення уваги користувачів.

Специфічними формами представлення контенту для мережі Instagram

є дописи та сторіз. Ці форми мають свої особливості та переваги, які можуть бути використані бібліотеками для досягнення своїх цілей.

Дописи — це статичний контент, який залишається в стрічці новин користувачів до тих пір, поки його не видалить автор або користувач не сховає його. Дописи можуть містити фотографії, відео, текст та інші елементи.

Сторіз — це тимчасовий, динамічний контент, який показується вгорі стрічки новин користувачів протягом 24 годин. Сторіз також можуть містити фотографії, відео, текст.

Відповідно до вищесказаного, бібліотечні облікові записи на платформі Instagram активно займаються популяризацією різних напрямів своєї діяльності та використовують весь потенціал своїх фондів, технологій та ресурсів. Однією зі стратегій просування бібліотек в Instagram є представлення на своїх сторінках унікального професійного контенту.

Його сутність контенту також полягає в тому, що бібліотеки розкривають «закулісся» своєї щоденної діяльності. Публікації «за лаштунками» або відображення традиційної діяльності бібліотек можуть надати аудиторії унікальний погляд на роботу бібліотек та розширити їхнє розуміння цього середовища, надати уявлення про окремі виробничі процеси та затрачені на них зусилля фахівців.

Під «унікальним» слід розуміти той контент, який не завжди доступний користувачу безпосередньо під час відвідування бібліотеки та відсутній на офіційних сайтах бібліотек (наприклад, оцифровані унікальні рідкісні та цінні видання, фотографії, звукозаписи, радіоархіви тощо). Бібліотека не завжди може надати у користування читачу оригінал цінного або рідкісного видання опису та саме це питання вирішує публікація цього видання у соціальному медіапросторі у вигляді розгорнутого посту, відеоподкасту та ін.

Для дослідження особливостей репрезентації унікального професійного контенту було обрано акаунти 10 національних бібліотек світу з найбільшою кількістю підписників та якісної аудиторії та проаналізовано зміст 10 останніх публікацій (ДОДАТОК В). В результаті було виділено наступні змістові

категорії контенту:

- звичайні текстові дописи;
- дописи, створені з використанням унікальних бібліотечних матеріалів:
 - оцифрованих колекцій рідкісних і цінних видань, фотографій, гравюр, карт, тощо;
 - фото- та відеоматеріали традиційної виробничої діяльності бібліотек (процеси підготовки та оцифрування фондів, процеси реставрації тощо).

До категорії звичайних текстових дописів було віднесено публікації, які анонсують заходи бібліотеки, книжкові виставки, адже це інформація, котру користувачі можуть легко знайти у відкритому доступі, наприклад на офіційному сайті бібліотеки.

Результати дослідження показали, що більшість публікацій національних бібліотек світу в Instagram створені з використанням унікальних матеріалів. У середньому, у 58% публікацій використовуються унікальні матеріали, такі як оцифровані фрагменти з унікальних видань, ретрофотографії, звукозаписи.

Звичайні текстові дописи становлять лише 39% від загальної кількості публікацій. Ці дописи часто використовуються для того, щоб повідомити про новини та події, які відбуваються в бібліотеці. Вони також можуть використовуватися для того, щоб поділитися думками та ідеями бібліотечних фахівців. Середній відсоток публікацій, які розповідають про різні процеси виробничої діяльності бібліотек складає лише 3%. Але ці матеріали розкривають унікальні процеси: відновлення, реставрації або оцифрування рідкісних або широкоформатних видань, ознайомитись з якими неможливо навіть на офіційних сайтах бібліотек.

Наведене співвідношення може змінюватися в залежності від бібліотеки та її цілей у соціальних мережах. Наприклад, бібліотеки, які прагнуть залучити нову аудиторію, можуть публікувати більше унікальних матеріалів, які можуть бути цікавими для більш широкого кола людей. Бібліотеки, які прагнуть спілкуватися зі своєю існуючою аудиторією, можуть публікувати більше звичайних текстових дописів, які можуть бути більш актуальними для цієї

аудиторії.

Еволюція стратегії просування бібліотек в соціальних мережах, зокрема в Instagram, призвела до розширення їхньої комунікативної діяльності та диференціації контенту. Цей процес характеризується появою нових форм та форматів комунікації, а також виокремленням окремих тематичних сторінок, присвячених унікальним матеріалам та виробничій діяльності бібліотек.

Такий підхід дозволяє бібліотекам краще організувати свій контент, зробити його більш доступним та інформативним для аудиторії, а також залучити нову аудиторію, яка цікавиться певною темою або консолідувати вузькоспеціалізованих фахівців бібліотекарів, реставраторів тощо.

Ця стратегія просування використовується багатьма національними бібліотеками світу (ДОДАТОК Г). Наприклад, Бібліотека Британії має окрему сторінку для оцифрованих матеріалів, на якій вона публікує фотографії, відео та інші цифрові копії рідкісних та цінних видань, які зберігаються в бібліотеці (British Library Images Online).

Національна бібліотека Франції має окрему сторінку для своїх історичних документів (Gallica BnF). Ця сторінка містить фотографії, відео та інші документи, які розповідають про історію Франції.

Окремо слід звернути увагу на діяльність Нью-Йоркської публічної бібліотеки (NYPL) в мережі Instagram. Принаймні 16 відділів Бібліотеки мають свої власні акаунти та просувають особливості діяльності свого відділу серед реальних та потенційних користувачів бібліотеки.

Не типовий для бібліотек контент поширюють акаунти NYPL Teens, який займається кураторством спільноти підлітків-читачів Бібліотеки; Young Lions of NYPL - спільнота літературно налаштовані нью-йоркці у віці від 20 до 30 років та Eriphany NYPL Film Recs - акаунт Нью-Йоркської бібліотеки, присвячений рекомендації користувачам фільмів. Окремо створено акаунт для просування брендваної продукції - New York Public Library Shop.

Акаунти інших бібліотек також активно займаються просуванням своїх нетипових продуктів та послуг. Так, сторінка George Peabody Library Events

присвячена організації різних заходів, зокрема весіль, на території приміщень бібліотеки.

Таким чином можна побачити, що переважна більшість бібліотек обрали основною стратегію для просування своєї установи в мережі Instagram публікацію матеріалів та процесів, які притаманні тільки тій або іншій установі. Унікальні матеріали та процеси можуть допомогти бібліотекам виділитися серед інших організацій. Це може допомогти бібліотекам залучити нову аудиторію, яка може не знати про їх існування.

ВИСНОВКИ

Стратегія представництва бібліотеки в соціальних медіа спрямована на підвищення результативності просування у соціальному мережевому сегменті. Вона включає в себе розробку різноманітних методів для оптимальної реалізації унікального професійного контенту на різних медіа-платформах. Важливим є також ретельний аналіз потреб та очікувань аудиторії користувачів.

Реалізація цієї стратегії сприяє збільшенню відвідуваності бібліотечного веб-представництва, підвищить активність та ефективність діалогу з користувачами, що в свою чергу призведе до поліпшення обслуговування користувачів бібліотеки в різних аспектах.

Аналіз та порівняння основних показників Instagram дозволив визначити, що нині ця соціальна мережа входить в трійку найпопулярніших соціальних платформ. І саме вона може слугувати ефективним інструментом для бібліотек та їх діяльності, дозволяючи їм взаємодіяти з аудиторією, надавати інформацію та підтримувати освітні та культурні ініціативи. Бібліотеки використовують Instagram для візуального представлення своїх ресурсів, включаючи нові книги, рідкісні видання, архівні матеріали та інше. Фотографії та короткі відеоролики привертають увагу та стимулювати інтерес до читання. Instagram створює потужну платформу для взаємодії та зв'язку між бібліотекою та читачами. Коментарі, прямі повідомлення та інші соціальні функції дозволяють бібліотеці відповідати на запитання, збирати відгуки та встановлювати взаємодію.

Проведений аналіз представлення національних бібліотек світу в мережі Instagram показав, що 70% з них успішно управляють своїми акаунтами та активно взаємодіють з аудиторією. У той час як решта 30% бібліотек або не має облікових записів в Instagram, або недостатньо висвітлює інформацію про них на своїх офіційних веб-ресурсах чи інших платформах.

Однак, бібліотечні акаунти в Instagram мають низку проблем, які перешкоджають їхньому ефективному використанню. Одна з них – низька залученість аудиторії, що означає, що лише невелика частина підписників

бібліотечних акаунтів взаємодіє з їхнім контентом. Це може бути пов'язано з тим, що контент не є цікавим або актуальним для аудиторії, або що бібліотеки не використовують ефективні методи залучення аудиторії.

Інша проблема – невелике співвідношення аудиторії та якісної аудиторії. Багато підписників бібліотечних акаунтів є неактивними або не зацікавленими в їхньому контенті. Дослідження показало, що в середньому, відсоток якісної аудиторії становить трохи 50% від загального числа підписників, що є досить низьким показником для облікового запису Instagram.

Instagram може бути використаний для промоції різноманітних бібліотечних ресурсів та послуг та для висвітлення специфічних видів та напрямів діяльності бібліотек та їх окремих відділів. Фрагменти виробничої діяльності, анонси нових надходжень, публікація унікальних професійних бібліотечних матеріалів можуть покращити обізнаність громадськості. Унікальний професійний бібліотечний контент у межах дослідження розуміється як такий контент, який користувач не зможе віднайти на офіційному сайті бібліотеки або на інших веб-представництвах та в межах абонементів чи читальних залів під час відвідування бібліотек. Це цінні та рідкісні видання, доступ до яких звичайний користувач не завжди може отримати навіть безпосередньо в бібліотеці. Також, унікальним є розкриття різних процесів виробничої діяльності бібліотечних фахівців, поширення їх досвіду тощо.

Дослідження частки унікального контенту на сторінках бібліотек показало, що більше 50% запропонованого контенту складають унікальні матеріали, а звичайні текстові публікації складають меншу частину стрічки акаунту. Це свідчить про те, що бібліотеки в цілому розуміють важливість використання унікального професійного контенту для залучення аудиторії. Унікальний контент є більш привабливим і цікавим для користувачів, ніж звичайні текстові публікації загального характеру. Він допомагає бібліотекам візуально представити свої унікальні та недоступні для пересічних користувачів ресурси, реалізувати послуги, дозволяє підвищити обізнаність про бібліотеку, її історію, проекти, її кадрів, напрями діяльності, уможливорює діалог з широкою

аудиторією користувачів, вузькоспеціалізованими фахівцями та експертами, сприяє поширенню унікальним досвідом.

Також, новітньою тенденцією серед бібліотек в соціальній мережі Instagram стало створення не одного акаунту бібліотеки (централізована модель), а декількох веб-представництв за принципом дисперсної моделі просування. Так, Нью-Йоркська публічна бібліотека є провідним центром діяльності в соціальних медіа. Відділи та центри Бібліотеки створюють власні акаунти та просувають свої специфічні продукти та послуги. Наприклад, серед таких є акаунт по продажу сувенірної продукції бібліотеки. Подібна стратегія дозволяє адміністраторам сторінок більше ефективно планувати графік публікацій та адаптувати контент під запити конкретної аудиторії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Булахова Г. Перспективи використання інструментарію соціальних медіа для просування бібліотечних продуктів і послуг // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. 2019. Вип. 55. С. 80-91. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/npnbuimviv_2019_55_8
2. Булахова Г. Рекламна стратегія просування продуктів і послуг бібліотек у соціальній мережі Facebook // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. 2016. Вип. 43. С. 331-345. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/everlib/item/er-0000001750>
3. Вишнеvsька І. Особливості використання інформації соціальних мереж в інформаційно-аналітичній діяльності. URL: <http://nbuviap.gov.ua/images/konferenciya/2015/Vushnevsk.pdf>
4. Вовк Н. С., Жаворонко С. В. Позиціонування бібліотеки у молодіжному інтернет-середовищі // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія, 2021. № 2. С. 23–32.
5. Волян Н. П. Технології Веб 2.0 у бібліотечній діяльності : метод. матеріали. Рівне, 2011. 28 с. URL: <http://libr.rv.ua/data/files/123/8da16c2b4586f7b335004ab4b73fd948.pdf>
6. Воскобойнікова-Гузєва О. В. Сучасна бібліотека у швидкозмінюваному світі: моделі розвитку та партнерства. URL: <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/663>
7. Гранчак Т. Використання національними бібліотеками соцмереж для представлення бібліотечних продуктів і послуг // Бібл. Вісн. 2016. № 1(231).
8. Дослідження ефективності використання соціальних мереж у науковотехнічній бібліотеці в умовах інформаційного суспільства / підгот. Ю. В. Кобітович. Івано-Франківськ : НТБ ІФНТУНГ, 2016. 14 с. URL : <http://elar.nung.edu.ua/bitstream/123456789/4566/1/socmerezhi.pdf>
9. Іванчук К. В. Соціальні медіа як ЗМІ // Мов. і концептуал. картини світу.

2013. Вип. 4 (2). С. 16–23. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2013_46%282%29_5
10. Мар'їна О. Бібліотеки та соціальні медіа: технології взаємодії // Вісн. Кн. палати. 2012. № 8. С. 1–3.
11. Мар'їна О. Ю. Бібліотеки України у цифровому медіапросторі: теоретико-методологічні засади розвитку: дисертація : 27.00.03 / ХДАК. Харків, 2018. 514 с. URL: https://ic.ac.kharkov.ua/nauk_rob/specrada/specrada/old_2018/Marjina/disMarjina2.pdf
12. Перенесієнко І. Використання можливостей соціальної інтернет-мережі Facebook у роботі бібліотек // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. Київ, 2013. Вип. 35. С. 203–212.
13. Пилипенко Н. В. Формування іміджу бібліотеки за допомогою соціальних медіа. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/132414137.pdf>
14. Романуха З. Університетські бібліотеки України в соціальних мережах // Бібліотечний вісник. 2014. № 1. С. 12-16. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bv_2014_1_5
15. Самсонов М. Реклама бібліотек в онлайн-соціальних мережах // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. Київ, 2012. Вип. 33. С. 532–542.
16. 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.
17. Соцков О. В. Бібліотеки у соціальних мережах: особливості та кроки ефективного просування // 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. С. 79–84. URL: <https://repo.knmu.edu.ua/bitstream/123456789/17793/1/%d0%a1%d0%be%d1>

[%86%d0%ba%d0%be%d0%b2.pdf](#)

18. Соцков О. Тренди для бібліотек у соціальних мережах // Бібліотечний форум: історія, теорія і практика. 2017. № 3. С. 15–17.
19. Струнгар В. Використання бібліотеками соціальних мереж та медіа-хостингів // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. 2019. Вип. 53. С. 90-106. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/everlib/item/er-0003550>
20. Струнгар В. Представлення бібліотеки в інтерактивному медіа-середовищі: змістовий аналіз. Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. 2017. Вип. 46. С. 329 – 344. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/npnbuimviv_2017_46_22
21. Струнгар В. Соціальні медіа в сучасному інформаційно-бібліотечному середовищі // Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. 2014. Вип. 39. С. 219-229. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/npnbuimviv_2014_39_20
22. Струнгар В. Формування стратегії бібліотечного представництва в соціальних медіа: досвід провідних бібліотек // [Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського](#). 2018. Вип. 50. С. 329-343. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/npnbuimviv_2018_50_27
23. Хитик В. І. Соціальні медіа як інструмент бібліотечного інтернет-маркетингу // 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. С. 90–93. URL: <https://repo.knmu.edu.ua/handle/123456789/17983>
24. Хрущ С. С., Чайковська О. А., Толмач М. С. Методи аналізу комунікацій в соціальних мережах. Матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. «Інформаційні технології в культурі, мистецтві, освіті, науці, економіці та бізнесі». Київ, 2020 р. Київ, 2020. С. 92–95
25. Чуприна Л. Оперативна інформація в соціальних мережах: особливості

- обігу та використання бібліотеками // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. Київ, 2012. Вип. 33. С. 507–523.
- 26.**Шемаєва Г. Електронні ресурси бібліотек України в інформаційному забезпеченні науки: стан та перспективи розвитку // Бібліотечна планета. 2006. № 4. С. 21-25. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bp_2006_4_6
- 27.**Davydova I., Marina O., Solianyk A., Syerov Y. Social Networks in Developing the Internet Strategy for Libraries in Ukraine // International Workshop on Control, Optimisation and Analytical Processing of Social Networks (COAPSN-2019), Lviv, Ukraine, May 16-17, 2019. Lviv, 2019. P. 122-133. URL: <https://ceur-ws.org/Vol-2392/paper10.pdf>
- 28.**DIGITAL 2023: GLOBAL OVERVIEW REPORT. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>
- 29.**Khaletska L., Klynina T., Yuliia K., & Peleshchyshyn A. (2020). Network communication technologies in the activity of children's libraries of Ukraine. In COAPSN (pp. 86-100). URL: <http://ceur-ws.org/Vol-2616/paper8.pdf>
- 30.**Tiurmenko I., Khaletska L., Struk I., & Andrukhiv A. (2022). Digital Teaching and Learning Resources of the Ukrainian Children's Libraries Websites. In Developments in Information & Knowledge Management for Business Applications (pp. 471-490). Springer, Cham.
- 31.**trendHERO. URL: <https://trendhero.io/ua/>

ДОДАТОК А

*Аналіз представлення національних бібліотек світу в соціальній мережі**Instagram*

№	Назва бібліотеки	Офіційний сайт бібліотек	Наявність сторінки в Instagram	Нік	Кількість публікацій	Кількість підписників	Кількість підписок
1	Австрійська національна бібліотека (Австрія)	https://www.onb.ac.at/	+	https://www.instagram.com/nationalbibliothek/	1582	12,6 тис.	67
2	Азербайджанська національна бібліотека (Азербайджан)	https://www.millikitabxana.az/	+	@milli_kitabxana_	1081	953	2
3	Національна бібліотека Єгипту (Єгипет)	https://nationalarchives.gov.eg/	-	-	-	-	-
4	Бібліотека Конгресу США (США)	http://loc.gov/	+	librarycongress	2224	251 тис.	28
5	Бібліотеки та архіви Канади (Канада)	http://www.collecticonscanada.gc.ca/	+	https://www.instagram.com/libraryarchives/	357	14,7 тис.	395
6	Королівська бібліотека (Данія)	https://www.kb.dk/	+	https://www.instagram.com/detkglibliotek/	149	2195	49
7	Королівська бібліотека - Національна бібліотека Швеції (Швеція)	https://www.kb.se/	-	-	-	-	-
8	Королівська бібліотека Бельгії (Бельгія)	https://www.kbr.be/en/	+	https://www.instagram.com/kbrbe/	605	3693	302
9	Німецька Національна бібліотека (Німеччина)	https://www.dnb.de/EN/Home/home_node.html	+	https://www.instagram.com/deutschenationalbibliothek/	62	502	49
10	Національна і університетська бібліотека «Св. Климента Охридського» в	http://nubsk.edu.mk/	-	-	-	-	-

	Скоп'є (Македонія)						
11	Національна і університетська бібліотека Словенії (Словенія)	https://www.nuk.uni-lj.si/	-	-	-	-	-
12	Національна академічна бібліотека Республіки Казахстан (Казахстан)	http://www.nlrk.kz/page.php	+	https://www.instagram.com/ulttyq_kitapkhana/?hl=ru%2F	4,744	22,3 тис.	157
13	Національна бібліотека «Св. Св. Кирил и Методий» (Болгарія)	https://www.nationallibrary.bg/www/contact-us/	+	https://www.instagram.com/national.library.bulgaria/	70	464	9
14	Національна бібліотека Ізраїлю (Ізраїль)	https://www.nli.org.il/he	+	https://www.instagram.com/nli_israel	1229	12,8 тис.	441
15	Національна бібліотека Індії (Індія)	https://www.nationallibrary.gov.in/	-	-	-	-	-
16	Національна бібліотека Індонезії (Індонезія)	http://perpusnas.go.id/	+	https://www.instagram.com/perpusnas.go.id/	2928	292 тис.	192
17	Національна бібліотека Ірландії (Ірландія)	https://www.nli.ie/	+	https://www.instagram.com/nationallibraryofireland/	2320	25,6 тис.	294
18	Національна Бібліотека Ісламської Республіки Іран (Іран)	https://nli.ir/	+	https://www.instagram.com/nlaiir/?hl=en	1535	14 тис.	3
19	Національна бібліотека Іспанії (Іспанія)	https://www.bne.es/es	+	https://www.instagram.com/bnebiblioteca	999	67 тис.	107
20	Національна бібліотека Австралії (Австралія)	https://www.nla.gov.au/	+	https://www.instagram.com/nationallibraryaus/	2076	28 тис.	330
21	Національна бібліотека Аргентини (Аргентина)	https://www.bn.gov.ar/	+	https://www.instagram.com/biblioteca_nacional_argentina/	5844	63 тис.	360
22	Національна бібліотека	https://www.gov.br/	+	bibliotecanacional.br	2783	93,3 тис.	149

	Бразилії (Бразилія)	bn/pt-br					
23	Національна бібліотека в Хорватії (Хорватія)	https://www.w.nsk.hr/	+	https://www.instagram.com/nskzagreb/	1631	1623	149
24	Національна бібліотека В'єтнама (В'єтнам)	https://nlv.gov.vn/	-	-	-	-	-
25	Національна бібліотека Великобританії (Великобританія)	https://www.w.bl.uk/	+	https://www.instagram.com/britishlibrary	2089	392 тис.	192
26	Національна бібліотека Греції (Греція)	http://www.w.nlg.gr/	+	https://www.instagram.com/national library of greece	577	26,6 тис.	96
27	Національна бібліотека Естонії (Естонія)	https://www.w.rara.ee/	+	https://www.instagram.com/rahvusraamatukogu/	1024	1953	339
28	Національна бібліотека Китаю (Китай)	https://www.w.nlc.cn/web/select.html	-	-	-	-	-
29	Національна бібліотека Колумбії (Колумбія)	https://bibliotecanacional.gov.co/es-co	+	https://www.instagram.com/bibliotecanacionalco/	2346	38,3 тис.	145
30	Національна бібліотека Кореї (Корея)	https://www.w.nl.go.kr/	+	https://www.instagram.com/nationallibraryofkorea/	1459	15,7 тис.	200
31	Національна бібліотека Лівії (Лівія)	-	-	-	-	-	-
32	Національна бібліотека Латвії (Латвія)	https://www.w.lnb.lv/	+	https://www.instagram.com/lnb.lv/	899	3996	203
33	Національна бібліотека Литви (Литва)	https://www.w.lnb.lt/	+	https://www.instagram.com/nacionalinebiblioteka/	442	1 581	74
34	Національна бібліотека Люксембургу (Люксембург)	https://bnl.public.lu/fr.html	+	https://www.instagram.com/bnluxembourg/	260	2283	62
35	Національна бібліотека Мексики (Мексика)	https://bnm.iib.unam.mx/	-	-	-	-	-

36	Національна бібліотека Монголії (Монголія)	https://nationallibrary.mn/	-	-	-	-	-
37	Національна бібліотека Нідерландів (Нідерланди)	https://www.kb.nl/	+	https://www.instagram.com/koninklijkebibliotheek/	475	4366	384
38	Національна бібліотека Норвегії (Норвегія)	https://www.nb.no/	+	https://www.instagram.com/nasjonalbiblioteket/	2285	26,3 тис.	841
39	Національна бібліотека Південної Африки (Південно-африканська республіка)	https://www.nlsa.ac.za/	+	https://www.instagram.com/national_library_of_south_africa/	271	1303	800
40	Національна бібліотека Пакистану (Пакистан)	http://www.nlp.gov.pk/	-	-	-	-	-
41	Національна бібліотека Панами (Панама)	https://binacional.ac.pa/binacional/	-	-	-	-	-
42	Національна бібліотека Португалії (Португалія)	https://www.bnportugal.gov.pt/	-	-	-	-	-
43	Національна бібліотека Республіки Молдова (Молдова)	http://www.bnrm.md/	-	-	-	-	-
44	Національна бібліотека Румунії (Румунія)	https://www.bibnat.ro/	+	https://www.instagram.com/biblioteca_nationala_ro/	55	302	111
45	Національна бібліотека Саудівської Аравії (Саудівська Аравія)	https://kfnl.gov.sa/ar/Pages/default.aspx	+	https://www.instagram.com/kfnl_gov_sa/	6841	6595	0
46	Національна бібліотека Сербії (Сербія)	http://nbs.rs/	+	https://www.instagram.com/narodnabibliotekasrbije/	869	5370	118
47	Національна бібліотека Турції (Турція)	http://www.millikutuphane.gov.tr/	+	https://www.instagram.com/tckulturturizm/	4084	211 тис.	63

		v.tr/					
48	Національна бібліотека Угорщини (Угорщина)	https://www.oszk.hu/	-	-	-	-	-
49	Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського (Україна)	http://www.nbu.gov.ua/	-	-	-	-	-
50	Національна бібліотека Фінляндії (Фінляндія)	https://www.kansalliskirjasto.fi/en	+	https://www.instagram.com/kansalliskirjasto/	1124	3254	205
51	Національна бібліотека Франції (Франція)	https://www.bnf.fr/fr	+	https://www.instagram.com/labnf/	1716	124 тис.	436
52	Національна бібліотека Чеської Республіки (Чехія)	https://www.nkp.cz/	+	https://www.instagram.com/narodni_knihovna_cr	461	3508	349
53	Національна бібліотека Чилі	https://www.bibliotecanacional.gob.cl/	+	https://www.instagram.com/bnchile/?hl=es-la	1947	71,2 тис.	113
54	Національна Парламентська бібліотека Грузії (Грузія)	https://www.nplg.gov.ge/geo/home	-	-	-	-	-
55	Національна парламентська бібліотека Японії (Японія)	https://www.ndl.go.jp/	+	https://www.instagram.com/ndlimagebank	176	2764	1
56	Національна Польська бібліотека (Польща)	https://www.bn.org.pl/	+	https://www.instagram.com/bibliotekanarodowa	682	7742	445
57	Національна центральна бібліотека Риму (Італія)	https://www.cenl.org/library/the-central-national-library-of-rome/	-	-	-	-	-
58	Національна центральна бібліотека Тайвані (Тайвань)	https://www.ncl.edu.tw/	-	-	-	-	-
59	Словацька національна бібліотека	https://www.snk.sk/en/	+	https://www.instagram.com/slovenskanarodnakniz	380	736	14

	(Словакія)			nica/			
60	Швейцарська національна бібліотека NL (Швейцарія)	https://www.nb.admin.ch/snl/d/e/home.html	+	https://www.institutes.com/swissnationallibrary/	251	6871	636

ДОДАТОК Б

*Детальний аналіз залученості аудиторії на сторінках національних
бібліотек світу*

№	Назва бібліотеки/назва акаунту	Середня кількість лайків/ пост	Середня кількість коментарів/ пост	Середня кількість переглядів відео	Публікації за 7 днів	Залученість аудиторії	Аудиторія/ Якісна аудиторія
1	Національна бібліотека Великобританії (Великобританія)/@britishlibrary	1,4 тис.	8	8,4 тис.	3,42	0,4%	392 тис. /247,7 тис.
2	Національна бібліотека Індонезії(Індонезія)/@perpusnas.go.id	215	3	2000	1,37	0,5%	292 тис. /187,4 тис.
3	Бібліотека Конгресу США (США)/@librarycongress	881	4	8,1 тис.	6,3	0,4%	251 тис. /179,6 тис.
4	Національна бібліотека Турції (Турція)/@tckulturizm	278	0	3,2 тис.	0,39	0,1%	211 тис. /149,1 тис.
5	Національна бібліотека Франції (Франція)/@labnf	563	7	7,1 тис.	5,54	0,4%	124 тис. /71 тис.
6	Національна бібліотека Бразилії (Бразилія)/@bibliotecanacional.br	75	1	0	6,65	0,1%	93,3 тис. /51 тис.
7	Національна бібліотека Чилі/@bnchile	87	0	490	2,01	0,1%	71,2 тис. /39,2 тис.
8	Національна бібліотека Іспанії (Іспанія)/@bne_	456	4	3,3 тис.	3,61	0,7%	67 тис. /35,3 тис.

	biblioteca						
9	Національна бібліотека Аргентини (Аргентина)/@biblioteca_nacional_argentina	21	0	0	29,96	0,04%	63 тис. /34,9 тис.
10	Національна бібліотека Колумбії (Колумбія)/@bibliotecanalco	89	1	318	11,39	0,2%	38,3 тис. /21 тис.

ДОДАТОК В

Дослідження частки унікального контенту в соціальній мережі Instagram

№	Назва бібліотеки/назва акаунту	Звичайні текстові дописи	Унікальний контент	
			Оцифровані матеріали	Виробнича діяльність
1	Національна бібліотека Великобританії (Великобританія)/@britishlibrary	3	6	1
2	Національна бібліотека Індонезії(Індонезія)/@perpusnas.go.id	9	1	0
3	Бібліотека Конгресу США (США)/@librarycongress	0	9	1
4	Національна бібліотека Турції (Турція)/@tckulturturizm	8	2	0
5	Національна бібліотека Франції (Франція)/@labnf	2	8	0
6	Національна бібліотека Бразилії (Бразилія)/@bibliotecanacional.br	2	8	0
7	Національна бібліотека Чилі/@bnchile	4	6	0
8	Національна бібліотека Іспанії (Іспанія)/@bne_biblioteca	6	3	1
9	Національна бібліотека Аргентини (Аргентина)/@biblioteca_nacional_argentina	4	6	0
10	Національна бібліотека Колумбії (Колумбія)/@bibliotecanalco	1	9	0

ДОДАТОК Г

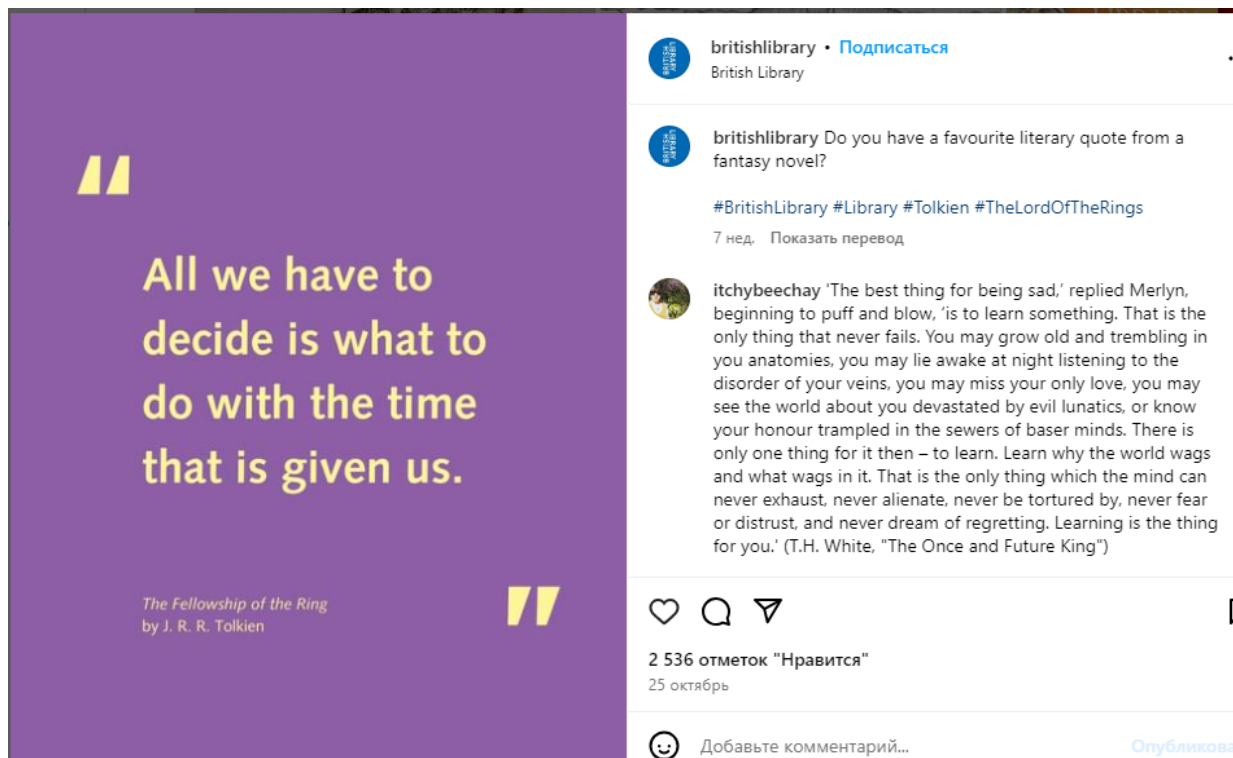
Дослідження унікальних акаунтів бібліотек світу

№	Нік акаунту	Опис
1	NYPL Collection Management department/@nyplcollectionmanagement	Відділ управління колекціями NYPL - проводить підготовку до надзвичайних ситуацій, превентивну консервацію, тощо.
2	NYPL Conservation/@nyplconservation	Служба консервації NYPL підтримує довгострокове зберігання і доступ до великих і різноманітних колекцій дослідницьких центрів NYPL.
3	NYPL Performing Arts/@nypl_lpa	Одна з найбільших у світі колекцій довідкових та архівних матеріалів з виконавського мистецтва.
4	NYPL Teens/@nyplteens	Спільнота підлітків NYPL
5	The Wallach Division of Art, Prints and Photographs/@nyplart	Відділ мистецтва, естампів та фотографій ім. Валлаха. Мистецька частина NYPL.
6	Young Lions of NYPL/@nyplyounglions	Спільнота Молоді Леви NYPL - це літературно налаштовані нью-йоркці у віці від 20 до 30 років.
7	@epiphanynypl	Акаунт філії NYPL, розташованої в районі Грамерсі на Манхеттені
8	@nypl_yorkville	Філіал NYPL
9	@nyplshop	Акаунт магазину NYPL
10	@melroselibrary_nypl	Акаунт філіалу бібліотеки NYPL
11	@websternypl	Акаунт філіалу бібліотеки NYPL
12	@nyplbookmobile	Акаунт мобільної бібліотеки NYPL, яка доставляє книги до громад по всьому Нью-Йорку
13	@nyplbusiness	Бізнес-центр NYPL - це головна публічна бібліотека, орієнтована на малий бізнес та фінанси.
14	@epiphanynyplfilmrecs	Акаунт NYPL, присвячений рекомендаціям фільмів.
15	@nyplbookcycle	Акаунт, присвячений пересувному велосипеду з книгами NYPL
16	@nypleducators	Акаунт Центру для освітян та шкіл NYPL
17	The Preservation Lab/@thepreservationlab	Спільна лабораторія книги та паперу, що обслуговує Публічну бібліотеку округу Цинциннаті та Гамільтон і бібліотеки Університету Цинциннаті.
18	Harvard Library Preservation	Служби збереження Гарвардської бібліотеки:

	Services/@harvardpreservation	Забезпечення довговічності та придатності для використання відомих бібліотечних колекцій Гарварду
19	University of Delaware undergraduate and graduate programs in art conservation/@Art Conservation & Science	Бакалаврські та аспірантські програми з мистецтва консервації в Університеті Делаверу
20	@nyplmaps	Дослідницька колекція карт і геопросторових даних, NYPL
21	@metlibrary	Метрополітен-музей представляє понад 5000 років мистецтва з усього світу
22	@librariesunlimited	Організація заходів
23	@blqfpconservation	Реставраційна студія
24	@britishlibrary_imagesonline	Окрема сторінка для зображень Британської національної бібліотеки
25	@freelibraryrarebooks	Відділ рідкісних книг Вільної бібліотеки Філадельфії
26	@gallicabnf	Цифрова бібліотека Франції
27	@wellcomecollection	Безкоштовна бібліотека, присвячена здоров'ю та людському досвіду
28	@georgepeabodylibrary	Проведення весільних церемоній
29	@edenwaldlibrarynypl	Організація заходів
30	@bookandpaperconservation	Відділ консервації рідкісних книг
31	@uib_ubbspes	Відділ спеціальних колекцій бібліотеки Бергенського університету. Фотографії, рукописи, рідкісні книги, карти, гравюри та ілюстрації, Науковий архів
32	@agslibrary	Акаунт Бібліотеки Американського географічного товариства (Карти, атласи)

Звичайний та професійний контент на сторінці Британської національної бібліотеки в Instagram

Звичайний текстовий допис



All we have to decide is what to do with the time that is given us.

The Fellowship of the Ring
by J. R. R. Tolkien

britishlibrary • [Подписаться](#)
British Library

britishlibrary Do you have a favourite literary quote from a fantasy novel?

#BritishLibrary #Library #Tolkien #TheLordOfTheRings

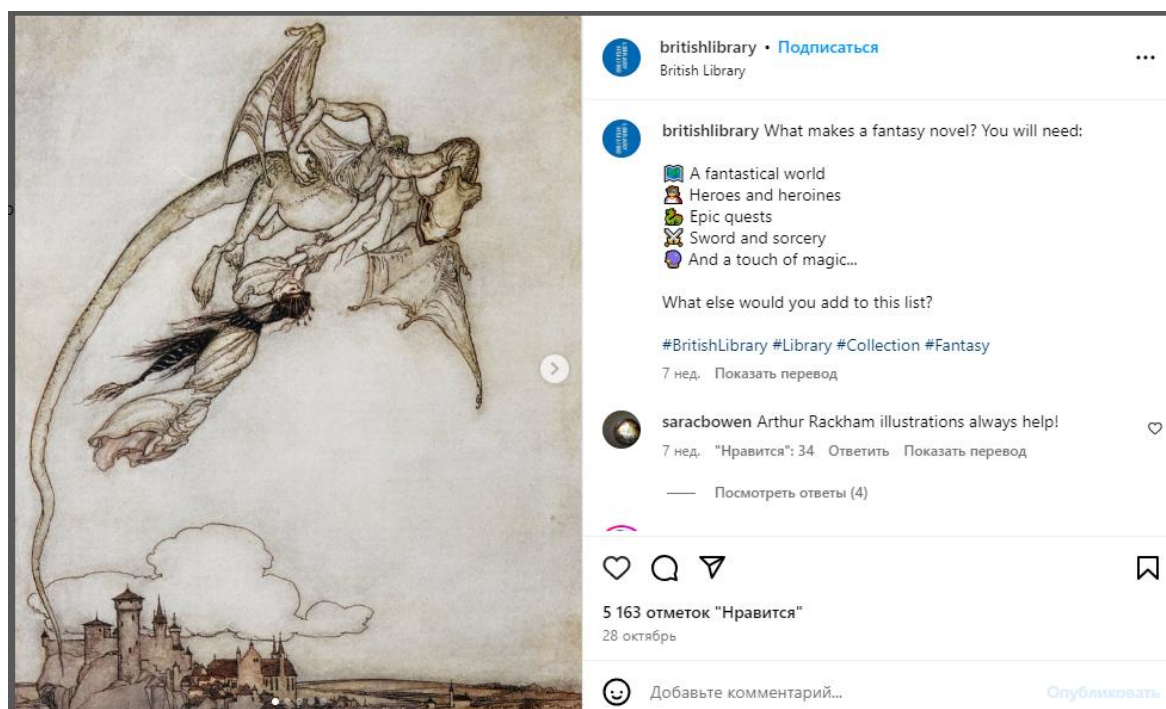
7 нед. Показать перевод

itchybeechnay 'The best thing for being sad,' replied Merlyn, beginning to puff and blow, 'is to learn something. That is the only thing that never fails. You may grow old and trembling in you anatomies, you may lie awake at night listening to the disorder of your veins, you may miss your only love, you may see the world about you devastated by evil lunatics, or know your honour trampled in the sewers of baser minds. There is only one thing for it then – to learn. Learn why the world wags and what wags in it. That is the only thing which the mind can never exhaust, never alienate, never be tortured by, never fear or distrust, and never dream of regretting. Learning is the thing for you.' (T.H. White, "The Once and Future King")

2 536 отметок "Нравится"
25 октябрь

Добавьте комментарий... [Опубликовать](#)

Контент, що демонструє унікальні документи з фонду, розкриває особливості виробничих процесів:



britishlibrary • [Подписаться](#)
British Library

britishlibrary What makes a fantasy novel? You will need:

- A fantastical world
- Heroes and heroines
- Epic quests
- Sword and sorcery
- And a touch of magic...

What else would you add to this list?

#BritishLibrary #Library #Collection #Fantasy

7 нед. Показать перевод

saracbowen Arthur Rackham illustrations always help!

7 нед. "Нравится": 34 Ответить Показать перевод

Посмотреть ответы (4)

5 163 отметок "Нравится"
28 октябрь

Добавьте комментарий... [Опубликовать](#)



britishlibrary
British Library

britishlibrary From the Magna Carta to 17th century terrestrial globes to 21st century journals, digitisation helps us to open our collections to new audiences all around the world, as well as giving new life to the vulnerable originals.

Attention to the originals is paramount. Manuscripts are more fragile than modern books, and the greatest care is taken in handling them so we don't damage bindings, as well as correct light exposure to capture a faithful reproduction.

We've been at the forefront of digitisation for over 20 years, and as well as reproducing items to view digitally online, we also use this technology to take an exploratory dive into our collection to



Уподобали **bibliovita** і ще 1 283

16 жовтень 2023 р.



britishlibrary
British Library

britishlibrary From the Magna Carta to 17th century terrestrial globes to 21st century journals, digitisation helps us to open our collections to new audiences all around the world, as well as giving new life to the vulnerable originals.

Attention to the originals is paramount. Manuscripts are more fragile than modern books, and the greatest care is taken in handling them so we don't damage bindings, as well as correct light exposure to capture a faithful reproduction.

We've been at the forefront of digitisation for over 20 years, and as well as reproducing items to view digitally online, we also use this technology to take an exploratory dive into our collection to



Уподобали **bibliovita** і ще 1 283

16 жовтень 2023 р.



britishlibrary British Library ...

britishlibrary From the Magna Carta to 17th century terrestrial globes to 21st century journals, digitisation helps us to open our collections to new audiences all around the world, as well as giving new life to the vulnerable originals.

Attention to the originals is paramount. Manuscripts are more fragile than modern books, and the greatest care is taken in handling them so we don't damage bindings, as well as correct light exposure to capture a faithful reproduction.

We've been at the forefront of digitisation for over 20 years, and as well as reproducing items to view digitally online, we also use this technology to take an exploratory dive into our collection to

♡ 💬 📌

Уподобали **bibliovita** і ще 1 283
16 жовтень 2023 р.



britishlibrary British Library ...

britishlibrary From the Magna Carta to 17th century terrestrial globes to 21st century journals, digitisation helps us to open our collections to new audiences all around the world, as well as giving new life to the vulnerable originals.

Attention to the originals is paramount. Manuscripts are more fragile than modern books, and the greatest care is taken in handling them so we don't damage bindings, as well as correct light exposure to capture a faithful reproduction.

We've been at the forefront of digitisation for over 20 years, and as well as reproducing items to view digitally online, we also use this technology to take an exploratory dive into our collection to

♡ 💬 📌

Уподобали **bibliovita** і ще 1 283
16 жовтень 2023 р.

😊 [Опублікувати](#)

Звичайний та унікальний контент на сторінці Національної бібліотеки

Кореї в Instagram

Допис, зроблений із використання унікальних матеріалів



Звичайний текстовий допис

