Список використаних джерел:

1. Міцура О.О., Хижняк М.О. Управління онлайн-репутацією теоретичні засади та методичні підходи // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 4. – С. 121-125.
2. Кравцова Е.Д. Управление репутацией в Интернете // Вестник науки и образования. – 2019. – № 12(66). Часть 1. – С. 61-62.
3. Коли репутація твоє друге ім'я [Електронний ресурс] // Офіційний сайт компанії ShiStrategies. – Режим доступу: https://strategi.com.ua/event/koly-reputatsiia-tvoie-druhe-im-ia/, вільний. – Загл. з екрану (дата звернення: 23.09.2020).
4. Робота над репутацією [Електронний ресурс] // Офіційний сайт агенства Digital Marketing Agency. – Режим доступу: http://destudio.com.ua/robota-nad-reputatsiieiu/, вільний. – Загл. з екрану (дата звернення:23.09.2020).
5. Дерев'янко О.Г. Репутація підприємства в координатах інформаційної економіки XXI століття [Електронний ресурс] // Ефективна економіка № 9, 2012. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1374, вільний. – Загл. з екрану (дата звернення:25.09.2020).

Марцін А.М.
студентка,
Національний транспортний університет
Наумов В.О.
кандидат філософських наук, доцент,
Національний університет «Києво-Могилянська академія»

СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ У ГАЛУЗІ PR В БІБЛІОТЕЧНІЙ ТА ОСВІТНІЙ СФЕРАХ В УМОВАХ ДИСТАНЦІЙНИХ ФОРМ КОМУНІКАЦІЇ

З розвитком інформаційних технологій і виникненням нового культурного та мовного інформаційного середовища – соціальних медіа, роль служб зв'язків з громадськістю (PR-діяльності) в різних сферах людського життя набула особливого значення [5, с. 316].

Соціальні медіа – це новий соціально-комунікативний інститут сучасного суспільства, «основними характеристиками якого є: доступні інтерактивні комунікації; безпосередня участь користувачів у генерації

та ретрансляції медійного контенту; високий ступінь залучення користувачів у процес інтерактивної комунікації; максимальна швидкість зворотного зв'язку. Вони відрізняються інтерактивністю, універсальністю, різнобічністю та глобальністю інформації, доступністю та мобільністю» [4, с. 71].

Аналіз літературних джерел показав, що в українській спеціальній літературі дослідженнями ролі соціальних медіа в зв'язках з громадськістю займаються науковці: Курбан О., Мироненко В.В., Радзіховська Ю.М., Урсакій Ю.А., Попова Е.М., Баран Р.Я., Сова В.Є., Сохацька О.М., Холодило І.А.

Роботі з соціальними медіа, як джерелом бібліотекознавчих досліджень та інструментом просування бібліотечних продуктів і послуг, присвячені наукові праці фахівців Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського: Гранчак Т., Вітушко Н., Булахової Г., Якименко Ю., Половинчака Ю. Дослідженню соціальних медіа, як інструменту організації навчального процесу, займаються такі науковці: Гуревич Р.С., Архипова Т.Л, Осипова Н.В., Львов М.С., Бульба Ю.М., Мороз О.О., Щербаков В.О.

На сучасному етапі розвитку інформаційної сфери суспільства особливо стрімко зростають обсяги електронних документних ресурсів та наукової інформації, гостро відчувається потреба в організації вільного доступу до інформаційних масивів даних. Виникає нагальна потреба в розвитку на сучасній технологічній основі бібліотечної діяльності, яка гостро відчуває брак державного фінансування [6, с. 10].

Сьогодні, в умовах пандемії та активного розвитку дистанційних форм комунікації, бібліотеки зосередились на обслуговуванні клієнтів з допомогою дистанційних сервісів, на створенні інформаційно-консультативних центрів, актив яких включає електронні бази даних, довідково-інформаційні матеріали, аудіокниги, теки корисних консультацій. Вони запроваджують довідкові послуги та пропонують обговорення особливо актуальних питань в режимі «chat», виступаючи методичним центром і організатором чат – спілкування.

PR-діяльність у бібліотечній сфері спрямована на розвиток та підтримку взаєморозуміння та гармонійних зв'язків між бібліотекою та громадськістю, що ґрунтується на цілеспрямованій організації продуктивних громадських дистанційних комунікацій, позиціонуванні бібліотеки в соціомедійному просторі, критеріях вибору ресурсу,

ефективності розміщення проектів у соцмережах для утримання своїх позицій в сучасному інформаційно-комунікаційному просторі.

Інтерактивні медіа вже достатньо глибоко інтегровані у бібліотечну роботу: як користувацька, так і професійна бібліотечна аудиторія соціальних мереж збільшується досить активно [2, с. 18]. Служби зв'язків з громадськістю у бібліотечній сфері через соціальні медіа здійснюють інформування населення про фонд бібліотеки та її послуги; формують та підтримують позитивний імідж та репутацію бібліотеки, довіру до її послуг; досліджують ринок платних послуг та займаються виробленням стратегії і тактики його розширення; налагоджують постійні зв'язки із владними та підприємницькими структурами, які можуть забезпечити необхідну фінансову підтримку.

Робота з соціальними медіа, як джерелом бібліотекознавчих досліджень, передбачає на підготовчому етапі формування вибірки сторінок бібліотек, що підлягають вивченню. Для того, щоб виявити загальні тенденції, які характеризують підходи до створення бібліотечних сторінок у соціальній мережі, проводиться загальний огляд сторінок, які аналізуватимуться за такими критеріями: представлення, конвергентність, змістовність, інтенсивність зворотного зв'язку.

Наступним етапом дослідження бібліотечної сторінки у соціальних мережах є виявлення специфічних особливостей використання соціальної мережі у професійній діяльності бібліотек. Ступінь взаємодії бібліотеки з користувачами у соціальній мережі визначається інтерактивністю, в якості критеріїв якої можуть виступати: вподобання, поширення та коментарі. Отримані результати дають оцінку використанню контенту соціальної мережі у різних бібліотечних проектах, виявляють основні тенденції у роботі з Інтернет-платформами [6, с. 24].

Під час пандемії і активного впровадження дистанційних форм комунікації актуалізується проблема формування зручних і вдосконалених електронних сервісів бібліотек для надання, крім «класичних» послуг, які в основному пов'язані з доступом до інформації, доступу до сервісів електронного навчання, до комерційних баз даних, до раніше недоступних архівів, здійснення довідково-бібліографічного обслуговування он-лайн, облаштування простору для спільної роботи і просування інтелектуальних та художніх продуктів користувачів в інформаційному просторі.

Стосовно освітньої галузі, то для ефективного використання соціальних медіа в ній необхідне вдосконалення і навіть докорінна зміна

навчального середовища [1, с. 3]. Цю необхідність особливо відчули керівництво навчальних закладів, викладачі та студенти тепер, в умовах дистанційної освіти, коли введення сучасних технологій у систему навчальної, виховної, методичної та управлінської діяльності закладів освіти призвело до змін в усіх напрямках освітнього процесу, зробило особливо актуальним формування інформаційно-комунікаційної компетентності всіх його учасників.

Служби зв'язків з громадськістю мають достатньо великий вплив на освітню сферу, виступаючи як посередники між вузом та суспільством, адже найголовнішим їх завданням є досягнення необхідного рівня відносин між навчальним закладом та громадськістю для досягнення стратегічних цілей закладу, які також формуються під впливом зовнішнього середовища.

Контактуючи із широким спектром організацій та відіграючи об'єднуючу роль як у самому закладі так і за його межами, спеціалісти зі зв'язків з громадськістю через соціальні медіа вивчають, прогнозують, аналізують та інтерпретують громадську думку, попереджаючи ризики, які можуть вплинути на діяльність навчального закладу.

Використовуючи свої знання з професійних комунікацій, PR-фахівці здійснюють консультативну та комунікаційну підтримку керівництва на всіх рівнях з питань прийняття важливих рішень та інформаційної політики з урахуванням їх наслідків; формують нові та підтримують існуючі відносини навчального закладу із громадськістю, планують та реалізують заходи, що здатні позитивно впливати на імідж та репутацію закладу.

Використовуючи соціальні медіа у навчально-виховному процесі, PR-фахівці та викладачі мають доступ до значного діапазону сервісів, різноманітних форм комунікації, обміну цікавими і корисними посиланнями на інші ресурси; мають можливість групової діяльності, спільного планування і наповнення навчального контенту, власних електронних освітніх ресурсів.

Робота в мережі в умовах дистанційної освіти дає можливість викладачам та студентам взаємодіяти у зручний для них час та організовувати індивідуальну роботу з окремими студентами. «Наявність мобільної версії сторінок допомагає студенту та викладачу у зручний час та місці з будь-якого пристрою, що має підключення до Інтернет-мережі, зайти на власну сторінку, надає можливість додання

посилання на вподобану сторінку в Інтернет-мережі та коментування цих посилань» [3, с. 54].

Як підсумок, слід зазначити, що в організації ефективної взаємодії освітніх закладів та бібліотек зі всіма суб'єктами комунікації в умовах пандемії та карантину об'єктивно зростає роль і значення соціальних медіа, як найбільш ефективної та функціональної форми комунікації.

Список використаних джерел:

1. Архипова Т.Л., Осипова Н.В., Львов М.С. Соціальні мережі як засіб організації навчального процесу. *Збірник наукових праць «Information echnologies in Education" (ITE)*. Херсон : ХДУ, 2018. № 22. С. 2–18.

2. Гранчак Т. Використання національними бібліотеками соцмереж для представлення бібліотечних продуктів і послуг. *Бібліотечний вісник.* Київ, 2016. № 1. С. 18–29.

3. Гуревич Р. Інтернет і його соціальні мережі в сфері освіти: напрями використання. *Зб. наук. пр. III Міжнар. наук.-практ. конф. «Інформаційно-комунікаційні технології в сучасній освіті: досвід, проблеми, перспективи».* Київ, 2016. С. 52–56.

4. Мироненко В.В. Соціальні мережі в діяльності PR-фахівця. *Вісник Дніпропетровського університету.* Дніпропетровськ, 2017. Вип. 17. Серія «Соціальні комунікації». С. 71–77.

5. Радзіховська Ю.М. Функціонування PR-технологій та реклами в Інтернеті. *Економіка і суспільство*. Мукачево, МДУ, Вип. № 12. 2017. С. 315–318.

6. Соціальні медіа для бібліотек: середовище, ресурс, сервіс. *Матеріали круглого столу.* Харків : ХНМУ, 31 жовтня 2017 року. 100 с.