

<https://doi.org/10.15407/np.73.009>
УДК 027.54(477.83-25):025.5:004.77

Надія Зубко,

кандидат історичних наук, науковий співробітник,
Львівська національна наукова бібліотека України імені В. Стефаника
вул. Стефаника, 2, Львів, 79000, Україна
старший викладач,
Національний лісотехнічний університет України
вул. Генерала Чупринки, 103, Львів, 79057, Україна
e-mail: nadiannazubko@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7394-8490>,
Scopus Author ID: 58571101300

Наталія Прокопенко,

молодший науковий співробітник,
Львівська національна наукова бібліотека України імені В. Стефаника
вул. Стефаника, 2, Львів, 79000, Україна
e-mail: prokopenkonatalja2019@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-6633-7169>

**ФЕЙСБУК ЯК ВАЖЛИВИЙ КАНАЛ КОМУНІКАЦІЇ
ЛЬВІВСЬКОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ НАУКОВОЇ
БІБЛІОТЕКИ УКРАЇНИ ІМЕНІ В. СТЕФАНИКА**

У статті розкрито особливості комунікаційної діяльності Львівської національної наукової бібліотеки України ім. В. Стефаника через соціальну мережу «Фейсбук», яка з 2015 р. служить своєрідним «літописом подій», документує та популяризує діяльність книгозбірні. Розглянуто цільову аудиторію акаунту; окреслено проблематику дописів – інформування про організовані конференції, круглі столи, святкові урочистості, візити непересічних постатей, презентації книг, реалізовані проекти, нові бібліотечні простори та сервіси, з'ясовано їх тематичні пріоритети; схарактеризовано типо-видові домінанти; визначено публікації з найширшим охопленням і найвищим реагуванням.

Ключові слова: соціальна мережа, фейсбук, цільова аудиторія, види дописів, Львівська національна наукова бібліотека України ім. В. Стефаника.

За сучасних умов для просування інформаційних продуктів і послуг бібліотеки активно використовують соціальні медіа. Вони забезпечують установу інструментарієм для реалізації успішної маркетингової діяльності з огляду на популярність серед інтернет-користувачів, забезпечують доступ до певної цільової аудиторії (таргетування), інтерактивність, залученість користувачів до комунікаційних процесів, відсутність географічних та часових бар'єрів, широкі можливості застосування і відносно низьку вартість [18, с. 130]. Обслуговування клієнтів, просування товарів і послуг, інтенсифікація внутрішніх комунікацій, трансформування корпоративної культури – це ті сфери, які, на думку експерта з маркетингу М. Томаса, можна розвинути за допомогою соціальних медіа [11, с. 97–98].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Соціальні мережі неодноразово ставали об'єктом досліджень українських і закордонних науковців. В останнє десятиліття інтерес до соціальних медіа значно зріс. Як ефективний інструмент промоції книг, читання, бібліотек та інформаційно-аналітичних продуктів їх аналізували Г. Булахова [1], Н. Вітушко [2], Т. Гранчак [4], І. Недошитко, Л. Біловус, Т. Вількова [7], Л. Савицька [9], І. Терещенко [10], О. Федоренко [12], Л. Чернявська [13], Т. Яворська [14] та інші дослідники. Діяльності соціальних мереж університетських бібліотек присвячено статті Ю. Горбань і Н. Гайсинюк [3], З. Романухи [8], П. Шахаріма [19] та інших авторів. У статті Ю. Степень увагу акцентовано на значенні соціальних медіа для маркетингової діяльності бібліотек і необхідності розвивати відповідні фахові компетенції [20]. Ряд поширених практик створення та ведення сторінки в мережі «Фейсбук» закордонними установами розкрито в працях К. Біковської [15], Е. Вассілакакі та Е. Гаруфаллу [21], Г. Гмітерек [17], Л. Ганстер і Б. Шумахер [16]. Проте проблематика й динаміка дописів на фейсбук-сторінці Львівської національної наукової бібліотеки України ім. В. Стефаника (далі – ЛННБ України ім. В. Стефаника) досі залишалася не вповні дослідженою. Перші результати наукових студій із цієї теми було репрезентовано на конференції «Бібліотека. Наука. Комунікація. Інтеграція у міжна-

родний бібліотечний простір», організований Національною бібліотекою України ім. В. І. Вернадського в жовтні 2024 р. [5].

У цій публікації автори прагнули поглибити дослідження особливостей комунікаційної діяльності ЛННБ України ім. В. Стефаника через соціальну мережу «Фейсбук». Власне, **мета статті** – розглянути цільову аудиторію фейсбук-сторінки ЛННБ України ім. В. Стефаника, окреслити проблематику дописів, з'ясувати їх тематичні пріоритети, схарактеризувати типо-видові домінанти, визначити публікації з найширшим охопленням і найвищим реагуванням.

Проведене дослідження потребувало використання ряду методів: аналіз – для виявлення пріоритетних тем і проблем, порушених у дописах; систематизація – для впорядкування дописів на підставі їх змісту, призначення, форми та інших ознак; порівняльний – для зіставлення дописів схожої проблематики, їх типової структури й реакцій прихильників; статистичний – для обрахунку та інтерпретування абсолютних і відносних показників оприлюдненого контенту, виявлення певних тенденцій та закономірностей тощо. Варто зауважити, що соціальна мережа «Фейсбук» самостійно генерує основні кількісні показники, що характеризують цільову аудиторію, визначають рейтинги дописів на підставі таких параметрів, як охоплення, залучення, пропагування.

Виклад основного матеріалу. Соціальна мережа «Фейсбук» – один з основних каналів комунікації ЛННБ України ім. В. Стефаника із стейкхолдерами: зареєстрованими та потенційними користувачами; учасниками й гостями організованих наукових або культурно-просвітницьких заходів; меценатами та партнерами; працівниками; колегами з інших бібліотек, академічних установ, інституцій соціальної пам'яті, професійних асоціацій; представниками органів місцевого самоврядування, грантодавців й інших організацій, зацікавлених у співпраці.

Акаунт ЛННБ України ім. В. Стефаника у фейсбуці зареєстровано 31 січня 2015 р. На 1 липня 2024 р. він фіксував 2 тис. 608 читачів, з яких 71,7% – жінки. Вони домінували серед усіх вікових груп, найчисленніші серед них – читачі від 35 до 44 років (27,6%) і від 45 до 54 років (24%). Кожен п'ятий читач перетнув вікову позначку в 25 років, але ще не досяг 34. Найменше прихильників фейсбук-

сторінки ЛННБ України ім. В. Стефаника серед молодих людей віком 18–24 років (рис. 1).

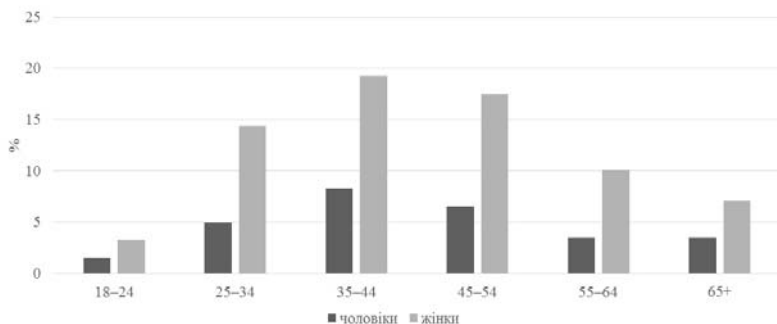


Рис. 1. Прихильники фейсбук-сторінки ЛННБ України ім. В. Стефаника: гендерно-віковий аспект

Більшість читачів фейсбук-сторінки з України – 60,1%. Ідеться насамперед про мешканців Львова (72,5%), Києва (15,8%), Івано-Франківська (2,3%) та інших міст, зазначених на рис. 2. За сторінкою бібліотеки стежать також із Польщі (6,4%), Німеччини (1,9%), США (1,6%), Канади (1,3%), Великої Британії (1,2%) та інших країн.

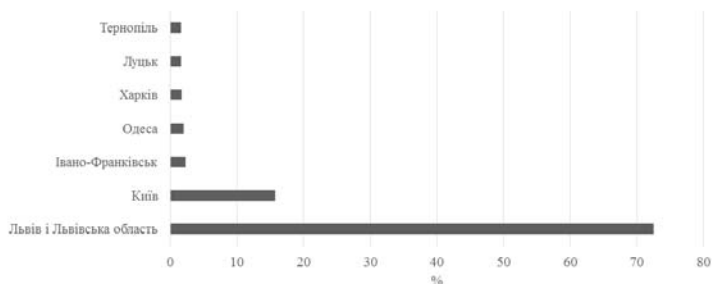


Рис. 2. Прихильники фейсбук-сторінки ЛННБ України ім. В. Стефаника: регіональний аспект

Статистичні дані засвідчують, що в 2023 р. на 23,1% проти 2022 р. зросла кількість користувачів, які хоча б раз побачили контент, поширений на фейсбук-сторінці ЛННБ України ім. В. Стефаника, або

інформацію про неї (показник «охоплення»). Торік сторінку відвідало 18 тис. 771 користувачів: це в 3,4 раза більше, ніж у 2022 р. На 39,6% більше акаунтів взаємодіяло з контентом фейсбук-сторінки: ставили вподобайки, залишали коментарі, перепоширювали його.

Упродовж перших п'яти років на фейсбук-сторінці ЛННБ України ім. В. Стефаника в середньому щорічно було опубліковано 354 дописи, серед яких домінували тексти про нові надходження й перепости (по понад 20%), оголошення (понад 15%), дописи про знаменні та пам'ятні дати і виставки (майже по 10%). Від 2020 р. кількість дописів істотно знизилася (рис. 3), зважаючи на переформування бібліотечно-інформаційного обслуговування користувачів і скорочення соціокультурних заходів в умовах пандемії коронавірусного захворювання та повномасштабного вторгнення РФ.

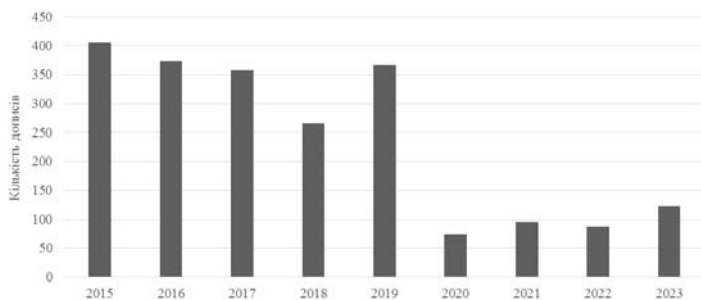


Рис. 3. Кількість дописів, опублікованих на фейсбук-сторінці ЛННБ України ім. В. Стефаника упродовж 2015–2023 рр.

Важливу роль у презентації ЛННБ України ім. В. Стефаника читачам відіграє інформаційний блок. Він повідомляє про місцезнаходження головного корпусу, відповідно, поштову адресу, URL-адресу, яка веде на офіційний вебсайт установи; адресу електронної скриньки для отримання цифрових листів; телефон та інші контактні дані. Частина відомостей стосується безпосередньо фейсбук-сторінки, зокрема ідентифікатор (1528849674070207), дата створення, відомості щодо адміністраторів і наявність активної реклами тощо. Важливу презентаційну функцію виконує коротка

довідка, у якій визначено час і передумови заснування книгозбірні, схарактеризовано фонди, розкрито напрями пріоритетних наукових студій і видавничої діяльності. Наведемо її текст повністю: «ЛННБ України ім. В. Стефаника одна з найбільших бібліотек нашої країни. Універсальні за змістом фонди становлять цінне зібрання вітчизняної та зарубіжної наукової, довідкової, навчальної та художньої літератури і нараховують понад 8 млн од. збереження. Бібліотека здійснює широкомасштабні дослідження української книги і періодики XVIII – поч. XX ст., видає монографічні дослідження, наукові збірники, численні науково-довідкові видання, бібліографічні покажчики та каталоги. Заснована 2 січня 1940 року як Львівська філія Бібліотеки Академії наук УРСР на базі націоналізованих радянською владою інституційних, державних та приватних книгозбірень Західної України» [6].

Упродовж 2015–2024 рр. було змінено дев'ять аватарів фейсбук-сторінки, в основі яких логотип установи, фото головного корпусу, портрети патрона бібліотеки, знаного українського письменника В. Стефаника; 63 обкладинки, які відтворюють екстер'єри та інтер'єри ЛННБ України ім. В. Стефаника, атмосферні книжкові зображення, листівки з нагоди міжнародних, державних і релігійних свят, пам'ятних та скорботних днів тощо.

У перші роки на фейсбук-сторінці ЛННБ України ім. В. Стефаника особливе місце посідали дописи, які розкривають її місію, характеризують структурні підрозділи, окреслюють доступні послуги. Скажімо, у 2015 р. оприлюднено дописи про Інститут досліджень бібліотечних мистецьких ресурсів, зал карткових каталогів, читальні зали. Так, один з них – перший – схарактеризовано в такий спосіб: «Нараховує понад 10 тис. видань з економіки, природознавства та техніки переважно за останні 5 років.

Кількість читацьких місць – 95. Світлий і відкритий простір <...>, прозора стеля і купол приміщення, фаховий і доброзичливий персонал, створюють особливу атмосферу для роботи із книгою» (допис від 2.09.2015). Через фейсбук читачів поінформовано про проведення оглядових і тематичних екскурсій, дні відкритих дверей, продаж видавничої продукції бібліотеки, бібліотечну велостоянку тощо.

У деяких дописах відстежуємо спроби налагодити діалог з читачами: «А що читаєте Ви? Друзі, напишіть нам, яка книга заповнює зараз Ваш вільний час?» (16.11.2015); наголосити на готовності допомогти: «Шановні користувачі ЛННБ України ім. В. Стефаника, якщо у Вас виникають питання, пишіть нам...» (14.04.2015) тощо. На нашу думку, такі звернення сприяли формуванню привабливого іміджу бібліотеки як наукової та культурної інституції, розумінню її основних функцій, демонструванню її сильних сторін.

Кожен п'ятий допис присвячено новим надходженням до фонду ЛННБ України ім. В. Стефаника. У них подано бібліографічну інформацію про одне або кілька видань, об'єднаних за певним принципом: тематикою, автором, видавцем, дарувальником і т. д. Зазвичай, такі публікації складалися з бібліографічного опису й анотації, доповнювалися зображеннями обкладинок і палітурок, сторінок зі змістом, титульних аркушів з дарчими написами; супроводжувалися покликаннями на відповідний розділ в електронному каталозі.

Науковий доробок своїх працівників анонсовано переважно під заголовком «Нові видання ЛННБ України ім. В. Стефаника». Ідеться про історико-бібліографічні та історико-книгознавчі дослідження «Українська преса в Україні та світі XIX–XX ст.» (2007–2020), «Путівники Львовом (друга половина XIX – початок XXI ст.)» М. Мовної (2013), «Часопис “Діло” (Львів, 1880–1939 рр.)» К. Курилишина (2015–2020), «Українські видавничі осередки в Німеччині, Франції та Чехословаччині у міжвоєнний період (1914–1939)» О. Хміль та М. Мовної (2018), «Літературно-мистецька періодика і збірники української європейської еміграції другої половини 1940-х років» Л. Головатой (2019), «Перше видання “Енеїди” (1798) І. П. Котляревського у бібліотеках, музеях, архівах світу» Л. Ільницької (2020), «Видавнича і суспільно-політична діяльність Юрія Тищенка-Сірого» О. Юркевич (2021) та ін. Такі нотатки не лише розкривали тематику наукових досліджень ЛННБ України ім. В. Стефаника, а й стимулювали розповсюдження випущених книжок.

Окремі повідомлення мали комплексний характер. Наприклад, допис від 15 травня 2022 р. презентував кілька праць, виданих з нагоди 150-річчя від дня народження В. Стефаника: «Вибрані

твори» з паралельними текстами українською та польською мовами; передрук «Творів» 1933-го року; антологію «Василь Стефаник у європейській пресі, 1899–1936» від Науково-дослідного інституту пресознавства; каталог «Стефаникіана в екслібрисі» (автор-укладач – Л. Купчинська), збірник доповідей і повідомлень Міжнародної наукової конференції «Василь Стефаник в українському та світовому соціокультурному просторі», проведеної 25–26 червня 2021 р.

Читачів інформували про доступ до баз даних та електронних колекцій. Так, у 2015 р. йшлося про електронні ресурси на платформі “EBSCO”: Academic Search Complete (ASC) та The Institution of Engineering and Technology (INSPEC), відкриті для користувачів у тестовому форматі. В останні роки зросла кількість дописів про представлені онлайн-колекції оцифрованих документів. Такі матеріали читачі активно коментували і вподобували. Особливе зацікавлення викликали реляції про удоступнення цифрових копій часописів «Світ дитини» (1919–1939) і «Буковина» (1885–1915), архівних документів Відділу рукописів Бібліотеки НТШ, що від 1944 р. зберігаються в Національному інституті імені Оссолінських у Вроцлаві. Названі дописи сягнули 3 тис. 072, 1 тис. 695 та 1 тис. 623 охоплень.

Упродовж 2015–2018 рр. доволі високою (16,8%) була питома вага матеріалів, присвячених знаковим і пам’ятним датам. Найбільше з них приурочено до річниці від дня народження або роковин від дня смерті письменників, художників, публіцистів, перекладачів, науковців. Переважно їх структуровано в такий спосіб: цитата з творів, коротка довідка про автора, покликання на його твори або праці про нього в електронному каталозі ЛННБ України ім. В. Стефаника. Наприклад: «“Ідея слави вкоронує українську духовність”. У цей день 1907 року народився Олег Ольжич (Олег Олександрович Кандиба) – український поет, політичний діяч, археолог. Син відомого поета Олександра Олеса» (допис від 21.07.2017) або «“Докопатися до істини ніколи не пізно”. 15 вересня 1890 року народилася Агата Крісті – англійська письменниця, майстриня і одна з найвідоміших у світі представниць детективного жанру» (допис від 15.09.2017). Зазвичай, такі дописи завершують переважно фразою: «Інформацію про видання <...>, праці про життя

та <...> діяльність можна переглянути в каталозі видань нашої бібліотеки» й ілюструють портретними зображеннями. Чимало дописів інформували про дати виходу друком знакових видань.

Серед дат, відзначених окремими дописами, – весілля майбутніх лауреатів Нобелівської премії П. Кюрі й М. Склодовської-Кюрі 25 липня 1895 р., викуп Т. Шевченка з кріпацької неволі 4 травня 1838 р., іменування 25 січня 1965 р. папою Павлом VI Й. Сліпого кардиналом і головою Української греко-католицької церкви (усі у 2017 р.). Окремі дописи лише констатували певну подію, наприклад: «22 травня 1861 р. відбулося перепоховання Тараса Шевченка на Чернечій горі у Каневі» (допис від 2015). Деякі фейсбук-повідомлення – інформативніші, зокрема публікації про «Листопадовий чин» – повстання, яке розпочалося у Львові 1 листопада 1918 р. і внаслідок якого проголошено Західно-українську Народну Республіку (допис від 1.11.2016); Українську Гельсінську спілку як першу легальну українську правозахисну організацію (допис від 9.11.2016). Важливо, що ці матеріали не лише скеровували читачів до документів відповідної тематики, а й привертали увагу до долі видатних українців і тим самим працювали на формування національної пам'яті.

Чимало дописів повідомляли про наукові, науково-методичні та культурно-просвітницькі заходи бібліотеки, доносячи інформацію про семінари, тренінги, захисти дисертацій, лекції, форуми, творчі вечори, презентації книг, зустрічі з літераторами, мистецькі та добродійні акції тощо. Особливу увагу приділяли конференціям. Так, практично щороку на фейсбук-сторінці звітували про засідання Комісії бібліографії і книгознавства НТШ; проведення конференції «Мистецька культура: історія, теорія, методологія» на базі Інституту досліджень бібліотечних мистецьких ресурсів.

Окремі дописи-репортажі розкривали особливості роботи пленарних і секційних засідань I та II Міжнародної наукової конференції «Видавничий рух в Україні: середовища, артефакти» (24–26 жовтня 2019 р.; 9 жовтня 2021 р.). Через репости зі сторінки Науково-дослідного центру пресознавства бібліотеки читачів повідомляли про конференції «Українська періодика: історія і сучасність».

Доволі розлого охарактеризовано конференцію «Отець Климентій Шептицький (1869–1951): життєвий і духовний шлях Блаженного Католицької Церкви», організовану в листопаді 2019 р. спільно з Постуляційним центром монастирів Студійського уставу УГКЦ. Читачів повідомлено про виголошені доповіді, а також презентації життєпису о. Климента Шептицького (автор – І. Матковський), олійного портрету архімандрита (художник – М. Шалабавка), банерної експозиції з основними віхами його життя та напрямками діяльності, тематичної виставки «Книгозбірня “Студіону” у фондах ЛННБ України імені В. Стефаника». Паралельно переповищено матеріали про виступи «Історико-культурна спадщина Шептицьких у фондах ЛННБ України ім. В. Стефаника» В. Ферштея, «Ігумен Климентій (Шептицький) як управитель книгозбірні «Студіону» М. Кривенко, «Родинна бібліотека Шептицьких у Прилбичах» І. Качур та інших доповідачів. Названі повідомлення марковано хештегом #Климентій_Шептицький_150.

Ряд дописів присвячено конференції «Василь Стефаник в українському та світовому соціокультурному просторі», організованій у червні 2021 р. до 150-річчя від дня народження видатного письменника. Вони інформують про відкриття ілюстративно-документальної виставки, презентацію антології «Василь Стефаник в європейській пресі 1899–1936 pp.», чин панахиди, покладання квітів до пам’ятника письменникові, погашення ювілейного конверта та поштової марки, інші урочистості. У листопаді – грудні 2023 р. кілька повідомлень присвячено круглому столу «Бібліотека НТШ – перша національна наукова бібліотека України: перервана історія», однойменній книжково-документальній і банерній виставці, іншим заходам з відзначення 150-річчя із часу заснування Наукового товариства ім. Т. Шевченка і 130-річчя Бібліотеки Товариства в ЛННБ України ім. В. Стефаника.

Важливо, що фейсбук-сторінка дає змогу не лише легко створювати анонси наукових і культурно-просвітницьких подій та запрошувати на них підписників сторінки, а й транслювати організовані заходи. Так, усі зацікавлені мали змогу переглядати в прямому етері «Оссолінські зустрічі», на яких систематично знані науковці, письменники, представники сфери культури й креативних індустрій,

громадські та політичні діячі порушують питання польсько-українських взаємин.

Чи не найбільше дописів інформують про виставки, розгорнуті в різних структурних підрозділах ЛННБ України ім. В. Стефаника й поза ними (загалом майже 250). Понад 90 повідомлень припало на 2017 та 2018 р. Тоді вони мали однотипну структуру: цитата, короткі відомості про ювіляра, огляд експонованих документів. Скажімо, допис про виставку, приурочену до 170-річчя від дня народження О. Барвінського, відкривають його слова: «Мова є власне тим сполучником, що з'єднує індивіди у різко визначені народні індивідуальності, кладе основи до її окремішнього існування і дає зародок до самостійного питомого життя». Відтак визначено його основні сфери діяльності («громадський діяч, педагог, історик»), зазначено, які види видань виставлено для огляду: шкільні підручники, промови, історичні студії, літературознавчі праці О. Барвінського, монографії та автореферати дисертації про цю видатну особистість; наведено назви конкретних друків; вказано дату, допоки експонуватиметься виставка (допис від 16.06.2017).

У 2023 р. найвищі показники охоплення (понад 1 тис.) отримали матеріали про урочисте відкриття й змістове наповнення виставки «Бібліотека НТШ – перша національна наукова бібліотека України» (дописи від 20.11.2023, 22.11.2023), «Книжкова Європеана з фонду відділу європейської книги XIX–XX ст.» (15.06.2023 і 8.09.2023), до 150-річчя від дня народження М. Міхновського (3.04.2023). Вагомий резонанс мали культурно-мистецькі експозиції, як-от показ народної ноші з приватної збірки О. Опарія в травні 2023 р. (7 тис. 595 охоплень). З огляду на перегляди популярні серед читачів бібліографічні огляди з циклу «Україна у світовій літературі та світова література в українських колекціях», започатковані в грудні 2022 р. відділом європейської книги XIX–XX ст.

Особливе місце серед дописів упродовж 2016–2018 рр. посідав розважально-пізнавальний контент. За посередництва фейсбуку поширено афоризми про книжку, читання, бібліотеки. Вони належать знаним українським та іноземним письменникам, філософам, науковцям і спонукають замислитися над роллю друко-

ваного слова у формуванні особистості, характеризують видання з різних, часом несподіваних поглядів, викликають позитивні емоції в книголюбів і заохочують до читання. Наприклад: «Книги осягають душу, піднімають і зміцнюють людину, пробуджують в ній кращі прагнення, загострюють її розум і пом'якшують серце» (В. Теккерей), «Покажи мені, що ти читаєш, і я скажу тобі, хто ти є, але якщо скажеш, що ти перечитав, то зможеш дізнатися про себе набагато більше» (Ф. Моріак). Зрідка крилаті вислови наводили мовою оригіналу та розміщували на тлі тематичних ілюстрацій.

За посередництва соціальної мережі читачів поінформовано про ухвалення нормативно-правових документів, серед яких Укази Президента України П. Порошенка: «Про присудження премій Президента України для молодих вчених 2016 року» (допис від 23.11.2016), «Про оголошення 2016 року Роком англійської мови в Україні» (18.07.2016), «Про забезпечення функціонування української мови як державної» (25.04.2019) та ін.

В останні роки на фейсбук-сторінці зросла кількість публікацій про міжнародні програми й грантові проєкти. Вони сповіщали про запланований комплекс реставраційних робіт головного корпусу бібліотеки як пам'ятки архітектури XVIII–XIX ст. у межах програми «Велике будівництво» (2021); обмін досвідом у межах проєкту «Спільна спадщина під загрозою: збереження і систематизація бібліотечних і музейних фондів ЛННБ України імені В. Стефаника»; формування цифрової колекції «Книжкова спадщина НТШ (1874–1913)» за підтримки Українського культурного фонду.

Незначну частину дописів присвячено гостям ЛННБ України ім. В. Стефаника: учням і студентам різних закладів освіти, вихованцям дитячих студій, які приходять до бібліотеки на екскурсії чи практичні заняття; працівникам інших бібліотек та архівів, представникам різних медіа, товариств й організацій, професорам українських і кордонних університетів.

Фейсбук-сторінка документує візити Президента Австрії А. Беллена (допис від 15.03.2018), президента НАН України А. Загороднього, віцепрезидента НАН України В. Богданова, голови Західного наукового центру НАН України і МОН України З. Назарчука (17.06.2021); президента Польської академії наук

Є. Душинські (16.09.2021, 14.07.2022) та інших високоповажних гостей.

ЛННБ України ім. В. Стефаника додає до себе на сторінку цікаві та корисні дописи інших користувачів. Загалом частка репостів становить 21,3% (до того ж 90,9% припадає на перші п'ять років функціонування акаунту). У 2019 р. таким було кожне друге повідомлення. Серед перепоширених – статті з «Української бібліотечної енциклопедії» про Л. Дубровіну, М. Галушинського, І. Шевченко, Т. Ківшар, Л. Гнатенко, В. Прокоповича та інші персоналії, монографію як вид видання, Інформаційно-бібліотечну раду НАН України; публікації з фейсбук-сторінки Інституту енциклопедичних досліджень НАН України про П. Майбороду, Л. Деполович, Б. Олійника, Б. Ігоря-Антонича, М. Сингаївського та інших знаних культурних, освітніх, наукових діячів.

Неодноразово поширено дописи Української бібліотечної асоціації, Наукової бібліотеки Львівського національного університету ім. І. Франка, Львівської обласної бібліотеки для юнацтва ім. Р. Іваничука, Бібліотеки Українського католицького університету, Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського, Національної історичної бібліотеки, Одеської національної наукової бібліотеки, Харківської державної наукової бібліотеки ім. В. Г. Короленка та інших про конференції, семінари, виставки, проєкти, цікаві надходження друкованих видань і їх цифрових копій.

На сторінці зафіксовано репости із соцмереж та сайтів Львівської обласної держадміністрації (про презентацію нової концепції розвитку бібліотек), Львівської міської адміністрації (про новий статус Львова як міста літератури ЮНЕСКО). Перепоширювалися повідомлення з громадсько-політичних онлайн-медіа (zik.ua; day.kiev.ua; bbc.com.ua; 5.ua; gazeta.ua); порталу про культуру читання й мистецтво книговидавництва «Читомо» (результати соціологічного дослідження про читання); онлайн-науково-популярного видання «Історична правда» (про аварію на Чорнобильській АЕС; операцію КДБ «Блок» проти українських дисидентів у січні 1972 р.); видавництва «Дискурс», «Літературної агенції “Піраміда”», «Видавничого дому “Києво-Могилянська академія”» (анонси книг, рецензії на них, виставки-ярмарки), платформи спільнокошту

«Велика ідея» (щодо гранту від Посольського фонду США на збереження культурної спадщини, майстер-класу «Як розвинути феноменальну пам'ять»); платформи цифрових видань “Calameo” (про перші бібліотечні курси) тощо.

ЛННБ Україна перепоширила чимало дописів про цікаві для користувачів заплановані наукові, мистецькі, літературні та інші заходи, курси підвищення кваліфікації, програми стажування, грантові програми, дослідницькі конкурси із сайтів studyinsweden.se, confoznauko.wordpress.com, pedpresa.ua, nas.gov.ua, ieg-mainz.de, platfor.ma, humbolbt-foundation.de тощо.

Дуже гостро й численно відгукуються читачі на новини, пов'язані з відходом у засвіти працівників бібліотеки і їхніх рідних. Від 2021 р. дотепер найбільше охоплення (15 тис. 258), реакцій відвідувачів (252) і репостів (76) мав допис про загибель у російсько-українській війні колишнього наукового співробітника відділу україніки капітана Ю. Костика. Особливий резонанс мали дописи з відеоспогадами про видатних науковців, професорів, докторів історичних наук Б. Якимовича (7 тис. 150 охоплень, 60 реагувань, 25 репостів) і Л. Крушельницьку (3 тис. 314 охоплень, 62 реагування, 14 репостів).

Висновки. Отже, від 2015 р. фейсбук-сторінка служить своєрідним «літописом подій», документує та популяризує діяльність книгозбірні, допомагає реалізовувати покладені на неї інформаційні й просвітницькі завдання. Читачів інформують про організовані конференції, круглі столи, святкові урочистості, візити непересічних постатей, презентації книг, реалізовані проєкти, нові бібліотечні простори та сервіси. Більшу частину дописів доповнюють світлинами та аудіовізуальними матеріалами, посиланнями на офіційний сайт бібліотеки з повнішими текстами й фотозвітами. Фейсбук дає змогу перебувати в курсі професійних новин, рекомендацій, досліджень, тенденцій та іншої інформації, служить важливим каналом внутрішніх і зовнішніх комунікацій.

На часі актуалізація інформаційного блоку та аватарки фейсбук-сторінки ЛННБ України ім. В. Стефаника, урізноманітнення проблематики й характеру дописів, спрямованих на популяризацію колекцій книгозбірні, налагодження опитувань читачів і врахування їхніх

рекомендацій для підвищення рівня бібліотечних сервісів, надання оперативних консультацій, пошуку нових працівників тощо. Доречно активніше комбінувати різні форми подання інформації: текстову, аудіальну, візуальну, доповнювати дописи читабельною інфографікою, передбачати в комунікаційному плані цікавий і корисний контент, який дасть змогу охопити людей поза колом підписників та генерувати вищий рівень взаємодії.

Важливо, щоб текстові публікації і візуальний контент посутньо пропагували національну культурну спадщину, відтак сприяли збереженню історичної пам'яті та зміцненню української ідентичності, що особливо актуально в часі війни.

Список бібліографічних посилань

1. Булахова Г. Бібліотеки в соціальних мережах та блогосфері як засіб рекламування. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2013. Вип. 36. С. 192–199.
2. Вітушко Н. Поширення інформаційно-аналітичних продуктів бібліотек за допомогою соціальних мереж. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2013. Вип. 35. С. 196–202.
3. Горбань Ю., Гайсинюк Н. Соціальні мережі в діяльності бібліотек закладів вищої освіти України. *Грааль науки*. 2023. № 30. С. 405–410. <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.04.08.2023.068>
4. Гранчак Т. Використання національними бібліотеками соцмереж для представлення бібліотечних продуктів і послуг. *Бібл. вісн.* 2016. № 1. С. 18–29.
5. Зубко Н. Н., Прокопенко Н. П. Фейсбук як важливий канал комунікації Львівської національної наукової бібліотеки України імені В. Стефаника. *Бібліотека. Наука. Комунікація. Інтеграція у міжнар. бібл. простір* : матеріали Міжнар. наук. конф. (Київ, 8–10 жовт. 2024 р.) : у 2 т. / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. Київ, 2024. Т. 1. С. 100–103. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/everlib/item/er-0004933> (дата звернення: 10.09.2024).
6. Львівська національна наукова бібліотека України ім. В. Стефаника. *Facebook*. URL: facebook.com/StefanykLibrary (дата звернення: 10.08.2024).

7. Недошитко І., Біловус Л., Вількова Т. Соціальні мережі як рекламний ресурс сучасної бібліотеки. *Вісн. Книжк. палати*. 2023. № 2. С. 37–42. [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2023.1\(318\).37-42](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2023.1(318).37-42)
8. Романуха З. Університетські бібліотеки України в соціальних мережах. *Бібл. вісн*. 2014. № 1. С. 12–16.
9. Савицька Л. Використання соціальних мереж для популяризації інформаційних ресурсів бібліотек. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2016. Вип. 44. С. 54–61.
10. Терещенко І. Бібліотечні продукти та послуги в соціальних медіа. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2013. Вип. 36. С. 217–224.
11. Томас М. Посібник The Financial Times зі стратегії для соціальних медіа: як рекламувати свій бізнес, управляти ризиками та розвивати особистий бренд. Харків, 2020. 302 с.
12. Федоренко О. Соціальні мережі як інструмент популяризації Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2013. Вип. 36. С. 237–241.
13. Чернявська Л. Представлення бібліотек у блогах та соціальних мережах як фактор покращення комунікації у віртуальному середовищі. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2013. Вип. 36. С. 200–216.
14. Яворська Т. Соціальні мережі бібліотек як ефективний інструмент промоції книг і читання. *Вісн. Книжк. палати*. 2023. № 4. С. 21–27. [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2023.4\(321\).21-27](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2023.4(321).21-27)
15. Bikowska K. Public Relations 2.0 na przykładzie analizy profili bibliotek uniwersyteckich na portalu społecznościowym Facebook. *Biblioteka w chmurze czy chmury nad biblioteką* / red.: J. Jerzyk-Wojtecka, T. Piestrzyński. Łódź, 2018. P. 73–96. <https://doi.org/10.18778/8142-336-6.05>
16. Ganster L., Schumacher B. Expanding Beyond our Library Walls: Building an Active Online Community through Facebook. *Journal of Web Librarianship*. 2009. Vol. 3. Issue 2. Pp. 111–128. <https://doi.org/10.1080/19322900902820929>
17. Gmiterek G. Use of Facebook fan pages in Polish academic libraries (2009–2022). *The Journal of Academic Librarianship*. 2023. Vol. 49. Issue 2. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2023.102678>

18. Jaskowska B., Wojciechowska M., Kamińska J., Żołędowska-Król B., Marketing społecznościowy. *Leksykon zarządzania i marketingu w bibliotekoznawstwi*. Warszawa, 2019. S. 129-130.

19. Shaharima P. Facebook as a Communication Tool for an Academic Library: East West University Library, Bangladesh Perspective. *The International Information & Library Review*. 2017. Vol. 49. Issue 3. Pp. 237-247. <https://doi.org/10.1080/10572317.2017.1353382>

20. Stępień J. Facebook, Instagram, a może blog? Gdzie promują się biblioteki? *Zarządzanie Biblioteką*. 2021. № 13. S. 23-35. URL: <https://open.icm.edu.pl/handle/123456789/21092> (Data złożenia wniosku: 10.09.2024).

21. Vassilakaki E., Garoufallou E. Library Facebook practices for creating and promoting a professional profile. *Program: electronic library and information systems*. 2015. Vol. 49. № 3. Pp. 343-359. <https://doi.org/10.1108/PROG-10-2014-0073>

References

1. Bulakhova, H. (2013). Biblioteki v sotsialnykh merezhakh ta blohosferi yak zasib reklamuvannia [Libraries in social networks and the blogosphere as a means for advertising]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, 36, 192-199 [in Ukrainian].

2. Vitushko, N. (2013). Poshyrennia informatsiino-analitychnykh produktiv bibliotek za dopomohoiu sotsialnykh merezh [Dissemination of libraries' information and analytical products via social networks]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, 35, 196-202 [in Ukrainian].

3. Horban, Yu., Haisyniuk, N. (2023). Sotsialni merezhi v diialnosti bibliotek zakladiv vyshchoi osvity Ukrainy [Social networks in activities of libraries at higher education institutions of Ukraine]. *Hraal nauky – Grail of Science*, 30, 405-410 [in Ukrainian]. <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.04.08.2023.068>

4. Hbranchak, T. (2016). Vykorystannia natsionalnymy bibliotekamy

sotsmerezkh dlia predstavlennia bibliotechnykh produktiv i posluh [Usage of social networks among national libraries for presentation of library products and services]. *Bibliotechnyi visnyk – Library Journal*, 1, 18-29 [in Ukrainian].

5. Zubko, N., Prokopenko, N. (2024). Feisbuk yak vazhlyvyi kanal komunikatsii Lvivskoi natsionalnoi naukovoï biblioteky Ukrainy imeni V. Stefanyka [Facebook as an important communication channel of the Vasyl Stefanyk National Scientific Library of Ukraine in Lviv]. *Library. Science. Communication. Integration into the international library field. Proceedings of the International Scientific Conference, 8-10 October 2024* (Vol. 1, pp. 100-103). Kyiv [in Ukrainian]. Retrieved from <http://irbis-nbuv.gov.ua/everlib/item/er-0004933> (Last accessed: 10.09.2024).

6. Lvivska natsionalna naukova biblioteka Ukrainy im. V. Stefanyka [Vasyl Stefanyk National Scientific Library of Ukraine in Lviv]. [Facebook page]. *Facebook* [in Ukrainian]. Retrieved August 10, 2024, from facebook.com/StefanykLibrary.

7. Nedoshytko, I., Bilovus, L., Vilkova, T. (2023). Sotsialni merezhi yak reklamnyi resurs suchasnoi biblioteky [Social media as a modern library' advertising resource]. *Visnyk Knyzhkovoi palaty – Bulletin of the Book Chamber*, 2, 37-42 [in Ukrainian]. [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2023.1\(318\).37-42](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2023.1(318).37-42)

8. Romanukha, Z. (2014). Universytetski biblioteky Ukrainy v sotsialnykh merezhakh [University libraries of Ukraine in social networks]. *Bibliotechnyi visnyk – Library Journal*, 1, 12-16 [in Ukrainian].

9. Savytska, L. (2016). Vykorystannia sotsialnykh merezh dlia populiaryzatsii informatsiinykh resursiv bibliotek [Use of social Internet networks for dissemination of informational library sources]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, 44, 54-61 [in Ukrainian].

10. Tereshchenko, I. (2013). Bibliotechni produkty ta posluhy v sotsialnykh media [Library products and services in social media]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, 36, 217-224 [in Ukrainian].

11. Tomas, M. (2020). Posibnyk *The Financial Times* zi stratehii dlia

sotsialnykh media: yak reklamuvaty svii biznes, upravliaty ryzykamy ta rozvyvaty osobystyi brend [*Financial Times* guide to social media strategy: how to boost your business, manage risk and develop your personal brand]. Kharkiv [in Ukrainian].

12. Fedorenko, O. (2013). Sotsialni merezhi yak instrument populiaryzatsii Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho [Social networks as a tool for popularization of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, 36, 237-241 [in Ukrainian].

13. Cherniavska, L. (2013). Predstavleniia bibliotek u blohakh ta sotsialnykh merezhakh yak faktor pokrashchennia komunikatsii u virtualnomu seredovyshti [Presentation of libraries in blogs and social networks as a mean for improving communication in virtual environment]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, 36, 200-216 [in Ukrainian].

14. Iavorska, T. (2023). Sotsialni merezhi bibliotek yak efektyvnyi instrument promotsii knyh i chytannia [Libraries' presence in social networks as an effective tool for promotion of books and reading]. *Visnyk Knyzhkovoï palaty – Bulletin of the Book Chamber*, 4, 21-27 [in Ukrainian]. [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2023.4\(321\).21-27](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2023.4(321).21-27)

15. Bikowska, K. (2018). Public Relations 2.0 na przykładzie analizy profili bibliotek uniwersyteckich na portalu społecznościowym Facebook [Public Relations 2.0 as exemplified by the analysis of university library profiles on the social networking site Facebook]. J. Jerzyk-Wojtecka (Ed.). *Biblioteka w chmurze czy chmury nad biblioteką – Library in the Cloud or Clouds above the Library* (pp. 73–96). Łódź [in Polish]. <https://doi.org/10.18778/8142-336-6.05>

16. Ganster, L., Schumacher, B. (2009). Expanding Beyond our Library Walls: Building an Active Online Community through Facebook. *Journal of Web Librarianship*, 3, 2, 111-128. <https://doi.org/10.1080/19322900902820929>

17. Gmiterek, G. (2023). Use of Facebook fan pages in Polish academic libraries (2009-2022). *The Journal of Academic Librarianship*, 49(2). <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2023.102678>

18. Jaskowska, B., Wojciechowska, M., Kamińska, J., Żółdowska-Król, B., Jaskowska, B. (2019). Marketing społecznościowy [Social media marketing]. *Leksykon zarządzania i marketingu w bibliotekoznawstwi – Lexicon of Management and Marketing in Library Science* (pp. 129-130). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich [in Polish].
19. Shaharima, P. (2017). Facebook as a Communication Tool for an Academic Library: East West University Library, Bangladesh Perspective. *The International Information & Library Review*, 49(3), 237-247. <https://doi.org/10.1080/10572317.2017.1353382>
20. Stępień, J. (2021). Facebook, Instagram, a może blog? Gdzie promują się biblioteki? [Facebook, Instagram, or maybe a blog? Where do libraries promote themselves?]. *Zarządzanie Biblioteką – Library Management*, 13, 23-35 [in Polish]. <https://open.icm.edu.pl/handle/123456789/21092> (Data złożenia wniosku: 10.09.2024).
21. Vassilakaki, E., Garoufallou, E. (2015). Library Facebook practices for creating and promoting a professional profile. *Program: electronic library and information systems*, 49, 3, 343-359. <https://doi.org/10.1108/PROG-10-2014-0073>

Стаття надійшла до редакції 01.11.2024.

Nadiia Zubko,

PhD (History), Research Associate,
Vasyl Stefanyk National Scientific Library of Ukraine in Lviv
2 Stefanyka St., Lviv 79000, Ukraine
Senior Lecturer,
National Technical University of Ukraine
103 General Chuprinka St., Lviv 79057, Ukraine
e-mail: nadiannazubko@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7394-8490>,
Scopus Author ID: 58571101300

Natalia Prokopenko,

Junior Researcher,
Vasyl Stefanyk National Scientific Library of Ukraine in Lviv
2 Stefanyka St., Lviv 79000, Ukraine
e-mail: prokopenkonatalja2019@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-6633-7169>

Facebook as an Important Communication Channel of Vasyl Stefanyk National Scientific Library of Ukraine in Lviv

The purpose of the article is to reveal the characteristics of the communication activities of Vasyl Stefanyk National Scientific Library of Ukraine in Lviv through the social network Facebook via examination the account's target audience, outlining the topics addressed in the posts, determining their thematic priorities, characterizing the dominant types of posts, and identifying the publications with the widest reach and highest engagement. *Methodology*: The use of analytical, systematic, comparative, statistical, and other research methods contributed to achieving the set goal. *Scientific Novelty*: For the first time, the communication activities of Vasyl Stefanyk National Scientific Library of Ukraine in Lviv on the social network Facebook have been analyzed, with quantitative and qualitative indicators of the target audience identified, and the issues of the shared content examined. *Conclusions*. Since 2015, the Facebook page serves as a kind of "chronicle of events", documenting and popularizing the activities of the Book Collection Library, to fulfill its informational and educational tasks. The library's users are informed about planned conferences and round tables, festive ceremonies, visits from notable figures, book presentations, completed projects, new library spaces and services. Most posts are supplemented with photos and audiovisual materials, links to the official Library website with more detailed texts and photo reports. Facebook allows one to stay updated on professional news, recommendations, research, trends, and other information, serving as an important channel for internal and external communications. Through the Facebook page, the Library can quickly respond to the needs of the target audience and engage them remotely in scientific and socio-cultural events.

Keywords: social network, Facebook, target audience, types of posts, Vasyl Stefanyk National Scientific Library of Ukraine in Lviv.