

ISSN 2616-7654 (Print)  
ISSN 2617-8427 (Online)

**УКРАЇНСЬКИЙ ЖУРНАЛ  
З БІБЛІОТЕКОЗНАВСТВА  
ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ НАУК**

**2021 Випуск 7**

---

**UKRAINIAN JOURNAL ON LIBRARY  
AND INFORMATION SCIENCE**

## Редакційна колегія

### Головний редактор

*Тетяна Гранчак*, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, професор кафедри інформаційних технологій Київського національного університету культури і мистецтв, Київ, Україна  
вул. Чигоріна, 14, каб. 75  
тел.: +38(050)4141914  
e-mail: granchakt@ukr.net

### Редакційна колегія

*Валентина Бездрабко*, доктор історичних наук, професор, Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна

*Андрій Білощицький*, доктор технічних наук, професор, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

*Майя Войцеховська*, доктор наук в галузі бібліології та інформології, професор, Університет Гданська, Гданськ, Польща

*Генрік Голлендер*, доктор гуманітарних наук, Університет Лазарського, Варшава, Польща

*Олександр Груша*, кандидат історичних наук, доцент, Центральна наукова бібліотека імені Якуба Коласа, Мінськ, Білорусь

*Ірина Давидова*, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, Харківська державна академія культури, Харків, Україна

*Олена Каракоз*, кандидат історичних наук, доцент, Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна

*Євгенія Кулик*, кандидат наук із соціальних комунікацій, Науково-технічна бібліотека ім. Г. І. Денисенка Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Київ, Україна

*Ірене Лопатовська*, доктор філософії в галузі інформаційних наук, доцент, Інститут Пратта, Нью-Йорк, США

*Валентина Медведєва*, кандидат педагогічних наук, професор, Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна

*Роман Мотульський*, доктор педагогічних наук, професор, Національна бібліотека Білорусі, Мінськ, Білорусь

*Тетяна Новальська*, доктор історичних наук, професор, Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна

*Галіна Салата*, доктор історичних наук, доцент, Київський університет культури, Київ, Україна

*Микола Сенченко*, доктор технічних наук, професор, Книжкова палата України імені Івана Федорова, Київ, Україна

*Олег Сербін*, доктор наук із соціальних комунікацій, старший науковий співробітник, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

*Алла Соляник*, доктор педагогічних наук, професор, Харківська державна академія культури, Харків, Україна

*Марія Хейг*, доктор філософії в галузі інформаційної науки і технології, доцент, Університет Вісконсін-Мілуокі, Мілуокі, США

*Тетяна Ярошенко*, кандидат історичних наук, доцент, Національний університет «Києво-Могилянська академія», Київ, Україна

*Микола Яцевич*, кандидат педагогічних наук, доцент, Білоруський державний університет культури і мистецтв, Мінськ, Білорусь

## Editorial board

### Editor-in-chief

*Tetiana Hranchak*, Dr. Hab. in Social Communications, Professor, Professor of the Department of Information Technologies of Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine  
Chyhorina str., 14, cab. 75  
tel.: +38(050)4141914  
e-mail: granchakt@ukr.net

### Editorial board

*Valentyna Bezdrabko*, Dr. Hab. in Historical Sciences, Professor, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine

*Andrii Biloshchytyskyi*, Dr. Hab. in Technical Sciences, Professor, Taras Shevchenko Kyiv National University, Kyiv, Ukraine

*Maja Wojciechowska*, Dr. Hab. in Bibliology and Information Science, Professor, University of Gdansk, Gdansk, Poland

*Henryk Hollender*, Ph.D. in Humanities, University of Lazarsky, Warsaw, Poland

*Oleksandr Hrusha*, Ph.D. in Historical Sciences, Associate Professor, Central Scientific Library named after Yakub Kolas, Minsk, Belarus

*Iryna Davydova*, Dr. Hab. in Social Communications, Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv, Ukraine

*Olena Karakoz*, Ph.D. in Historical Sciences, Associate Professor, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine

*Yevheniia Kulyk*, Ph.D. in Social Communications, Scientific-Technical Library named after H. I. Denisenko of the National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kiev Polytechnic Institute», Kyiv, Ukraine

*Irene Lopatovska*, Ph.D. in Information Sciences, Associate Professor, Pratt Institute, New York, USA

*Valentyna Medvedieva*, Ph.D. in Pedagogical Sciences, Professor, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine

*Roman Motulskyi*, Dr. Hab. in Pedagogical Sciences, Professor, National Library of Belarus, Minsk, Belarus

*Tetiana Novalska*, Dr. Hab. in Historical Sciences, Professor, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine

*Halya Salata*, Dr. Hab. in Historical Sciences, Associate Professor, Kyiv University of Culture, Kyiv, Ukraine

*Mykola Senchenko*, Dr. Hab. in Technical Sciences, Professor, Ivan Fedorov Book Chamber of Ukraine, Kyiv, Ukraine

*Oleh Serbin*, Dr. Hab. in Social Communications, Senior Researcher, Taras Shevchenko Kyiv National University, Kyiv, Ukraine

*Alla Solianyk*, Dr. Hab. in Pedagogical Sciences, Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv, Ukraine

*Maria Haigh*, Ph.D. in Information Science and Technology, Associate Professor, University of Wisconsin-Milwaukee, Milwaukee, USA

*Tetiana Yaroshenko*, Ph.D. in Historical Sciences, Assistant Professor, National University of Kyiv-Mohyla Academy, Kyiv, Ukraine

*Mykola Yatsyevych*, Ph.D. in Pedagogical Sciences, Associate Professor, Belarusian State University of Culture and Arts, Minsk, Belarus

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

---

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE  
KYIV NATIONAL UNIVERSITY OF CULTURE AND ARTS

**Український журнал  
з бібліотекознавства  
та інформаційних наук**

Науковий журнал

**Ukrainian Journal on Library  
and Information Science**

Scientific Journal

Засновано у 2018 р.  
Founded in 2018

**Випуск 7  
ISSUE 7**

КИЇВ  
ВИДАВНИЧИЙ ЦЕНТР КНУКІМ  
KYIV  
KNUKIM PUBLISHING  
2021

Видання включено до Переліку наукових фахових видань України (категорія «Б») відповідно до наказу МОН України від 17.03.2020 року № 409 за спеціальністю 029 – Інформаційна, бібліотечна та архівна справа.

*Затверджено до друку та опублікування в мережі Інтернет Вченою радою Київського національного університету культури і мистецтв (протокол № 13 від 17.05.2021 р.)*

В і д п о в і д а л ь н и й р е д а к т о р

*Т. Гранчак, доктор наук із соціальних комунікацій*

Л і т е р а т у р н и й р е д а к т о р

*К. Спрогіс*

Р е д а к т о р - п е р е к л а д а ч

англійського тексту

*В. Діброва*

**УДК 02(477)(06)**

**Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук** / редкол.: Т. Гранчак (головний редактор), В. Бездрабко, А. Білощицький [та ін.] ; відп. ред. Т. Гранчак ; М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2021. – Вип. 7. – 134 с.

У випуску представлено публікації, в яких аналізуються питання цитувань і цитованості як показників ефективності та органічності досліджень, обґрунтовуються переваги читання паперових книжок як соціальної практики спілкування, висвітлюється специфіка бібліотечної діяльності, спрямованої на представлення у фондах вітчизняних бібліотек коміксових видань і формування навколо коміксу як інформаційного продукту комплексного інноваційного бібліотечного сервісу, розкриваються актуальні підходи до розробки і реалізації бібліотеками закладів вищої освіти програм інформаційної грамотності, перспективний зарубіжний досвід реалізації бібліотечних проєктів із доповненою реальністю (AR), специфіка месенджер-маркетингу в управлінні онлайн-репутацією.

Авторами приділяється увага трансформаціям фахової освіти в межах спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», обґрунтовується перспективність розробки освітніх програм підготовки фахівців «цифрових професій» у галузі інформаційно-комунікативної діяльності.

Видання орієнтоване на широке коло працівників бібліотечно-інформаційної сфери, науковців, викладачів вищих навчальних закладів, докторантів, аспірантів, магістрантів, усіх, хто досліджує теоретико-прикладні аспекти у сфері соціальних комунікацій та інформаційно-комунікаційних технологій.

Адреса редакційної колегії: КНУКіМ, м. Київ, вул. Чигоріна, 14, каб. 75  
тел.: +38(067)1855242, e-mail: [ibas.knukim@gmail.com](mailto:ibas.knukim@gmail.com)

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації:  
КВ No 23138-12978 Р від 08.02.2018 р.

**ISSN 2616-7654 (Print)**

**ISSN 2617-8427 (Online)**

© Київський національний університет  
культури і мистецтв, 2021  
© Автори статей, 2021

The Journal is included in the category "B" of the list of scientific professional editions of Ukraine in the field of study: 029 – Information, Library and Archives Management by Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine from 17 March 2020 № 409.

*Approved for publication and publication on the Internet by  
the Academic Council of Kyiv National University of Culture and Arts  
(protocol No. 13 from 17.05.2021)*

**R e s p o n s i b l e e d i t o r**

*T. Hranchak, Dr. Hab. in Social Communications*

**L i t e r a r y e d i t o r**

*K. Sprogis*

**E n g l i s h t e x t e d i t o r**

*V. Dibrova*

**UDC 02(477)(06)**

**Ukrainian Journal on Library and Information Science** / edit.: T. Hranchak (Ed.-in-chief), V. Bezdrabko, A. Biloshchytskyi [and other] ; Resp. ed. T. Hranchak ; Ministry of Education and Science of Ukraine, Kyiv National University of Culture and Arts. – Kyiv : Publishing Center KNUCaA, 2021. – Issue 7. – 134 p.

The issue presents publications that analyze the issues of citations as indicators of the research effectiveness and organicity, substantiate the benefits of reading paper books as a social practice of communication, highlight the specifics of library activities aimed at presenting in the funds of domestic libraries comics and the formation around the comics as an information product a comprehensive innovative library service, reveal current approaches of libraries of higher education institutions to implementation of information literacy programs, the perspective foreign experience of realization of library projects with augmented reality (AR), the specifics of messenger marketing in online reputation management.

The authors pay attention to professional education transformations within the specialty 029 "Information, library and archival affairs", substantiate the prospects of developing educational programs for training professionals "digital professions" in the field of information and communication activities.

The publication is aimed at a wide range of library and information workers, scientists, university lecturers, postgraduates, postgraduates, undergraduates, all who study theoretical and applied aspects in the field of social communications and information and communication technologies.

Address of editorial board: KNUCaA, Kyiv, Chyhorina str., 14, cab. 75  
tel.: +38(067)1855242, e-mail: [ibas.knukim@gmail.com](mailto:ibas.knukim@gmail.com)

Certificate of state registration of printed mass media:  
KB No 23138-12978 P from 08.02.2018

**ISSN 2616-7654 (Print)**

**ISSN 2617-8427 (Online)**

© Kyiv National University  
of Culture and Arts, 2021  
© Authors of articles, 2021

**ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БІБЛІОТЕКОЗНАВСТВА  
ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ НАУК**

TRENDS IN DEVELOPMENT OF LIBRARIANSHIP AND INFORMATION SCIENCES

- |   |           |   |
|---|-----------|---|
| <p><i>Тетяна Гранчак,<br/>Марія Кушнарєва</i><br/><b>ЧИТАННЯ ПАПЕРОВИХ КНИГ:<br/>БУТТЯ У ПРОСТОРИ<br/>СПІЛКУВАННЯ</b></p> | <b>10</b> | <p><i>Tetiana Hranchak,<br/>Maria Kushnareva</i><br/><b>READING PAPER BOOKS:<br/>BEING IN THE SPACE<br/>OF INTERCOMMUNICATION</b></p> |
|---|-----------|---|

**ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ,  
БІБЛІОТЕЧНОЇ ТА АРХІВНОЇ СПРАВИ**

APPLIED ASPECTS OF INFORMATION, LIBRARY AND ARCHIVAL AFFAIRS

- |   |           |  |
|---|-----------|--|
| <p><i>Лео Ф.Х. Ма,<br/>Юрій Горбань,<br/>Олена Скаченко</i><br/><b>ПРОГРАМИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ<br/>ГРАМОТНОСТІ: ДОСВІД<br/>АКАДЕМІЧНИХ БІБЛІОТЕК<br/>ГОНКОНГУ ТА УКРАЇНИ</b></p> | <b>28</b> | <p><i>Leo F.H. Ma,<br/>Yurii Horban,<br/>Olena Skachenko</i><br/><b>INFORMATION LITERACY<br/>PROGRAMMES: THE EXPERIENCE<br/>OF RESEARCH LIBRARIES<br/>IN HONG KONG AND UKRAINE</b></p> |
| <p><i>Дмитро Белов</i><br/><b>КОМІКС У ПРАКТИЧНІЙ<br/>ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛІОТЕК УКРАЇНИ</b></p>  | <b>42</b> | <p><i>Dmytro Belov</i><br/><b>COMICS IN THE PRACTICAL ACTIVITY<br/>OF LIBRARIES OF UKRAINE</b></p>   |

**БІБЛІОТЕЧНО-ІНФОРМАЦІЙНА ОСВІТА**

LIBRARY AND INFORMATION EDUCATION

- |  |           |   |
|--|-----------|---|
| <p><i>Оксана Матвієнко,<br/>Михайло Цивін</i><br/><b>«ЦИФРОВІ» ПРОФЕСІЇ<br/>ІНФОРМАЦІЙНОГО ФАХІВЦЯ:<br/>ОСВІТНІ ПЕРСПЕКТИВИ<br/>І ВИМОГИ РИНКУ ПРАЦІ</b></p>   | <b>58</b> | <p><i>Oksana Matvienko,<br/>Michael Tsyvin</i><br/><b>"DIGITAL" PROFESSIONS<br/>OF THE INFORMATION SPECIALIST:<br/>EDUCATIONAL PROSPECTS AND<br/>LABOR MARKET REQUIREMENTS</b></p>  |
| <p><i>Тетяна Новальська,<br/>Владислав Касьян</i><br/><b>ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ<br/>ЗАСАДИ ПІДГОТОВКИ<br/>ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТОЛОГА<br/>ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 029<br/>«ІНФОРМАЦІЙНА,<br/>БІБЛІОТЕЧНА ТА АРХІВНА<br/>СПРАВА»</b></p> | <b>71</b> | <p><i>Tetyana Novalska,<br/>Vladislav Kasian</i><br/><b>THEORETICAL<br/>AND METHODOLOGICAL<br/>FUNDAMENTALS<br/>OF INTERNET MARKETING TRAINING<br/>IN SPECIALTY 029<br/>"INFORMATION, LIBRARY<br/>AND ARCHIVAL AFFAIRS"</b></p> |

**ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ: ПРАКТИКА І ПЕРСПЕКТИВИ**  
**INFORMATION TECHNOLOGIES: PRACTICE AND PERSPECTIVES**

*Тетяна Ярошенко,  
Олександра Ярошенко*  
**ХТО І ЯК ЦИТУЄ МОЛОДІ  
УКРАЇНСЬКІ ЖУРНАЛИ (НА  
ПРИКЛАДІ ДВОХ ЖУРНАЛІВ  
НАУКМА ЗА ДАНИМИ  
DIMENSIONS)**

**84**

*Tetiana Yaroshenko,  
Oleksandra Yaroshenko*  
**INTERDEPENDENCIES  
IN CITATION METRICS USING  
DIMENSIONS (CASE STUDY  
OF TWO NAUKMA  
JOURNALS)**

*Вікторія Бондаренко,  
Тетяна Гранчак*  
**БІБЛОТЕЧНІ ПРОЄКТИ  
ДОПОВНЕНОЇ  
РЕАЛЬНОСТІ (AR):  
ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД**

**100**

*Viktoriya Bondarenko,  
Tetiana Hrachak*  
**LIBRARY'S AUGMENTED  
REALITY (AR)  
PROJECTS:  
FOREIGN EXPERIENCE**

*Микола Маранчак*  
**МЕСЕНДЖЕР МАРКЕТИНГ  
ЯК НАПРЯМ УПРАВЛІННЯ  
ОНЛАЙН-РЕПУТАЦІЄЮ (ORM)  
КОМПАНІЇ**

**115**

*Mykola Maranchak*  
**MESSAGE MARKETING  
AS A DIRECTION OF THE COMPANY  
ONLINE REPUTATION  
MANAGEMENT (ORM)**

**ПРОФЕСІЙНІ АКЦЕНТИ**  
**PROFESSIONAL ACCENTS**

*Наталія Калюжна,  
Франзиска Алтемеєр*  
**ПРИНЦИПИ FAIR ДЛЯ  
ДОСЛІДНИЦЬКОЇ ІНФОРМАЦІЇ:  
ЗВІТ ІЗ СЕРІЇ ВОРКШОПІВ**

**128**

*Nataliia Kaliuzhna,  
Franziska Altemeier*  
**TOWARDS FAIR PRINCIPLES  
FOR RESEARCH INFORMATION:  
REPORT ON A SERIES OF WORKSHOPS**







**ТЕНДЕНЦІЇ  
РОЗВИТКУ БІБЛІОТЕКОЗНАВСТВА  
ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ НАУК**

**TRENDS IN DEVELOPMENT  
OF LIBRARIANSHIP AND  
INFORMATION SCIENCES**

УДК 028:002.1-028.25]:316.454.52  
DOI: 10.31866/2616-7654.7.2021.233251

## **ЧИТАННЯ ПАПЕРОВИХ КНИГ: БУТТЯ У ПРОСТОРИ СПІЛКУВАННЯ**

**Тетяна Гранчак,**  
провідний науковий співробітник  
відділу теорії та історії бібліотечної  
справи Національної бібліотеки  
України імені В. І. Вернадського,  
доктор наук із соціальних комунікацій,  
професор  
(Київ, Україна)  
e-mail: granchakt@ukr.net  
ORCID: 0000-0001-7854-580X

**Марія Кушнарєва,**  
науковий співробітник  
інформаційно-аналітичного відділу  
Фонду Президентів України  
Національної бібліотеки України  
імені В. І. Вернадського,  
кандидат філософських наук  
(Київ, Україна)  
e-mail: mariakushn8@gmail.com  
ORCID: 0000-0003-3361-8838

Стаття присвячена обґрунтуванню з позицій спілкування як соціальної практики сутнісної переваги читання паперових книжок і актуальності книжкових практик бібліотечного сервісу.

Основу методологічного інструментарію дослідження становлять методи гіпотези, включеного і зовнішнього спостереження, екстраполяції, опитування, порівняльний та оглядово-аналітичний методи, використання яких поряд із формулюванням загальної ідеї дослідження створило підґрунтя для розуміння книги як речового об'єкта, який уособлює автора, героїв і тексти і може виконувати функцію не лише інформаційного джерела, а й оповідача, а відтак – суб'єкта спілкування; дало змогу визначити спільні і особливі риси читання електронних і паперових книжок, зробити висновки стосовно пріоритетного для молоді формату читання художніх текстів, виявити сучасні наукові підходи до вивчення ролі книги і читання для особистісного розвитку.

На основі аналізу актуальних фахових публікацій, даних дослідження читацької поведінки, проведеного восени 2018 р. культурно-видавничим проектом «Читомо» спільно з цифровим видавництвом Gutenbergz та Центром Разумкова ("Читання в Україні", 2018), результатів опитування студентів спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», яке проводилося протягом 14.01.2021–14.02.2021 рр., доведено актуальність збереження практики читання книг у паперовому форматі, обґрунтовано формування під час читання паперових книжок простору спілкування як соціальної практики, в основі якого – функціонування паперової книги як суб'єкта спілкування. Темою такого спілкування виступає як надрукований у книзі текст, так і весь комплекс історико-соціальних та соціокультурних сенсів, пов'язаних з авторами книг, їх видавцями та/або колишніми власниками.

З'ясовано, що електронні книжки, будучи ефективними комунікаторами, втрачають суб'єктність, що створює для орієнтованої на читання таких книжок людини ризику послаблення навичок спілкування і соціалізації, а відтак – актуалізує потребу збереження можливості доступу до реальних книжкових полиць і паперових книг у бібліотечному просторі. В умовах вимушеного звернення до електронних текстів, динамічності суспільних проце-

сів, соціальної мобільності, бібліотека залишається місцем, яке уможливило збереження і відтворення важливої для формування і соціалізації особистості соціальної практики міжособистісного спілкування, зокрема шляхом створення умов для реального спілкування особистості з паперовою книгою.

*Ключові слова:* паперова книга, читання, бібліотека, бібліотечне спілкування, читач.

### **ВСТУП. ПРОБЛЕМА ЧИТАННЯ – ДО СУТІ**

Одним із парадоксів, з яким стикнулося людство в добу електронних технологій, стала проблема читання за умов надлишку інформації. Така тенденція відзначається, зокрема, вітчизняним Міністерством культури та інформаційної політики (МКІП) на основі аналізу ряду зарубіжних та вітчизняних досліджень у пропонованому до громадського обговорення проєкті Стратегії розвитку читання на 2021–2025 роки «Читання як життєва стратегія» (далі – Стратегія) (2021).

Під читанням у Стратегії розуміється читання книг у будь-якому форматі.

Як бачимо, МКІП, говорячи про проблему зниження інтересу до читання, визначає її не стосовно читання як здобутої навички, а саме стосовно читання книжок, яке, як можна зрозуміти з документа, має потенціал, щоб відкрити для людини можливість для саморозвитку, самореалізації, критичного мислення та «загалом більшої задоволеності життям» (Стратегія розвитку читання на 2021–2025 роки, 2021).

Відповідно, існують певні принципи відмінності між читанням, наприклад, новин, інформації соціальних мереж та книг. Аналіз таких відмінностей можна знайти в різних матеріалах наукового і публіцистичного характеру, присвячених проблемі читання як такої та перевагам читання саме художніх текстів (Oatley, 2016; O'Sullivan et al., 2015; Djikic et al., 2013; Berns et al., 2013).

Водночас, констатуючи переваги читання художніх книжок, в умовах поширення електронних технологій потребує додаткового дослідження питання стосовно їх формату – чи справді він не має значення? Примітно, що після появи пристроїв для читання електронних книжок буму «електронного» читання не відбулося, і останні дані свідчать про падіння продажів електронних книг, тоді як продажі книг традиційного формату залишалися стабільними, з невеликим зростанням (Roberts, 2018).

Попри виявлення цілого ряду, умовно кажучи, формальних відмінностей між функціонуванням паперової та електронної книг (можливість подарунку, менше навантаження на очі, розмір, вага, ціна, збереження, сприяння кращому запам'ятовуванню інформації тощо), обґрунтування сутнісної специфіки і переваг читання книжок паперового формату у соціальному аспекті з позицій спілкування досі не втрачає актуальності, і питання перспектив саме паперової книги і книжкових практик бібліотечного сервісу все ще потребують чіткої відповіді.

Отже, **метою** статті є обґрунтування з позицій спілкування як соціальної практики сутнісної переваги читання книжок у паперовому форматі і перспектив розвитку побудованого навколо книжок бібліотечного сервісу.

### **ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДҐРУНТЯ**

Вивчення соціокомунікаційної системи книга – читач в Україні має глибокі традиції, які увиразнилися в оформленні читачезнавства як комплексної галузі наукового знання, що інтегрує вивчення читача і читання і охоплює історію читача і читання, соціологію читання, психологію читання і читача (Новальська,

2015). Ґрунтовний аналіз становлення і розвитку читачезнавства в Україні здійснила Т. Новальська (2005), окремі аспекти читання розкривались у публікаціях Т. Вилегжаніної (2011), В. Медведєвої (2013), М. Кушнарської (2017), Л. Льоди і Л. Дзендзелюк (2017) та ін.

Щодо безпосередньо дослідження ролі і особливостей книги в історичному, соціокультурному та соціокомунікаційному аспектах, то ці питання на дисертаційному і монографічному рівнях детально аналізуються в науковому доробку таких знаних вітчизняних науковців, як О. Біличенко (2001), Л. Дубровіна (1992), Г. Ковальчук (2004; 2005), В. Маркова (2010), Г. Швецова (2001), розкриваються в окремих публікаціях О. Афоніна (2011), В. Вакулєнко (2013), М. Кушнарської (2020) та ін.

Специфіку книгознавчих наукових рефлексій у вітчизняній соціокомунікації висвітлено в монографії О. Пастушенко (2016).

За кордоном окреслена проблематика стала предметом наукового інтересу таких дослідників, як E. Andreewsky, F. Cochu, C. Parisse, D. Orsoni-Maillard (1993), T. Lazutina, I. Shuler and T. Pletyago (2016), W. Kortas (2019).

У контексті наукового порівняння специфіки функціонування і впливу на людину паперових та електронних книг варто згадати праці таких зарубіжних дослідників, як N. Tosun (2014), яка відмінності між читанням паперових і електронних книжок досліджувала з позицій гендеру і профорієнтації, A. Abu Samhan (2016) та L. Bushak (2015), які обґрунтували переваги читання паперових книг з позицій медичних критеріїв і збереження здоров'я читача.

Водночас згадані дослідники не розглядали сутнісні переваги читання паперових книжок у комунікаційному просторі спілкування.

## МЕТОДИ І МАТЕРІАЛИ

Для досягнення мети було використано метод гіпотези, який дав змогу висунути припущення стосовно виховного впливу паперової книги внаслідок виконання нею ролі суб'єкта спілкування; методи включеного і зовнішнього спостереження, застосування яких стало в нагоді для окреслення сучасних книжкових практик бібліотечного сервісу, уможливило виявлення емоційного забарвлення процесу читання, створило підґрунтя для розуміння книги як речового об'єкта, який уособлює автора, героїв і тексти і може виконувати функцію не лише інформаційного джерела, а й оповідача, а відтак – суб'єкта спілкування. Дослідницький потенціал методу екстраполяції став основою для кореляції між читанням книги і спілкуванням із «живою книгою». Застосування порівняльного методу дало змогу визначити спільні і особливі риси читання електронних і паперових книжок. Розкриття сучасних наукових підходів до вивчення ролі книги і читання для особистісного розвитку стало можливим завдяки застосуванню оглядово-аналітичного методу.

Джерельну базу дослідження склали актуальні фахові публікації за темою, проект Стратегії розвитку читання на 2021–2025 роки «Читання як життєва стратегія» (2021), результати дослідження читацької поведінки, проведеного восени 2018 р. культурно-видавничим проектом «Читомо» спільно із цифровим видавництвом Gutenbergz та Центром Разумкова («Читання в Україні», 2018), результати опитувань студентів спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», яке проводилося протягом 14.01.2021–14.02.2021 рр., матеріали веб-сайтів бібліотек.

### **ФОРМАТ МАЄ ЗНАЧЕННЯ**

Наше знайомство з читанням книжок починається зі спілкування. Маленькій дитині розповідають казку – вигадану історію. Першим оповідачем стає дорослий – батьки, дідусі і бабусі, рідні люди, вихователі. Як правило, це близькі люблячі люди, з якими в маленької людини виникає міцний емоційний зв'язок і встановлюються взаємини довіри. Саме ці люди стають для дитини першим уособленням цікавого тексту («Дідусю, розкажи мені казочку!»). Під час такого спілкування відбувається емоційне зближення слухача і оповідача (налаштування на «спільну хвилю»), що спрощує їх розуміння один одного і супроводжується підкріпленням почуттям задоволення. Згодом до такого спілкування додається книга («Почитай!»), а пізніше, за усунення дорослого-оповідача, таке спілкування переноситься на книгу, яка перебирає на себе функцію оповідача разом із зазначеними позитивними конотаціями. Перебирає саме книга – не автор тексту, оскільки на нього діти, зазвичай, не звертають увагу (а у разі, наприклад, народних казок, з якими діти зазвичай знайомляться щонайперше, автор як особистість взагалі відсутній), і не сам текст, який сприймається як розповідь, а не як оповідач. Взаємини «оповідач – слухач» у підсумку екстраполюються на взаємини «книга – читач».

У цьому процесі принципово важливим є те, що художній текст містить психічний та особистісний компонент, закладений у нього автором. З іншого боку, процес читання художнього тексту передбачає виникнення у читача емоційного відгуку. Тож цілком слушним є висновок про те, що «природа книги дозволяє припустити можливість не тільки інтелектуального, а також і емоційного ставлення до неї з боку... особистості, наділеної психікою, – читача. Але наявність з обох боків комунікаційної ланки таких суб'єктів перетворює комунікацію на спілкування» (Кушнар'ова, 2020, с. 26).

При цьому слід зауважити, що один і той самий текст, «вкладений» у форму різних книжок, сприймається по-різному і викликає різні емоції. Ми з теплотою згадуємо саме певні книжки – певних років і видавництв, з певними обкладинками та ілюстраціями, оскільки саме ці видання асоціюються в нас, наприклад, із дитинством, батьківською домівною, якимись людьми чи подіями, котрі залишили слід у нашому житті. При цьому інші видання того самого тексту залишають нас байдужими: «знайомство читача з текстом починається зі знайомства із книгою: саме обкладинку, формат, товщину книги оцінює читач, саме книгу, на відміну від тексту (чи твору) можна взяти в руки, а один і той самий текст-твір, представлений у вигляді різних книжок, може викликати в тієї самої особи різні почуття та різне ставлення» (Кушнар'ова, 2020, с. 25).

Книга-оповідач формує підґрунтя для діалогу не стільки з автором як особистістю, скільки з його *усобленою* в книзі (розказаною/прочитаною) творчістю. Відтак, книга об'єктивізує наші абстрактні уявлення про авторів і тексти і робить наше згадування певних творів та/або авторів, роздуми про них візуально спрямованими (згадуючи певного автора або твір, я згадую, передусім, книгу, а не певну послідовність літер, і подумки звертаюсь до певного об'єкта, а не в повітря).

За певних обставин автором книги в уявленні читача може виступати не автор тексту, а саме творець книги, якщо постать творця стає для читача з позицій історичної відстані більш значущою і виразною за автора. Наприклад, це може стосуватися відомого видавця. Так, само по собі малоформатне видання когось

із античних класиків навряд чи сьогодні може здивувати, утім, будучи видавничою спадщиною Ельзевірів, така книга, безсумнівно, посяде особливе місце в бібліотеці свого власника і чекатиме на можливість розповісти, власне, набагато більше за надрукований текст.

У цьому сенсі цікавих нюансів спілкуванню з книгою додає також особа власника, яка може бути важливішою для сучасного читача, аніж текст, вміщений у книзі, автор цього тексту чи видавець. Зокрема, ідеться про тих історичних постатей, які, будучи власниками книги, залишили в ній свої екслібриси, нотатки чи автографи. Як підкреслюють науковці, «автографи є одним із цінних джерел для дослідження творчої лабораторії їх авторів, свідченням кола особистих, творчих контактів адресатів і адресантів, відображенням колориту епохи тощо» (Сидорчук, 2015, с. 23), «книжкові автографи – власноручні написи (текст авторським почерком або/та підпис особи) та дарчі написи, які зберігають знаки історії, подають нову інформацію про наукову та офіційну діяльність конкретної особистості, відомості книгознавчого характеру, ілюструють історію побутування конкретного примірника» (Горська & Любовець, 2019, с. 330). Ілюстративний приклад надає Д. Норман (Norman, 1982), який, говорячи про шість критеріїв рідкості книги, згадує випадок унікального примірника «De Motu Cordis» Вільяма Гарвея (1628), праці, у якій дослідник оголосив про своє відкриття циркуляції крові: «Хоча всі примірники першого видання відповідають другому критерію рідкості (суттєве значення), цей примірник відповідає і п'ятому критерію (асоціація) через належність свого часу двом важливим особам: поетові та дипломату Константину Гюйгенсу (1596–1697) та Йоганну Фрідріху Блументбаху (1752–1840), засновнику науки про фізичну антропологію» (див. рис. 1):



Рис. 1. Титульний аркуш «De Motu Cordis» Вільяма Гарвея (1628).  
Із бібліотеки Хаскелла Ф. Нормана (Norman, 1982).

Відтак, книга як суб'єкт спілкування і оповідач здатна «розповісти» не лише викладений у ній текст, а й історію свого творця або власника.

Не можна не брати до уваги те особливе, «п'янке відчуття: торкнутися книжки, що колись тримав у руках письменник, про літературний талант якого не забули й за понад двісті років», як описав власник книгарні Шон Байзелл (2019, с. 27) свої почуття при зустрічі з книгою, яку свого часу комусь підписав сер Вальтер Скотт. Торкаючись книжок, які колись, можливо, кілька століть тому, тримали в руках інші люди, ми ніби спілкуємося з попередніми поколіннями, долучаючись до культурної традиції – світової, національної, родинної тощо, – і у такий спосіб відчуваємо причетність до неї, стаємо її невід'ємною часткою.

Колекціонування паперових книжок у цьому контексті також можна інтерпретувати як формування власного специфічного «кола спілкування» – колективного суб'єкта, інколи на кшталт соціальної мережі або знайомства із селебріті, які додають статусності (як-от друзі соціальної мережі, з якими ти не бачишся, але яких ти читаєш). За принципом «скажи мені, хто твій друг, і я скажу, хто ти», створена колекція книжок відображає внутрішній світ її власника, його особистість.

М. Ріхтер, американський автор, продюсер, виконавець та підприємець у галузі мистецтв, зауважує, що хоча для різних колекціонерів причини збирання книжкових колекцій можуть бути різними, проте збирання колекції зазвичай починається тоді, коли колекціонер якимось чином зв'язується з книгами: «Цей зв'язок може бути свідомим або підсвідомим. Зв'язок може бути будь-яким. Я розмовляв із колекціонерами, які збирають їх (книги. – *Авт.*) на основі спогадів дитинства, сімейних легенд, географічного розташування та багатьох інших тем» (Richter, 2020).

Поява електронних текстів певною мірою знеособила і «дематеріалізувала» спілкування з книгою – «книга почала втрачати свою зовнішню індивідуальність» (Кушнар'ова, 2020, с. 34), – перетворивши його на комунікацію – процес обміну інформацією, емоційний складник якого поступається спілкуванню. Взяти до рук книгу – як прослухати увертюру: налаштуватися перед зануренням у спілкування. Великою мірою це відбувається внаслідок сприйняття читачем згаданих вище суто зовнішніх характеристик книги як видання, які, знову-таки, налаштовують на певну тональність сприйняття при першому знайомстві з книгою. У разі перечитування домінує власна історія взаємин із книгою, емоційні та життєві спогади читача, які пов'язані з книгою та спричинюються, зокрема, її зовнішніми характеристиками. Щодо електронного тексту така увертюра (чи прелюдія) зникає, адже з поширенням електронної книги (...) «читачам дедалі складніше асоціювати твір з певною обкладинкою, шрифтом, папером, отже, із власними зоровими та тактильними відчуттями» (Кушнар'ова, 2020, с. 34), відтак, пов'язані із книгою відчуття не стають надбанням особистої зорової чи тактильної, навіть нюхової пам'яті. Тому електронна книга не стає частиною «Я» читача – чимось для нього дорогим, рідним, власним, залишаючись просто зовнішнім, одним із багатьох, джерелом інформації. З іншого боку, втрачаючи для читача звичну матеріальність і здатність викликати колишні фізичні відчуття, електронна книга внаслідок цього перестає бути тим об'єктом, з яким можливе спілкування.

За умови порівняно високого ступеня емоційності та складної емоційної та інтелектуальної організації читача книга також уможливує його комунікацію і з власною суб'єктивністю (Маркова, 2014, с. 43–44), або автокомунікацію. За Ю. Лотманом (1996), у процесі «автокомунікації» відбувається переформування

самої особистості, з чим пов'язане широке коло культурних функцій від (...) усвідомлення свого окремого буття до самовпізнання та автопсихотерапії» (с. 36). У дещо жартівливому варіанті опис спроби такого самовпізнання подав Стендаль (1978), змалювавши постать читача «Отелло» Шекспіра, котрий вигукує: «Тут усе зовсім перевернуто! Я відчував ревності, але геть інакше» (с. 254). Але для того, щоб спричинити автокомунікацію, книга має перебувати поза читачем, водночас продовжуючи бути частиною його «Я». Із зазначених вище причин електронна книга пристосована до цього гірше за паперову.

Друкована книга також уможливорює автокомунікацію в часі, адже на її полях можна залишити якісь позначки «власним почерком і, відповідно, побачивши їх за якийсь час, зробити висновок про те, як змінилися власні реакції тощо» (Кушнарєва, 2020, с. 34). Це відображає спроможність паперової книги, на сторінках якої читачем робилися примітки, – на відміну від електронної, – виступати лакмусовим папірцем, здатним виявити для нас самих зміни, що відбулися чи не відбулися з моменту її останнього прочитання – на кшталт зустрічі з давніми знайомими, яких ми давно не бачили і можемо з їхньої реакції судити про власні сутнісні трансформації.

В електронній читанці ми не можемо кинути оком на корінці, виокремити якусь певну книгу і звернутися до неї. Електронна читанка, вміщуючи багато різних електронних книжок, водночас не здатна виконати функцію оповідача. Її обкладинка завжди незмінна – так само як і екран, і шрифти, – що позбавляє книги частини їх індивідуальності, а отже відбувається їх певна уніфікація. Читанка виконує функцію, швидше, сховища, бібліотеки, яка може виступати організатором спілкування, проте не його суб'єктом.

Позбавлена «індивідуальності», електронна книжка втрачає можливості для виконання ролі суб'єкта спілкування. Зменшення частки емоційного складника і можливості рефлексії у випадку електронних текстів обумовлюють ризики утворення особистісних «лакун», для заповнення яких пропонується читання як своєрідний «екшн» – розважальний захоплюючий процес (втеча від думок і усвідомлення порожнечі), який, проте, не може гарантувати ефективної реалізації такою книгою виховної та соціалізуючої функції. На зміну спілкуванню приходять споживання – зовсім інша соціальна практика з відповідно іншими специфічними наслідками.

Примітно у цьому контексті, що компанія Google на разі докладає зусиль для налагодження можливості «спілкування» читача з електронною книгою за допомогою штучного інтелекту. Намагаючись забезпечити електронній книзі здатність реалізації функції співбесідника, у 2018 р. Google заявила про реалізацію проєкту «Talk to Book» (Поговори із книгою!) (Statt, 2018).

Як пояснюють автори проєкту, для цього використовується алгоритм самонавчання, який підбирає відповіді на питання користувача і видає їх у вигляді уривків із написаних людиною книг. Також алгоритму можна пропонувати власні судження і твердження, і тоді він підбиратиме відповідну інформацію з цієї проблеми. «У певному сенсі ви розмовляєте з книгою, отримуючи відповіді, які можуть вам допомогти визначити, чи буде вам цікаво їх прочитати», – вважають автори проєкту (Statt, 2018).



На разі програма недосконала і є, швидше, сурогатом справжнього спілкування. Так, на питання авторів статті «What is the meaning of life?» (У чому сенс життя?) сервіс дав таку відповідь (див. рис. 2):

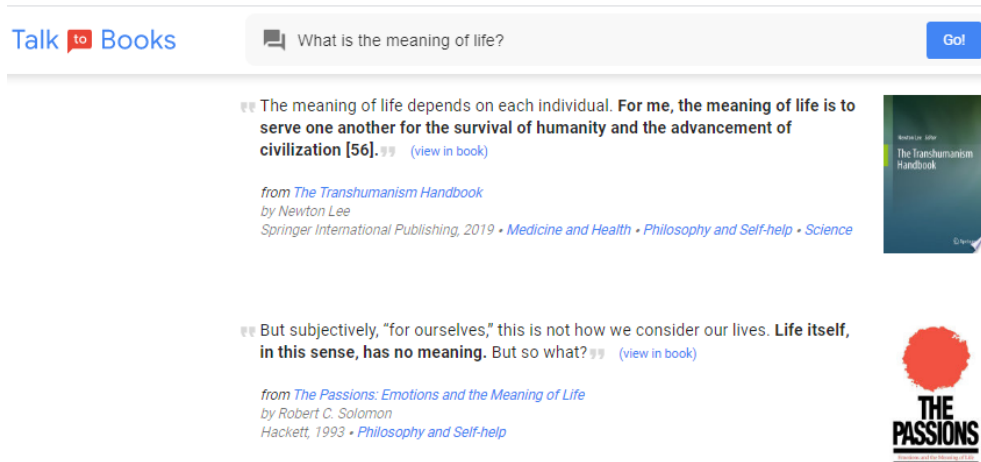


Рис. 2. Інтерфейс сервісу Google «Talk to books».  
Джерело: <https://cutt.ly/Yxr5vGk>.

З позицій викладеного вище ілюстративним став результат анонімного опитування студентів спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», яке проводилося протягом 14.01.2021–14.02.2021 рр. – близько 65 % із 89 опитаних надають перевагу читанню саме паперових книг (див. рис. 3).

Чи читаєте Ви книжки за допомогою мобільних гаджетів?

89 ответов



Рис. 3. Результати відповідей студентів на питання «Чи читаєте Ви книжки за допомогою мобільних гаджетів?».

Подібні результати були отримані також під час опитування студентів у США, відповідно до яких і при навчанні, і на відпочинку студенти віддають перевагу читанню саме паперових книжок. Із 80 учасників анонімного опитування, проведеного 2015 р. серед студентів California Polytechnic State University (Політехніч-

ного університету штату Каліфорнія), понад 80 % обирають для тривалого читання паперові книги (Byars, 2015) (див. рис. 4).

##### 5. In general, which do you prefer to read for extended periods of time?

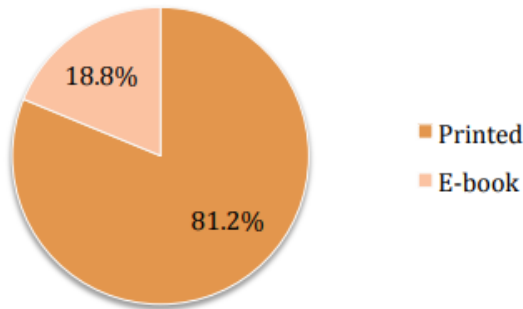


Рис. 4. Результати відповідей студентів Політехнічного університету Каліфорнії на питання «Яким книжкам Ви надаєте перевагу для тривалого читання?» (Byars, 2015, p. 14).

Підтвердження пріоритетності читання саме паперових книг надають також результати дослідження А. Abu Samhan (2016), які є важливими ще і тому, що чітко демонструють відмінності у мотивації читачів під час вибору формату книги для читання, насамперед, акцентують конкурентоздатність електронних книг під час навчання (зокрема ще і тому, що до багатьох навчальних матеріалів немає потреби повертатися після складання іспиту). Ці результати підтверджують думку стосовно комунікаційного потенціалу електронних книг, їх здатності доносити важливу інформацію і підтримувати когнітивні процеси. При цьому, однак, не ідеться про спілкування як емоційно забарвлену соціальну практику. Натомість для формування власної бібліотеки, до якої можна буде неодноразово звертатися у майбутньому, для тих самих читачів пріоритетним залишається паперовий формат книги.

Відповідно, виявлене ставлення користувачької аудиторії до читання паперової книги має бути враховане у книжкових практиках бібліотечного сервісу.

#### **ДОЗВОЛЬТЕ ВІДРЕКОМЕНДУВАТИ, АБО КНИЖКОВІ ПРАКТИКИ БІБЛІОТЕЧНОГО СЕРВІСУ**

Враховуючи наявний запит на читання паперових книжок, для бібліотек зберігає перспективність організація бібліотечного сервісу, спрямованого на промоцію паперової книги і читання, облаштування зручного для читання паперових книг бібліотечного простору, організацію комплексних бібліотечних заходів, спрямованих на сприяння формуванню в бібліотеках навколо книг простору спілкування. Останнє важливе з огляду на потребу збереження сутності бібліотеки як соціального інституту: «Бібліотека являє собою нерозривну єдність двох типів діяльності з обслуговування читачів: організація доступу до документа і організа-

ція міжособистісного спілкування. Якщо з бібліотеки йде живе спілкування, вона стає лише інформаційним органом, а без документів просто перетворюється на клуб» (*Бібліотека як центр спілкування*, 2011, с. 2). Підтримуючи висловлену тезу, додамо, що паперова книга залишається суб'єктивним компонентом системи бібліотечного міжособистісного спілкування.

Примітно у зв'язку з цим, що така комунікаційна бібліотечна практика, як «жива бібліотека», організована за принципом спілкування читача із книгою, в ролі якої у цьому разі виступає людина, яка розповідає власну історію. Це, власне, випадок того «усного документа», який обґрунтував Ю. Столяров, і який відображає паралель між читанням і спілкуванням і екстраполяцією суб'єкт-суб'єктного спілкування на процес читання.

Ефективним компонентом бібліотечного простору спілкування можуть бути презентації нових книжок і зустрічі з авторами, які, по суті, виконують представницьку функцію і буквально «знайомлять» читачів із новими книгами («Дозвольте відрекомендувати!»). Широкий спектр методичних рекомендацій стосовно ефективної реалізації бібліотекою книжкових практик бібліотечного сервісу і організації бібліотечного спілкування представлений у ряді наукових і науково-методичних видань (*Бібліотека як центр спілкування*, 2011; Грабар, 2014), в яких розглядаються різні види, форми і методи бібліотечного спілкування (неформальне і ділове; індивідуальне, групове і масове; традиційне і віртуальне тощо).

Водночас, для будь-якого спілкування потрібні відповідні умови, однією з яких є середовище, в якому може функціонувати простір спілкування. Традиційні читальні зали бібліотек відповідають просвітницьким і освітньо-науковим завданням бібліотек індустріальної доби, коли читання в бібліотеці мало на меті отримання читачем нової інформації на зразок відвідування навчального заняття. Такі читальні зали орієнтовані на роботу з паперовими документами, а не спілкування з книгою (яке, утім, можливе, хоча і психологічно некомфортне). Міжособистісне ж спілкування потребує певної інтимності, адже в його основі лежить довіра і розкриття власного «Я» суб'єкта. Отже, перед бібліотеками постає завдання зонування бібліотечного простору, яке уможливило б різні види бібліотечного спілкування, зокрема і читача із книгою.

Особливо актуальним таке завдання є для шкільних і дитячих бібліотек, а також бібліотек для молоді і юнацтва, користувацька аудиторія яких ще лише виробляє власні традиції міжособистісного і більш широкого соціального спілкування, необхідні для функціонування спільноти.

Рекомендації стосовно впровадження в практичну площину моделі бібліотеки, що поєднує чотири простори, в межах яких відбуваються різні види спілкування: навчання, натхнення, зустрічей та подій, адаптовану експертами для застосування у публічних бібліотеках України, пропонує ВГО Українська бібліотечна асоціація (*Чотири простори бібліотеки*, 2020).

## ВИСНОВКИ

Отже, сутнісною перевагою читання паперових книг у соціальному аспекті з позицій спілкування є їхня здатність виконувати роль оповідача як суб'єкта спілкування, що створює комунікаційне підґрунтя для формування під час читання простору спілкування як соціальної практики. Виконуючи спочатку допоміж-

ну функцію під час суб'єкт-суб'єктного спілкування в системі «оповідач – слухач» через читання вголос, книга за усунення людини-оповідача перебирає на себе цю функцію і виступає одним із двох суб'єктів під час читання, яке у разі паперової книги може бути потрактоване як процес спілкування.

Темою такого спілкування виступає як надрукований у книзі текст, так і весь комплекс історико-соціальних та соціокультурних сенсів, пов'язаних з авторами книг, їх видавцями та/або колишніми власниками.

Електронні книжки, будучи ефективними комунікаторами, втрачають суб'єктивність, що створює для орієнтованої на читання таких книжок людини ризику послаблення навичок спілкування і соціалізації. Враховуючи, що професійні і освітні цілі задовольняються частіше шляхом читання електронних книжок і текстів, питання соціалізації і рекреації особистості актуалізують збереження для неї можливості доступу до реальних книжкових полиць і паперових книг у бібліотечному просторі.

Відповідно, припущення щодо посилення тенденції переходу бібліотечного обслуговування до віртуального бібліотечного простору і необхідності поступового перепрофілювання реального простору бібліотеки (організація мейкерспейсів, коворкінгів тощо), є хибним.

В умовах вимушеного звернення до електронних текстів, динамічності суспільних процесів, соціальної мобільності, бібліотека залишається місцем, яке уможливило збереження і відтворення важливої для формування і соціалізації особистості соціальної практики спілкування, зокрема шляхом створення умов для її реального спілкування з паперовою книгою.

## СПИСОК ПОСИЛАНЬ

---

- Афонін О. Українська книга доби незалежності в системі соціальних комунікацій. *Вісник Книжкової палати*. 2011. № 7. С. 3–5.
- Байзелл Ш. Щоденник книгаря / пер. з англ. Ярослава Стріха. Київ : Наш формат, 2019. 304 с.
- Бібліотека як центр спілкування : метод.-бібліогр. матеріали / ОУНБ ім. В. Г. Короленка ; підгот. О. Рижаєва ; відп. за вип. О. Сльозка. Чернівці, 2011. 55 с.
- Біличенко О. Л. Культурно-виховна роль книги в умовах формування інформаційного суспільства : автореф. дис. ... канд. пед. наук : спец. 07.00.08 «Книгознавство, бібліотекознавство та бібліографознавство» / Харків. держ.акад. культури. Харків, 2001. 18 с.
- Вакуленко В. М. Культурно-виховна роль книги в інформаційному середовищі. *Збірник наукових праць Хмельницького інституту соціальних технологій Університету «Україна»*. 2013. № 2 (8). С. 23–27.
- Вилегжаніна Т. Криза читання як сучасна проблема світового рівня. *Бібліотечна планета*. 2011. № 4. С. 4–6.
- Горська Н. О., Любовець Н. І. «Видання з автографами українських діячів науки і культури : каталог колекції Національної історичної бібліотеки України» (Київ, 2018) (Інформація). *Українська біографістика = Biographistica Ukrainica*. 2019. Вип. 18. С. 329–332.
- Грабар Н. Г. Спілкування в бібліотеці: теоретико-методологічний аналіз : монографія. Харків : Майдан, 2014. 354 с.

- Дубровіна Л. А. Кодикологія та кодикографія української рукописної книги / відп. ред. О. С. Онищенко ; АН України, ЦНБ ім. В. І. Вернадського, Ін-т укр. археографії. Київ : Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, 1992. 262 с.
- Ковальчук Г. І. Книжкові пам'ятки (рідкісні та цінні книжки) в бібліотечних фондах : монографія / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Ін-т укр. кн. Київ, 2004. 644 с.
- Ковальчук Г. І. Теорія та практика книжкового пам'яткознавства ХХ століття : дис. ... д-ра іст. наук : 07.00.08 / Нац. акад. наук України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ, 2005. 485 с.
- Кушнарєва М. Від користі до задоволення: мотиваційний спектр читачів раннього італійського Ренесансу. *Вісник Харківської державної академії культури. Серія: Соціальні комунікації*. 2017. Вип. 51. С. 43–52.
- Кушнарєва М. Феномен книги як суб'єкта спілкування: ренесансні практики в рефлексіях сучасності. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*. 2020. Вип. 6. С. 24–38.
- Лотман Ю. М. Внутрі мислящих миров. Человек – текст – семиосфера – история / ред. Т. Д. Кузовкина. Москва : Языки русской культуры, 1996. 464 с.
- Льода Л., Дзендзелюк Л. Формування культури читання в аспекті збереження матеріальних носіїв інформації. *Інформаційний простір бібліотеки: польсько-український досвід* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 18–19 трав. 2017 р., Львів, Україна / Нац. ун-т «Львівська політехніка», Наук.-техн. б-ка ; за ред. Р. Самотий ; [редкол.: А. Андрухів, Р. Самотий, Н. Мосієнко, С. Палюх]. Львів, 2017. С. 354–366.
- Маркова В. Книга в соціально-комунікативному просторі: минуле, сучасне, майбутнє : монографія. Харків : ХДАК, 2010. 252 с.
- Маркова В. А. Методологічні засади вивчення книжкової комунікації. *Вісник Книжкової палати*. 2014. № 2. С. 42–44.
- Медведева В. Читання як опанування нового культурного простору і підвищення особистісної компетентності. *Вісник КНУКіМ. Серія: Соціальні комунікації*. 2013. Вип. 2. С. 86–91.
- Новальська Т. В. Український читач у бібліотекознавчих дослідженнях (кінець ХІХ – початок ХХІ ст.) : монографія. Київ : КНУКіМ, 2005. 252 с.
- Новальська Т. В. Читачезнавство. *Українська бібліотечна енциклопедія*. 2015. URL: <https://cutt.ly/vxhUppJ> (дата звернення: 19.03.2021).
- Пастушенко О. Книга і періодика в дисертаційних дослідженнях назалежної України: соціокомунікаційний аспект : монографія. Київ : Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, 2016. 564 с.
- Сидорчук Т. Автографи українських письменників у бібліотечній та архівній колекції наукової бібліотеки Національного університету «Києво-Могилянська академія». *Бібліотечний вісник*. 2015. № 4. С. 23–28.
- Стендаль. История живописи в Италии. *Собрание сочинений в 12-ти томах*. Москва : Правда, 1978. Т. 8. 450 с.
- Стратегія розвитку читання на 2021–2025 роки «Читання як життєва стратегія»: проект. *Міністерство культури та інформаційної політики*. 2021. URL: <https://cutt.ly/mzFlp38> (дата звернення: 19.03.2021 р.).
- Читання в Україні. Ukrainian Reading and Publishing Data 2018. *Читомо*. 2018. URL: <http://data.chytomo.com/chytannya-v-ukrayini/> (дата звернення: 19.03.2021).
- Чотири простори бібліотеки: модель діяльності : практич. посіб. / авт.-уклад.: О. Бояринова, О. Бруй, Л. Лугова, Я. Сошинська, І. Шевченко; Укр. бібл. асоц. Київ : ВГО Укр. бібл. асоц., 2020. 104 с.
- Швецова Г. М. Документ і книга в системі соціальних комунікацій : дис. ... д-ра іст. наук: 07.00.08 / Рівнен. держ. гуманітар. ун-т. Рівне, 2001. 490 с.

- Abu Samhan A. Why Are Printed Books Better than E-books? *Academia.edu*. 2016, April 23. URL: <https://cutt.ly/GxtsnSN> (accessed: 19.03.2021).
- Andreewsky E., Cochu F., Parisse C., Orsoni-Maillard D. Reading as a Complex Phenomenon. *Systems Science* / Editors: Stowell F. A., West D., Howell J. G. Boston, MA : Springer. 1993.
- Berns G. S., Blaine K., Prietula M. J., Pye B. E. Short- and Long-Term Effects of a Novel on Connectivity in the Brain. *Brain Connectivity*. 2013. Vol. 3, № 6. URL: <https://www.liebertpub.com/doi/full/10.1089/brain.2013.0166> (accessed: 19.03.2021).
- Bushak L. E-Books Are Damaging Your Health: Why We Should All Start Reading Paper Books Again. *Medical Daily*. 2015, January 11. URL: <https://cutt.ly/xxthwkV> (accessed: 19.03.2021).
- Byars M. N. Printed Books versus Digital Books : A Senior Project Presented to the Faculty of the Graphic Communication Department California Polytechnic State University, San Luis Obispo. June, 2015. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/32415523.pdf> (accessed: 19.03.2021).
- Djikic M., Oatley K., Moldoveanu M. C. Opening the Closed Mind: The Effect of Exposure to Literature on the Need for Closure. *Creativity Research Journal*. 2013. Vol. 25, Iss. 2. P. 149–154. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10400419.2013.783735> (accessed: 19.03.2021).
- Kortas W. Reading In Times Of Technological Changes. Social Reading Phenomenon. *Education and Social Sciences Conference, Business and Economics Conference: The International Academic Institute Academic Conference Proceedings*. Budapest, 2019. P. 73–83.
- Lazutina T. V., Shuler I. V., Pletyago T. Yu. Reading as a Sociocultural Phenomenon: its Nature and Functions. *International Journal of Environmental & Science Education*. 2016. Vol. 11, № 17. P. 9941–9948.
- Norman J. M. The Six Criteria of Rarity in Antiquarian Books. *HistoryofScience.com*. 1982. URL: <https://cutt.ly/SxoMxtZ> (accessed: 19.03.2021).
- O'Sullivan N., Davis Ph., Billington J., Gonzalez-Diaz V., Corcoran R. «Shall I Compare Thee»: The Neural Basis of Literary Awareness, and Its Benefits to Cognition. *Cortex*. 2015. Vol. 73. P. 144–157.
- Oatley K. Fiction: Simulation of Social Worlds. *Trends in Cognitive Science*. 2016. Vol. 20, Iss. 8. P. 618–628. URL: <https://cutt.ly/bx7XRmI> (accessed: 19.03.2021).
- Roberts E. Why Printed Books Are Better Than E-books. *AZ Big Media*. 2018, April 14. URL: <https://cutt.ly/SxtoULU> (accessed: 19.03.2021).
- Richter M. Why Do People Collect Antique Books? *Quora*. 2020. URL: <https://cutt.ly/Xxo3gMI> (accessed: 19.03.2021).
- Statt N. Google's Latest AI Experiments Let You Talk to Books and Test Word Association Skills. *The Verge*. 2018, April 13. URL: <https://cutt.ly/jxo64f9> (accessed: 19.03.2021).
- Tosun N. A Study on Reading Printed Books or E-Books: Reasons for Student-Teachers Preferences. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*. 2014. Vol. 13, Iss. 1. P. 21–28.

## REFERENCES

---

- Afonin, O. (2011). Ukrainska knyha doby nezalezhnosti v systemi sotsialnykh komunikatsii [Ukrainian book of the independence era in the system of social communications]. *Bulletin of the Book Chamber*, 7, 3–5 [in Ukrainian].
- Bythell, Sh. (2019). *Shchodennyk knyharia [The diary of a bookseller]* (Ya. Strikha, Trans.). Nash format [in Ukrainian].
- Ryzhaieva, O. (2011). *Biblioteka yak tsentr spilkuvannia [Library as a center of communication]* [Methodical and bibliographic materials]. OUNB im. V. H. Korolenka [in Ukrainian].

- Bilychenko, O. L. (2001). *Kulturno-vykhovna rol knyhy v umovakh formuvannia informatsiinoho suspilstva [Cultural and educational role of the book in the formation of the information society]* [Abstract of PhD Dissertation, Kharkivska derzhavna akademiia kultury] [in Ukrainian].
- Vakulenko, V. M. (2013). *Kulturno-vykhovna rol knyhy v informatsinomu seredovyshchi [Cultural and educational role of the book in the information environment]*. *Zbirnyk naukovykh prats Khmelnytskoho instytutu sotsialnykh tekhnologii Universytetu "Ukraina"*, 2(8), 23–27 [in Ukrainian].
- Vylehzhana, T. (2011). *Kryza chytannia yak suchasna problema svitovoho rivnia [The crisis of reading as a modern world-class problem]*. *Bibliotechna planeta*, 4, 4–6 [in Ukrainian].
- Horska, N. O., & Liubovets, N. I. (2019). "Vydannia z avtohrafamy ukrainskykh diiachiv nauky i kultury : katalog kolektsii Natsionalnoi istorichnoi biblioteky Ukrainy" ["Publications with autographs of Ukrainian figures of science and culture: catalog of the collection of the National Historical Library of Ukraine"] (Kyiv, 2018) (Informatsiia). *Ukrainian Biographistics = Biographistica Ukrainica*, 18, 329–332 [in Ukrainian].
- Hrubar, N. H. (2014). *Spilkuvannia v bibliotetsi: teoretyko-metodolohichni analiz [Communication in the library]* [Monograph]. Maidan [in Ukrainian].
- Dubrovina, L. A. (1992). *Kodykologhiia ta kodykohrafiia ukrainskoi rukopysnoi knyhy [Codicology and codicography of the Ukrainian manuscript book]* (Editor O. S. Onyshchenko). V. I. Vernadskyi National Library of Ukraine [in Ukrainian].
- Kovalchuk, H. I. (2004). *Knyzhkovi pamiatky (ridkisni ta tsinni knyzhky) v bibliotechnykh fondakh [Book monuments (rare and valuable books) in library funds]*[Monograph]. V. I. Vernadskyi National Library of Ukraine [in Ukrainian].
- Kovalchuk, H. I. (2005). *Teoriia ta praktyka knyzhkovoho pamiatkoznavstva XX stolittia [Theory and practice of book monument studies of the XX century]* [Doctoral Dissertation, V. I. Vernadskyi National Library of Ukraine] [in Ukrainian].
- Kushnarova, M. (2017). *Vid korysti do zadovolennia: motyvatsiinyi spektr chytachiv rannoho italiiskoho Renesansu [From usefulness to pleasure: motivation spectrum of readers of early Italian Renaissance]*. *Visnyk of Kharkiv State Academy of Culture. Series: Social Communications*, 51, 43–52 [in Ukrainian].
- Kushnarova, M. (2020). *Fenomen knyhy yak subiekta spilkuvannia: renesansni praktyky v refleksiakh suchasnosti [The phenomenon of the book as an intercommunication subject: Renaissance practices in modern reflections]*. *Ukrainian Journal on Library and Information Science*, 6, 24–38 [in Ukrainian].
- Lotman, Yu. M. (1996). *Vnutri mysl'yashchikh mirov. Chelovek – tekst – semiosfera – istoriya [Inside the Thinking Worlds. Human Being – Text – Semiosphere – History]*. (Editor T. D. Kuzovkina). *Yazyki russkoy kul'tury* [in Russian].
- Loda, L., & Dzendeliuk, L. (2017). *Formuvannia kultury chytannia v aspekti zberezhenia materialnykh nosiv informatsii [Formation of reading culture in the aspect of preservation of material information carriers]*. In R. Samoty (Ed.), *Informatsiinyi prostir biblioteky: polsko-ukrainskyi dosvid*, Proceedings of the International Scientific and Practical Conference (pp. 354–366), May 18–19, 2017, Lviv, Ukraine. Vydavnytstvo Lvivskoi politekhniki [in Ukrainian].
- Markova, V. (2010). *Knyha v sotsialno-komunikativnomu prostori : mynule, suchasne, maibutnie [Book in the social-communicative space: past, present, future]* [Monograph]. The Kharkiv State Academy of Culture [in Ukrainian].
- Markova, V. A. (2014). *Metodolohichni zasady vyvchennia knyzhkovoї komunikatsii [Methodological basis of book communication]*. *Bulletin of the Book Chamber*, 2, 42–44 [in Ukrainian].
- Medvedieva, V. (2013). *Chytannia yak opanuvannia novoho kulturnoho prostoru i pidvyshchennia osobystisnoi kompetentnosti [Reading as mastering a new cultural space and increasing*

- personal competence]. *Visnyk KNUKiM. Seria: Sotsialni komunikatsii*, 2, 86–91 [in Ukrainian].
- Novalska, T. V. (2005). *Ukrainskyi chytach u bibliotekoznavchyykh doslidzhenniakh (kinets XIX – pochatok XX st.) [Ukrainian reader in library research (the end of XIX – the beginning of XXI century)]* [Monograph]. Kyiv National University of Culture and Arts [in Ukrainian].
- Novalska, T. V. (2015). Chytacheznavstvo [Reader science]. *Ukrainska bibliotekna entsyklopediia*. <https://cutt.ly/vxyOppJ> [in Ukrainian].
- Pastushenko, O. (2016). *Knyha i periodyka v dysertatsiynykh doslidzhenniakh nazaleznoi Ukrainy: sotsiokomunikatsiynyi aspekt [Book and periodicals in dissertation researches of independent Ukraine: sociocommunication aspect]* [Monograph]. V. I. Vernadskyi National Library of Ukraine [in Ukrainian].
- Sydorchuk, T. (2015). Avtohrify ukrainskykh pysmennykiv u bibliotekhnii ta arkhivnii kolektsiiah naukovoi biblioteky Natsionalnoho universytetu "Kyievo-Mohylianska akademiia" [Autographs of Ukrainian writers in the library and archival collections of the scientific library of the National University "Kyiv-Mohyla Academy"]. *Biblioteknyi visnyk*, 4, 23–28 [in Ukrainian].
- Stendhal. (1978). *Istoriya zhivopisi v Italii [History of painting in Italy]*. In *Sobranie sochineniy v 12-ti tomah [Collected works in 12 volumes]* (Vol. 8). Pravda [in Russian].
- Ministry of Culture and Information Policy. (2021). *Stratehiia rozvytku chytannia na 2021–2025 roky "Chytannia yak zhyttieva stratehiia" [Reading development strategy for 2021–2025 "Reading as a life strategy"]* [Project]. <https://cutt.ly/mzFlp38> [in Ukrainian].
- Chytomo. (2018). *Chytannia v Ukraini [Reading in Ukraine]*. Ukrainian Reading and Publishing Data. <http://data.chytomo.com/chytannya-v-ukrayini/> [in Ukrainian].
- Boiarynova, O., Brui, O., Luhova, L., Soshynska, Ya., & Shevchenko, I. (2020). *Chotyry prostory biblioteky: model diialnosti [Four spaces of the library: a model of activity]*. Ukrainian Library Association [in Ukrainian].
- Shvetsova, H. M. (2001). *Dokument i knyha v systemi sotsialnykh komunikatsii [Document and book in the system of social communications]* [Doctoral Dissertation, Rivne State University of the Humanities] [in Ukrainian].
- Abu Samhan, A. (2016, April 23). *Why Are Printed Books Better than E-books?* <https://cutt.ly/GxtsnSN> [in English].
- Andreevsky, E., Cochu, F., Parris, C., & Orsoni-Maillard, D. (1993). Reading as a Complex Phenomenon. In F. A. Stowell, D. West, & J. G. Howell (Eds.), *Systems Science*. Springer. [https://doi.org/10.1007/978-1-4615-2862-3\\_38](https://doi.org/10.1007/978-1-4615-2862-3_38) [in English].
- Berns, G. S., Blaine, K., Prietula, M. J., & Pye, B. E. (2013, December 9). Short- and Long-Term Effects of a Novel on Connectivity in the Brain. *Brain Connectivity*, 3 (6). <https://doi.org/10.1089/brain.2013.0166> [in English].
- Bushak, L. (2015, January 11). *E-Books Are Damaging Your Health: Why We Should All Start Reading Paper Books Again*. Medical Daily. <https://cutt.ly/xxthwkV> [in English].
- Byars, M. N. (2015). *Printed Books versus Digital Books*. A Senior Project Presented to the Faculty of the Graphic Communication Department California Polytechnic State University, San Luis Obispo. June. <https://core.ac.uk/download/pdf/32415523.pdf> [in English].
- Djikic, M., Oatley, K., & Moldoveanu, M. C. (2013, May 17). Opening the Closed Mind: The Effect of Exposure to Literature on the Need for Closure. *Creativity Research Journal*, 25 (2), 149–154. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10400419.2013.783735> [in English].
- Kortas, W. (2019). Reading In Times Of Technological Changes. Social Reading Phenomenon. In *Education and Social Sciences Conference, Business and Economics Conference: The International Academic Institute Academic Conference Proceedings* (pp. 73–83). Budapest, Hungary, 2019, 26 November [in English].



- Lazutina, T. V., Shuler, I. V., & Pletyago, T. Yu. (2016). Reading as a Sociocultural Phenomenon: its Nature and Functions. *International Journal of Environmental & Science Education*, 11(17), 9941–9948 [in English].
- Norman, J. M. (1982). *The Six Criteria of Rarity in Antiquarian Books*. HistoryofScience.com. <https://cutt.ly/SxoMxtZ> [in English].
- O'Sullivan, N., Davis, Ph., Billington, J., Gonzalez-Diaz, V., & Corcoran, R. (2015). "Shall I Compare Thee": The Neural Basis of Literary Awareness, and Its Benefits to Cognition. *Cortex*, 73, 144–157 [in English].
- Oatley, K. (2016). Fiction: Simulation of Social Worlds. *Trends in Cognitive Science*, 20(8), 618–628. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2016.06.002> [in English].
- Roberts, E. (2018, April 14). *Why Printed Books Are Better Than E-books*. AZ Big Media. <https://cutt.ly/SxtoULU> [in English].
- Richter, M. (2020). *Why Do People Collect Antique Books?* Quora. <https://cutt.ly/Xxo3gMI> [in English].
- Statt, N. (2018, April 13). *Google's Latest AI Experiments Let You Talk to Books and Test Word Association Skills*. The Verge. <https://cutt.ly/jxo64f9> [in English].
- Tosun, N. (2014). A Study on Reading Printed Books or E-Books: Reasons for Student-Teachers Preferences. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 13(1), 21–28 [in English].

UDC028:002.1-028.25]:316.454.52

**Tetiana Hrachak,**

*Leading Research Fellow of the Department  
of Library Affairs Theory and History  
at the National Library of Ukraine named  
after V. I. Vernadsky, Dr. Hab.  
in Social Communications, Professor  
(Kyiv, Ukraine)  
e-mail: granchakt@ukr.net  
ORCID: 0000-0001-7854-580X*

**Maria Kushnareva,**

*Researcher, Information and Analytical Department,  
Presidents of Ukraine Collection  
of the National Library of Ukraine named  
after V. I. Vernadsky, PhD in Philosophy  
(Kyiv, Ukraine)  
e-mail: mariakushn8@gmail.com  
ORCID: 0000-0003-3361-8838*

**READING PAPER BOOKS:  
BEING IN THE INTERCOMMUNICATION SPACE**

The article is devoted to substantiation from the standpoint of intercommunication as a social practice of the essential advantage of reading paper books and the relevance of book practices of the library service.

The methodological tools of the study were based on the methods of hypothesis, included and external observation, extrapolation, survey, comparative and analytical methods, the use of which, along with the formulation of the general idea of the study created the basis for understanding the book as an object that represents the author, characters, and texts and can

perform the function not only of an information source, but also of the narrator, and thus of the subject of communication; made it possible to identify common and special features of reading electronic and paper books, to draw conclusions about the priority format for young people reading literary texts, to identify modern scientific approaches to studying the role of books and reading for personal development.

Based on the analysis of current professional publications, data on the study of reader behavior conducted in autumn 2018 by the cultural and publishing project “Chitomo” together with the digital publishing house Gutenbergz and the Razumkov Center (“Reading in Ukraine”, 2018), the results of a survey of students majoring in 029 “Information, library and archival business”, which was carried out during 14.01.2021–14.02.2021, the relevance of maintaining the practice of reading books in paper format is proved, the formation of the space of communication as a social practice, based on the functioning of the paper book as a subject of communication, has been substantiated. The topic of such communication is both the text printed in the book and the whole set of historical, social and socio-cultural meanings associated with the authors of the books, their publishers and / or former owners.

It has been found that e-books, being effective communicators, lose subjectivity, which creates risks for reading-oriented people to weaken communication and socialization skills, and thus – actualizes the need to maintain access to real bookshelves and paper books in the library space. In the conditions of needs of access to electronic texts, dynamics of social processes, social mobility, the library remains a place that allows preserving and reproducing important for the formation and socialization of personality social practice of interpersonal communication, in particular by creating conditions for real communication with paper books.

*Keywords:* paper book, reading, library, library conversation, reader.

*Стаття надійшла до редакції 22.03.2021 р.*



**ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ  
ІНФОРМАЦІЙНОЇ, БІБЛІОТЕЧНОЇ  
ТА АРХІВНОЇ СПРАВИ**

**APPLIED ASPECTS  
OF INFORMATION,  
LIBRARY AND ARCHIVAL AFFAIRS**

UDC 025.5:027.7(510+477)  
DOI: 10.31866/2616-7654.7.2021.233273

**INFORMATION LITERACY  
PROGRAMMES:  
THE EXPERIENCE  
OF RESEARCH LIBRARIES  
IN HONG KONG  
AND UKRAINE**

**Leo F.H. Ma,**  
*Head of Upper Campus Libraries,  
The Chinese University of Hong Kong  
(Shatin, Hong Kong, China)  
e-mail: leo-ma@cuhk.edu.hk  
ORCID: 0000-0002-7860-3982*

**Yurii Horban,**  
*Director of the Scientific Library,  
Kyiv National University of Culture and Arts,  
PhD in Cultural Studies, Associate Professor  
(Kyiv, Ukraine)  
e-mail: y.i.gorban@gmail.com  
ORCID: 0000-0001-5837-4409*

**Olena Skachenko,**  
*Head of the Sector at the Scientific Library,  
Kyiv National University of Culture and Arts  
(Kyiv, Ukraine)  
e-mail: skachenko.nana@gmail.com  
ORCID: 0000-0003-3827-5985*

The article is devoted to the analysis of information literacy programmes developed by libraries of higher education institutions in Hong Kong and Ukraine.

The application of such theoretical and empirical methods as an analysis of sources, the method of external observation over the foreign and Ukrainian experience of the information literacy programmes developing, as well as a prognostic method for summarising, allowed to reveal similarities and differences in the content and forms of information literacy programmes implemented at Hong Kong and Ukrainian universities.

Different stages of implementation of information literacy programmes by the Chinese University of Hong Kong (CUHK) Library during the last two decades are highlighted. The content of information literacy programmes provided by the libraries of 4 Ukrainian universities in general and the scientific library of the Kyiv National University of Culture and Arts (KNUCaA), in particular, is reviewed.

It has been found out such similar characteristics of information literacy programmes of libraries that were analysed as using of traditional forms (lectures, practical exercises, instructions, video lessons) to form the skills and abilities for the effective information search, analytical processing, organisation, evaluation, and use of this information. It has been found out that, unlike Hong Kong, the introduction of certified and online information literacy courses by Ukrainian universities libraries is isolated cases. There is also no experience in testing students' knowledge before studies of information literacy. Testing is usually done after completing the information literacy programmes, but these tests are not mandatory and only recommended.

The authors hope that the experience of the CUHK Library (Hong Kong) in the implementation of the "Immersion Programme", the UGCIL project, and InfoLit for U will be useful for the Ukrainian scientific library community, considering that libraries of higher education institutions in Ukraine have also started to develop similar programmes and modules. In particular, the interactive online guide "Music Documents in the KNUCaA Scientific Library" is an example of a modern approach to the formation of first-year students' information literacy, their acquaintance with the scientific library, its services, and resources, basic types of documents, an electronic search algorithm.

*Keywords:* higher education, university libraries, higher education libraries, information literacy, programmes, certified courses, tests.

## INTRODUCTION

*Formulation of the problem.* Information literacy plays an important role in the development of the digital knowledge society by improving the quality of the scientific work of students and scientists. Academic libraries abroad use various information literacy programmes for university students, such as library orientations, library skills programmes, library research, information skills for senior/graduate students; special information skills programmes for database search and Internet search. The programmes are mainly focused on students acquiring information retrieval skills and their understanding of the ethical aspects of information usage.

Global informatisation of society, growth of information volumes, the rapid development of information technologies influence the evolution of concepts “information culture”, “information literacy”, “media information literacy”, and so on. These trends affect the research of the experience of implementing information literacy programmes in higher education libraries in foreign countries and Ukraine.

The issue of information literacy (information culture) is the subject of scientific interests of Ukrainian and foreign scientists: I. Bezzub, O. Fedorov, D. Gillmore, Yu. Horban, S. Hrypych, T. Hranchak, R. Kyuubi, S. Leungand, G. Tam, L. F. Li, L. F. H. Maand, L. Ko, M. Makarova, C. McNaught, S. Nosova, O. Osyukhina, O. Palekha, Yu. Palekha, F. Rogou, S. Sheibe, C. Storey and S. Leung, and others. It should be noted that the term “information culture” is more often used among Ukrainian scholars, while the publications of foreign researchers mostly use the term “information literacy”, “digital literacy”, “media literacy”. The research mainly deals with such aspects as understanding the concept of “information literacy” and its key principles (Bruce, 2000; Doyle, 1994; Jarson, 2010; Hranchak, 2018); recommendations for the creation of information literacy programmes in school and university libraries (Lau, 2006), the essence of information culture at three levels: the culture of the information society, the information culture of the individual and the organisation (Palekha et al., 2020); projects and measures for the formation of information literacy in the libraries of higher education institutions (Bychko & Matsei, 2013; Hrypych & Buravkova, 2019; Steshenko, 2018), including through gamification (Horban & Skachenko, 2019), the comparison of information literacy programmes in different universities (Li et al., 2007; Ma & Ko, 2016; McNaught et al., 2004; Moyo & Mavodza, 2016; Rasaki, 2009; Renditiso, 2011).

The research focus of Ukrainian scientists was the international experience of information literacy in general and in the context of libraries in particular. Thus, the following aspects were considered: cooperation of libraries and teachers of French universities on the formation of information literacy among students (Shapiro, 2016); interpretation (understanding) of the concept of media literacy depending on the mentality and traditions of the world (Yaroslavtseva, 2018). However, the issue of identifying the best practices of foreign experience in the implementation of information literacy programmes and comparing them with the activities of libraries of Ukrainian universities requires more research.

**The purpose of the article** is to analyse and compare the information literacy programmes of the Chinese University of Hong Kong Library and information literacy programmes of libraries of Ukrainian universities, identifying similarity and defining effective approaches for libraries' future practices.

*Tasks:*

- to review the information literacy programmes of the Chinese University of Hong Kong Library, including the consortium project on information literacy implemented in Hong Kong;
- to review the information literacy programmes of higher education libraries of Ukraine, including the information literacy programmes of the Scientific Library of the Kyiv National University of Culture and Arts;
- to identify common features of these information literacy programmes of Hong Kong and Ukraine and to define effective approaches for libraries' future practices.

## **RESEARCH METHODS AND MATERIALS**

Theoretical and empirical methods were used to achieve the goals and objectives: analysis of sources, consideration of basic terms, the method of external observation over the foreign and Ukrainian libraries' experience in the formation of information literacy, theoretical and prognostic method for summarising and identifying of similar and different characteristics of information literacy programmes in the libraries of Hong Kong and Ukrainian universities.

## **MAIN RESEARCH MATERIAL**

Information literacy (IL) is a necessary condition for creating new knowledge, developing personal and professional competencies, and lifelong learning. The IL development process has a long history in the national traditions in different regions of the world. IL programmes in the higher education sector are especially important. In the vast majority of cases, such programmes are developed and implemented in the libraries of educational institutions, based on the best world or national IL standards, guidelines, recommendations, and so on.

Successful programmes and projects to promote IL in the higher education sector include A New Curriculum for Information Literacy (ANCIL) in the UK; Welsh Information Literacy Project in Wales; SWIM (Streaming Web-based Information Modules) in Denmark; INFOLIT, which was simultaneously implemented in 5 universities in South Africa.

### **1. Information Literacy Programmes at the Chinese University of Hong Kong Library.**

As a comprehensive research university, The Chinese University of Hong Kong (CUHK) consists of nine constituent Colleges and offers a wide-range of full-time and part-time programmes, which lead to bachelor's degrees, master's degrees, and doctorates. In 2020, the total student enrolment and teaching staff were 21,405 and 1,677 respectively (The Chinese University of Hong Kong, 2020). The mission of the CUHK Library as a leading research library is to partner in the "creation, access, dissemination and preservation of knowledge to inspire and support The Chinese University of Hong Kong in its research, learning, and teaching" (The Chinese University of Hong Kong Library, n. d.). This section highlights several milestones in the implementation of information literacy programmes by the CUHK Library in the past two decades. It is however not the purpose of this paper to offer a complete account of the information literacy education delivered by the Library.

At the beginning of the 21st Century, the CUHK Library adopted two typical strategies to embed information literacy into the university curriculum: 1) setting up

faculty liaison programmes to collaborate with the faculty members; 2) hosting library instruction and induction courses for the university community.

The purpose of setting up the faculty liaison programme was to enable the faculty members to “fully appreciate existing services, understand available and new resources, and assist in the Library’s strategic development to parallel advances in the curriculum” (McNaught et al., 2004). The faculty liaison librarians offered subject-specific library instruction courses to faculty staff and students, while reference librarians charged with student instructional programmes. The CUHK Library also developed a certificate programme on information literacy entitled *Information Literacy Certificate Courses*. Participants were required to attend five consecutive sessions on information literacy skills before they could be granted a certificate issued by the Library. At the same time, given that this certificate programme was not a graduation requirement of the University, participants’ attendance was not, however, mandatory. Apart from this face-to-face certificate programme on information literacy, an online web-based instruction programme entitled *Web-based ULS Information Literacy Tutorial* was also developed to enhance the information literacy of library users. This online tutorial included topics: (1) Common misconceptions about information searching; (2) Types of information sources; (3) Timeliness of information sources; (4) Formats of information sources; (5) When to use different categories of information sources; (6) How to locate various information sources; (7) How to evaluate information sources; (8) Citation styles; (9) Check your skills (URL in the reference list) (McNaught et al., 2004).

Recognising the importance of information literacy in the digital learning and working environment, the CUHK rolled out the mandatory *Student IT Proficiency Test* in the academic year 2006–2007. There were five sections in the Student IT Proficiency Test, namely (1) Basic operation of a computer, (2) Using computer application software, (3) Computer ethics and copyrights, (4) Information security, and (5) Information literacy, the newly added component. In the information literacy section, the University decided to adopt the *Web-based Information Literacy Tutorial* developed by the CUHK Library as the courseware of the Test. Based on the experience of the previous *Web-based ULS Information Literacy Tutorial*, the new *Web-based Information Literacy Tutorial* has been created according to the Information Literacy Competency Standards for Higher Education defined by the Association of College and Research Libraries (ACRL) in the United States. This Tutorial contains seven modules: (1) Types of information sources and their characteristics; (2) Effective search strategies; (3) Use of the library catalogue; (4) Use of research databases; (5) Use of the Internet; (6) Evaluation of information sources; and (7) Citing information sources. The Tutorial was designed in such a way that there were a number of interactive activities such as games, drag and drop, text entry, and questions and answers to engage students in the learning process. It was a graduation requirement for all undergraduate students to pass the online IT Proficiency Test. As rightly pointed out by Li, Leung & Tam, “the integration of information literacy into a university’s competency-based mastery programme does not diminish the reference librarian’s teaching role but rather strengthens it” (Li et al., 2007).

*ACRL Information Literacy Immersion Programme.*

An important issue of implementation of information literacy programmes is the professional training of librarians, who could conduct training and teach others in

the future. *The Information Literacy Immersion Programme* (“*Immersion Programme*”) initiated by the ACRL was aimed at achieving this goal among the others.

The “*Immersion Programme*” was launched in 1999 and provides information literacy training and education for librarians in the areas of pedagogy and leadership (ACRL, n. d.). The Immersion Programme is usually delivered on several days and consists of intensive training and motivational activities on all aspects of information literacy. It was the first time for ACRL to deliver the programme in the Asia region in 2013. Hosted by Joint University Librarians Advisory Committee (JULAC), the Immersion Programme was held from 3rd to 7th June 2013 at the Hong Kong University of Science and Technology Library with sixty-six participants from seventeen institutions in the region, fifty-four participants from Hong Kong and twelve from China, Singapore, and Taiwan.

The *Immersion Programme in Hong Kong* consisted of two tracks, namely *Teacher Track* and *Programme Track*. The Teacher Track emphasised enhancing, refreshing, or extending their individual skills for teaching information literacy programmes. The learning outcomes of the *Teacher Track* were:

- design meaningful instructional activities that address different learning styles, recognising different student motivations, backgrounds, and experiences, to address student learning needs in a coherent and systematic fashion;
- adopt a constructivist approach to information literacy instruction to develop a theoretical perspective and foundation for selecting teaching approaches and learning activities;
- teach from a learner-centred perspective to engage students in the learning process;
- analyse and assess personal teaching methods, habits, and styles to expand the pedagogical repertoire and shape diverse learning situations;
- assess student learning to inform and improve practice;
- develop and articulate a personal perspective of information literacy to make its applications to professional and personal life effective and meaningful;
- capitalise on personal leadership characteristics/potential to commit acts of leadership and affect change in institutional/professional practice (HKUST Library, 2016).

The Teacher Track covered in the Hong Kong programme included the following sections: Authentic Teacher, Learning Theory, Learning Styles, Presentation Techniques, Connecting Outcomes & Content, Student-centered Learning, Active Learning, Teaching with Technology, Leadership for Instructional Change, etc. On the other hand, the Programme Track focused on developing, integrating, and managing information literacy programmes for institutions. The learning outcomes of the *Programme Track* were:

- build partnerships/relationships with individuals and groups on campus in order to elevate information literacy to a campus-wide enterprise;
- regularly scan the campus and higher education environment in order to use information literacy as a catalyst for the library’s participation in educational transformation;
- engage in ongoing reflective practise in order to create and sustain renewal and growth of information literacy program development and leadership;
- exercise leadership within the library and throughout the campus in order to influence library, curriculum, and instructional decision;



- identify and garner resources in order to build the capacity necessary to accomplish an information literacy mission;
- value risk-taking and looking for the second right answer in order to engage in the creative process;
- develop a culture of assessment and continuous learning in order to capitalise on strengths as well as opportunities for change (HKUST Library, 2016).

The Programme Track covered in the Hong Kong programme included Leadership, Persuading and Influencing, Meeting Programme Outcomes, Campus Cultures & Collaboration, Staff Development, etc. Also, there were three plenary sessions on two common topics, Information Literacy and Assessment, for the participants of both tracks.

Six instructional librarians from the CUHK Library attended the Immersion Programme in Hong Kong; one of them took part in the Programme Track and five others – in the Teacher Track. In addition to acquiring new concepts of applying active learning to information literacy programmes, they also had the opportunities to discuss common challenges in instructional activities for the university community with colleagues from not only Hong Kong but also other Asian countries. The topics that were discussed included insufficient class time, large class size, inflexible classroom setting, inactive student participation, and fast-moving technological environment (Ma & Ko, 2016).

*University Grant Committee Teaching and Learning Project on Information Literacy.*

JULAC was funded by the University Grants Committee (UGC) of Hong Kong for three years (2015–2018) to implement a cross-institutional project “*Improving information literacy in Hong Kong higher education through the development and implementation of joint interactive multimedia programmes*” related to teaching and learning of information literacy. The Project was aimed to enhance information literacy among students in UGC-funded institutions by developing and implementing shared interactive multimedia courseware. After this project, students were supposed to be able to uplift their capacity to use the information for learning and to improve self-awareness as information-literate students. There were altogether five sub-projects under this main theme: (a) Assess the information and educational needs of undergraduate students at the beginning of the project; (b) Conduct research readiness self-assessment exercises for undergraduate students at the beginning as well as closer to the completion of the project for comparison sake; (c) Build up IL capacity of the academic librarians in Hong Kong; (d) Develop a joint information literacy courseware; (e) Develop IL courses together with faculty members by using the Course Enhancement Funds (The Hong Kong Polytechnic University Pao Yue-kong Library, 2016).

Among other deliverables of the Project, *InfoLit for U*, a free open-access MOOC on IL using the edX platform, was launched in February 2018 as a 24×7, self-paced, non-credit-bearing MOOC for undergraduate students. *InfoLit for U* (Fig. 1) consists of two modules, namely the focal module and the disciplinary module. These two modules are designed to help students become analytical, wise, and creative information users for effective learning at the university and tackle professional challenges after graduation. In the focal module, “Not only search skills: What is InfoLit for U study & career?”, students will acquire the knowledge of using information for university-level inquiry works through five sections:

- Think & plan the “Info Needs” of your research;
- Don’t find answers: search for ideas to develop ideas;

- Not just filter: evaluate ideas to form new ideas;
- Never list them: connect ideas to create your idea;
- Stay hungry: join & learn from communities (The Chinese University of Hong Kong, 2017).



Figure 1. InfoLit for U.  
URL: <https://cutt.ly/DzsvQM8>.

There are altogether eight discipline-related elective modules, namely Arts & Humanities, Business & Economics, Education, Engineering, Health Sciences, Law, Science and Social Sciences. These modules provide an inquiry-based context within which information-seeking tasks related to these disciplines are designed including:

- find discipline/task information;
- evaluate discipline/task information;
- create task outputs.

The student will be awarded an achievement certificate by this MOOC after completing the focal module plus at least one of the discipline-related modules with a 70 % or above the correct rate in the assessment questions test (The Chinese University of Hong Kong, 2017).

## 2. Practices of Higher Education Libraries in Ukraine.

Information literacy (information culture) activities are traditionally among the leading directions of Higher Education Libraries in Ukraine. Different traditional forms of work are related to such an activity: lectures/courses on information culture, information literacy schools, Information Days, Department's Days, Specialist Days, individual consultations, etc.

According to the results of the search for scientific publications on information literacy programmes implemented in the libraries of higher education institutions of Ukraine, this part of the article summarises and presents the experience of 4 university libraries.

During 2008–2012, in the *Khmelnysky National University Scientific Library*, IL training was conducted within the framework of the project “*From Information Culture to the Quality of Education*”. The objectives of the project were as follows: to increase the level of information culture of students and teachers of the university; to promote the library’s e-resources; to develop modern information services according to the needs of users. The main form of improving information culture was “individual counselling... by the process of reference and bibliographic services” (Bychko & Matsei, 2013, p. 492). During the studying, they used their library and remote e-resources, in particular a search in the database of the National Library of Ukraine named after V. I. Vernadsky. The project’s structure consisted of two parts: “Fundamentals of information culture and bibliography” lectures and practical classes for first-year students and “Scientific search for information. Sectoral bibliography” for undergraduates (Bychko & Matsei, 2013, p. 494).

*The Rivne State University of Humanities Scientific Library* uses various forms and methods for the IL formation among students and teachers: individual, group lectures, workshops, complex activities. For this purpose, the library produces a variety of information content: manuals, virtual exhibitions, multimedia presentations, etc. For instance, to enhance and visualise information about the structure, services of the library – during classes with freshmen shown a video “RSUH Scientific Library realises your right to information” (Hrypych & Buravkova, 2019, p. 37).

To support the research work of the university departments, teachers, and masters, the Information Center for the young researchers was organised in the library structure. As part of the cycle “Scientific Communications” the library holds information seminars and workshops: “Scientometric and bibliographic databases”; “International styles of design of scientific publications”, during which “methods, search schemes, determining the index of citations of printed publications of teachers are clearly demonstrated” (Hrypych & Buravkova, 2019, p. 36).

The COVID-19 pandemic led to libraries’ transition to remote work and the remote customer service organisation.

For example, *the Sumy State University Scientific Library* offers students an electronic resource “Fundamentals of Information Culture”, highlighting 4 components of information culture: media literacy, IT literacy, IL, digital identification (Sumy State University Library, 2019). General concepts and practical advice on academic integrity and IL are contained in the “Handbook on Academic Integrity” prepared by the library specialists (Hurianova et al., 2018).

*Scientific Library of the O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv* has developed a distance course, “*Information resources of the KNUUE Scientific Library 2020*” for first-year students of all specialities on the Moodle platform. The course is taught during 1 semester; aims to form students’ set of skills and abilities for individual information activities (Kharkiv National Academy of Urban Economy, 2020, p. 21).

*The Kyiv National University of Culture and Arts Scientific Library’ Programme “Information Literacy for Learning and Science”*.

The purpose of the Programme is to develop users’ skills in information retrieval, evaluation, and responsible practical use.

Objectives of the information literacy programme:

- to form the students and young scientists’ basic IL skills and abilities;
- to acquaint with sources of information, search tools, search algorithm,

- to develop skills and abilities to evaluate information and its ethical use (Fig. 2).

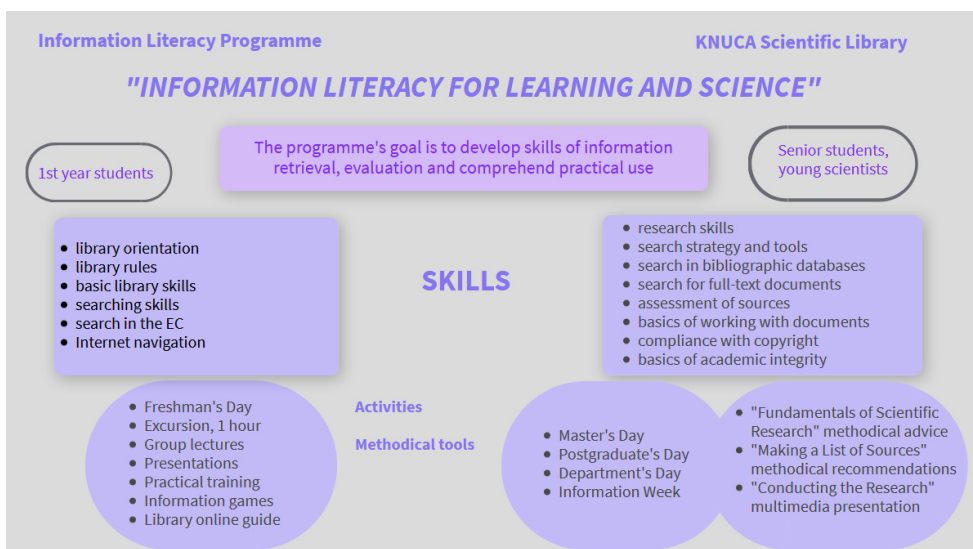


Figure 2. Goals of the KNUCaA Scientific Library Information Literacy Programme. Developed by the authors.

Activities for first-year students are aimed at mastering basic information literacy skills, organised jointly by librarians and subject teachers, and take place in two stages. During the 1-hour tour, students get acquainted with the library's physical space, the general rules of work, register as library users. Students attend lectures in the information and bibliographic department in the second stage. They get acquainted with the reference apparatus, reference, bibliographic fund, catalogues system, etc. During practical classes, algorithms of search of various types of sources in the electronic catalogue are studied, skills of an estimation of the materials that were found concerning the relevance of search, urgency, reliability, the authority of authors, and sources are checked.

After classes, students also acquire skills and abilities to formulate information requests. They perform an independent search in library catalogues, full-text databases; get the best of Internet resources and the library website; improve their ability to evaluate the found information and apply it correctly during training.

A creative event to form information literacy skills through games, which has gained popularity among first-year students, became the Information Games project, initiated and first conducted in the KNUCaA Scientific Library in 2018 (Skachenko, 2020).

The Scientific Library holds important activities to promote and support distance learning during COVID-19 quarantine. In December 2020, first-year students of the Faculty of Music were offered a "Musical documents in the fund of the KNUCaA Scientific Library" online library guide (KNUCaA Scientific Library, 2020, 1st December). The six parts of the virtual guide contain a description of the main kinds and types of musical documents available in the KNUCaA Scientific Library fund for scientific, educational,

creative work. The interactive guide also introduces to students the Scientific Library and its services, resources, the search algorithm in the electronic catalogue, and more.

Among the complex activities of the KNUCaA Scientific Library on the formation of information literacy are Master's Day, Postgraduate's Day, Department's Day, Information Week, which take place on the eve of 23rd April–World Book and Copyright Day.

The IL skills formation among *senior students, undergraduates, graduate students* aims to study the basics of research, compliance with copyright, the culture of academic integrity, etc.

During individual and group classes, young scientists:

1. Get acquainted with:

- library resources (fund composition, services);
- algorithm for writing abstracts;
- the structure of the annotation to the scientific article;
- basics of citation;
- styles of bibliographic references;
- structure of bibliographic record;
- rules for compiling bibliographic lists.

2. Study:

- strategies and tools for searching for information on the Internet, e-catalogues, and full-text databases;
- basics of working with texts (summarising, quoting, compiling, and annotation) and compliance with copyright.

After classes, young scientists can identify and interpret information correctly, skills of search, collection, and analysis of information, including preparing and compiling abstracts, annotations, selection of citations; registration of references, and observance of academic integrity norms, etc.

To form the skills and abilities to write scientific papers, the scientific and methodological department staff prepared methodological advice “Fundamentals of scientific research”. In particular, the research stages were revealed, the types and volumes of scientific articles, requirements to their structure and design were characterised.

The multimedia presentation “What a terrible beast is a scientific article, and how to stop being afraid of it” provides more examples, illustrations, life hacks, the discussion of the scientific research issue (KNUCaA Scientific Library, 2019, 26th December). The presentation contains sections of methodical advice concerning registration of lists of bibliographic references and the APA referencing style, Harvard referencing style; basics of academic integrity, and the ability to distinguish between plagiarism, self-plagiarism, fabrication, deception, etc.

## CONCLUSIONS

The analysis of IL programmes implemented by the Chinese University of Hong Kong Library and the university scientific libraries in Ukraine revealed their similar and distinctive characteristics. Similar characteristics of information literacy programmes of libraries that were analysed include using traditional forms (lectures, practical exercises, instructions, video lessons) to form skills and abilities for the effective

information search, analytical processing, organisation, evaluation, and use of this information.

It has been found out that, unlike Hong Kong, the introduction of certified and online information literacy courses by Ukrainian universities libraries has isolated examples. There is also no experience in testing students' knowledge before studies of information literacy. Testing is usually done after completion of the information literacy programme, but these tests are not mandatory and only recommended.

In this regard, the experience of the CUHK Library (Hong Kong) in the implementation of the "Immersion Programme", the UGCIL project, and InfoLit for U will be useful for the Ukrainian scientific library community, considering that libraries of higher education institutions in Ukraine have also started to develop similar programmes and modules.

In particular, the interactive online guide "Music Documents in the KNUCaA Scientific Library" is an example of a modern approach to the formation of first-year students' information literacy, their acquaintance with the scientific library, its services and resources, basic types of documents, an electronic search algorithm. After library classes on information literacy, students are able to formulate information requests competently, do a search in catalogues and databases independently, process information analytically, evaluate and apply information critically, adhere to the norms of academic integrity.

## REFERENCES

---

- ACRL. (n. d.). *ACRL History*. <http://www.ala.org/acrl/aboutacrl/history/history> [in English].
- Bruce, C. (2000). Information literacy programmes and research: An international review. *The Australian Library Journal*, 49(3), 209–218. <https://doi.org/10.1080/00049670.2000.10755921> [in English].
- Bychko, O. M., & Matsei, O. O. (2013). Formuvannia informatsiinoi kultury korystuvachiv NB Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu [Formation of information culture of users of the Scientific Library of Khmelnytsky National University]. In *Suchasni problemy diialnosti biblioteky v umovakh informatsiinoho suspilstva [Modern Problems of Library Activity in the Information Society]*, Proceedings of the Fifth International Scientific and Practical Conference, Lviv, September 11–12, 2013 (pp. 491–498). Lviv Polytechnic National University. <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/21378> [in Ukrainian].
- Doyle, C. (1994). *Information Literacy in an Information Society: A Concept for the Information Age*. Syracuse University. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED372763.pdf> [in English].
- HKUST Library. (2016, December 6). *ACRL Information Literacy Immersion Programme*. <https://library.ust.hk/events/staff-workshops/acrl/> [in English].
- Horban, Yu. & Skachenko, O. (2019). Biblioteka u hri: navchannia informatsiinoi hramotnosti ta zapobihanniu plahiatu [Library in the game: teaching information literacy and plagiarism prevention]. *Bibliotechnyi visnyk*, 5, 26–33 [in Ukrainian].
- Hranchak, T. (2018). Bibliotechno-informatsiina diialnist i media hramotnist [Library and information activities and media literacy]. *Bulletin of the Book Chamber*, 3, 40–43 [in Ukrainian].
- Hrypych, S. N., & Buravkova, L. M. (2019). Formuvannia informatsiinoi kultury korystuvachiv yak vazhlyva skladova diialnosti biblioteky zakladu vyshchoi osvity [Formation of information

- culture of users as an important component of the library of higher education]. *Bibliotechny forum: istoriia, teoriia i praktyka*, 1, 33–40 [in Ukrainian].
- Hurianova, V. H., Onyksymova, L. T., & Poberii, N. V. (Comps.). (2018). *Dovidnyk z akademichnoi dobrochesnosti [Handbook of Academic Integrity]* (Ed. T. O. Marinich). Sumy State University. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/71531> [in Ukrainian].
- Jarson, J. (2010). Information literacy and higher education: A toolkit for curricular integration. *College & Research Libraries News*, 71(10), 534–538. <https://doi.org/10.5860/crln.71.10.8456> [in English].
- Kharkiv National Academy of Municipal Economy. (2020). *Dovidnyk pershokursnyka. 2019–2020 [Handbook of freshmen. 2019–2020]*. <https://cutt.ly/VzOu3Jn> [in Ukrainian].
- KNUCA Scientific Library. (2019, December 26). *Shcho za strashnyi zvir – naukova stattia, i Yak perestaty yoho boiatysia [What a terrible beast – a scientific article, and How to stop being afraid of it]*. <https://www.slideshare.net/knukim-library/ss-129407000> [in Ukrainian].
- KNUCA Scientific Library. (2020, December 1). *Muzychni dokumenty u fondi Naukovoï biblioteki KNUKiM [Musical documents from the fund of the KNUCA Scientific Library]* [Online guide]. <https://view.genial.ly/5fc62e77adec290d045097a2/guide-knuca-libraryinformation-module-music> [in Ukrainian].
- Lau, Kh. (2006). *Rukovodstvo po informacii noï gramotnosti dlia obrazovaniia na protiazhenii vseï zhizni [Guidelines on Information Literacy for Lifelong Learning]*. <https://www.ifla.org/files/assets/information-literacy/publications/ifla-guidelines-ru.pdf> [in Russian].
- Li, L., Leung, S., & Tam, G. (2007). Promoting information literacy skills through web-based instruction: The Chinese University of Hong Kong Library experience. *Library Management*, 28(8–9), 531–539. <https://doi.org/10.1108/01435120710837819> [in English].
- Ma, L. F. H., & Ko, L. (2016, July). Capacity building programme for librarians for enhancing information literacy in Hong Kong higher education. *IFLA SET Bulletin*, 17(2), 26 [in English].
- McNaught, C., Storey, C., & Leung, S. (2004). Embedding information literacy into the curriculum: A case study of existing practice and future possibilities at a Hong Kong university. *Journal of Library & Information Science*, 30(1), 5–13. <https://jlis.glis.ntnu.edu.tw/ojs/index.php/jlis/article/view/425> [in English].
- Moyo, M., & Mavodza, J. (2016). A comparative study of information literacy provision at university libraries in South Africa and the United Arab Emirates: A literature review. *Library Review*, 65(1), 93–107. <https://doi.org/10.1108/LR-06-2015-0069> [in English].
- Palekha, Yu. I., Palekha, O. Yu., & Horban, Yu. I. (2020). *Informatsiina kultura [Information culture]*. Vydavnytstvo Lira-K [in Ukrainian].
- Rasaki, O. E. (2009). A Comparative Study of Credit Earning Information Literacy Skills Courses of Three African Universities. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*, 232. <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/232> [in English].
- Renditiso, A. (2011). Information literacy in the Italian Universities; a users' survey combined with the analysis of the University websites. *Bollettino AIB*, 51(3), 213–226. <https://bollettino.aib.it/article/view/5426> [in English].
- Shapiro, N. G. (2016). Informatcionnaia gramotnost: sotrudnichestvo bibliotek i universitetov vo Frantsii [Information literacy: cooperation between libraries and universities in France]. *Bibliografiia*, 2, 100–121 [in Russian].
- Skachenko, O. (2020). Information Games in the Academic Library: Library of Kyiv National University of Culture and Art, Ukraine. *Georgia Library Quarterly*, 57(4). <https://digitalcommons.kennesaw.edu/glq/vol57/iss4/10> [in English].
- Steshenko, H. O. (2018). Naukova biblioteka Kyivskoho natsionalnoho universytetu kultury i mystetstv i yii rol u formuvanni informatsiinoï kultury studentiv [The Kyiv National University of Culture and Arts Scientific Library and its role in the formation of information culture of students]. In *Biblioteka: mistse tradytsii, prostir innovatsii [Library: a place of*

- traditions, a space of innovations*], Proceedings of the round table, Kyiv, November 30, 2018 (pp. 131–132). Publishing Center of KNUCaA [in Ukrainian].
- Sumy State University Library. (2019). *Osnovy informatsiinoi kultury – lektsiia dlia pershokursnykiv* [Fundamentals of Information Culture – a lecture for freshmen]. <https://library.sumdu.edu.ua/uk/novyny/418-lektsiya-dlya-studentiv-i-kursu.html> [in Ukrainian].
- The Chinese University of Hong Kong. (2017). *InfoLit for U*. <https://cutt.ly/BbxJqoH> [in English].
- The Chinese University of Hong Kong. (2020). *CUHK Facts and Figures 2020*. <https://cutt.ly/fbxJuYJ> [in English].
- The Chinese University of Hong Kong Library. (n. d.). *Mission*. <https://www.lib.cuhk.edu.hk/en/about/library/mission> [in English].
- The Hong Kong Polytechnic University Pao Yue-kong Library. (2016). *UGC T&L Project on Information Literacy*. <https://www.lib.polyu.edu.hk/julac-il-project/home> [in English].
- Yaroslavtseva, Yu. (2018). *Mediahramotnist v krainakh YeS: vyznachennia, problemy, rishennia* [Media literacy in EU countries: definitions, problems, solutions]. In *Praktychna mediahramotnist: mizhnarodnyi dosvid ta ukrainski perspektyvy* [Practical Media Literacy: International Experience and Ukrainian Perspectives], Proceedings of the Sixth International Scientific and Methodological Conference on Media Education and Media Literacy, Kyiv, April 20–21, 2018 (pp. 54–58). Free Press Center, Ukrainian Press Academy. <https://cutt.ly/wbxJgSy> [in Ukrainian].

УДК 025.5:027.7(510+477)

**Лео Ф. Х. Ма,**  
керівник бібліотек верхнього кампусу  
Китайського університету Гонконгу  
(Шатін, Гонконг, Китай)  
e-mail: [leo-ma@cuhk.edu.hk](mailto:leo-ma@cuhk.edu.hk)  
ORCID: 0000-0002-7860-3982

**Юрій Горбань,**  
директор Наукової бібліотеки  
Київського національного університету  
культури і мистецтв,  
кандидат культурології, доцент  
(Київ, Україна)  
e-mail: [y.i.gorban@gmail.com](mailto:y.i.gorban@gmail.com)  
ORCID: 000-0001-5837-4409

**Олена Скаченко,**  
завідувач сектору Наукової бібліотеки  
Київського національного університету  
культури і мистецтв  
(Київ, Україна)  
e-mail: [skachenko.nana@ukr.net](mailto:skachenko.nana@ukr.net)  
ORCID: 0000-0003-3827-5985

## ПРОГРАМИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ: ДОСВІД АКАДЕМІЧНИХ БІБЛІОТЕК ГОНКОНГУ ТА УКРАЇНИ

Стаття присвячена аналізу програм інформаційної грамотності, розроблених бібліотеками закладів вищої освіти Гонконгу та України.



Застосування теоретичних та емпіричних методів: аналізу джерел, вивчення зарубіжного та українського досвіду розробки програм інформаційної грамотності, а також прогностичного методу для підведення підсумків, дозволило виявити подібні та відмінні риси у змісті та формах програм інформаційної грамотності, що реалізуються у бібліотеках університетів Гонконгу та України.

Висвітлено етапи впровадження програм інформаційної грамотності Бібліотекою Китайського університету Гонконгу (CUHK) за останні два десятиліття. Здійснено огляд змісту програм інформаційної грамотності у бібліотеках 4 українських університетів загалом та наукової бібліотеки Київського національного університету культури і мистецтв зокрема. Виявлено, що серед подібних характеристик програм інформаційної грамотності аналізованих бібліотек, є використання традиційних форм (лекції, практичні вправи, інструкції, відеоуроки) формування навичок і умінь ефективного пошуку інформаційних джерел, їхнього аналітичного опрацювання, упорядкування, оцінки, використання. З'ясовано, що на відміну від Гонконгу, впровадження сертифікованих та он-лайн курсів інформаційної грамотності в бібліотеках українських університетів має поодинокі приклади. Також відсутній досвід тестування знань студентів до початку навчання ІГ. Зазвичай тестування проводиться після завершення навчання за програмою ІГ, але ці тести є рекомендаційними, а не обов'язковими.

Автори сподіваються, що досвід бібліотеки CUHK (Гонконг) щодо реалізації "Програми занурення", міжвідомчого проекту UGC та InfoLit для U буде цікавим для української наукової бібліотечної спільноти, адже бібліотеки закладів вищої освіти України також починають розробляти подібні програми та модулі. Зокрема, інтерактивний онлайн-гід «Музичні документи у фонді Наукової бібліотеки КНУКіМ» є прикладом нового підходу до формування інформаційної грамотності студентів першокурсників, їхнього знайомства з науковою бібліотекою, її послугами та ресурсами, основними видами і типами документів, алгоритмом пошуку в електронному каталозі тощо.

*Ключові слова:* вища освіта, бібліотеки університетів, інформаційна грамотність, програми, сертифіковані курси, тести.

*Стаття надійшла до редакції 03.03.2021 р.*

УДК 741.5:82]:021(477)  
DOI: 10.31866/2616-7654.7.2021.233276

## КОМІКС У ПРАКТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛІОТЕК УКРАЇНИ

*Дмитро Белов,*  
аспірант кафедри інформаційних технологій  
Київського національного університету  
культури і мистецтва  
(Україна, Київ)  
e-mail: liverpool1892dallas2011@gmail.com  
ORCID: 0000-0002-7257-1879

Збільшення обсягів продукованої інформації актуалізує питання її ефективного сприйняття і засвоєння та підвищує увагу до графічних інформаційних продуктів як ефективних інструментів комунікації, серед яких, зокрема, коміксові видання, та вибудованих навколо коміксів бібліотечних практик.

Стаття присвячена розкриттю сучасного вітчизняного бібліотечного досвіду діяльності, пов'язаної з використанням коміксів, окреслення системи сформованого навколо коміксів сервісу в бібліотеках України.

На підставі вивчення фондів і офіційних веб-сайтів вітчизняних бібліотек, фахових публікацій, матеріалів ЗМІ та застосування комплексу дослідницьких методів – передусім, методів бібліографічного та евристичного пошуку, аналізу контенту, – було виявлено, що коміксові видання представлені у фондах вітчизняних бібліотек різних рівнів і видів, – починаючи від великих установ національного рівня і до невеликих районних книгозбірень. Історія коміксу в бібліотеках України веде початок від 20–30-х років ХХ ст., і на сьогодні вже можна стверджувати про формування навколо коміксу як інформаційного продукту комплексного інноваційного бібліотечного сервісу, основними компонентами якого є організація присвячених коміксам просвітницьких заходів, інформування про надходження коміксів до бібліотеки, організація виставок коміксової продукції, складання рекомендаційних списків і підготовка бібліографічних покажчиків, презентація окремих видань і організація зустрічей з авторами і видавцями коміксів, проведення воркшопів і майстер-класів, організація конкурсів. Виявлено, що комікс як інформаційний продукт є не лише предметом праці вітчизняних бібліотекарів, а й ефективним інструментом вирішення ними просвітницьких, соціальних і внутрішніх вузькопрофесійних завдань із популяризації бібліотечної професії і бібліотечної справи.

*Ключові слова:* комікс, бібліотеки України, коміксові видання, бібліотечний сервіс.

### ВСТУП

Суспільне буття в реаліях покоління Z актуалізує ревізію звичних засобів комунікації і формує суспільний запит на таку форму поширення інформації, яка сприяє її більш швидкому сприйняттю і осмисленню. З огляду на це, додаткову увагу привертають візуальні інформаційні продукти, серед яких графічні історії – одна з категорій у видавничій справі та книготоргівлі, що демонструє стабільний розвиток. Різноманітні за тематикою, жанрами і видами, комікси формують виразний сегмент асортименту книгарень і фондів бібліотек. При цьому різноманітність коміксової продукції робить її категоризацію та систематизацію у фондах бібліотек доволі складним завданням. Наприклад, трапляються випадки, коли всі графічні романи зберігаються разом, і батьки іноді скаржаться на те, що їх діти помилково взяли невідповідну книгу через її близькість та візуальну схожість із книгами, орієнтованими на старших підлітків або дорослих ("Graphic

Novels", 2006). Про системність пов'язаних із коміксами завдань, які постають перед бібліотеками, свідчить підготовка спеціальних допоміжних видань і матеріалів, покликаних сприяти ефективній організації такої роботи в бібліотечних інституціях ("Сучасна літературна скринька", 2018; Goldsmith, 2005; Lyga A. W. & Lyga B., 2004; Miller, 2005; Rothschild, 1995).

В аспекті бібліотечної справи комікси досліджувались як на локальному, так і на національному рівнях. Зокрема, Т. Берроуз (Toby Burrows) і Г. Стоун (Grant Stone) серед іншого приділили увагу представленості продукції коміксів у бібліотеках, досліджуючи пов'язані з цим видом видавничої продукції комунікаційні практики Австралії і Нової Зеландії (Burrows & Stone, 1994), тоді як Д. Ревейак (Delphine Réveillac) ґрунтовно вивчала питання формування фонду коміксів, його організації і представлення на локальному рівні муніципальної бібліотеки Гренобля (Réveillac, 2011).

В Україні різні аспекти функціонування коміксу як окремого виду інформаційного продукту досліджувались Н. Космацькою (2012) та М. Івасишин (2019), увага яких була приділена мовним аспектам зарубіжних коміксів, О. Гудошник (2017), яка зосередилась на особливостях розвитку коміксу в Україні та трансмедійних форматах поширення комікс-культури, Г. Онкович та А. Онковичем (2016a; 2016b), С. Хлестовою (2017; 2019), які розглядали специфіку функціонування коміксу в системі медіакомунікацій. Як бачимо, комікс став предметом вивчення вітчизняних філологів, освітян, медійників, водночас у рамках спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» з позицій бібліотекознавства і бібліотечної справи комплексного осмислення коміксу як інформаційного продукту – предмету професійної діяльності бібліотекарів досі не відбулося.

**Метою** статті є висвітлення бібліотечних практик, пов'язаних з використанням коміксів, окреслення системи сформованого навколо коміксів бібліотечного сервісу в бібліотеках України.

## **МЕТОДИ І МАТЕРІАЛИ**

Джерельну базу дослідження склали фонди і офіційні веб-сайти вітчизняних та зарубіжних бібліотек (зокрема, Австралії, Бельгії, Великої Британії, Нової Зеландії, Росії, США, Франції та ін.), фахові публікації, матеріали ЗМІ.

Результати дослідження були отримані шляхом застосування методів бібліографічного та евристичного пошуку, аналізу контенту.

## **РЕЗУЛЬТАТИ І ОБГОВОРЕННЯ**

Історія коміксів у бібліотеці розвивалася доволі драматично.

Першу появу коміксу у бібліотеках датують поч. ХХ ст., коли до однієї з бібліотек США надійшла газета The Sunday Times із мальованими історіями на своїх сторінках. Бібліотекарями були вилучені сторінки з фрагментами коміксів із метою «захистити дітей від впливу будь-якої вульгарної або сугестивної мови» ("Comic Books and Libraries", 2020). Після Другої світової війни графічні історії менше піддавалися цензурі, їх кількість ставала дедалі більшою, а популярність зростає настільки, що це явище привернуло увагу науковців. Відтак, комікси стають не лише популярним видом інформаційного продукту, але і предметом наукових досліджень.

Ставлення до коміксів у бібліотечному середовищі також пережило певні трансформації. Якщо спочатку комікси часто вважали доповненням, не гідним колекцій серйозних дослідницьких установ, а політика наукових бібліотек щодо коміксів полягала у збиранні репрезентативних зразків коміксів та їх мікрофільмуванні, а не у збереженні оригінального матеріалу, то сьогодні бібліотеками докладаються спеціальні зусилля щодо поповнення фондів продукцією коміксів, створюються спеціальні підрозділи, діяльність яких спрямована безпосередньо на вивчення цього виду інформаційних продуктів і роботу з ним. Особливо це стосується країн із розвинутою комікс-культурою.

Ілюстративним у цьому сенсі прикладом є отримання Бібліотекою Конгресу найбільшої пожертви коміксів, а також інших пам'ятних предметів поп-культури, – починаючи від ранніх сторінок розкадрування Міккі Мауса і до пам'яток, що датуються початком американських газетних коміксів. Така пожертва, яка оцінюється у мільйони доларів, була зроблена колекціонером та підприємцем із Балтімора С. А. Геппі (Stephen A. Gerpi) в результаті багатомісячних переговорів між Бібліотекарем Конгресу (керівником Бібліотеки Конгресу) К. Хайден (Carla Hayden), яка підтримує нове бачення громадськістю сфери діяльності бібліотек, та власником колекції С. А. Геппі ("Library of Congress acquires", 2018).

Інший приклад надає Нью-Йоркська публічна бібліотека, в якій зараз довідковий матеріал про історію та культурне значення коміксів збирається Загальним дослідницьким відділом. Деякі видання, що стосуються коміксів як виду графічного мистецтва, збирає Відділ мистецтв, друку та фотографії. У контексті посилення інтересу до оригінальних коміксів бібліотека розпочала розширення колекцій у цій сфері. Сьогодні до наявних колекцій додаються графічні романи, вибрані сучасні комікси, художні комікси, пов'язані з темою інформаційні матеріали тощо (Comic Books, n.d.).

У різних бібліотеках США створюються спеціальні комікс-центри або комікс-клуби, покликані задовольняти інформаційно-комунікаційні потреби шанувальників коміксів. Зокрема, такі клуби функціонують у Публічній бібліотеці округу Колумбія (District of Columbia Public Library), Бібліотеці Кальверта (Calvert Library), Публічній бібліотеці Південної Пасадени (the South Pasadena Public Library), Вільній публічній бібліотеці Ейвона (Avon Free Public Library) та багатьох інших.

Така практика проявляється й поза межами США.

Так, в Австралії в Бібліотеці Габріели Містраль (Gabriela Mistral Library) Інституту Сервантеса (Сідней) відкрито комікс-клуб для популяризації коміксів іспанською мовою: після прочитання графічного роману іспанською мовою в бібліотечному клубі відбувається його обговорення, яке модерується спеціальним працівником: з'ясовується структура коміксу, стиль, розкривається біографія автора тощо ("Club del Comic", n.d.). У Франції в Муніципальній бібліотеці Нанта (La Bibliothèque municipale de Nantes) організовано клуб читання науково-фантастичних коміксів у партнерстві з Міжнародним фестивалем утопіалів (Utopiales) у Нанті, головною місією якого є присудження Премії за найкращий науково-фантастичний комікс щороку під час фестивалю утопіалів ("Club BD Utopiales", n.d.). У Бельгії, в Муніципальній франкофонній бібліотеці Ікселя (La BiblioXL – Bibliothèque communale francophone d'Ixelles) також створено книжковий клуб повністю присвячений коміксам. Тут щомісяця модераторами і учас-

никами визначаються тема і три комікси для обговорення ("Club BD: la bande dessinée", n.d.). У Великій Британії у Бромптонській бібліотеці Лондона функціонує Група читання графічних романів бібліотеки Бромптона (Brompton Library Graphic Novel Reading Group), яка збирається щомісяця ("Brompton Library Reading Group", n.d.). Подібний клуб для підлітків (Comic and Manga Club for Teens) (2020) було створено в Центральній бібліотеці Кембриджа (Cambridge Central Library). І таких прикладів багато.

У багатьох бібліотечних інституціях Росії також представлено бібліотеки коміксів, створено комікс-центри та комікс-клуби. Зокрема, в Російській державній бібліотеці для молоді у 2010 р. відкрито комікс-центр ("Комікс-центр", б.г.), організовано два відповідні лекторії – «Росія в мальованих історіях» і «Російські комікс-спільноти» ("Клубы и лектории", б.г.), Державна бібліотека Югри спільно з Окружною бібліотекою відкрила комікс-центр «Паперова сова», бібліотека «Графічні історії» була відкрита 2018 р. у Північному Тушині (Москва), з 2012 р. працює Бібліотека коміксів у Санкт-Петербурзі (бібліотека «Ізмайлівська» у структурі МЦБС ім. М. Ю. Лермонтова) – тут організовані два клуби: Манга-клуб (клуб любителів азіатських коміксів) і Клуб супергероїв (клуб любителів супергероїки), – у Пензенській бібліотеці ім. М. Ю. Лермонтова функціонує Комікс-центр Рашида Янова, в Самарській обласній юнацькій бібліотеці – Самарський комікс-клуб, 3 грудня 2017 р. в Центральній бібліотеці ім. О. С. Пушкіна м. Челябінськ було відкрито першу на Уралі комікс-зону тощо (Егорова, 2019).

Поява коміксів у вітчизняних бібліотеках тісно пов'язана з історією українського коміксу як такого і розпочинається орієнтовно в 20–30-х рр. ХХ ст., коли на бібліотечних полицях з'явився журнал «Червоний перець», в якому друкувалися комікс-стріпи<sup>1</sup> (Назарова, 2018). При тому, що інколи першим українським коміксом називається твір Я. Вільшенка (А. Лотоцький) і А. Манастирського «Чорнокнижник з Чорногори» (Львів: «Світ дитини», 1921 р.) ("Манастирський Антін", 2018; "Бібліотека українського мистецтва", 2016), проте це видання по суті коміксом не є, адже в ньому, незважаючи на наявність посторіткових ілюстрацій, відсутня принципова ознака коміксу – ключова роль малюнка, коли він не ілюструє, а саме розповідає історію, що, власне, і перетворює сукупність малюнків на комікс.

Сьогодні комікси як певний вид інформаційного продукту репрезентовані у фондах багатьох бібліотек України, в яких окремі найменування представлені декількома примірниками, що дає змогу одночасно читати один комікс декільком читачам.

Варто зазначити, що графічні історії представлені не лише в дитячих та юнацьких бібліотеках України. Каталоги найбільших та найповажніших вітчизняних бібліотек також містять інформацію щодо наявності у фондах книгозбірень різних видів мальованих історій: від листівок до графічних романів, від комікс-стріпів до комікс-буків.

Так, у Національній бібліотеці України імені В. І. Вернадського налічується близько сотні найменувань сучасних вітчизняних і зарубіжних мальованих, зокрема їх серії. Помітне місце посідають видання серії «Класні комікси» колекції

---

<sup>1</sup> Комікс-стріп – несамостійний інформаційний продукт, елемент іншого інформаційного продукту, присвяченого відмінній від коміксу тематиці.

української класики видавництва «Грані-Т», («Захар Беркут» І. Франка, «Мина Мазайло» М. Куліша, «Кайдашева сім'я» І. Нечуя-Левицького, «Москаль-чарівник» І. Котляревського, «Ніч проти Різдва», М. Гоголя, «Хазяїн» І. Карпенка-Карого), просвітницькі комікси, як-от журнал коміксів для дітей 9–12 років «Все, що ти маєш знати про ВІЛ/СНІД», виданий МО «Дитячий культурно-просвітницький центр»: Дитячий Фонд Об'єднаних Націй (ЮНІСЕФ), та твори Л. Гоніка серії «Наука в коміксах», сучасні комікси українських та зарубіжних авторів, зокрема Л. Воронюк («Врятувати жайворонка»), Я. Гайдук («Суперкоманда SOS. Врятуємо мавпоострів»: перший укр. комікс про підкорювачів стихій), К. Соколовського («Таке»), С. Ковалю («Професіонали. Вчитель»), Н. Геймана («Пісочний Чоловік»), Б. Аззарелло («Джокер»), С. Снайдера («Бетмен») та ін.

Електронний каталог Національної бібліотеки України імені Ярослава Мудрого також містить записи про понад сорок найменувань вітчизняних та зарубіжних коміксів у фондах бібліотеки, серед яких пізнавальні комікси Б. Шефера («Пес Мані про Money. Безмежні можливості грошей», «Пес Мані про Money. У світі грошей: перші відкриття», «Пес Мані про Money. Гуска, яка приносить багатство»), Д. Стілтона «Відкриття Америки» і «Таємниця Сфінкса», всесвітньо визнаний комікс А. Шпігельмана «Маус», колекція про смурфіків бельгійського автора мальовисів І. Дельпорте (5 назв), адаптація бестселера Чака Паланіка «Бійцівський клуб 2», проект українського видавництва Meridian Czernowitz «Книжка – комікс – CD» з адаптацією А. Колядинським пісень «Жадан і Собаки. Бийся за неї», а також комікси, створені за мотивами української класики (за мотивами п'єси Миколи Куліша «Мина Мазайло», повісті Миколи Гоголя «Ніч проти Різдва», п'єси Івана Карпенка-Карого «Хазяїн») та ін.

Досить виразно представлені комікси у фонді Харківської державної наукової бібліотеки імені В. Г. Короленка. Це вже згадані вище адаптації української класики та колекція мальованих історій Дж. Стілтона, а також такі відомі комікси, як, наприклад, визнані у світі «Вартові» А. Мура, «Бетмен» С. Снайдера, «Аквамен» Дж. Джонса та інші.

Також, зважаючи на специфіку адресної аудиторії, цілком очікуваним є формування одного з найбільш презентативних серед бібліотек України зібрань коміксів у Національній бібліотеці України для дітей. Тут, зокрема, представлені примірники дитячих пригодницьких мальовисів (Дж. Стілтон «Хто викрав Мону Лізу», «Відкриття Америки», «Слідами Марко Поло»), адаптації творів зі шкільної програми з української літератури (наприклад, Г. Квітка-Основ'яненко «Конотопська відьма»), комікси, покликані сприяти правовій просвіті (як-от «Конституція у коміксах» братів Капранових та художника Олександра Костенка).

Комплектування коміксами відбувається, також, у бібліотеках регіонального і місцевого рівнів, як-от у Новоархангельській районній бібліотеці, Публічній бібліотеці № 160 сімейного читання у м. Києві, Житомирській обласній універсальній науковій бібліотеці (ОУНБ) імені Олега Ольжича, Бердичівській центральній міській бібліотеці Бердичівської МЦБС, Львівська обласна бібліотека для дітей, Черкаській ОУНБ імені Тараса Шевченка та багатьох інших.

Проте, наявність у фондах бібліотек України виразного сегмента коміксів не є наразі загальнопоширеним правилом. Наприклад, у фондах Наукової бібліотеки Львівського національного університету ім. Івана Франка наявний лише двотом-

ник Л. Квіта «Кіборги», Національної історичної бібліотеки України – п'ять графічних романів (Л. Ванасельї, Б. Йовановича «Володимир, князь київський», Л. Гоніка «Всесвітня історія» у двох томах, О. Корешкова «Протистояння: Червоний терор» та А. Шпігельмана «Маус»), Одеської національної наукової бібліотеки – десять найменувань коміксів: переважно, адаптації творів класичної української літератури.

При цьому поповнення фондів бібліотек коміксами відбувається не без суперечностей. Так, хвилю дискусій у вітчизняних інформаційних виданнях спричинило поширення в дитячих і шкільних бібліотеках країни коміксу «Принцеса+принцеса: довго і щасливо» К. О'Ніл (2019 р.), закупленого для бібліотек Міністерством культури та інформаційної політики України спільно з Українським інститутом книги державним коштом, – книги, яка розкриває тему ЛГБТ-стосунків (Мурашко, 2021). Згодом 12 депутатів Верховної Ради подали звернення до Прем'єр-міністра України Дениса Шмигала з проханням вилучити зі шкільних та дитячих бібліотек усі видання.

Разом із комплектуванням коміксами бібліотеки України проводять виставки та презентації коміксової продукції і зустрічі з авторами і видавцями коміксів (Крук, 2018; Вовк, б.р.; "В обласній бібліотеці для юнацтва", 2017; "Презентація коміксу «Воля»", 2017; "У Львові презентували", 2018; "В обласній бібліотеці", 2019). Такі заходи на разі мають, переважно, патріотичну спрямованість і стосуються державотворчої, краєзнавчої і національно-визвольної тематики. Зокрема, в бібліотеках відбулись презентації патріотичних коміксів, присвячених історичним подіям героїчної оборони Донецького аеропорту, – Л. Квіта «Кіборги» та авторства студента Львівського державного коледжу декоративного і ужиткового мистецтва імені Івана Труша Д. Ткаченка, виданого громадською організацією «Вірні традиціям», «Кіборги. Історія Трьох» ("В обласній бібліотеці для юнацтва", 2017; Вовк, б.р.), коміксу В. Бугайова і сценаристів Д. Фадєєва та О. Филиповича «Воля», в якому обіграно тематику державотворення в Україні ("Презентація коміксу «Воля»", 2017), першого дитячого коміксу про Львів «Таємниці львівського годинникаря» за мотивами казок Марічки Крижанівської (художник Софія Марійчин) ("У Львові презентували", 2018), першого закарпатського коміксу «Рись. Початок» ("В обласній бібліотеці", 2019).

Крім презентацій, бібліотеками організуються виставки коміксів, а також складаються рекомендаційні списки ("Сучасна літературна скринька", 2018). Зокрема, з 1 вересня по 30 вересня 2020 р. в Національній бібліотеці України для дітей експонувалася виставка – серія графічних робіт «Княгиня Ольга. Мальована історія», за історичною поемою Марії Морозенко «Княгиня Ольга». Її презентувало творче об'єднання «Мисткині». На виставці було представлено 19 графічних робіт, які склалися у цілісну історію, що передає найважливіші події з життя рівноапостольної княгині Ольги. Жанрово – це текстуально-візуальна інтеграція історії та міфу, події якого відбуваються в Україні IX–X ст. Технічно – збірка з 19 графічних картин, виконаних в одному форматі ("«Мальована стрічка»", б.р.).

У діяльності окремих вітчизняних установ, крім поповнення фондів коміксами і організації виставок і презентацій коміксових видань і зустрічей з авторами і видавцями, проводяться також присвячені коміксам лекції та майстер-класи і воркшопи з навчання малюванню коміксів, що дає змогу говорити про формування навколо коміксу специфічного комплексу інноваційних бібліотечних послуг. Зокрема, таку діяльність організували бібліотеки Херсона, де було проведено

серію лекцій і воркшопів, присвячених різним аспектам коміксу: від теорії про комікс (лекції) до виготовлення готових малюнків (див. рис. 1).



Рис. 1. Афіша-оголошення серії воркшопів з навчання малюванню коміксів, організованих бібліотеками Херсона.  
Джерело: <https://cutt.ly/Qc2B6Na>.

До проекту долучилися Херсонська централізована бібліотечна система загалом, а також три бібліотеки, в котрих і організовувалися заходи (Центральна бібліотека ім. Лесі Українки, бібліотека-філія № 3 та бібліотека-філія № 1).

Організація бібліотеками Херсона присвячених створенню коміксів воркшопів відбувалася в рамках проекту «Твори культуру: бібліотечні інноваційні послуги», який реалізовувався ВГО Українська бібліотечна асоціація за підтримки Європейського Союзу (програма «Дім Європи»). Партнерами проекту виступили Публічні бібліотеки м. Орхус (Данія) та Білоруська бібліотечна асоціація. На конкурсній основі було відібрано 32 бібліотекаря з України та Білорусі, які пройшли навчання за участю данських та українських тренерів. За результатами навчання кожен бібліотекар-учасник розробив та впровадив у своїй бібліотеці нову інноваційну послугу для розвитку креативних індустрій ("Твори культуру", б.р.).

Як зазначає ініціатор і автор проекту В. Рагульський, «мета проекту полягала у тому, щоби об'єднати молодь (людей до 35-ти років, студентів, школярів) заради творчого та навчального процесу. На першому етапі послуга складалася з трьох воркшопів зі створення коміксів у трьох бібліотеках міста. Кожний був присвячений тому чи іншому аспекту створення коміксів і складався з невеликої лекційної частини, а також більшої практичної частини. Тобто учасники відразу малювали свій комікс. Також була сесія неформального спілкування з лектором.

На другому етапі бібліотеки отримали можливість за потреби замовляти як окремі тематичні заняття та воркшопи, так і проводити цілий комікс-день із лекторами проекту. Головне – це наявність аудиторії, відповідність технічним вимогам та здатність бібліотек до самоорганізації.



Зараз у бібліотеках з'явилося більше зацікавленої молоді, а бібліотекарі навчилися працювати з візуальним нарративом, навчилися його формувати та розуміти» ("Твори культуру", б.р.).

Після проведення серії воркшопів обирався переможець, що мало стимулювати мотивацію учасників ("Coworkshop (коворкшоп)", б.р.). Також бібліотеки Херсона організували конкурс під назвою «Коміксоманія» для дітей та підлітків із різних шкіл, завданням якого було створення коміксів на сучасну дитячу українську або зарубіжну книжку, видану не раніше 2000 року ("Незвичайна подорож", 2015). Крім цього, працівниками Херсонської ЦБС створюються власні комікси, які публікуються на шпальтах бібліотечної газети "LESYA 2616" ("Говоримо на актуальні теми", 2018).

Конкурси і майстер-класи з навчання майстерності написання графічних історій проводились також у Львівській обласній бібліотеці для дітей, Національній бібліотеці України для дітей, Запорізькій обласній універсальній науковій бібліотеці, Житомирській обласній бібліотеці для юнацтва та ін. Такі заходи влаштовуються під час презентацій мальовисів українських авторів, виставок, різноманітних перформансів із залученням аніматорів в образах найвідоміших супергероїв, сімейних читань тощо.

Масштабною подією всеукраїнського рівня став конкурс «коМІКС з класиків», ініційований 2015 р. Гете-Інститутом в Україні у партнерстві з Національною бібліотекою України для дітей. За умовами конкурсу потрібно було обрати з фондів бібліотеки німецькомовний документ і створити на обраний твір або уривок свій власний комікс на одній сторінці А4 (див. рис. 2).

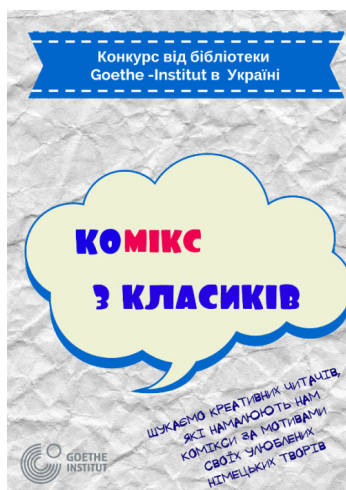


Рис. 2. Афіша-оголошення конкурсу «коМІКС з класиків».

Джерело: <https://chl.kiev.ua/Default.aspx?id=6865>.

До проведення конкурсу долучилися також Обласна універсальна наукова бібліотека ім. Д. І. Чижевського, Івано-Франківська обласна універсальна наукова бібліотека ім. І. Франка, Хмельницька обласна універсальна наукова бібліотека,

Херсонська обласна універсальна наукова бібліотека ім. Олеся Гончара, Дніпропетровська обласна універсальна наукова бібліотека ім. Первоучителів слов'янських Кирила і Мефодія, Запорізька обласна універсальна наукова бібліотека та ін.

Разом із формуванням комплексу бібліотечних послуг, пов'язаних із комплектуванням коміксами бібліотечних фондів і надання до них доступу, популяризацією коміксів як специфічного виду інформаційної продукції, організацією виставок і презентацій коміксів, проведенням майстер-класів і воркшопів із навчання створенню коміксів бібліотекарями формат коміксів використовується і як ефективний інструмент для вирішення просвітницьких, соціальних і внутрішніх вузькопрофесійних завдань із популяризації бібліотечної професії і бібліотечної справи.

Так, Волинська обласна бібліотека для юнацтва стала організатором проведення конкурсу коміксів «Я – особистість. Протидія булінгу» у рамках проекту патрульної поліції («У Луцьку нагородили переможців», 2018), а Бібліотека імені М. К. Реріха ЦБС Солом'янського району м. Києва стала переможцем у загальносистемному конкурсі коміксів про бібліотечну роботу «Бібліо-комікс» (див. рис. 3).



Рис. 3. Диплом переможця Бібліотеки імені М. К. Реріха ЦБС Солом'янського району м. Києва за участь у конкурсі «Бібліо-комікс» та створений працівниками бібліотеки комікс про бібліотечну роботу.

Джерело: <https://www.facebook.com/844523872267621/posts/2389939754392684/>.

Незважаючи на те, що бібліотечний сервіс, який вибудовується навколо коміксів у вітчизняних бібліотеках, урізноманітнюється і набуває комплексного характеру, на разі комікс на українських теренах залишається, швидше, екзотикою, ніж звичною практикою повсякдення. Не виключено, що саме цим можна пояснити відсутність у бібліотеках України комікс-центрів або комікс-клубів. І хоча обговорення коміксів у різних установах відбувається, воно проходить у рамках загальних клубів читання, дозвілля тощо. Крім того, доволі часто ініціатива конкурсів,

які відбуваються за участю і підтримкою бібліотек, виходить не з бібліотечних інституцій.

### ВИСНОВКИ

Комікс у вітчизняній бібліотечній практиці має відносно нетривалу історію, яка веде початок від 20–30-х рр. ХХ ст. і пов'язується з надходженням у бібліотеки журналу «Червоний перець». Водночас коміксові видання представлені сьогодні в багатьох бібліотеках України різних видів, – починаючи від установ національного рівня і до місцевих бібліотек. Книгозбірні України надають доступ як до творів українських авторів, так і до зарубіжної продукції і містять видання різної спрямованості і проблематики: навчальні і просвітницькі комікси, адаптацію класичних творів української літератури і твори сучасних авторів, фентезійні комікси і такі, що піднімають серйозні суспільні питання.

Навколо коміксів вибудовується комплексний бібліотечний сервіс, основними компонентами якого є:

- організація просвітницьких заходів, присвячених коміксам;
- інформування про надходження коміксів до бібліотеки;
- організація виставок коміксової продукції;
- складання рекомендаційних списків і підготовка бібліографічних покажчиків;
- презентація окремих видань і організація зустрічей з авторами і видавцями коміксів;
- проведення воркшопів і майстер-класів, організація конкурсів.

Будучи предметом діяльності бібліотекарів, комікс одночасно слугує їм і ефективним інструментом для вирішення просвітницьких, соціальних і внутрішніх вузькопрофесійних завдань із популяризації бібліотечної професії і бібліотечної справи.

Водночас на офіційних веб-сайтах бібліотек України, на відміну від зарубіжних установ, відсутня інформація щодо організації бібліотечних колекцій коміксів та функціонування спеціальних присвячених коміксам читацьких клубів. Останнє може стати перспективним напрямом розвитку побудованого навколо коміксу як інформаційного продукту бібліотечного сервісу, сприяючи оптимізації доступу читачів до коміксів через чітке тематичне, вікове, жанрове розмежування та формування спільноти шанувальників коміксової продукції.

### СПИСОК ПОСИЛАНЬ

---

- «Бібліотека українського мистецтва» перевидала книгу 1921 року. *Бібліотека українського мистецтва*. 23 серп. 2016. URL: <https://cutt.ly/XcDGktH> (дата звернення: 07.04.2021).
- В обласній бібліотеці для юнацтва презентують патріотичні комікси про Кіборгів. *Кіровоградська правда*. 5 трав. 2017. URL: <https://cutt.ly/Mc2AyGO> (дата звернення: 07.04.2021).
- В обласній бібліотеці презентують перший закарпатський комікс. *Карпатський об'єктив*. 17 січ. 2019. URL: <http://life.ko.net.ua/?p=73488> (дата звернення: 07.04.2021).

- Вовк Л. У районній бібліотеці відбулася презентація книги коміксів про героїв-захисників донецького аеропорту «Кіборги. Історія трьох». *Буське радіо*. URL: <https://cutt.ly/5c2Puu1> (дата звернення: 07.04.2021).
- Говоримо на актуальні теми мовою коміксів: Презентація другого номера «LESYA 2616». *Херсонська ЦБС*. 25 апр. 2018. URL: <https://cutt.ly/ac2ZBb8> (дата звернення: 07.04.2021).
- Гудошник О. В. Комікс в українському комунікаційному просторі. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Соціальні комунікації»*. 2017. Вип. 17. С. 19–24.
- Егорова Г. Комікс-центр в бібліотеке. Блог. 10 сент. 2019. URL: <http://ideaslibrary.blogspot.com/2019/09/blog-post.html> (дата звернення: 07.04.2021).
- Івасишин М. Р. Мультиmodalність англomовного коміксу: лінгвальний і екстралінгвальний виміри : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. Львів, 2019. 20 с.
- Клубы и лектории. *Российская государственная библиотека для молодежи*. URL: <https://rgub.ru/library/clubs/> (дата звернення: 07.04.2021).
- Комікс-центр. Центр рисованих історій Російської державної бібліотеки для молодіж. *Российская государственная библиотека для молодежи*. URL: <https://izotext.rgub.ru/> (дата звернення: 07.04.2021).
- Космацька Н. В. Структурно-функціональні особливості мови французьких коміксів (на матеріалі серії «Astérix») : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.05 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2012. 20 с.
- Крук Л. Презентація комікса «Таємниці львівського годинникаря» до Дня міста. *Львівська міська рада*. 4 трав. 2018. URL: <https://cutt.ly/Nc2ObRz> (дата звернення: 07.04.2021).
- «Мальована стрічка» про княгиню Ольгу – хитру, мудру, святу. *Національна бібліотека України для дітей*. URL: <https://chl.kiev.ua/Default.aspx?id=9274> (дата звернення: 07.04.2021).
- Манастирський Антін Іванович. *Тернопільщина. Регіональний інформаційний портал*. 30.10.2018. URL: <https://irp.te.ua/manasty-rs-ky-j-antin-ivanovy-ch/> (дата звернення: 07.04.2021).
- Мурашко А. Принцеса+принцеса: уряд придбав понад тисячу книжок про дівчат-лесбійок для дитячих бібліотек. *Українські національні новини*. 27 січ. 2021. URL: <https://cutt.ly/1cG1zOs> (дата звернення: 07.04.2021).
- Назарова Є. «Укрмен» та інші супергерої. Як розвивається українська індустрія коміксів. *Радіо Свобода*. 6 груд. 2018. URL: <https://cutt.ly/AvqwWuB> (дата звернення: 07.04.2021).
- Незвичайна подорож від «Українських бібліотечних авіаліній». *Херсонська обласна бібліотека для дітей імені Дніпрової Чайки*. 8 квіт. 2015. URL: [http://news.library.kherson.ua/2015/04/blog-post\\_8.html](http://news.library.kherson.ua/2015/04/blog-post_8.html) (дата звернення: 07.04.2021).
- Онкович Г. В., Онкович А. Д. Комікс як медіатекст. *Соціальні комунікації: теорія і практика*. 2016а. Т. 2. С. 110–114.
- Онкович Г. В., Онкович А. Д. Комікс как средство медиаобразования. *Медиаобразование*. 2016b. № 2. С. 52–60.
- Презентація коміксу «Воля». *Наукова бібліотека Львівського національного університету імені Івана Франка*. 2017. URL: <https://cutt.ly/8c2DdMG> (дата звернення: 07.04.2021).
- Сучасна літературна скринька : бібліогр. покажч. / уклад. Л. М. Олійник ; Одес. обл. б-ка для юнацтва ім. В. В. Маяковського. Одеса, 2018. Вип. 3. 43 с. (Серія: «Дотик словом»).
- Твори культуру: бібліотечні інноваційні послуги. URL: <https://cutt.ly/wc77rRg> (дата звернення: 07.04.2021).
- У Луцьку нагородили переможців конкурсу коміксів про булінг. *Волинь Online*. 21 груд. 2018. URL: <https://cutt.ly/vc9ob6r> (дата звернення: 07.04.2021).
- У Львові презентували перший дитячий комікс про Львів. *Galinfo*. 4 трав. 2018. URL: <https://cutt.ly/xc2Drsl> (дата звернення: 07.04.2021).

- Хлестова С. В. Комікс як засіб масової комунікації: типологічні особливості. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Соціальні комунікації*. 2017. Вип. 11. С. 13–17.
- Хлестова С. В. Потенціал коміксу як медіаповідомлення: на прикладі текстів про військовий конфлікт на Донбасі («Кіборги» та «Перехрестя. Дев'ять історій про війну та насильство»). *Вісник Львівського національного університету. Серія «Журналістика»*. 2019. Вип. 46. С. 281–288.
- Brompton Library Reading Group. *London Graphic Novel Networ*. URL: <https://cutt.ly/hc2UzN2> (accessed: 07.04.2021).
- Burrows T., Stone G. *Comics in Australian and New Zealand, the Creators, the Collectors, the Collections*. New York : Hayworth Press, 1994. 115 p.
- Club del Comic. *Gabriela Mistral Library Comic Club*. URL: <https://cutt.ly/Kc0cJQK> (accessed: 07.04.2021).
- Club BD: la bande dessinée. *BiblioXL. Bibliothèque communale francophone d'Ixelles*. URL: <https://cutt.ly/ic2WlQr> (accessed: 07.04.2021).
- Club BD Utopiales. *Bibliothèque municipale de Nantes*. URL: <https://cutt.ly/Bc2nMCq> (accessed: 07.04.2021).
- Comic and Manga Club for Teens. *Cambridgeshire County Council*. 2020. URL: <https://cutt.ly/Dc2Izh0> (accessed: 07.04.2021).
- Comic Books. *The New York Public Library*. URL: <https://www.nypl.org/collections/nypl-recommendations/guides/comics> (accessed: 07.04.2021).
- Comic Books and Libraries – History, Value & Benefit. *Princh*. 2020. URL: <https://cutt.ly/ucDcm7Z> (accessed: 07.04.2021).
- Coworkshop (коворкшоп) комікс-воркшопи. *Херсонська ЦБС*. URL: <https://cutt.ly/Jc2Ktha> (дата звернення: 07.04.2021).
- Goldsmith F. *Graphic Novels Now: Building, Managing, And Marketing a Dynamic Collection*. Chicago : American Library Association, 2005. 124 p.
- Graphic Novels: Suggestions for Librarians / The National Coalition Against Censorship, The American Library Association, & the Comic Book Legal Defense Fund. *Comic Book Legal Defense Fund*. 2006. URL: <https://cutt.ly/TcF8abh> (accessed: 07.04.2021).
- Library of Congress acquires its largest donation of comic books ever. *Tampa Bay Times*. May 30, 2018. URL: <https://cutt.ly/rvejyJR> (accessed: 07.04.2021).
- Lyga A. W., Lyga B. *Graphic Novels in Your Media Center: A Definitive Guide*. Portsmouth, NH : Libraries Unlimited, 2004. 200 p.
- Miller S. *Developing and Promoting Graphic Novel Collections*. New York : Neal-Schuman Publishers, 2005. 130 p.
- Réveillac D. La bande dessinée en bibliothèque municipale: le cas de Grenoble. *Littératures*. October 5, 2011. URL: <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-00629356/document> (accessed: 07.04.2021).
- Rothschild D. Aviva. *Graphic Novels: A Bibliographic Guide to Book-Length Comics*. Portsmouth, NH : Libraries Unlimited, 1995. 246 p.

## REFERENCES

---

- Biblioteka ukrainskoho mystetstva. (2016, August 23). "*Biblioteka ukrainskoho mystetstva peryvdala knyhu 1921 roku [The Library of Ukrainian Art republished the book of 1921]*". <https://cutt.ly/XcDGktH> [in Ukrainian].
- Kirovohradska pravda. (2017, May 5). *V oblasnii bibliotetsi dlia yunatstva prezentuiut patriotychni komiksi pro Kiborhiv [Patriotic comics about Cyborgs are presented at the regional library for youth]*. <https://cutt.ly/Mc2AyGO> [in Ukrainian].

- Karpatskyi ob'iektyv. (2019, January 17). *V oblasnii bibliotetsi prezentuiut pershyi zakarpatskyi komiks [The first Transcarpathian comic is presented in the regional library]*. <http://life.ko.net.ua/?p=73488> [in Ukrainian].
- Vovk L. (n.d.). *U raionnii bibliotetsi vidbulasia prezentatsiia knyhy komiksiv pro heroiv-zakhysnykiv donetskoho aeroportu "Kiborhy. Istoriia trokh" [The district library hosted a presentation of a comic book about the heroes-defenders of the Donetsk airport "Cyborgs. The story of three]*. Buske radio. Retrieved April 7, 2021, from <https://cutt.ly/5c2Pyyi> [in Ukrainian].
- Khersonska TsBS. (2018, April 25). *Hovorymo na aktualni temy movoiu komiksiv: Prezentatsiia druoho nomera "LESYA 2616" [We talk about current topics in the language of comics: Presentation of the second issue of "LESYA 2616"]*. <https://cutt.ly/ac2ZBb8> [in Ukrainian].
- Hudoshnyk, O. V. (2017). *Komiks v ukrainskomu komunikatsiinomu prostori [Comics in the Ukrainian communication space]*. *Dnipropetrovsk University Bulletin: Social Communications*, 17, 19–24 [in Ukrainian].
- Egorova, G. (2019, September 10). *Komiks tsestr v biblioteke [Comics center in the library]* [Blog]. <http://ideaslibrary.blogspot.com/2019/09/blog-post.html> [in Russian].
- Ivasyshyn, M. R. (2019). *Multymodalnist anhlomovnoho komiksu: linhvalnyi i ekstralinhvalnyi vymiry [Multimodality of English comics: lingual and extralingual dimensions]* [Abstract of PhD Dissertation, Ivan Franko National University of Lviv] [in Ukrainian].
- Rossiyskaya gosudarstvennaya biblioteka dlya molodezhi. (n.d.). *Kluby i lektorii [Clubs and lectures]*. Retrieved April 7, 2021, from <https://rgub.ru/library/clubs/> [in Russian].
- Rossiyskaya gosudarstvennaya biblioteka dlya molodezhi. (n.d.). *Komiks-tsestr [Comics center]*. *Tsestr risovannykh istoriy Rossiyskoy gosudarstvennoy biblioteki dlya molodezhi*. Retrieved April 7, 2021, from <https://izotext.rgub.ru/> [in Russian].
- Kosmatska, N. V. (2012). *Strukturno-funktsionalni osoblyvosti movy frantsuzkykh komiksiv (na materialy serii "Astérix") [Structural and functional features of the language of French comics (on the material of the series "Astérix")]* [Abstract of PhD Dissertation, Taras Shevchenko National University of Kyiv] [in Ukrainian].
- Kruk, L. (2018, May 4). *Prezentatsiia komiksa "Taiemnytsi lvivskoho hodynnykaria" do Dnia mista [Presentation of the comic "Secrets of the Lviv watchmaker" for the City Day]*. *Lvivska miska rada*. <https://cutt.ly/Nc2ObRz> [in Ukrainian].
- Natsionalna biblioteka Ukrainy dlia ditei. (n.d.). *"Malovana strichka" pro kniahyniu Olhu – khytru, mudru, sviatu [Drawn tape" about Princess Olga – cunning, wise, holy]*. Retrieved April 7, 2021, from <https://chl.kiev.ua/Default.aspx?id=9274> [in Ukrainian].
- Ternopilshchyna. Rehionalnyi informatsiinyi portal. (2018, Oktober 30). *Manastyrskyi Antin Ivanovych*. <https://irp.te.ua/manasty-rs-ky-j-antin-ivanovy-ch/> [in Ukrainian].
- Murashko, A. (2021, January 27). *Pryntsesa+pryntsesa: uriad prydbav ponad tysyachu knyzhok pro divchat-lesbiiok dlia dytiachykh bibliotek [Princess + Princess: the government has purchased more than a thousand books about lesbian girls for children's libraries]*. *Ukrainski natsionalni novyny*. <https://cutt.ly/1cG1zOs> [in Ukrainian].
- Nazarova, Ye. (2018, Dezember 6). *"Ukrmen" ta inshi superheroi. Yak rozvyvaietsia ukrainska industriia komiksiv [Ukrmen" and other superheroes. How the Ukrainian comics industry is developing]*. *Radio Svoboda*. <https://cutt.ly/AvqwWyB> [in Ukrainian].
- Khersonska oblasna biblioteka dlia ditei imeni Dniprovoi Chaiky. (2015, April 8). *Nezvychaina podorozh vid "Ukrainskykh biblioteknykh avialinii" [An unusual trip from "Ukrainian Library Airlines"]*. [http://news.library.kherson.ua/2015/04/blog-post\\_8.html](http://news.library.kherson.ua/2015/04/blog-post_8.html) [in Ukrainian].
- Onkovych, H. V., & Onkovych, A. D. (2016a). *Komiks yak mediatekst [Comics as a media text]*. *Social Communications: Theory and Practice*, 2, 110–114 [in Ukrainian].
- Onkovych, H. V., & Onkovych, A. D. (2016b). *Komiks kak sredstvo mediabrazovaniya [Comics as a means of media education]*. *Media Education*, 2, 52–60 [in Russian].

- Naukova biblioteka Lvivskoho natsionalnoho universytetu imeni Ivana Franka. (2017). *Prezentatsiia komiksu "Volia" [Presentation of the comic "The Will"]*. <https://cutt.ly/8c2DdMG> [in Ukrainian].
- Oliinyk, L. M. (Comp.) (2018). *Suchasna literaturna skrynka [Modern literary box] [Bibliographic index] (Iss. 3)*. Odeska oblasna biblioteka dlia yunatstva im. V. V. Maiakovskoho [in Ukrainian].
- Tvory kulturu: bibliotechni innovatsiini posluhy [Create culture: library innovative services]*. (n.d.). Retrieved April 7, 2021, from <https://cutt.ly/wc77rRg> [in Ukrainian].
- Volyn Online. (2018, Dezember 21). *U Lutsku nahorodyly peremozhstiv konkursu komiksiv pro bulinh [The winners of the bullying comics contest were awarded in Lutsk]*. <https://cutt.ly/vc9ob6r> [in Ukrainian].
- Galinfo. (2018, May 4). *U Lvovi prezentuvaly pershyi dytiachyi komiks pro Lviv [The first children's comic about Lviv was presented in Lviv]*. <https://cutt.ly/xc2Drsl> [in Ukrainian].
- Khlestova, S. V. (2017). Komiks yak zasib masovoi komunikatsii: typolohichni osoblyvosti [Comics as a means of mass communication: typological features]. *The Journal of V.N. Karazin Kharkiv National University. Series: Social Communications, 11*, 13–17 [in Ukrainian].
- Khlestova, S. V. (2019). Potentsial komiksu yak mediapovidomlennia: na prykladi tekstiv pro viiskovyi konflikt na Donbasi ("Kiborhy" ta "Perekhrestia. Deviat istorii pro viinu ta nasylstvo") [The potential of comics as a media message: on the example of texts about the military conflict in the Donbass ("Cyborgs" and "Crossroads. Nine stories about war and violence")]. *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism, 46*, 281–288 [in Ukrainian].
- London Graphic Novel Networ. (n.d.). *Brompton Library Reading Group*. Retrieved April 7, 2021, from <https://cutt.ly/hc2UzN2> [in English].
- Burrows, T., & Stone, G. (1994). *Comics in Australian and New Zealand, the Creators, the Collectors, the Collections*. Hayworth Press [in English].
- Gabriela Mistral Library Comic Club. (n.d.). *Club del Comic*. Retrieved April 7, 2021, from <https://cutt.ly/Kc0cJQK> [in English].
- BiblioXL. Bibliothèque communale francophone d'Ixelles. (n.d.). *Club BD: la bande désirée [BD Club: the desired band]*. Retrieved April 7, 2021, from <https://cutt.ly/ic2WIQr> [in French].
- Bibliothèque municipale de Nantes. (n.d.). *Club BD Utopiales [Utopiales BD Club]*. Retrived April 7, 2021, from <https://cutt.ly/Bc2nMCq> [in French].
- Cambridgeshire County Council. (2020). *Comic and Manga Club for Teens*. <https://cutt.ly/Dc2Izh0> [in English].
- The New York Public Library. (n.d.). *Comic Books*. Retrived April 7, 2021, from <https://www.nypl.org/collections/nypl-recommendations/guides/comics> [in English].
- Princh. (2020). *Comic Books and Libraries – History, Value & Benefit*. <https://cutt.ly/ucDcm7Z> [in English].
- Khersonska TsBS. (n.d.). *Coworkshop (kovorkshop) komiks-vorkshopy [Coworkshop comic workshops]*. Retrived April 7, 2021, from <https://cutt.ly/jc2Ktha> [in Ukrainian].
- Goldsmith, F. (2005). *Graphic Novels Now: Building, Managing, And Marketing a Dynamic Collection*. American Library Association [in English].
- Comic Book Legal Defense Fund. (2006). *Graphic Novels: Suggestions for Librarians*. The National Coalition Against Censorship, The American Library Association, & the Comic Book Legal Defense Fund. <https://cutt.ly/TcF8abh> [in English].
- Tampa Bay Times. (2018, May 30). *Library of Congress acquires its largest donation of comic books ever*. <https://cutt.ly/rvejyR> [in English].
- Lyga, A. W., & Lyga B. (2004). *Graphic Novels in Your Media Center: A Definitive Guide*. Libraries Unlimited [in English].
- Miller, S. (2005). *Developing and Promoting Graphic Novel Collections*. Neal-Schuman Publishers [in English].

- Réveillac, D. (2011, October 5). *La bande dessinée en bibliothèque municipale: le cas de Grenoble. Littératures [Comics in the municipal library: the case of Grenoble. Literatures]*. <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-00629356/document> [in French].
- Rothschild, D. (1995). *Aviva. Graphic Novels: A Bibliographic Guide to Book-Length Comics*. Libraries Unlimited [in English].

UDC 741.5:82]:021(477)

**Dmytro Belov,**  
*Ph.D. Student of the Information  
Technologies Department at Kyiv  
National University of Culture and Arts  
(Kyiv, Ukraine)  
e-mail: liverpool1892dallas2011@gmail.com  
ORCID: 0000-0002-7257-1879*

### COMICS IN THE PRACTICAL ACTIVITY OF UKRAINE LIBRARIES

The amount increasing of produced information raises the issue of its effective perception and assimilation and increases attention to graphic information products as effective communication tools, including, in particular, comic books, and library practices built around comics.

The article is devoted to the disclosure of modern domestic library experience in activities related to the comics use, outlining the system of service formed around comics in the libraries of Ukraine.

Based on the study of funds and official websites of domestic libraries, professional publications, media materials, and the use of a set of research methods – especially bibliographic and heuristic search methods, analysis of content – it was found out that comic books are presented in the funds of domestic libraries of different levels and types: from large national-level institutions to small district book collections.

The beginning of the comics history in the libraries of Ukraine dates back to the 20- the 30s of the twentieth century and today we can already talk about the formation of a comprehensive innovative library service around comics as an information product, the main components of which are the organization of educational events dedicated to comics, informing about the receipt of comics in the library, organizing exhibitions of comics, compiling lists and preparing bibliographic indexes and organization of meetings with authors and publishers of comics, workshops, and competitions. It has been found that comics as an information product is not only the subject of work of domestic librarians but also an effective tool for solving educational, social, and internal narrow professional tasks to promote the library profession and library business by them.

*Keywords:* comics, comic books, libraries of Ukraine, comic editions, library service.

*Стаття надійшла до редакції 05.03.2021 р.*





**БІБЛІОТЕЧНО-  
ІНФОРМАЦІЙНА ОСВІТА**

**LIBRARY AND INFORMATION EDUCATION**

УДК 004-057.86:[378:331.545  
DOI: 10.31866/2616-7654.7.2021.233279

## «ЦИФРОВІ» ПРОФЕСІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ФАХІВЦЯ: ОСВІТНІ ПЕРСПЕКТИВИ І ВИМОГИ РИНКУ ПРАЦІ

**Оксана Матвієнко,**  
професорка кафедри документознавства  
та інформаційно-аналітичної діяльності  
Київського національного університету  
культури і мистецтв,  
докторка педагогічних наук,  
кандидатка технічних наук,  
професорка  
(Київ, Україна)  
e-mail: oxtix2017@gmail.com  
ORCID: 0000-0001-5772-848X

**Михайло Цивін,**  
професор дизайну і архітектури  
Міжнародної академії управління персоналом,  
кандидат технічних наук, доцент  
(Київ, Україна)  
e-mail: tsyvin2012@gmail.com  
ORCID: 0000-0003-0312-5805

**Актуальність дослідження** обумовлена суперечністю, що виникає внаслідок виокремлення нових видів інформаційної діяльності у цифровому середовищі на тлі невизначеності спеціальностей, які їм відповідають і за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти.

**Метою статті** є обґрунтування кореляції між кваліфікаційними вимогами до представників сучасних «цифрових» професій у галузі інформаційно-комунікативної діяльності, а саме – менеджерів веб-контенту та веб-ком'юніті, – і профілем освітніх стандартів підготовки фахівців за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».

**Наукова новизна** виконаного дослідження полягає в обґрунтуванні відповідності професійних завдань фахівців із менеджменту веб-контенту та веб-ком'юніті компетентнісним параметрам освітніх стандартів спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», доцільності розробки освітніх програм із підготовки фахівців сучасних «цифрових» професій у межах спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».

**Висновки.** Цифровізація усіх сфер суспільного життя спричинює виникнення та увиразнення нових видів професійної діяльності, зокрема професій менеджерів веб-контенту та веб-ком'юніті, для яких визначений ринком праці дизайн компетентностей може бути забезпечений в рамках підготовки фахівців за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». Вимоги, що висуваються до таких фахівців, мають інформаційно-комунікаційний, інформаційно-управлінський та соціально-комунікативний зміст і не потребують спеціальної фахової освіти в галузі комп'ютерних наук.

Нормативний зміст освіти та компетентності, затверджені стандартами вищої освіти за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» (бакалаврського, магістерського рівнів та ступеня доктора філософії), свідчить про їх відповідність сформульованим у проєкті професійного стандарту «Фахівець з інформаційних ресурсів» узагальненим об'єктам діяльності, трудовим функціям та трудовим діям представників сучасних «цифрових» професій – менеджера веб-контенту та менеджера веб-ком'юніті.

Розробка освітніх програм підготовки менеджерів веб-контенту та менеджерів веб-ком'юніті є теоретично обґрунтованою та педагогічно доцільною для професійної підготовки фахівців за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».

*Ключові слова:* «цифрові» професії, управління веб-ресурсами, інформаційна освіта, менеджер веб-контенту, менеджер веб-ком'юніті, інформаційна, бібліотечна та архівна справа.

## **ВСТУП**

Цифровізація усіх сфер суспільного життя є чинником виникнення та виокремлення нових видів професійної діяльності. Ринок праці активно реагує на потребу у сучасних фахівцях – роботодавці пропонують вакантні посади ком'юніті-менеджерів, контент-менеджерів, організуються відповідні сертифікаційні курси, тренінги, початок Програми сертифікації для менеджерів спільнот був анонсований Facebook.

Фактичне існування нових видів професійної діяльності та недостатня представленість у чинних нормативних документах чітко окреслених вимог до таких фахівців обумовлюють необхідність розробки і обговорення нових класифікаторів веб-, digital-, IT-професій. Про розуміння нагальності вирішення такої потреби на державному та інституційному рівнях свідчить, зокрема, інформація на сайті Міністерства цифрових трансформацій України про розроблений «Проект реєстру кваліфікацій: сфера IT та цифрові професії» (2020) та анонсування українським представництвом міжнародної мережі Interactive Advertising Bureau (IAB) Ukraine спільно з International Marketing Business Academy розробки «Класифікатора професій digital-маркетингу» («IAB Ukraine i IMB Academy», 2019). Мета такої розробки – структурування посад, їх опис і набір навичок кандидатів, з урахуванням сучасних реалій і застосуванням іноземного досвіду.

Цифровізація соціальних зв'язків, соціальних інститутів та організаційних структур, перетворення соціальних мереж на глобальне соціальне явище «віртуальної спільноти» («e-community», «virtual community») посилює значення соціально-комунікативної складової інформаційної діяльності, актуалізує вирішення питань з ефективного управління веб-ресурсами – організації функціонування і управління інформаційним наповненням різних сегментів інтернет-простору і комунікацією інтернет-середовища.

Під веб-ресурсами загалом розуміють всю сукупність інформаційних ресурсів, розміщених у мережі інтернет. Більш розширене, однак симетричне наведеному поняття веб-ресурсу (синоніми веб-сайт, інтернет-ресурс, веб-сервіс, сайт) – сукупність інтегрованих засобів технічного і програмно-апаратного характеру, а також інформації, призначеної для публікації у Всесвітній павутині ("Интернет-ресурс", 2021). Поняття веб-ресурсу охоплює як функціонування статичних і динамічних сайтів у мережі, так і сторінки у соціальних мережах.

Завдання сучасних фахівців з управління веб-ресурсами, судячи з вимог, які висуваються на ринку праці до кандидатів на відповідні вакантні посади (такі як веб-менеджер, контент-менеджер, менеджер веб-контенту, ком'юніті-менеджер, менеджер веб-ком'юніті, менеджер віртуальних спільнот), значною мірою стосуються не сфери розробки нових програмних застосунків, а, насамперед, сфери інформаційно-комунікативної діяльності – створення і поширення веб-контенту, організації діяльності віртуальних спільнот тощо.

Потреба у фахівцях, які повинні мати нові компетентності, є чинником, що вимагає від системи освіти реагувати на нові суспільні потреби розробкою нових

освітніх програм, навчальних планів підготовки фахівців і діагностикою якості їх підготовки відповідно до вимог ринку праці.

В освітньому полі України інституції та інфраструктура, що забезпечують створення, розповсюдження, акумулювання, зберігання, архівування, доступ до інформації та знань у будь-яких форматах, а також процеси, технології і стандарти, що сприяють формуванню, підтримці й використанню інформаційних ресурсів, є об'єктом вивчення та діяльності інформаційного фахівця за спеціальністю інформаційно-комунікативного профілю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», що засвідчується ухваленими освітніми стандартами бакалаврського і магістерського рівнів.

У зв'язку з цим можна висунути гіпотезу про відповідність кваліфікаційних вимог, що висуваються до сучасних «цифрових» професій, зокрема менеджера веб-контенту та менеджера веб-ком'юніті, дизайну компетентностей, передбаченому освітніми стандартами спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».

Результати досліджень зазначеного питання досі не знайшли відповідного відображення в педагогічній теорії і системно не вирішені в практиці навчання.

### ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДґРУНТЯ

Питання формування професій, пов'язаних із цифровізацією діяльності підприємств і організацій, останнім часом привертають увагу дослідників.

Так, розглядаючи інноваційні аспекти розвитку інтернет-сегмента економіки, А. Марков (2016) виокремлює спеціальні компетентності фахівця в галузі інтернет-маркетингу, на питаннях організації посилення комунікаційних зв'язків у веб-спільнотах, ролі і обов'язків ком'юніті-менеджера в процесі управління веб-спільнотою, теоретичних і практичних основах навчальної дисципліни «Ком'юніті-менеджмент» наголошується у дослідженнях О. Ганець, О. Марковець, О. Березко (Марковець, 2020; Березко & Ганець, 2014; Ганець & Марковець, 2015).

Формування соціального потенціалу веб-спільнот є предметом системних досліджень у соціологічній науці, результати студювання процесів управління інтерактивними соціальними комунікаціями в умовах розвитку інформаційного суспільства висвітлюються на монографічному рівні (*Процеси управління*, 2012).

Для англomовного наукового простору висвітлення питань відповідності «цифрових» професій компетентностям представників бібліотечного фаху з управління інформаційними ресурсами вже набуло певної традиційності (Lawson et al., 2014; Martin & Zaghoul, 2011; Piyasuda & Kulthida, 2011).

Зарубіжні дослідники звертають увагу також на необхідність урізноманітнення освітніх програм у межах бібліотечно-інформаційної науки. Наголошуючи, що ступені за програмами з інформаційно-бібліотечних наук (LIS) дають змогу випускникам реалізувати «нетрадиційні кар'єри» (Weech, 2007), дослідники звертають увагу, що ряд бібліотечно-інформаційних шкіл сьогодні замість ступенів із бібліотечно-інформаційної науки пропонують ступені в галузі управління інформацією (Weech, 2015). Визнаючи, що подібні пропозиції освітніх програм для «альтернативної кар'єри» використовуються бібліотечно-інформаційними школами як маркетинговий інструмент, їх називають розвитком можливостей кар'єрного зростання і розширенням можливостей працевлаштування. Доцільність та-

кої підготовки інформаційного фахівця до ефективної професійної діяльності в умовах цифровізації бачиться в опануванні різноманітністю знань про роль інформації та соціальні комунікації у всій соціальній системі, а не лише в окремих її сегментах.

**Метою статті** є обґрунтування кореляції між кваліфікаційними вимогами до представників сучасних «цифрових» професій у галузі інформаційно-комунікативної діяльності, а саме – менеджерів веб-контенту та веб-ком'юніті, – і профілем освітніх стандартів підготовки фахівців за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».

### **МЕТОДИ ТА МАТЕРІАЛИ ДОСЛІДЖЕННЯ**

Виходячи з мети дослідження, для отримання достовірних результатів його методологічною основою було визначено такі методи, як:

- категоріальний аналіз для встановлення кола категорій у предметному полі об'єкта дослідження;
- змістовий аналіз предметного поля об'єкта – семантичний, логічний та лінгвістичний аналіз масиву документів (освітніх і професійних стандартів, освітніх програм, фахових наукових публікацій, контенту інтернет-ресурсів);
- порівняльний метод.

Застосування названих методів та їх інтеграція з окремими прийомами та іншими методами дало змогу здійснити інформаційну діагностику сучасних «цифрових» професій інформаційного фахівця, окреслити вимоги ринку праці та обґрунтувати освітні перспективи підготовки таких фахівців за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».

Матеріали для дослідження було одержано шляхом здійснення тематичного пошуку в електронних бібліотеках, на сайтах закладів вищої освіти, організацій, Міністерства освіти і науки України (МОН). Повнота пошуку та пертінентність одержаних матеріалів визначались метою і завданнями дослідження.

### **РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ**

Фактично документом, який унормовує сучасні назви «цифрових» професій в освітньому полі, мав би стати Професійний стандарт «Фахівець з інформаційних ресурсів» (2014), проект якого представлений на сайті МОН.

Не розкриваючи докладно зміст цього документа, зазначимо, що укладачі поєднали у стандарті професії, які, в основному, відповідно до класифікації професій за Є. Клімовим, відносяться до типу «людина – знакова система»:

*професії, що стосуються безпосередньо інформаційних ресурсів* – їх створення поширення, застосування, використання у широкому спектрі завдань діяльності, – фахівці зі створення і аналізу вмісту веб-сайтів: веб-райтери, професійні блогери і модератори веб-спільнот, веб-аналітики, інформаційні архітектори;

*професії з техніко-технологічного забезпечення функціонування інформаційних ресурсів* – фахівці з електронного устаткування та програмного забезпечення – веб-майстри, поміж яких веб-програмісти, розробники мобільних застосувань, адміністратори веб-сайтів, SEO-оптимізатори; певною мірою до цієї групи можна віднести веб-дизайнерів: дизайнерів, призначених для користувача інтерфейсів (UX/UI-дизайнери), фахівців з Usability, верстальників веб-сторінок.

Також у стандарті виділена група фахівців, діяльність яких має *інформаційно-управлінський характер* – менеджери веб-проектів: контент-менеджери, менеджери із роботи з веб-клієнтами, менеджери з репутації, фахівці з електронної комерції, фахівці з реклами в інтернеті, керівники інтернет-проектів.

Визначена мета дослідження обумовлює проведення аналізу означених у Стандарті професійних характеристик професій менеджера веб-контенту (Web Content Manager) та менеджера веб-ком'юніті (Web Community Manager).

Зауважимо, що саме у таких термінах на ринку праці роботодавцями сьогодні надаються відповідні вакансії – і у приватному секторі, і органами державної влади та управління. Так, Міністерство освіти і науки України шукає експерта з комунікацій – контент-менеджера для підтримки реалізації реформи професійної (професійно-технічної) освіти (Дроздов, 2017), на сайті Міністерства цифрових трансформацій України пропонується вакансія ком'юніті-менеджера для підтримки активної спільноти навколо проєкту «Дія» ("Ком'юніті-менеджер", б.р.) та ін.

Згаданий вище проєкт Професійного стандарту узагальненою трудовою функцією фахівця з інформаційних ресурсів визначає *управління (менеджмент) інформаційними ресурсами*, розуміючи під інформаційними ресурсами веб-контент – текстовий, графічний і мультимедійний зміст веб-сайтів, і визначаючи роль фахівця як контент-менеджера та менеджера інформаційних ресурсів (Рівень кваліфікації за галузевою рамкою С) ("Фахівець з інформаційних ресурсів", 2014).

У документі відповідно визначено *трудові функції* та *трудові дії* фахівця:

**1. Трудова функція** – організація робіт зі створення і редагування контенту.

**Трудові дії:** планування робіт з наповнення сайту; підготовка завдань для виконавців; розподіл роботи зі створення і редагування контенту; координація роботи із створення і редагування контенту; моніторинг і оцінка результатів виконання робіт, формулювання зауважень; документування відомостей про процеси і результати виконання робіт різними виконавцями.

**2. Трудова функція** управління інформацією з різних джерел.

**Трудові дії:** формування запитів і отримання інформації від співробітників організації; узгодження і затвердження інформаційних матеріалів; передача інформаційних матеріалів, зауважень, виправлень і т. ін. між фахівцями з інформаційних ресурсів і співробітниками інших категорій; моніторинг появи нової або необхідної інформації усередині організації, в мережі інтернет та інших джерелах; загальна оцінка значущості і пріоритетності отримуваної інформації.

**3. Трудова функція** – контроль за наповненням сайту.

**Трудові дії:** оцінка повноти сайту, його розділів, представництв в соціальних мережах і визначення необхідності його поповнення; оцінка актуальності матеріалів на сайті і визначення необхідності їх оновлення; формування завдання для усунення виявлених недоліків.

**4. Трудова функція** – локальні зміни структури сайту.

**Трудові дії:** виявлення необхідності зміни структури сайту або його розділів; оцінка можливості внесення локальних змін, що не вимагають звернення до веб-майстра; зміна структури сайту за допомогою системи управління контентом (CMS) – створення нових розділів, підрозділів тощо; переміщення інформаційних

ресурсів у нові розділи, видалення з існуючих розділів; перевірка правильності відображення внесених змін.

**5. Трудова функція** – підготовка звітності по сайту.

**Трудові дії:** документування робіт з управління (менеджменту) інформаційними ресурсами сайту; фіксація результатів виконання завдань, проектної інформації; обробка результатів аналітичної діяльності; збір додаткових матеріалів; підготовка підсумкової звітності.

**6. Трудова функція** – підтримка процесів модернізації і просування сайту.

**Трудові дії:** формулювання вимог до структури і сервісів веб-сайту; моделювання (описування) бізнес-процесів; тестування функціональності сайту; формулювання вимог до структури і сервісів веб-сайту; моделювання (описування) бізнес-процесів ("Фахівець з інформаційних ресурсів", 2014).

Поміж узагальнених трудових функцій у проєкті Професійного стандарту запропоновано функцію *створення і редагування інформаційних ресурсів* (рівень кваліфікації за галузевою рамкою В), у якій наявна *трудова функція «Модерування обговорень на сайті, у форумі і соціальних мережах»* ("Фахівець з інформаційних ресурсів", 2014).

Зміст трудових дій, які їй відповідають, вкладається у межі діяльності менеджера веб-ком'юніті: обробка коментарів користувачів, підготовка оперативних відповідей або доручення цього завдання співробітникам організації; аналіз і коригування відповідей, підготовлених представниками організації; ведення бази даних і звітів по зверненнях, питаннях, скаргах; модерування повідомлень і коментарів користувачів; управління декількома співтовариствами в соціальних мережах; управління дискусіями з учасниками співтовариств; підвищення відвідуваності, зниження негативних реакцій, підтримка доброзичливої тональності в коментарях до офіційних повідомлень компанії; налаштування параметрів форуму і управління характеристиками постійних користувачів; вдосконалення процесів модерації ("Фахівець з інформаційних ресурсів", 2014).

Менеджер веб-ком'юніті (web community manager) формує у соціальній мережі спільноту навколо ідеї, товару, бренда, проблеми, адмініструє спільноту у мережі, надає допомогу і підтримку учасникам спільноти, залучає до спільноти нових учасників, стежить за настроями учасників спільноти, розуміється на запитах цільової аудиторії, є проміжною ланкою між створювачем бренда-товару-ідеї та учасниками спільноти (Шантарамка, 2016).

Не зупиняючись предметно на проблемі, зазначимо, що у дискурсному полі при обговоренні змісту діяльності у галузі менеджменту веб-ком'юніті наголошується на розмежуванні видів діяльності SMM (Social Media Marketing – маркетинг у соціальних мережах, просування товару, послуги, бренда або компанії у мережах) і менеджменту веб-ком'юніті.

Слід зазначити, що важливість діяльності менеджера веб-ком'юніті актуалізується нині у органах державної влади при реалізації концепції електронного урядування. Так, запропонована вакансія «ком'юніті-менеджер» для проєкту «Дія» узагальненою функцією фахівця визначає підтримку активної спільноти навколо цього проєкту і передбачає:

- розробку архітектури спільноти;
- залучення нових членів спільноти;

- вирощування адвокатів брэнда;
- надання фідбеку учасникам спільноти;
- роботу з партнерами навколо проєкту (фінансові, професійні) ("Ком'юніті менеджер", б. р.).

Необхідність здійснення такої діяльності перебуває у межах моделі електронного урядування у сфері взаємодії між державними структурами та громадянами (G2C – government-to-citizen), зокрема й у контексті реалізації активної участі громадян. Електронна участь (англ. «eParticipation») передбачає не тільки інформування та консультування громадян із боку органів державної влади, а й активну участь громадян, встановлення відносин, побудованих на партнерстві з органами влади, активне залучення громадян до процесу формування політики. Очевидно, що саме цей напрям діяльності є основним завданням менеджера веб-ком'юніті в органах державної влади.

Окрім визначених трудових функцій та дій, Професійний стандарт *регулюватиме вимоги до освіти фахівця за спеціальностями і визначатиме можливі професійні назви робіт*. Ці аспекти стандартизації містять очевидні суперечності, зокрема між вимогами до освіти фахівця та його трудовими функціями і діями, визначеними у проєкті Стандарту. Так, запропоновані для контент-менеджера професійні назви робіт за ДК003:2010, зокрема 3121 *Фахівець з комп'ютерної графіки* (дизайну), 3121 *Фахівець із розробки та тестування програмного забезпечення*, 3121 *Фахівець із розроблення комп'ютерних програм*, насправді не співвідносяться із наведеним там само переліком трудових функцій, визначених для контент-менеджера.

Принагідно зазначимо, що у Національному класифікаторі професій наявні більш адекватні за змістом назви видів професій для діяльності менеджера веб-контенту і менеджера веб-ком'юніті, зокрема такі, як:

- 2433.2 Професіонали в галузі інформації та інформаційні аналітики;
- 1473 Менеджер (управитель) з інформації;
- 1474 Менеджер (управитель) із комунікаційних технологій;
- 3114 Фахівець інфокомунікацій;
- 2447.2 Фахівець з управління проєктами та програмами у сфері матеріального (нематеріального) виробництва.

Слід також відмітити, що представлені у проєкті Стандарту трудові функції менеджера веб-контенту не потребують спеціальної ІТ-освіти, відображеної розробниками у назвах відповідних освітніх спеціальностей. Такими спеціальностями, зокрема, визначено «Комп'ютерні науки», «Комп'ютерна інженерія», «Програмна інженерія», «Системна інженерія» – за переліком 2006 р.). Зазначимо, що багато з «комп'ютерних» і веб-умінь і навичок сьогодні є елементами комп'ютерної грамотності та складовою освітніх програм широкого кола спеціальностей, зокрема, й гуманітарних.

Аналіз свідчить, що узагальнений об'єкт діяльності – управління інформаційними ресурсами, перелік трудових функцій і трудових дій майбутнього фахівця семантично і сутнісно відповідають спеціальним (фаховим) компетентностям, закладеним у стандарті спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».



У виявлених суперечностях проявляється феномен, характерний для сучасного стану цифровізації усіх сфер суспільства, а саме **розмиваються межі інформаційних професій**, втрачається їх суверенність і створюється ілюзія втрати інформаційною діяльністю ознак професії (Лопатина, 2015).

У цьому контексті доцільно ще раз згадати про **критерії сталості** інформаційної професії під впливом зовнішніх чинників, таких, зокрема, як інформаційно-комунікаційні технології діяльності, система соціальних інститутів і відношень, у межах яких інформаційні працівники здійснюють професійну діяльність. Одним із критеріїв сталості є незмінність структурних (цілі діяльності, уявлення про результат праці, предмет праці, професійні знання, уміння і навички та ін.) та функціональних ознак професії, які залишаються сталими і об'єднані наявністю спільної мети функціонування – професійного задоволення інформаційних потреб. Долаючи суперечності розвитку, інформаційна професія розвивається в умовах збільшення функціонального розмаїття і зберігає кваліфікаційний профіль.

Слід зазначити, що соціально-інформаційна та інформаційно-комунікативна складові діяльності інформаційного фахівця є основою професії й підготовки за спеціальністю «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».

У зв'язку з цим логічною є розробка освітніх програм підготовки менеджера веб-контенту та менеджера веб-ком'юніті у межах спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», для якої така підготовка є «профільною» за компетентностями, які формуються у процесі навчання. Зокрема, Стандартом вищої освіти за спеціальністю «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» (бакалаврат) (2018) компетентностями фахівця визначаються здатність аналізувати закономірності розвитку документно-інформаційних потоків та масивів як штучно створеної підсистеми соціальних комунікацій, здатність підтримувати ділову комунікацію з усіма суб'єктами інформаційного ринку, користувачами, партнерами, органами влади та управління, засобами масової інформації. Не наводячи повний перелік нормативного змісту підготовки здобувачів освіти на магістерському рівні, звернемо увагу на такі передбачені Стандартом вищої освіти «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» уміння майбутніх магістрів, як:

- розробляти моделі предметної галузі, застосовувати принципи проектування автоматизованих баз даних, семантичного вебу, веб-сервісів та соціальних медіа в інформаційній діяльності;
- створювати та реалізовувати затребувані споживачами інформаційні продукти та послуги;
- здійснювати маркетингові дослідження ринку інформаційних продуктів та послуг;
- використовувати прикладні соціокомунікативні технології для організації ефективного спілкування на професійному, науковому та соціальному рівнях на засадах толерантності, діалогу і співробітництва (2018).

Наступність інформаційно-комунікативного спрямування освіти за спеціальністю засвідчена й у Стандарті вищої освіти України третього рівня, ступеня доктор філософії спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», у якій предметною областю діяльності фахівця визначено серед іншого «теорії, процеси, технології та стандарти для створення інформаційних ресурсів; інфор-

маційно-пошукові системи; канали доступу до інформаційних ресурсів у мережі інтернет» (*Стандарт вищої освіти України: третій рівень*, 2019).

Отже, очевидним у цьому контексті є адекватність діяльності з управління веб-ресурсами та веб-спільнотами (у будь-яких варіантах назв видів такої діяльності – менеджмент віртуальних спільнот, менеджмент веб-ком'юніті, ком'юніті-менеджмент, контент-менеджмент, менеджмент веб-контенту) освітньому профілю спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».

## ВИСНОВКИ

Модель діяльності фахівця інформаційного профілю у цифровому середовищі формується нині у процесі практичної діяльності, без чітко визначеної спеціальної освіти, що позначається на наявній різниці між рівнями знань фахівців. На сучасному етапі в Україні розробляються перші стандарти професійної діяльності, формулюються посадові вимоги до «цифрового» фахівця інформаційного профілю.

Модель фахівця з інформаційної діяльності у веб-середовищі є інноваційною щодо відповідного змісту освіти та має широкі перспективи внаслідок цифрових трансформацій усіх сфер суспільного життя, спрямовує якісний розвиток системи освіти в галузі управління організацією інформаційної діяльності з використанням комп'ютерних інформаційних систем.

Інноваційність підготовки менеджерів веб-ресурсів зумовлена такими міркуваннями:

- специфічність та інноваційність процесів трансформацій веде до інтеграції різних напрямів підготовки (управлінського, інформаційного, технологічного) інформаційного фахівця. Новий якісний ступінь розвитку системи підготовки спеціалістів у галузі організації управління інформаційними ресурсами обумовлений сучасними соціально-економічними і науково-технічними умовами, забезпечується дослідженням поліфункціонального напрямку діяльності і підготовки спеціалістів, який визначимо як менеджмент інформаційних ресурсів веб-простору;

- органічне поєднання процесу розробки моделі фахівця і її освоєння та використання на практиці забезпечуються виробленими нормами діяльності, які включають конкретні рекомендації щодо впровадження в практику діяльності освітніх установ підготовки спеціалістів зазначеного профілю;

- розроблення і впровадження нової моделі фахівця – фахівця з управління інформаційними ресурсами веб-простору – дає змогу на новому якісному рівні розв'язувати завдання підготовки фахівця, здатного жити і діяти в умовах цифрових трансформацій суспільства, підготовленого до зайняття власного місця у соціально-економічній системі, який усвідомлює фундаментальну роль інформації у розвитку суспільства, розуміє сутність інформаційних перетворень, своє місце і завдання у цифровому суспільстві, активно використовує нові інформаційні технології для професійної діяльності;

- багатоаспектність соціально-комунікативних процесів у галузі управління інформаційними ресурсами веб-середовища, розвиток і диференціація спеціалізацій у цьому напрямі є передумовою подальшого освітньо-інноваційного розвитку моделі інформаційного фахівця.

Цифровізація усіх сфер суспільного життя є чинником виникнення та виокремлення нових видів професійної діяльності в інформаційній сфері, зокрема професій менеджера веб-контенту та менеджера веб-ком'юніті. Вимоги, що формулюються до завдань діяльності цих фахівців мають інформаційно-комунікаційний, інформаційно-управлінський та соціально-комунікативний зміст і не потребують спеціальної фахової освіти в галузі комп'ютерних наук.

Нормативний зміст освіти та компетентності, затверджені Стандартом вищої освіти за спеціальністю «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» (бакалаврського, магістерського рівнів та ступеня доктора філософії), свідчать про їх відповідність сформульованим у Професійному стандарті «Фахівець з інформаційних ресурсів» узагальненим об'єктам діяльності, трудовим функціям та трудовим діям представників сучасних «цифрових» професій – менеджера веб-контенту та менеджера веб-ком'юніті.

Розробка освітніх програм підготовки менеджерів веб-контенту та менеджерів веб-ком'юніті є теоретично обґрунтованою та педагогічно доцільною для професійної підготовки фахівців за спеціальністю «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».

---

## СПИСОК ПОСИЛАНЬ

---

- Березко О., Ганець О. Аналіз ролі ком'юніті-менеджера у студентських онлайн-середовищах. 2014. URL: <https://cutt.ly/AzmGK2p> (дата звернення: 10.03.2021).
- Ганець О., Марковець О. Аналіз обов'язків ком'юніті-менеджера в процесі управління веб-спільнотою. 2015. URL: <https://cutt.ly/xzmG1TA> (дата звернення: 10.03.2021).
- Дроздов Д. Менеджмент контенту как важнейший тренд управления современными медиа. 2017. URL: <https://cutt.ly/VbIF663> (дата обращения: 10.03.2021).
- Интернет-ресурс. *Глоссарий интернет-маркетинга*. 2021. URL: <https://cutt.ly/bzSHJVM> (дата обращения: 10.03.2021).
- Ком'юніті-менеджер. *Rabota.ua*. URL: <https://cutt.ly/rzSH6d6> (дата звернення: 10.03.2021).
- Лопатина Н. В. Библиотекарь в профессиональной структуре общества: теоретико-методологический анализ : автореф. дис. ... д-ра пед. наук : 05.25.03 / Москов. гос. ун-т культуры и искусств. Москва, 2015. 45 с.
- Марков А. Р. Інноваційні аспекти розвитку інтернет-сегменту економіки. *Інтелект XXI*. 2016. № 2. С. 60–67. URL: <https://cutt.ly/dzSJsHq> (дата звернення: 10.03.2021).
- Марковець О. В Організація посилення комунікаційних зв'язків у веб-спільнотах. 2020. URL: <https://cutt.ly/OzSJKmP> (дата звернення: 10.03.2021 р.).
- Процеси управління інтерактивними соціальними комунікаціями в умовах розвитку інформаційного суспільства : монографія / А. М. Пелешихин [та ін.]. Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2012. 368 с.
- Стандарт вищої освіти України: другий (магістерський) рівень, галузь знань 02 Культура і мистецтво, спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» : затверджено і введено в дію Наказом Міністерства освіти і науки України від 24.05.2019 р. № 728. URL: <https://cutt.ly/ZzSJDx6> (дата звернення: 10.03.2021).
- Стандарт вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 02 Культура і мистецтво, спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» : затверджено і введено в дію Наказом Міністерства освіти і науки України від 12.12.2018 р. № 1378. URL: <https://cutt.ly/3zSKrGH> (дата звернення: 10.03.2021).

- Стандарт вищої освіти України: третій рівень, ступінь доктор філософії, галузь знань 02 Культура і мистецтво, спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». 2019. <https://cutt.ly/0zbxYtQ> (дата звернення: 10.03.2021).
- Фахівець з інформаційних ресурсів : проєкт професійного стандарту. 2014. URL: <https://cutt.ly/uzmAMty> (дата звернення: 10.03.2021 р.).
- Шантарамка И. Комьюнити-менеджер – профессия будущего? *SMMplanner*. 15 июня 2016 р. URL: <https://smmplanner.com/blog/комьюнити-менеджер-профессия-будущего/> (дата обращения: 10.03.2021).
- IAB Ukraine і IMB Academy створять Класифікатор професій digital маркетингу. *Детектор Медіа*. 6 березня 2019 р. URL: <https://cutt.ly/nzmSbTt/> (дата звернення: 10.03.2021).
- Lawson E., Janyk R., Erb R. A. Getting to the Core of the Matter: Competencies for New E-Resources Librarians. *The Serials Librarian*. (From the Printed Page to the Digital Age 2014. Vol. 66, Iss. 1/4 : Art & Information, Architecture & Knowledge. P. 153–160. URL: <https://cutt.ly/nzmSbTt/> (accessed: 10.03.2021).
- Martin J., Zaghoul R. Planning for the acquisition of information resources management core competencies. *New Library World*. 2011. Vol. 112, № 7/8. P. 313–320.
- Piyasuda T., Kulthida T. Core Competencies for Information Professionals of Thai Academic Libraries In the Next Decade (A.D. 2010–2019). 2011. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/158557265.pdf> (accessed: 10.03.2021).
- Weech T. L. Alternative careers for graduates of LIS schools: The North American perspective – an analysis of the literature. *Journal of Librarianship and Information Science*. 2007. Vol. 39, № 2. P. 67–78. URL: <https://cutt.ly/XzSKIB2> (accessed: 10.03.2021).
- Weech T. L. New career opportunities and their impact on Library and Information Science degrees : an exploratory study. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*. 2015. № 35. URL: <http://bid.ub.edu/en/35/weech.htm> (accessed: 10.03.2021).

## REFERENCES

---

- Berezko, O., & Hanets, O. (2014). *Analiz roli komiuniti-menedzhera u studentskykh onlain-seredovyshchakh [Analysis of the role of community manager in student online environments]*. <https://cutt.ly/AzmGK2p> [in Ukrainian].
- Hanets, O., & Markovets, O. (2015). *Analiz obov'iazkiv kom'iuniti-menedzhera v protsesi upravlinnia veb-spilnotoiu [Analyze the responsibilities of the community manager in the process of managing the web community]*. <https://cutt.ly/xzmG1TA> [in Ukrainian].
- Drozdo, D. (2017). *Menedzhment kontenta kak vazhneyshiy trend upravleniya sovremennymi media [Content management as the most important trend in modern media management]*. <https://cutt.ly/VbIF663> [in Russian].
- Internet resource. (2021). *Glossariy internet-marketinga [Internet Marketing Glossary]*. [https://www.glossary-internet.ru/terms/%C8/internet\\_resurs/](https://www.glossary-internet.ru/terms/%C8/internet_resurs/) [in Russian].
- Rabota.ua. (n. d.). *Komiuniti-menedzher [Community manager]*. Retrieved March 10, 2021, from <https://cutt.ly/rzSH6d6> [in Ukrainian].
- Lopatina, N. V. (2015). *Bibliotekar' v professional'noy strukture obshchestva: teoretiko-metodologicheskii analiz [Librarian in the professional structure of society: theoretical and methodological analysis]* [Eztended abstract of Doctor's thesis, Moscow State Institute of Culture] [in Russian].
- Markov, A. R. (2016). Innovatsiini aspekty rozvytku internet-sehmentu ekonomiky [Innovative aspects of the development of the Internet segment of the economy]. *Intelekt XXI*, 2, 60–67. <https://cutt.ly/dzSJsHq> [in Ukrainian].

- Markovets, O. V. (2020). *Orhanizatsiia posylennia komunikatsiinykh zv'iazkiv u veb-spilnotakh [Organize communication in web communities]*. [https://cutt.ly/OzS\]kmP](https://cutt.ly/OzS]kmP). <https://doi.org/10.30525/978-9934-588-79-2-1.13> [in Ukrainian].
- Peleshhyshyn, A. M., Sierov, Yu. O., Berezko, O. L., Peleshchyshyn, O. P., Tymovchak-Maksymets, O. Yu., & Markovets, O. V. (2012). *Protsesty upravlinnia interaktyvnymy sotsialnymy komunikatsiiamy v umovakh rozvytku informatsiinoho suspilstva [Processes of management of interactive social communications in the conditions of development of an information society]* [Monograph]. Vydavnytstvo Lvivskoi politekhniki [in Ukrainian].
- Ministry of Education and Science of Ukraine. (2019). *Standart vyshchoi osvity Ukrainy: druhyi (mahisterskyi) riven, haluz znan 02 Kultura i mystetstvo, spetsialnist 029 "Informatsiina, bibliotekna ta arkhivna sprava" [Standard of higher education of Ukraine: second (master's) level, field of knowledge 02 Culture and art, specialty 029 "Information, library and archival business"]*: approved and put into effect by the Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine from 24.05.2019. № 728. [https://cutt.ly/ZzS\]DX6](https://cutt.ly/ZzS]DX6) [in Ukrainian].
- Ministry of Education and Science of Ukraine. (2018). *Standart vyshchoi osvity Ukrainy: pershyi (bakalavrskyi) riven, haluz znan 02 Kultura i mystetstvo, spetsialnist 029 "Informatsiina, bibliotekna ta arkhivna sprava" [Standard of higher education of Ukraine: first (bachelor's) level, field of knowledge 02 Culture and art, specialty 029 "Information, library and archival business"]*: approved and put into effect by the Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine from 12.12.2018 № 1378. URL: <https://cutt.ly/3zSKrGH> [in Ukrainian].
- Standart vyshchoi osvity Ukrainy: tretii riven, stupin doktor filosofii, haluz znan 02 Kultura i mystetstvo, spetsialnist 029 "Informatsiina, bibliotekna ta arkhivna sprava" [Standard of higher education of Ukraine: third (doctoral) level, field of knowledge 02 Culture and art, specialty 029 "Information, library and archival business"]*. (2019). <https://cutt.ly/OzbxYtQ> [in Ukrainian].
- Fakhivets z informatsiinykh resursiv [Information resources specialist]* [Draft of the professional standard]. (2014). <https://cutt.ly/yzmAMty> [in Ukrainian].
- Shantaramka, I. (2016, June 15). *Kom'yuniti-menedzher – professiya budushchego? [Community manager – a profession of the future?]*. SMMplanner. <https://smmplanner.com/blog/komyuniti-menedzher-professiya-budushchego/> [in Russian].
- Detektor Media. (2019, March 6). *IAB Ukraine i IMB Academy stvoriat Klasyfikator profesii digital marketynhu [IAB Ukraine i IMB Academy will create a Classifier of Digital Marketing Professions]*. <https://cutt.ly/nzmSbTt/> [in Ukrainian].
- Lawson, E., Janyk, R., & Erb, R. A. (2014) Getting to the Core of the Matter: Competencies for New E-Resources Librarians. *The Serials Librarian*. (From the Printed Page to the Digital Age, 66(1-4): Art & Information, Architecture & Knowledge), 153-160. <https://doi.org/10.1080/0361526X.2014.879639> [in English].
- Martin, J., & Zaghloul, R. (2011). Planning for the acquisition of information resources management core competencies. *New Library World*, 112(7/8), 313-320. <https://doi.org/10.1108/03074801111150440> [in English].
- Piyasuda, T., & Kulthida, T. (2011). *Core Competencies for Information Professionals of Thai Academic Libraries In the Next Decade (A.D. 2010-2019)*. <https://core.ac.uk/download/pdf/158557265.pdf> [in English].
- Weech, T. L. (2007). Alternative careers for graduates of LIS schools: The North American perspective – an analysis of the literature. *Journal of Librarianship and Information Science*, 39(2), 67-78 <https://doi.org/10.1177/0961000607077574> [in English].
- Weech, T. L. (2015). New career opportunities and their impact on Library and Information Science degrees : an exploratory study. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, 35. <https://dx.doi.org/10.1344/BiD2015.35.14> [in English].

UDC 004-057.86:[378:331.545

**Oksana Matvienko,**  
*Professor of the Documentation  
and Information- Analytical Activity Department  
at the Kyiv National University of Culture and Arts,  
Dr. Hab. in Pedagogical Sciences,  
Ph.D. in Technical Sciences, Professor  
(Kyiv, Ukraine)  
e-mail: oxmix2017@gmail.com  
ORCID ID: 0000-0001-5772-848X*

**Michael Tsyvin,**  
*Professor of the Design and Architecture Department,  
the International Academy of Personnel Management,  
Ph.D in Technical Sciences, Associate Professor  
(Kyiv, Ukraine)  
e-mail: tsyvin2012@gmail.com  
ORCID ID: 0000-0003-0312-5805*

## "DIGITAL" PROFESSIONS OF THE INFORMATION SPECIALIST: EDUCATIONAL PROSPECTS AND LABOR MARKET REQUIREMENTS

**The topicality of the study** is caused to the contradiction that arises due to the separation of new types of information activities in the digital environment against the background of the uncertainty of the specialties that correspond to them and for which the training of higher education.

**The purpose of the article** is to substantiate the correlation between the qualification requirements for representatives of modern "digital" professions in the field of information and communication activities, namely, managers of web content and web community and the profile of educational standards for training on specialty 029 "Information, library and archival affairs".

**The scientific novelty of the study** is to substantiate the compliance of professional tasks of specialists in web content management and web community to the competence parameters of educational standards of specialty 029 "Information, library and archival affairs", the feasibility of developing educational programs for modern "digital" professions in within the specialty 029 "Information, library and archival affairs".

**Conclusions.** Digitization of all spheres of public life leads to the emergence and formalization of new types of professional activities, including professions of web content managers and web community, for which the labor market-defined design of competencies can be provided through the training on the specialty 029 "Information, library and archival case". The requirements for such specialists have information and communication, information and management, and social and communicative content and do not need special professional education in the field of computer science.

The normative content of education and competence, approved by the standards of higher education in the specialty 029 "Information, Library and Archival Affairs" (bachelor's, master's and doctoral degrees), indicates their compliance with defined in the draft of the professional standard "Information Resource Specialist" objects of activity, labor functions and labor actions of representatives of modern "digital" professions – web content manager and web community manager.

**Keywords:** "digital" professions, web resource management, information education, web content manager, web community manager, information, library and archival business.

*Стаття надійшла до редакції 05.12.2020 р.*

УДК 02+930.25]:378.013.3+[004.738.5:339.138]:378.016:[005:001.102+004.77:316.77]  
DOI: 10.31866/2616-7654.7.2021.233297

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ПІДГОТОВКИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТОЛОГА ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 029 «ІНФОРМАЦІЙНА, БІБЛІОТЕЧНА ТА АРХІВНА СПРАВА»**

*Тетяна Новальська,*  
завідувачка кафедри інформаційних технологій  
Київського національного університету  
культури і мистецтв,  
докторка історичних наук, професорка  
(Київ, Україна)  
e-mail: novalska@meta.ua  
ORCID: 0000-0003-3093-3998

*Владислав Касьян,*  
старший викладач кафедри документознавства  
та інформаційно-аналітичної діяльності  
Київського національного університету  
культури і мистецтв,  
кандидат філософських наук  
(Київ, Україна)  
e-mail: kasjanvv@gmail.com  
ORCID: 0000-0003-0539-4531

**Метою статті** є обґрунтування теоретико-методологічних засад реалізації освітньої інновації – освітньо-професійної програми «Менеджмент соціально-комунікаційних мереж. Інтернет-маркетинг» за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».

**Методологія дослідження** базується на сукупності загальнонаукових методів узагальнення, систематизації і прогнозування. Застосування методу гіпотетичного аналізу дало змогу виявити концептуальні засади теоретико-методологічної платформи підготовки інтернет-маркетолога за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».

**Наукова новизна** дослідження полягає у тому, що в умовах динамічного урізноманітнення професійної інформаційної діяльності та пропозицій нових спеціалізацій у межах спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» обґрунтовано інноваційний підхід до розробки теоретико-методологічної платформи підготовки інтернет-маркетолога і виявлено основні концепти, які уможливають конструювання професійної моделі інтернет-маркетолога за спеціальністю «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». Такими концептами визначено соціально-інформаційні комунікації та управління документно-інформаційними ресурсами (інформаційний менеджмент).

**Висновки.** Основними концептами теоретико-методологічної платформи освітньої інновації з підготовки інтернет-маркетолога за спеціальністю «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» є соціально-комунікативні технології та управління документно-інформаційними ресурсами (інформаційний менеджмент). Завдання маркетингової діяльності фахівця із соціально-інформаційних комунікацій за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» відповідають проблемному полю соціально-комунікативної діяльності, охоплюють маркетинг у сфері діяльності некомерційних організацій, державного управління, благодійних організацій, бібліотек, архівів, музеїв та ін. Теоретичний зміст предметної області діяльності інтернет-маркетолога узгоджується зі Стандартом вищої освіти за спеціальністю «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» і відповідає концептуальним основам предметної галузі управління документно-інформаційними ресурсами (інформаційного менеджменту). Запропонований варіант теоретико-методологічної платформи освітньої інновації – підготовки інтернет-маркетолога за спеціальністю «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» – здатний до збагачення, видозміни та уточнення у процесі розвитку наукових знань та емпіричної бази у цій предметній галузі.

*Ключові слова:* інтернет-маркетолог, соціально-комунікативні технології, управління документно-інформаційними ресурсами, інформаційний менеджмент, підготовка фахівців, інформаційна, бібліотечна та архівна справа.

## **ВСТУП**

Підготовка в Україні інформаційних фахівців у рамках спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» відбувається в умовах прискореної адаптації фаху до технологічних і соціальних змін, спричинених широким впровадженням у суспільну практику інтернет-технологій, і вимагає постійної актуалізації і модернізації освітніх програм із метою забезпечення відповідності суспільним потребам і ринку праці.

Пропозиції нових спеціалізацій та розробка відповідних їм навчальних планів підготовки студентів об'єктивно перебувають на емпіричному етапі розвитку та потребують перманентного коригування окремих елементів. Формування актуальної професіограми є тривалим процесом, що обумовлює невідповідність кадрового забезпечення інформаційної діяльності розвитку інформаційного середовища і потребує прогнозування сутнісних трансформацій інформаційних професій та здійснення випереджальної підготовки фахівця.

Очевидною є суперечність, зумовлена, з одного боку, динамікою професійної різноманітності інформаційної діяльності, пропозиціями спеціалізацій у межах спеціальності, а з іншого – браком педагогіко-прогностичних та моделюючих заходів для окреслення теоретичного базису та функціонального наповнення нових професій і побудови якісного навчального плану підготовки. Необхідність подолання такої суперечності актуалізує потребу обґрунтування теоретико-методологічної платформи (Загвизинський, 2010) розробки моделі фахівця і подальшої побудови та реалізації навчальних планів підготовки, які були б адаптованими до сучасних цифрових технологій та процедур і практик соціально-комунікативної інформаційної діяльності.

У статті сфокусовано увагу на запропонованій у межах спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» освітньо-професійній програмі «Менеджмент соціально-комунікаційних мереж. Інтернет-маркетинг», яка є інноваційною не лише за змістом – як відповідь на потреби ринку праці, а й із позиції звичної термінології у назвах спеціалізацій за спеціальністю.

Висунемо гіпотезу щодо релевантності наявного у назві спеціалізації терміна «інтернет-маркетинг» змісту спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», виходячи з таких міркувань:

1. Сучасні види діяльності, зокрема й діяльність у галузі соціально-інформаційних комунікацій, до якої відносяться і маркетингові комунікації, характеризуються взаємопроникненням технологій та способів професійної діяльності і потребують фахівця, здатного наповнювати і розвивати інформаційне середовище, застосовуючи відповідні соціально-комунікативні технології.

2. Складова «інформаційна справа» у назві спеціальності передбачає підготовку фахівців для діяльності, в тому числі, й поза межами бібліотечних та архівних установ. Компетентності, які відповідають діяльності фахівця інформаційного профілю для здійснення широкого спектра соціально-інформаційних



комунікацій, відображені у Стандарті вищої освіти за спеціальністю 029 ("Стандарт вищої освіти України", 2018b).

3. Завдання маркетингової діяльності фахівця із соціально-інформаційних комунікацій (інтернет-маркетолога) за спеціальністю 029 перебувають у проблемному полі соціально-комунікативної діяльності, охоплюють сфери маркетингу у діяльності некомерційних організацій, державного управління, благодійних організацій, бібліотек, архівів, музеїв та ін. Теоретичний зміст предметної області діяльності фахівця визначено як інформаційні та документні системи установ, технології управління інформаційними, архівними та бібліотечними ресурсами. У такому формулюванні предметної області очевидна відмінність від професійної освіти в галузі маркетингу, яка регламентується Стандартом спеціальності 075 *Маркетинг*, галузь знань 07 *Управління та адміністрування* ("Стандарт вищої освіти України", 2018a). Цей Стандарт визначає теоретичний зміст предметної області діяльності фахівця, характеризуючи суть маркетингу як сучасну концепцію управління бізнесом.

Необхідність визначення теоретико-методологічного підґрунтя запропонованої освітньої інновації зумовлена потребою розробки професійної моделі фахівця і подальшої побудови концепції підготовки інтернет-маркетолога як основи реалізації навчально-виховного процесу.

**Отже, метою статті** є обґрунтування теоретико-методологічних засад реалізації освітньої інновації – освітньо-професійної програми «Менеджмент соціально-комунікаційних мереж. Інтернет-маркетинг», спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».

## МЕТОДИ І МАТЕРІАЛИ

Теоретико-методологічною основою наукового обґрунтування концептуальних основ розробки моделі фахівця є здобутки педагогічної науки у галузі теорії і методики професійної освіти. Ці напрацювання забезпечують необхідні засади для побудови концепції підготовки фахівців за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». Методологія дослідження базується на сукупності загальнонаукових методів узагальнення, систематизації і прогнозування. Застосування методів гіпотетичного аналізу і абстрагування дало змогу виявити сутнісні ознаки основних концептів, якими окреслюється теоретико-методологічне підґрунтя підготовки інтернет-маркетолога за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».

Теоретичні передумови дослідження були закладені в ряді наукових публікацій вітчизняних фахівців, які приділяють посилену увагу питанням трансформації підготовки фахівців за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».

Так, у статті А. Соляник (2018) представлено інноваційні критерії результативності ступеневої підготовки фахівців зі спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» на основі застосування Дублінських дескрипторів як інноваційних критеріїв. Проблема формування комунікаційних компетентностей у студентів вказаної спеціальності стала предметом наукової уваги у статті В. Сошинської (2017). На етапи розвитку та характерні ознаки бібліотечно-інформаційної освіти звертає увагу Н. Бачинська (2018), проблеми наступності здобуття вищої бібліотечно-інформаційної та архівної освіти в умовах реформування висвітлюються Т. Новальською (2017).

Важливі для розвитку наукового бачення підготовки інформаційних фахівців акценти були розставлені А. Гуменчуком (2019), який запропонував модель інтелектуалізації вищої бібліотечно-інформаційної освіти. Дослідник визначає головним орієнтиром її когнітивної модернізації інтелектуалізацію усіх ключових компонентів її змісту – техніко-технологічного, проєктно-аналітичного, дослідно-інноваційного, комунікаційного, аксіологічного (морально-етичного), психолого-педагогічного, організаційно-управлінського.

Безпосередньо до проблем виявлення змісту майбутньої професійної діяльності інформаційного фахівця, на основі якого можна надалі будувати модель його професійної підготовки, звертаються О. Матвієнко та М. Цивін (2016; 2017; 2018). Т. Гранчак (2017) обґрунтовано актуальність і перспективність посилення аналітичного компонента у програмі підготовки бакалаврів інформаційної, бібліотечної та архівної справи.

У контексті предмета дослідження доцільно також звернути увагу на публікацію Л. Іваненко і О. Боєнко (2020), у якій авторки репрезентують розробку моделі професійної підготовки фахівців-маркетологів на основі компетентнісного підходу, виділяючи у ній цільову, методологічну, змістову та результативну складові.

Широке коло проблем, охоплене названими та багатьма іншими авторами, зроблені ними висновки, сформульовані концепції та висловлені пропозиції щодо розвитку спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» дають змогу розробити теоретичні та методичні підходи до побудови моделі фахівця за освітньо-професійною програмою «Менеджмент соціально-комунікаційних мереж. Інтернет-маркетинг».

## РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Освітньо-професійна програма «Менеджмент соціально-комунікаційних мереж. Інтернет-маркетинг» є інноваційною розробкою у межах спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», зокрема у частині її складової «інформаційна справа», яка спрямована на задоволення суспільних потреб і ринку праці в умовах прискорених техніко-технологічних та соціально-економічних трансформацій. Пропозиція освітньої програми дає змогу реалізувати підготовку та розвиток професійних кадрів для широкого спектра видів і напрямів інформаційної та соціально-комунікативної діяльності.

Запропонована інновація потребує визначення теоретичних засад (концептуальної бази), на основі яких надалі конструюватиметься професійна модель інтернет-маркетолога, розробки адекватних спеціальності 029 навчальних планів підготовки та засобів діагностування.

Доцільним є виявлення основних концептів підготовки інтернет-маркетолога у контексті *соціальних комунікацій*, зокрема з урахуванням специфіки прикладних соціально-комунікаційних технологій, предметне поле яких окреслене у наукових публікаціях та у Паспорті наукової спеціальності 27.00.06 – прикладні соціально-комунікаційні технології ("Паспорт спеціальності 27.00.06", б.р.).

Так, серед визначених Паспортом спеціальності напрямів досліджень, які можуть бути прийняті як опис предметного поля прикладних соціально-комунікативних технологій і стосуються інформаційної та соціально-комунікативної діяльності інтернет-маркетолога, наявні:

- історія, теорія та методологія формування інформаційних середовищ взаємодії суб'єктів соціальної діяльності;
- соціально-комунікаційні технології позиціювання суб'єктів соціальної діяльності в суспільстві (зв'язки із громадськістю, реклама, іміджмейкінг, бізнес-комунікації тощо);
- комунікаційний образ суб'єктів суспільних відносин;
- використання засобів масової комунікації при здійсненні зв'язків із громадськістю;
- організація діяльності служб та агенцій (зв'язків із громадськістю, рекламних агенцій тощо);
- спеціалізовані PR-технології (політичні, консалтингові, журналістські);
- публічні зв'язки з державними структурами;
- маркетингові комунікації ("Паспорт спеціальності 27.00.06", б.р.).

Окреслений зміст Паспорта спеціальності «прикладні соціально-комунікаційні технології» корелюється із завданнями інтернет-маркетолога **як фахівця із соціально-комунікативних технологій**, який володіє сукупністю прийомів у сфері соціальних комунікацій, «<...> спрямованих на управління людиною, групами, суспільством і суспільствами в плані налагодження соціальної взаємодії за допомогою передачі соціально значущих знань» (Різун, 2013, с. 22), а тому може бути прийнятий за теоретичну основу концепту підготовки такого фахівця.

У такому ракурсі підготовка інтернет-маркетологів як соціально-комунікативний напрям освіти у межах спеціальності 029 розкриває нові грані, набуває нового сенсу і дає змогу розглядати термін «інтернет-маркетолог» не у площині предметної сфери бізнесу, комерції, продажів і прибутку, а у вимірі інформаційно-комунікативної діяльності, як компонент терміносистеми *інформаційного менеджменту та інформаційного маркетингу*.

У цьому контексті варто зазначити, що розглянута у статті О. Матвієнко та Д. Дубова (2006) сфера *інформаційного некомерційного маркетингу* – його структура, цільові групи, мета, стратегії тощо – чітко співвідноситься зі специфікою інтернет-маркетингу, релевантного, насамперед, спеціальності соціально-інформаційного профілю «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». Відокремлюючи при аналізі комерційну складову інформаційного маркетингу, автори зазначають, що його особливість полягає в тому, що *«товаром» є ідеї, програми та погляди, спрямовані на максимальне задоволення соціально важливих некомерційних потреб суспільства*.

У згаданій статті такі визначені різновиди інформаційного некомерційного маркетингу, як політичний, соціальний, освітній маркетинг, маркетинг території, інформаційний маркетинг країни, які не містять комерційної складової, обґрунтовані як актуальні напрями соціально-інформаційних комунікацій, що охоплюються предметною сферою інтернет-маркетингу з реалізацією завдань добору, аналізу, оцінки, систематизації, моніторингу, організації, зберігання, розповсюдження та надання в користування інформації та знань.

Примітно також, що ці завдання відповідають концепції інформаційного менеджменту, зокрема його структури, яка включає:

- оперативне використання інформації як стратегічного ресурсу з метою забезпечення конкурентноздатності організації;
- управління процесами опрацювання інформації;

– використання інформації для цілеспрямованого формування зовнішньої і внутрішньої комунікативної політики організації (Матвієнко & Цивін, 2018).

Відповідність документно-інформаційних завдань сфери інформаційного менеджменту професійній діяльності інтернет-маркетолога дає змогу стверджувати, що інформаційний менеджмент та його складові – менеджмент знань та менеджмент контенту – можуть розглядатися як теоретичне підґрунтя діяльності інтернет-маркетолога. Ця теза співзвучна із висновками О. Матвієнко та М. Цивіна (Матвієнко & Цивін, 2017, с. 27; Матвієнко & Цивін, 2018, с. 66) стосовно концептуалізації моделі фахівця з інформаційної справи на основі інформаційного менеджменту та використання концепту «управління знаннями» як методологічного орієнтира досліджень змісту спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».

Отже, ще одним концептом теоретичної платформи підготовки інтернет-маркетолога може бути визначено **«управління документно-інформаційними ресурсами»** (інформаційний менеджмент).

При цьому основні концепти теоретичної платформи підготовки інтернет-маркетолога мають перебувати у предметному полі спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» у взаємоузгодженості із об'єктами вивчення та діяльності майбутнього фахівця та теоретичним змістом предметної області за спеціальністю, яка визначена у Стандарті вищої освіти 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».

Методологічно доцільним у зв'язку з цим є з'ясування відповідності фахових компетентностей, визначених у Стандарті вищої освіти за спеціальністю 029, виявленим концептам теоретичної платформи підготовки інтернет-маркетолога, якими є **соціально-комунікативні технології та управління документно-інформаційними ресурсами**.

Зазначимо, що представлені компетентності чітко не розмежовуються за визначеними складовими функціональної спеціалізації, натомість утворюючи системне «компетентнісне поле» фахівця у визначеному Стандарті теоретичному змісті предметної області та об'єкті діяльності:

1) соціально-комунікативні технології:

– здатність використовувати PR та інші прикладні соціокомунікаційні технології в умовах сучасної інформаційно-технологічної інфраструктури;

– здатність підтримувати ділову комунікацію з усіма суб'єктами інформаційного ринку, користувачами, партнерами, органами влади та управління, засобами масової інформації;

– здатність аналізувати закономірності розвитку, документно-інформаційних потоків та масивів, як штучно створеної підсистеми соціальних комунікацій;

– здатність створювати, наповнювати та забезпечувати функціонування веб-сайтів та веб-спільнот у мережі інтернет;

– здатність адмініструвати соціальні мережі, електронні бібліотеки та архіви.

2) управління документно-інформаційними ресурсами:

– здатність здійснювати відбір, аналіз, оцінку, систематизацію, моніторинг, організацію, зберігання, розповсюдження та надання в користування інформації та знань у будь-яких форматах;

– здатність використовувати методи систематизації, пошуку, збереження, класифікації інформації для різних типів контенту та носіїв;

– здатність проектувати та створювати документно-інформаційні ресурси, продукти та послуги.

Наявні у Стандарті компетентності та їх співвіднесення з основними концептами підготовки інтернет-маркетолога спонукають звернутися до вимог ринку праці до завдань діяльності таких фахівців. Більшість роботодавців слушно вважають інтернет-маркетолога фахівцем, який просуває бренд в інтернеті, і поміж завдань його діяльності виділяють:

- управління рекламними кампаніями та PR-акціями у мережі;
- моніторинг галузі, в якій відбувається просування товару (послуги);
- звіти та презентує рекомендації із просування товару (послуги) керівництву організації;
- аналіз статистики, KPI сайту (кількість трафіку та його джерела, показники «клікабельності» (англ. Click-through rate, CTR) – співвідношення кількості показів посилань і кількості натискувань на вказане посилання) та соціальних мереж;
- управління репутацією у мережі інтернет (Search Engine Reputation Management, SERM та Online Reputation Management. ORM), заходи з пошукової оптимізації сайту (Search Engine Optimization, SEO ) та маркетинг у соціальних мережах (Social Media Marketing, SMM );
- розробку стратегії для різних каналів комунікації та ін.

Значна увага з боку роботодавців приділяється роботі у команді, управлінню проектами та персоналом, що є складником сучасних професіограм представників багатьох видів діяльності, зокрема й за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». Загалом ці та інші вимоги відображаються у навчальних планах підготовки та у змісті відповідних навчальних дисциплін.

У професійній спільноті інтернет-маркетологів дискутується питання стосовно того, чи повинен інтернет-маркетолог бути програмістом. Більшість роботодавців не бачать у цьому необхідності, отже постає питання про систему цифрових компетентностей фахівця як необхідного складника професіограми. У цьому контексті слушною є думка, висловлена А. Гуменчуком (2020), який, досліджуючи систему цифрових компетентностей фахівця за спеціальністю «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», наголошує, що в умовах цифрової економіки важливими є компетентності, які забезпечують гнучкість та адаптивність фахівця до нових викликів і вимог цифровізації, постійний саморозвиток і здатність навчатися впродовж життя. Зважаючи на прискорені темпи інноваційного розвитку інформаційних технологій і постійне оновлення програмно-технологічного забезпечення діяльності інформаційних фахівців, бачиться недоцільною жорстка регламентація в освітній програмі конкретних знань і умінь інтернет-маркетолога в галузі програмного забезпечення та комп'ютерних технологій, водночас при побудові освітньої програми доцільно керуватися викладеними вище міркуваннями.

## **ВИСНОВКИ**

Основними концептами теоретико-методологічної платформи освітньої інновації з підготовки інтернет-маркетолога за спеціальністю «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» є соціально-комунікативні технології та управління документно-інформаційними ресурсами (інформаційний менеджмент).

Завдання маркетингової діяльності фахівця із соціально-інформаційних комунікацій за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» перебувають у проблемному полі соціально-комунікативної діяльності, охоплюють маркетинг у сфері діяльності некомерційних організацій, державного управління, благодійних організацій, бібліотек, архівів, музеїв та ін. Теоретичний зміст предметної області діяльності інтернет-маркетолога узгоджується зі Стандартом вищої освіти за спеціальністю «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» і відповідає концептуальним основам предметної галузі управління документно-інформаційними ресурсами (інформаційного менеджменту).

Запропонований варіант теоретико-методологічної платформи освітньої інновації – підготовки інтернет-маркетолога за спеціальністю «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» – здатний до збагачення, видозміни та уточнення, тобто трансформації контенту у процесі розвитку наукових знань та накопичення емпіричної бази у цій предметній галузі.

## СПИСОК ПОСИЛАНЬ

---

- Бачинська Н. А. Бібліотечно-інформаційна освіта в Україні: етапи розвитку та характерні ознаки. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2018. № 3. С. 57–67.
- Гранчак Т. Ю. Дисципліни аналітичного профілю як компонент програми підготовки бакалаврів зі спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. 2017. Вип. 46. С. 117–128.
- Гуменчук А. В. Модель інтелектуалізації вищої бібліотечно-інформаційної освіти. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2019. Вип. 55. С. 70–81.
- Гуменчук А. Система цифрових компетентностей Бібліотекаря 4.0. *Вісник Книжкової палати*. 2020. № 2. С. 23–28.
- Загвязинский В. И. Исследовательская деятельность педагога. 3-е изд., стер. Москва : Издательский центр «Академия», 2010. 176 с.
- Іваненко Л. М., Боєнко О. Ю. Розробка моделі професійної підготовки фахівців-маркетологів на основі компетентнісного підходу. *Бізнес Інформ*. 2020. № 5. С. 492–502. URL: <https://cutt.ly/XcWxTsT> (дата звернення: 5.04.2021).
- Матвієнко О. В. Основи інформаційного менеджменту : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 128 с.
- Матвієнко О. В., Дубов Д. В. Інформаційний маркетинг у контексті державних, політичних та соціальних інформаційних відносин. *Вісник Книжкової палати*. 2006. № 3. С. 33–36.
- Матвієнко О., Цивін М. Інформаційний менеджмент як основа концептуалізації моделі фахівця з інформаційної справи. *Вісник Книжкової палати*. 2017. № 4. С. 27–30.
- Матвієнко О., Цивін М. Спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»: у пошуках «інформаційного фахівця». *Вісник Книжкової палати*. 2016. № 10. С. 32–35.
- Матвієнко О. В., Цивін М. Н. «Управління знаннями» як методологічний орієнтир пошуку концепту спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*. 2018. № 2. С. 66–76.
- Новальська Т. В. Наступність здобуття вищої бібліотечно-інформаційної та архівної освіти в умовах реформування. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2017. № 1. С. 4–10.
- Паспорт спеціальності 27.00.06 – прикладні соціально-комунікаційні технології. URL: <http://asp.univ.kiev.ua/doc/Passport/27.00.00/27.00.06.pdf> (дата звернення: 5.04.2021).

- Різун В. В. До питання про соціально комунікаційні наукові проблеми і про наукові проблеми взагалі. *Актуальні дослідження українських наукових шкіл у галузі соціальних комунікацій* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. / наук. ред. В. Різун ; упоряд. Т. Скотникова ; Ін-т журналістики КНУ ім. Т. Шевченка. Київ, 2013. С. 8–25.
- Соляник А. А. Інноваційні критерії результативності ступеневої підготовки фахівців зі спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*. 2018. № 1. С. 64–75.
- Сошинська В. Формування комунікаційних компетенцій у студентів спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка. *Інтегровані комунікації*. 2017. № 4. С. 56–57.
- Стандарт вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 Управління та адміністрування, спеціальність 075 – «Маркетинг»: затверджено і введено в дію Наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343. URL: <https://cutt.ly/GcWxxrh> (дата звернення: 5.04.2021).
- Стандарт вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 02 Культура і мистецтво, спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»: затверджено і введено в дію Наказом Міністерства освіти і науки України від 12.12.2018 р. № 1378. URL: <https://cutt.ly/3zSKrGH> (дата звернення: 5.04.2021).

## REFERENCES

---

- Bachynska, N. A. (2018). Bibliotechno-informatsiina osvita v Ukraini: etapy rozvytku ta kharakterni oznaky [Library and information education in Ukraine: stages of development and characteristics]. *Library Science. Record Studies. Informology*, 3, 57–67 [in Ukrainian].
- Hranchak, T. Yu. (2017). Dystsypliny analitychnoho profilu yak komponent prohramy pidhotovky bakalavriv zi spetsialnosti "Informatsiyna, bibliotечna ta arkhivna sprava" [Disciplines of the Analytical Profile as a Component of the Bachelor's Degree Program "Information, Library and Archive Science"]. *Academic Papers of Vernadsky National Library of Ukraine*, 46, 117–128 [in Ukrainian].
- Humenchuk, A. V. (2019). Model intelektualizatsii vyshchoi bibliotechno-informatsiynoi osvity [Model of intellectualization of higher library and information education]. *Visnyk of Kharkiv State Academy of Culture*, 55, 70–81 [in Ukrainian].
- Humenchuk, A. (2020). Systema tsyfrovyykh kompetentnostei Bibliotekari 4.0 [The system of digital competencies of the Librarian 4.0]. *Bulletin of the Book Chambe*, 2, 23–28 [in Ukrainian].
- Zagvyazynskiy, V. I. (2010). *Issledovatel'skaya deyatel'nost' pedagoga* [Research activities of the teacher] (3rd ed.). Publishing House "Academia" [in Russian].
- Ivanenko, L. M., & Boienko, O. Yu. (2020). Rozrobka modeli profesiynoi pidhotovky fakhivtsiv-marketolohiv na osnovi kompetentnisnogo pidkhodu [Development of a model of professional training of marketing specialists based on the competence approach]. *Biznes Inform*, 5, 492–502. <https://cutt.ly/XcWxTsT> [in Ukrainian].
- Matviienko, O. V. (2004). *Osnovy informatsiynoho menedzhmentu* [Fundamentals of information management]. Tsentr navchalnoi literatury [in Ukrainian].
- Matviienko, O. V., & Dubov, D. V. (2006). Informatsiyni marketynh u konteksti derzhavnykh, politychnykh ta sotsialnykh informatsiynykh vidnosyn [Information marketing in the context of state, political and social information relations]. *Bulletin of the Book Chambe*, 3, 33–36 [in Ukrainian].
- Matviienko, O., & Tsyvin, M. (2017). Informatsiyni menedzhment yak osnova kontseptualizatsii modeli fakhivtsia z informatsiynoi spravy [Information management as a basis for

- conceptualization of the model of an information specialist]. *Bulletin of the Book Chamber*, 4, 27–30 [in Ukrainian].
- Matviienko, O., & Tsyvin, M. (2016). Spetsialnist 029 "Informatsiina. bibliotechna ta arkhivna sprava": u poshukakh "informatsiinoho fakhivtsia" [Specialty 029 "Information, Library and Archival Affairs": in search of "information specialist"]. *Bulletin of the Book Chamber*, 10, 32–35 [in Ukrainian].
- Matviienko, O. V., & Tsyvin, M. N. (2018). "Upravlinnia znanniamy" yak metodolohichniy oriientyr poshuku kontseptu spetsialnosti "Informatsiina, bibliotechna ta arkhivna sprava" ["Knowledge Management" as a methodological guideline for finding the concept of the specialty "Information, Library and Archival Affairs"]. *Ukrainian Journal on Library and Information Science*, 2, 66–76 [in Ukrainian].
- Novalska, T. V. (2017). Nastupnist zdobuttia vyshchoi bibliotechno-informatsiino ta arkhivnoi osvity v umovakh reformuvannia [Continuity of obtaining higher library and information and archival education in the conditions of reform]. *Library Science. Record Studies. Informology*, 1, 4–10. [in Ukrainian].
- Pasport spetsialnosti 27.00.06 – prykladni sotsialno-komunikatsiini tekhnolohii* [Passport of specialty 27.00.06 – applied social and communication technologies]. (n.d.). Retrived March 5, 2021, from <https://cutt.ly/7bIj7TX> [in Ukrainian].
- Rizun, V. V. (2013). Do pytannia pro sotsialno komunikatsiini naukovi problemy i pro naukovi problemy vazhali [On the question of social communication scientific problems and scientific problems in general]. In V. Rizun (Ed.), & T. Skotnikova (Comp.), *Aktualni doslidzhennia ukrainskykh naukovykh shkyl u haluzi sotsialnykh komunikatsii* [Current Research of Ukrainian Scientific Schools in the Field of Social Communications], Proceedings of the all-Ukrainian Scientific and Practical Conference (pp. 8–25). Kyiv, Ukraine. Institute of Journalism of Taras Shevchenko National University of Kyiv [in Ukrainian].
- Solianyuk, A. A. (2018). Innovatsiini kryterii rezultatyvnosti stupenevoi pidhotovky fakhivtsiv zi spetsialnosti 029 "Informatsiina, bibliotechna ta arkhivna sprava" [Innovative criteria for the effectiveness of degree training of specialists in the specialty 029 "Information, Library and Archival Affairs"]. *Ukrainian Journal on Library and Information Science*, 1, 64–75 [in Ukrainian].
- Soshynska, V. (2017). Formuvannia komunikatsiinykh kompetentsii u studentiv spetsialnosti 029 "Informatsiina, bibliotechna ta arkhivna sprava" Instytutu zhurnalistyky Kyivskoho universytetu imeni Borysa Hrinchenka [Formations Students' Communication Skills on the Specialty 029 "Information, Library and Archive Sciences" of Institute of Journalism of Borys Hrinchenko Kyiv University]. *Integrated communications*, 4, 56–57 [in Ukrainian].
- Ministry of Education and Science of Ukraine. (2018a). *Standart vyshchoi osvity Ukrainy: pershyi (bakalavrskyi) riven, haluz znan 07 Upravlinnia ta administruvannia, spetsialnist 075 – "Marketynh"* [Standard of higher education of Ukraine: first (bachelor's) level, field of knowledge 07 Management and administration, specialty 075 – "Marketing"]: Approved and put into effect by the Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine dated 05.12.2018 N 1343. <https://cutt.ly/GcWxxrh> [in Ukrainian].
- Ministry of Education and Science of Ukraine. (2018b). *Standart vyshchoi osvity Ukrainy: pershyi (bakalavrskyi) riven, haluz znan 02 Kultura i mystetstvo, spetsialnist 029 "Informatsiina, bibliotechna ta arkhivna sprava"* [Standard of higher education of Ukraine: first (bachelor's) level, field of knowledge 02 Culture and art, specialty 029 "Information, Library and Archival Affairs"]: Approved and put into effect by the Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine dated 12.12.2018 N 1378. <https://cutt.ly/3zSKRGH> [in Ukrainian].



UDC 02+930.25]:378.013.3+[004.738.5:339.138]:378.016:[005:001.102+004.77:316.77]

**Tetyana Novalska,**  
*Head of the Information  
Technology Department  
at the Kyiv National University  
of Culture and Arts,  
Dr. Hab. in Historical Sciences, Professor  
(Kyiv, Ukraine)  
e-mail: novalska@meta.ua  
ORCID: 0000-0003-3093-3998*

**Vladislav Kasian,**  
*Senior Lecturer of the Department  
of the Document Science, Information  
and Analytical Activities  
at the Kyiv National University  
of Culture and Arts, Ph.D.  
in Philosophical Sciences  
(Kyiv, Ukraine)  
e-mail: kasjanvv@gmail.com  
ORCID: 0000-0003-0539-4531*

## **THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FUNDAMENTALS OF INTERNET MARKETING TRAINING IN SPECIALTY 029 "INFORMATION, LIBRARY AND ARCHIVAL AFFAIRS"**

The **purpose of the article** is to substantiate the theoretical and methodological foundations of educational innovation which is educational and professional program «Management of social and communication networks. Digital marketing», specialty 029 «Information, Library and Archival Affairs».

The research **methodology** is based on a set of general scientific methods of generalization, systematization and forecasting. Hypothetical analysis made it possible to develop to identify the basic concepts that outline the theoretical and methodological platform for training Digital marketers in the specialty «Information, Library and Archival Affairs».

The **scientific novelty of the study** is that in the dynamics of professional diversity of information activities and proposals for new specializations within the specialty «Information, Library and Archival Affairs» outlines the main approaches to the theoretical and methodological platform for Digital marketers and identifies basic concepts that allow building a professional model of Digital marketer in the specialty 029 «Information, Library and Archival Affairs». Such concepts define social and information communications and management of document and information resources (information management).

**Conclusions.** The main concepts of the theoretical and methodological platform of educational innovation for the training of Digital marketers in the specialty «Information, Library and Archival Affairs» are social and communication technologies and management of document and information resources (information management). Tasks of marketing activities of a specialist in social information communications in the specialty 029 «Information, Library and Archival Affairs» are in the problem field of social communication activities, include marketing in the field of nonprofit organizations, government, charities, libraries, archives, museums, etc. The theoretical content of the subject area of Internet marketing is consistent with the Standard of Higher Education in «Information, Library and Archival Affairs» and corresponds to the conceptual foundations of the subject area of management of document and information resources (information management). The proposed version of the theoretical

and methodological platform of educational innovation – training of Digital marketers in the specialty «Information, Library and Archival Affairs» – is able to enrich, modify and refine in the development of scientific knowledge and empirical base in this subject area.

*Keywords:* Digital marketer, social and communication technologies, management of document and information resources, information management, training, information, library and archival affairs.

*Стаття надійшла до редакції 30.03.2021 р.*

# ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ: ПРАКТИКА І ПЕРСПЕКТИВИ

INFORMATION TECHNOLOGIES:  
PRACTICE AND PERSPECTIVES

УДК 001.811:[050:378.4(477-25)НауКМА  
DOI: 10.31866/2616-7654.7.2021.233303

## **ХТО І ЯК ЦИТУЄ МОЛОДІ УКРАЇНСЬКІ ЖУРНАЛИ (НА ПРИКЛАДІ ДВОХ ЖУРНАЛІВ НАУКМА ЗА ДАНИМИ DIMENSIONS)**

*Тетяна Ярошенко,  
керівниця Центру наукометрії  
та цифрової підтримки досліджень  
Національного університету  
«Києво-Могилянська академія»,  
кандидатка історичних наук, доцентка,  
заслужена працівниця культури України  
(Київ, Україна)  
e-mail: yaroshenko@ukma.edu.ua  
ORCID: 0000-0002-2985-2333*

*Олександра Ярошенко,  
завідувачка відділу наукової бібліотеки  
Національного університету  
«Києво-Могилянська академія»  
(Київ, Україна)  
e-mail: yaroshenkooi@ukma.edu.ua  
ORCID: 0000-0002-4716-5705*

На оцінку ефективності досліджень та дослідників дедалі більше впливають кількісні дані. Для оцінки якості та наукового впливу публікації основною метрикою є цитування, кількість яких визначає академічний вплив. Хто і як цитує українські журнали? Які існують основні кореляції та тенденції? Для дослідження цих аспектів був проведений аналіз цитувань двох «молодих» українських журналів, що видаються Національним університетом «Києво-Могилянська академія».

Автори здійснили пошук статей, опублікованих двома журналами (Kyiv-Mohyla Humanities Journal та Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal) у базах цитувань Dimensions, Web of Science та Scopus. За допомогою бібліометричного аналізу були розглянуті такі показники, як: цитування; самоцитування автора; самоцитування журналу; цитування від автора, афілійованого з видавцем журналу; цитування від автора, що має спільну афіліацію з автором статті; Altmetric Attention Score.

Мета дослідження – з'ясувати вплив публікацій різних галузей знань у журналах відкритого доступу для дослідників різних країн світу, зростання кількості цитувань для публікацій англійською мовою; обґрунтувати важливість дотримання міжнародних публікаційних стандартів, кореляції для самоцитування та ін. Важливим результатом є висновок стосовно важливості індексування в різних базах даних. Дослідження показало, що на кількість цитувань журналу передусім впливає тематична актуальність матеріалів: тематика статті (тому, випуску) має стійку кореляцію з динамікою та географією походження цитат. Кількість самоцитувань авторів, самоцитувань журналу, а також цитат, що походять від спільної з автором та видавцем афіліації, виявилась незначною. Було виявлено також відсутність вагомого впливу на кількість цитувань дати публікації та її поширення в інтернеті (Altmetric). З'ясовано, що індексування журналів у реферативних, повнотекстових базах даних та базах цитувань також впливає на їхню видимість та читацьку аудиторію.

*Ключові слова:* цитування, бази даних цитувань, показники цитованості, наукометрія, Scopus, Web of Science, Dimensions, академічне видавництво, scholarly impact.

## ВСТУП

Кожен дослідник прагне бути відомим і визнаним у науковому світі, а результати свого дослідження – бачити гідно оціненими та впливовими. З появою інтернету науковці отримали значно ефективніший доступ до публікацій і даних досліджень. Зросла конкуренція, а отже, вимоги до дослідників стали більш суворими. Для оцінки ефективності діяльності науковців та впливовості отриманих ними результатів було розроблено багато метрик, зокрема кількісних. Можна стверджувати, що наукове цитування є сьогодні набагато важливішим і помітнішим, ніж у минулому. Однак дослідники знайшли багато способів просувати свої статті та підвищувати кількість їх цитувань, зокрема й таких, що поза нормами наукової етики та академічної доброчесності.

У галузі наукової комунікації та публікаційної активності, особливо з появою відкритого доступу та відкритої науки, проводиться багато досліджень, що стосуються ефективності дослідницької діяльності і отриманих наукових результатів та, зокрема, їхнього цитування. Не можна не згадати праці засновників наукометрії Гарфілда (Garfield, 1988; 1998) та Гірша (Hirsch, 2005), а серед останніх впливових – дослідження Сван (Swan, 2010) та Пивовар (Piwowar & Vision, 2013).

Серед вітчизняних науковців окремі аспекти впливу моделі журналу на цитування досліджували Л. Костенко, В. Копанева, Т. Симоненко (2020), С. Назаровець, Т. Ярошенко (2015) та ін.

Пропоноване дослідження спрямоване на з'ясування впливу публікацій різних галузей знань у журналах відкритого доступу для дослідників різних країн світу та впливу мовного чинника на зростання цитованості для публікацій, а також акцентування важливості дотримання міжнародних публікаційних стандартів, кореляції для самоцитування та ін.

Беззаперечно, сьогодні мовою наукової комунікації є англійська. Саме з огляду на англійську мову як сучасну лінгва франка в науці (Montgomery, 2016) дослідники виокремлюють такі тенденції: частка публікацій англійською мовою постійно зростає (Liu, 2017); публікації іншими мовами читаються і цитуються менше, ніж англомовні, за межами країни походження (Diekhoff et al., 2013). Ці та інші дослідження свідчать про те, що більша кількість цитувань англомовних матеріалів пов'язана з більшим міжнародним визнанням.

Слід зазначити, що наразі все частіше використовують не лише цитування як індикатор впливу дослідження (scholarly impact), але й альтернативні метрики, якими вимірюють соціальний вплив (social impact).

У цій статті ми окреслимо окремі аспекти цитування та взаємозв'язків між ними на прикладі двох досить «молодих» (започаткованих у 2014–2015 рр.) англомовних наукових журналів, що видаються Національним університетом «Києво-Могилянська академія». Ми спробували дати відповідь на питання, важливе для всіх видавців та редакцій наукових журналів: хто та як цитує журнал. Оскільки обидва розглянутих журнали є англомовними, географія походження цитувань та афіліації авторів цитат мали достатньо широке охоплення для проведення даного дослідження. Попри порівняно меншу кількість цитувань у гуманітарній сфері, результати аналізу обох журналів (суспільної та гуманітарної спрямованості) дали достатньо багато даних та продемонстрували цікавий набір кореляцій.

## МАТЕРІАЛИ ТА МЕТОДИ

Національний університет «Кієво-Могилянська академія» (НаУКМА) на разі є видавцем 16 назв наукових журналів, здебільшого – це тематичні серії «Наукових записок» (вид. із 1995 р.). Із 2015 р. НаУКМА переглянув та значно оновив публікаційну стратегію, піддаючи ревізії політики всіх журналів, склад редколегій, відповідність міжнародним стандартам тощо (Назаровець & Ярошенко, 2015). Деякі журнали були закриті. Натомість було започатковано нові, які створювались одразу за міжнародними стандартами, мали широку галузеву тематику і були англомовними.

Джерелами для аналізу було визначено саме ці два новостворених журнали НаУКМА:

1) Kyiv-Mohyla Humanities Journal (щорічник, із 2014 р., опубліковано 118 статей);

2) Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal (щорічник, із 2015 р., опубліковано 68 статей).

Проаналізовано загальні кількісні показники журналів: кількість статей, кількість унікальних авторів, загальна кількість цитувань, зокрема на одного унікального автора, та ін.

Обидва журнали посідають тепер перші позиції за кількістю цитувань серед журналів НаУКМА: Kyiv-Mohyla Humanities Journal – перше місце серед 16 журналів, що видаються в НаУКМА, за даними Web of Science, Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal – за даними Scopus.

Серед спільних рис цих двох журналів (крім загальноновизнаних щодо складу редколегій, політики подвійного сліпого рецензування тощо) варто також зазначити, що це журнали:

- «e-only» (не мають друкованої версії), електронні створюються та розміщуються на платформі Open Journal System;

- підтримують політику «золотого» чи навіть «платиногового відкритого доступу»: журнали не беруть плату за публікації (витрати несе НаУКМА, який залучає кошти на видання від донорів та благодійників), та, головне, відкритий доступ дозволяє вільно та швидко отримати будь-кому доступ до повних текстів статей одразу ж після публікації, що сприяє безперешкодному поширенню результатів;

- повністю англомовні (з високою якістю щодо рівня підготовки рукопису авторами та редагування носіями мови);

- певною мірою мультидисциплінарні: Kyiv-Mohyla Humanities Journal приймає статті з філософії, історії, літературознавства, культурології, релігієзнавства та дотичних гуманітарних дисциплін; Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal розглядає різні аспекти юридичних та політичних наук;

- кожне видання має чітко встановлену і оголошену політику щодо авторських прав (у цьому разі за допомогою ліцензій Creative Commons, що пропонують гнучкий та справедливий підхід до використання об'єктів авторського права у цифровому середовищі), рецензування, етики, доступу та ін.;

- кожна стаття обов'язково має DOI (Digital Object Identifier).

Слід зазначити, що новостворені журнали були від початку націлені на дотримання міжнародних стандартів та вимог (окрім вимог МОН, зокрема, *A Short Guide to Ethical Editing for New Editors, Code of Conduct and Best Practice Guidelines*

*for Journal Editors, Code of Conduct for Journal Publishers, EASE Guidelines for Authors and Translators of Scientific Articles, Guidelines for retracting articles, Online Guide to Open Access Journals Publishing, Principles of Transparency and Best Practice in Scholarly Publishing, Recommendations for the Conduct, Reporting, Editing, and Publication of Scholarly Work in Medical Journals* та ін.), тож процеси становлення пройшли значно ефективніше та оперативніше, ніж з уже існуючими традиційними журналами.

Значну увагу було приділено також максимальній реєстрації журналів у відповідних покажчиках, індексах, довідниках наукової періодики, а також у реферативних та повнотекстових базах даних наукової інформації з метою входження до Web of Science Core Collection та Scopus. Наразі обидва журнали зареєстровані та індексуються десятками індексів і баз, зокрема, журнал *Kyiv-Mohyla Humanities Journal* індексується у Web of Science (Emerging Sources Citation Index) із 2018 р. та у Scopus із 2020 р. *Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal* поки що не входить у ці бази даних. Проте обидва журнали входять у інші фахові наукові бази, покажчики, індекси та пошукові системи, що збільшує їхню видимість та читацьку аудиторію: BASE, CORE, Crossref, Dimensions, DOAJ (Directory of Open Access Journals), EBSCO: Central & Eastern European Academic Source, ERIH PLUS, OpenAIRE, PhilPapers, SHERPA/RoMEO, Scilit, Ulrich's Periodicals Directory та ін.

Таким чином, порівняння показників цитування обох журналів надає широкі можливості для аналізу, зокрема, з огляду на присутність у найавторитетніших наукометричних базах одного з журналів і відсутність цього чинника – для іншого, і створює умови для перевірки гіпотези стосовно сприяння індексації видання у Web of Science та Scopus більшої видимості та, як наслідок, вищому цитуванню публікацій видання порівняно з іншим журналом, який не індексується в базах даних цитувань.

Слід зазначити також, що журнали представляють різні сфери знань – гуманітарні (*Kyiv-Mohyla Humanities Journal*) та суспільні (*Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal*). За даними різних досліджень, гуманітарні науки, як правило, здобувають меншу кількість цитувань, аніж суспільні та природничі. Так, Гелквіст (Hellqvist, 2009) вказує на те, що використання посилань пов'язане зі стилістичними, гносеологічними та організаційними відмінностями сфери досліджень, і ці відмінності повинні враховуватися при застосуванні аналізу цитування до гуманітарних дисциплін.

Показники цитування обох журналів вивчались за даними різних платформ, а саме: Scopus, Web of Science та Dimensions. Крім загальновідомих вже двох перших, як інструментарій для аналізу було включено ще одну базу даних цитувань – Dimensions, яка має певні доповнення та переваги.

Dimensions – це ефективний безкоштовний (у базовій версії та платний у розширеній версії) інструмент, що поєднує пошукові та аналітичні елементи і демонструє підрахунок цитувань конкретної публікації із DOI. Платформа поєднує елементи реферативної бази, пошукові та аналітичні інструменти, підтягує альтернативні метрики (наприклад, популярність статті у соцмережах). Все частіше використовується як інструментарій аналітики та стратегічного планування публікаційної активності інституцій. Платформа сумісна із Crossref, чудово візуалізує метадані (станом на травень 2021 р. містить понад 118 млн публікацій та понад 1,4 млн цитувань). Для вітчизняних журналів, більшість з яких використовують для публікації платформу Open Journal System, Dimensions має також і пев-

ні зручні застосунки – наприклад, можливість вбудувати на сайті журналу віджет, який може підраховувати загальну кількість цитувань кожної окремої статті (за DOI).

До цієї бази даних входять обидва розглянуті в цьому дослідженні журнали (як і всі інші, що видаються в НаУКМА).

Показники цитування у Dimensions представлені як доповнення до показників Web of Science та Scopus і демонструють додаткові можливості оцінки цитованості журналів.

З метою уникнення потенційного і, на жаль, поширеного судження щодо того, що «все це може і Google Scholar» (неодноразово було доведено, що останній включає до аналізу цитованості не лише наукові рецензовані публікації), ми не використовували цей інструмент (хоча кількісно дані в ньому стрімко зростають).

Таким чином, для проведення аналізу було використано інструменти:

- 1) Scopus (<https://www.scopus.com>);
- 2) Web of Science (<https://apps.webofknowledge.com>);
- 3) Dimensions (із розширеною версією Dimensions Plus) (<https://app.dimensions.ai>);
- 4) Crossref Metadata Search (<https://search.crossref.org>).

Для пошуку кількості цитувань та переліку матеріалів, що цитують статті з журналів Kyiv-Mohyla Humanities Journal та Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal, було використано:

- 1) Scopus Advanced Search із використанням полів пошуку Reference Source Title – REFSRCTITLE();
- 2) Web of Science Cited Reference Search із використанням полів пошуку Cited Work;
- 3) Dimensions із використанням полів пошуку Source Title;
- 4) Пошук за DOI у Crossref Metadata Search.

Для перевірки цих показників цитованості було використано додатки SciVal (для даних зі Scopus) та InCites (для даних із Web of Science).

Параметри, за якими було проведено аналіз:

1. Кількість цитувань.
2. Кількість самоцитувань автора.
3. Кількість самоцитувань журналу.
4. Кількість цитувань від автора, афілійованого з видавцем журналу.
5. Кількість цитувань від автора, що має спільну афіліацію з автором статті.
6. Altmetric Attention Score.

При описі цитувань було використано стиль American Psychological Association (APA).

## РЕЗУЛЬТАТИ І ОБГОВОРЕННЯ

Сьогодні найчастіше, згадуючи наукометричні бази або бази цитувань, говоримо про Web of Science від Clarivate та Scopus від Elsevier. Певні бібліометричні показники має і Google Scholar, однак цей агрегатор критикується за недостатність інструментів оцінки рецензованих робіт. За останні кілька років з'явилися і нові інструменти для оцінки ефективності академічних публікацій, серед яких –



Dimensions (2020). Вже є й низка досліджень, що порівнюють ці інструменти (Harzing, 2019).

Dimensions – продукт компанії Digital Science (Велика Британія), динамічна платформа пов'язаних даних досліджень, на якій користувачі можуть досліджувати зв'язки між публікаціями, грантами, клінічними випробуваннями, патентами та законодавчими документами. Базовий доступ до бази даних пропонує повнотекстовий пошук публікацій та деяких показників, відкритий для особистого некомерційного використання. Dimensions Plus має розширений рівень доступу, охоплює додатковий вміст і пропонує додаткові аналітичні інструменти, але це платний сервіс. Водночас Dimensions Plus доступний безкоштовно за різними програмами для академічних установ, зокрема для всіх організацій – членів Research4Life, серед яких є й українські інституції.

Показники цитування обох журналів було внесено у Таблицю 1. «Цитування журналів НаУКМА у Scopus» (див. табл. 1), Таблицю 2. «Цитування журналів НаУКМА у Web of Science» (див. табл. 2) з відповідними показниками за останні три роки (2019, 2020, 2021). Вимір показників цитування відбувався щороку станом на травень. Також було складено Таблицю 3. «Цитування журналів НаУКМА у Dimensions» (див. табл. 3) з актуальними показниками за 2021 р. та Таблицю 4 (порівняльна) «Порівняльна таблиця цитування журналів НаУКМА у Dimensions, Scopus та WOC SS (станом на 01.05.2021 р.)» (див. табл. 4). Для кожного журналу було складено порівняльну таблицю з параметрами: назва статті, автор, афіліація автора, рік, цитування, афіліація автора цитати. Афіліації авторів статей та цитат було перевірено за даними публікацій.

Цитування журналів у Scopus зростало органічно приблизно на 20 % щороку. Попри те, що гуманітарний журнал проіндексовано у Scopus із 2020 р., саме журнал суспільного спрямування отримав більшу кількість цитувань за даними цієї бази (див. табл. 1).

Таблиця 1.

### Цитування журналів НаУКМА у Scopus

| № | Назва журналу                        | К-ть цитувань у Scopus станом на 2021 р. | К-ть цитувань у Scopus станом на 2020 р. | К-ть цитувань у Scopus станом на 2019 р. |
|---|--------------------------------------|--|--|--|
| 1 | Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal | 28                                       | 17                                       | 9  |
| 2 | Kyiv-Mohyla Humanities Journal       | 23                                       | 17                                       | 13                                       |

Відповідну тенденцію ілюструють дані з Web of Science, куди гуманітарний журнал входить із 2018 р. Однак, попри це, кількість цитувань у цьому разі зростає повільніше, ніж у суспільного журналу (див. табл. 2).

Для порівняльного аналізу та охоплення більш широкого спектра цитат ми використали дані Dimensions, що черпає інформацію про публікації (зокрема цитування) із Crossref. Так, журнал *Kyiv-Mohyla Humanities Journal* цитується, за даними Dimensions, 15 разів. Журнал *Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal* цитується, за даними Dimensions, 56 разів (див. табл. 3).

Таблиця 2.

**Цитування журналів НаУКМА у Web of Science**

| № | Назва журналу                        | К-ть цитувань у Web of Science станом на 2021 р. | К-ть цитувань у Web of Science станом на 2020 р. | К-ть цитувань у Web of Science станом на 2019 р. |
|---|--------------------------------------|--|--|--|
| 1 | Kyiv-Mohyla Humanities Journal       | 11   | 9  | 8  |
| 2 | Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal | 15   | 9  | 1  |

Таблиця 3.

**Цитування журналів НаУКМА у Dimensions**

| Назва журналу                        | К-ть цитувань у Dimensions станом на 2021 р. |
|--------------------------------------|--|
| Kyiv-Mohyla Humanities Journal       | 15   |
| Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal | 56   |

Під час дослідження обох журналів у сукупності було проведено аналіз 71 цитування з допомогою бази даних Dimensions. Загалом порівняння кількості цитувань за даними трьох баз (Scopus, WoS, Dimensions) виявило цікаву тенденцію до того, що суспільний журнал цитується чи не вдвічі частіше за даними Dimensions, ніж за даними Scopus. Це пояснюється тим, що Dimensions охоплює ширший спектр періодичних наукових видань, які не індексуються у Scopus. Водночас гуманітарний журнал частіше цитується авторами монографій, збірників та інших типів документів, які індексуються у Scopus, але не враховано у Dimensions. Ця ситуація (коли кількість цитувань за Scopus є більшою, ніж за Dimensions) дала поштовх для перевірки, за результатами якої виявлено, що лише одне із 23 цитувань у Scopus є самоцитуванням журналу (тобто походить від самого журналу). За даними WoS, зі свого боку, можна відстежити найменшу кількість цитувань обох журналів. Це можна пояснити тим, що WoS індексує менший спектр документів. Таким чином, коли йдеться про кількість цитувань журналу, редакційна колегія може використовувати дані Dimensions для ширшої ілюстрації динаміки та ефективності публікацій видання.

Також спостерігається тенденція до того, що Dimensions пропонує найбільшу кількість цитувань на документи в різних галузях знань. Так, у дослідженні «Високоцитовані документи науковців України в базах даних цитувань: кореляція бібліометричних індикаторів» (Т. Yaroshenko & О. Yaroshenko, 2020) ми з'ясували, що Dimensions пропонує найбільшу кількість цитувань на документи, але це стосується лише журналів відкритого доступу. Документи, які були опубліковані у журналах із традиційною публікаційною моделлю, мають нижчу кількість цитувань у Dimensions, ніж у двох інших базах.

Це можна пояснити тим, що контент Dimensions є значно ширшим, ніж у двох інших баз даних, за рахунок того, що індексація у Dimensions відбувається за DOI (Digital Object Identifier). Натомість, як відомо, індексація у Scopus та WoS відбувається через досить суворі процедури відбору журналів до включення в бази. Таким чином, усі документи, що мають цифровий ідентифікатор об'єкта (DOI), наприклад, від Crossref, потрапляють у базу даних Dimensions, тоді як Scopus та WoS індексують лише документи у вибраних журналах. Порівняння цитованості визначених журналів НаУКМА у Dimensions, Scopus та WOC CC (станом на 01.05.2021 р.) представлені у Таблиці 4 (див. табл. 4).

Таблиця 4.

**Порівняльна таблиця цитування журналів НаУКМА у Dimensions, Scopus та WOC CC (станом на 01.05.2021 р.)**

| Назва журналу                        | Scopus | WOS CC | Dimensions |
|--------------------------------------|--------|--------|------------|
| Kyiv-Mohyla Humanities Journal       | 23     | 11     | 15         |
| Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal | 28     | 15     | 56         |

У цьому дослідженні ми також спробували проаналізувати документи за афіліацією. На нашу думку, країну походження цитування не слід вважати країною походження журналу. Адже автор може публікуватися в журналі з будь-якої країни світу. Наприклад, автор з України може бути опублікованим у аргентинському журналі, і відтак, цитування від такої публікації слід було б вважати таким, що походить з Аргентини (навіть якщо автор є нашим колегою та працює в українській науковій установі). Тому ми вважаємо, що країну походження цитати слід визначати саме за афіліацією автора. Єдиним недоліком такого підходу є те, що автор може змінити афіліацію і навіть країну (наприклад, у ролі автора статті працювати в університеті А та у ролі автора цитати через кілька років, вже працюючи в університеті В). Такий випадок ми виявили і в нашому дослідженні, коли один зі співавторів статті «Civil Society Against Corruption in Ukraine: Pathways to Impact» (Bader et al., 2019) у 2019 р. був афілійований із Нідерландами, а у 2021 р. виступив у ролі автора цитати, вже будучи афілійованим з Італією. Такий випадок ми розглядаємо як самоцитування автора.

Кількість афіліацій, що пов'язана із цитуваннями, є більшою, ніж сама кількість цитувань журналу. Це пояснюється тим, що автором цитати може виступати не один автор, а колектив авторів, які представляють різні країни та організації. Таким чином, журнал *Kyiv-Mohyla Humanities Journal* цитується авторами-представниками 18 афіліацій. Цитування журналу походять із країн: Україна – 9, Велика Британія – 2, Польща – 1, Німеччина – 1, Швеція – 1, Марокко – 1, Нідерланди – 1, Ізраїль – 1, Швейцарія – 1.

Отже, журнал найбільше цитують саме українські дослідники, попри те, що мова журналу – англійська. Це можна пояснити тематикою видання, адже журнал публікує матеріали з українознавчих гуманітарних досліджень, а також підтверджена теза про краще цитування всередині країни, коли автори знають власні наукові здобутки краще, ніж закордонні. Присутні також збіги між країнами по-

ходження авторів статей та країнами походження авторів цитат. Із 15 цитувань таких цитат – 7. Це показник того, що майже у половині випадків автор статті та автор цитування є представниками однієї країни: не лише «Україна–Україна», а, наприклад, «Швеція–Швеція».

Схожа динаміка присутня і в журналі *Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal*. Так, наприклад, стаття «*The Challenge of Peace Building and Conflict Transformation: A Case Study of Northern Ireland*» (Jarman, 2016) від автора Neil Jarman (Ірландія) має 13 цитувань, 5 із яких походять від авторів з ірландською афіліацією.

Журнал *Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal* цитується авторами-представниками 83 афіліацій. Цитування журналу походять із країн: Україна – 18, США – 14, Німеччина – 12, Велика Британія – 5, Польща – 5, Ірландія – 5, Швеція – 4, Канада – 4, Франція – 3, Росія – 3, Вірменія – 2, Італія – 2, Нова Зеландія – 1, Чехія – 1, Португалія – 1, Нідерланди – 1.

Це підтверджує наше припущення про те, що українські дослідники найбільш активно цитують англомовні українські журнали. Однак переважна більшість цитат походять з-поза України. Стійким виявився і взаємозв'язок тематики статті (та випуску в цілому) з динамікою та географією походження цитат.

Є свої нюанси і у самій динаміці цитування. Так, найбільша кількість цитувань *Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal* припала на 2019 рік (27 із 56). Проте, якщо відстежити те, які випуски отримали найбільшу кількість цитат, виявиться, що вони розподілились наступним чином: 2015 – 11, 2016 – 21, 2017 – 18, 2018 – 3, 2019 – 3, 2020 – 0. Журнал *Kyiv-Mohyla Humanities Journal* демонструє наступну кількість цитувань за випусками: 2014 – 4, 2015 – 2, 2016 – 4, 2017 – 0, 2018 – 4, 2019 – 0, 2020 – 2.

Кожен випуск журналу *Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal* присвячений окремій специфічній тематиці, що охоплює різні аспекти політики, права та державного управління. Найбільш цитований випуск за 2016 рік мав назву «*Legal and Political Dimensions of Contemporary Conflicts in Europe*» і був присвячений широкій тематиці європейської політики, не зосереджуючись на конкретній країні. Це дало змогу включити до журналу матеріали, що стосувалися міграції, гендерних питань, біженців та військових конфліктів у Європі в цілому, і все це збільшило органічний науковий інтерес до публікацій дослідників з усього світу.

Таким чином, ми можемо припустити, що на кількість цитувань статті передусім впливає її тематика, і, відповідно, на кількість цитувань конкретного випуску журналу також впливає його тематичне спрямування. З огляду на це, тактикою і завданням редакційної колегії журналу має стати формулювання настільки цікавої та актуальної для аудиторії (але водночас чіткої) теми випуску, щоб привернути якнайбільше читачів, які є потенційними авторами статей та цитувань журналу.

Можливе припущення про те, що найбільшу кількість цитувань отримують найдавніші випуски, спростовується. Адже на прикладі обох журналів ми спостерігаємо відсутність такого взаємозв'язку. Водночас випуски за минулий (2020 р.) в обох журналах поки що не отримали жодного цитування. Це можна пояснити тим, що термін, менший за рік, – недостатній для поширення результатів та впливу.

Також при значній відмінності у кількості статей (*Kyiv-Mohyla Humanities Journal* – 118, *Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal* – 68) саме журнал суспільного спрямування отримав більшу кількість цитувань (див. табл. 5). Журнал гуманітарного спрямування має 11 % цитованих документів, тоді як інший – 26 %.

Таблиця 5.

**Кількість та відсоток цитованих документів (Dimensions)**

| № | Назва журналу                        | К-ть опублікованих документів | К-ть цитувань (Dimensions) | К-ть документів, що мають цитування | Відсоток цитованих документів |
|---|--------------------------------------|-------------------------------|----------------------------|-------------------------------------|-------------------------------|
| 1 | Kyiv-Mohyla Humanities Journal       | 118                           | 15                         | 13                                  | 11,0 %                        |
| 2 | Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal | 68                            | 56                         | 18                                  | 26,4 %                        |

Розглянемо питання самоцитування. Хоча ця проблема є, скоріше, предметом розгляду з погляду наукової етики, все ж загально визнані рекомендації про уникнення автором надмірного використання вже опублікованих результатів, гіпотез, ідей, а відсоток оригінальності має перевищувати 85 %. І зовсім недопустимий самоплагіат. Отже, кількість самоцитувань журналу серед розглянутих цитувань журналів *Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal* – 5 (із 56 цитувань, що становить 9 %), *Kyiv-Mohyla Humanities Journal* – 3 (із 15 цитувань, що становить 20 %). Це, на наш погляд, дуже гарний показник ефективності та органічності досліджень.

Проте також вагомим є відстеження зв'язків між афіліаціями авторів статей журналу та авторів цитат. Кількість цитат, що походять із тієї ж установи (інституції, лабораторії), що й сам автор: *Kyiv-Mohyla Humanities Journal* – 5 (30 %), *Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal* – 6 (10 %). Що також є непоганим результатом, і свідчить лише про поширення результатів дослідження між колегами, аніж зловживання, які інколи мають місце у вітчизняній академічній культурі.

Виступаючи видавцем наукових журналів, університет та наукова бібліотека можуть допомагати редакційним колегіям своїх видань у питаннях журнальної підтримки. На думку дослідників Пері та Борчерт (Perry & Borchert, 2011), співпраця бібліотек та академічних журналів залежить від рівня кадрового та технічного досвіду, доступного на місцях. Незалежно від рівня послуг, що пропонуються бібліотекою, адміністрації університетів мають чітко розуміти, які саме послуги бібліотека може і не може надавати з метою підтримки журналів. Так, бібліотека може допомогти із технічною підтримкою платформ (сайтів) журналів, консультувати редакційні колеги у питаннях роботи цих платформ, оцифрувати друкований контент та розміщувати його у репозитарії, проводити роботу із просування видання у профільних базах даних, пошукових системах та архівах наукової інформації (індексація), допомагати у технічних процесах реєстрації DOI та ISSN журналів. Однак бібліотека не може брати участь у процесах рецензування, оформлення редакційних політик, комунікації з авторами та рецензентами, як і не може вплинути на динаміку цитування журналу. Саме динаміка цитування журналу є одним із критеріїв його включення у бази цитувань (зокрема, Scopus, WoS), і вплив на неї недоброчесними методами визнається неприпустимим цими базами даних та світовою академічною спільнотою в цілому. Таким чином, так званий плановий підхід до просування журналу (наприклад, коли адміністрації університетів ставлять за мету щорічне входження своїх журналів у бази циту-

вань) не може бути вирішений органічним способом (коли інтерес читачів до журналу розвивається поступово, є свідченням якості журнального контенту та актуальності тематики досліджень).

Прийнято вважати, що зростання кількості цитувань журналу має відбуватись органічно. Тобто автори та редакційна колегія журналу можуть вплинути на цей процес лише шляхом індексації журналу в профільних базах даних, презентації журналу в доповідях на конференціях, залученням нових читачів, які потенційно можуть стати авторами статей та авторами цитувань журналу. Водночас ми дослідили цікаву тенденцію із взаємозв'язків афіліацій авторів статей та авторів цитат, яка ілюструє ситуацію, коли автор статті отримує цитування від колег зі своєї установи.

Ми припускаємо існування у світовій науковій видавничій практиці так званих картелів цитування, коли один журнал цитує інший, або два автори цитують один одного, штучно збільшуючи таким чином показники своєї цитованості. Методи та форми, яких набувають картелі цитувань, є досить різноманітними, зокрема їх описи можна знайти у дослідженнях Переза, Бар-Ілана, Коена та Шрайбера (Perez et al., 2019), які вивчали таку взаємодію між правничими журналами. Також недоброчесні практики цитування аналізувались у галузі фізики дослідниками Фістером та Перком (I. Fister Jr. et al., 2016). Вони визначають картелі цитувань як «...групи авторів, які цитують один одного непропорційно більше, ніж це роблять інші групи авторів, які працюють над тією ж темою» (I. Fister Jr. et al., 2016). Така практика застосовується з метою підвищення рейтингу автора, журналу або організації та спотворює справжні показники ефективності досліджень, а отже, може підірвати органічний шлях розповсюдження ідей та об'єктивності наукового процесу.

Іншим нашим завданням було дослідити цитування, що походять від авторів, афілійованих із видавцем. Так, *Kyiv-Mohyla Humanities Journal* має лише 1 цитування (із 15 цитувань журналу) від автора, який працює в НаУКМА (що становить 6 %); *Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal* – 9 (16 %). З огляду на те, що *Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal* має 5 самоцитувань (коли автори статей журналу цитують інші статті у цьому ж журналі або свої попередні статті), такий показник є прийнятним та свідчить про представлений журналом науковий дискурс.

Одна з переваг бібліометричного аналізу у базі Dimensions – можливість перевірити додаткові показники впливовості та інтересу читачів до опублікованих досліджень в інтернеті – дала змогу проаналізувати для визначених журналів показники так званих альтметрик – переглядів та завантажень, обговорень та коментарів у Вікіпедії, Twitter, Facebook та інших соціальних мережах, збережень у Mendeley, CiteULike, тощо (див. табл. 6).

На підставі отриманих даних ми можемо стверджувати про відсутність взаємозв'язку між кількістю цитувань та Altmetric Attention Score. Адже у *Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal* міститься 26,4 % цитованих документів, а Altmetric Attention Score наявні лише у 1,4 % документів. Аналогічно до цього відсоток цитованих документів у *Kyiv-Mohyla Humanities Journal* – 11,0 %, водночас Altmetric Attention Score мають лише 2,5 % документів. При цьому Altmetric Attention Score з'являються і в тих статтях, що не мають цитувань взагалі. Найбільший інтерес до опублікованих досліджень обох журналів читачі виявляли у Mendeley та Twitter.

Таблиця 6.

**Altmetric Attention Score (Dimensions)**

| № | Назва журналу                        | К-ть документів (Dimensions) | К-ть цитувань (Dimensions) | К-ть документів, що мають Altmetric Attention Score | Відсоток документів, що мають Altmetric Attention Score |
|---|--------------------------------------|------------------------------|----------------------------|---|---|
| 1 | Kyiv-Mohyla Humanities Journal       | 118                          | 15                         | 3   | 2,5 %   |
| 2 | Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal | 68                           | 56                         | 1   | 1,4 %   |

Наявні результати досліджень, що вказують про відсутність зв'язку між показниками Altmetric та цитуванням наукових робіт. Так, було проведено кілька досліджень кореляції між цитуванням та альтметрикою. Снайдер (Snijder, 2016), використовуючи набір із понад 24 000 статей відкритого доступу, виявив значне підвищення принаймні одного джерела альтметричної активності. Проте кореляція між цитуваннями та альтметрикою виявилася не дуже виразною. Після мета-аналізу семи досліджень Борнманн (Bornmann, 2014) дійшов висновку, що кількість згадувань у Mendeley та CiteULike є найбільш пов'язаними з цитуваннями. Співвідношення кількості цитат щодо кількості твітів (Twitter) – незначне. Це також описано Хойстеном (Haustein et al., 2014), який дійшов висновку, що Mendeley переважно використовується академічним співтовариством, тоді як Twitter – загальною аудиторією.

**ВИСНОВКИ**

Є багато ресурсів та інструментів, які допомагають проводити аналіз ефективності наукових публікацій. У цьому дослідженні ми провели бібліометричний аналіз 71 цитування двох англомовних журналів НаУКМА з допомогою бази даних Dimensions.

Отримані результати виявили тенденцію до того, що суспільний журнал цитується чи не вдвічі частіше за даними Dimensions, ніж за даними Scopus. Продовжуючи наші попередні дослідження, ми підтвердили, що Dimensions пропонує найбільшу кількість цитувань на документи, але це стосується лише журналів відкритого доступу. Документи, які були опубліковані в журналах із традиційною публікаційною моделлю, мають нижчу кількість цитувань у Dimensions, ніж у Scopus та WoS. Таким чином, коли ідеться про кількість цитувань журналу, редакційна колегія може використовувати дані Dimensions для ширшої ілюстрації динаміки та ефективності публікацій видання.

Було також проаналізовано документи за афіліацією. Такий аналіз дав нам можливість відстежити тенденції взаємодії між авторами статей та цитатами на рівні країни, організації, журналу та автора. Було виявлено, що визначені журнали найбільше цитують українські дослідники, попри те, що мова журналів – англій-

ська. Стейким виявився і взаємозв'язок тематики статті (та випуску в цілому) з динамікою та географією походження цитат. Кількість самоцитувань авторів, самоцитувань журналу, а також цитат, що походять від спільної з автором та видавцем афіліації, виявилась незначною.

Було спростовано припущення про те, що найбільшу кількість цитувань отримують найдавніші випуски. Адаже на прикладі обох журналів спостерігається відсутність такого взаємозв'язку. Так само аналіз статей, що цитуються в обох журналах, не продемонстрував кореляцій із Altmetric Attention Score.

Проте дослідження показало, що на кількість цитувань статті впливає її тематика, і, відповідно, на кількість цитувань конкретного випуску журналу також впливає його тематичне спрямування. З огляду на це, тактикою і завданням редакційної колегії журналу має стати формулювання настільки цікавої та актуальної для аудиторії (але водночас чіткої) теми випуску, щоб привернути увагу читачів, які є потенційними авторами статей та цитувань журналу.

Виступаючи видавцем наукових журналів, університет та наукова бібліотека можуть допомагати редакційним колегіям своїх видань у питаннях журнальної підтримки. Незалежно від рівня послуг, що пропонуються бібліотекою, адміністрації університетів мають чітко розуміти, які саме послуги бібліотека може надавати з метою підтримки журналів.

## СПИСОК ПОСИЛАНЬ

---

- Костенко Л., Копанєва В., Симоненко Т. Бібліографія та бібліометрія: коеволюція суспільних функцій. *Вісник Книжкової палати*. 2020. № 7. С. 49–52.
- Назаровець С. А., Ярошенко Т. О. «Могилянський протокол»: рекомендації щодо вдосконалення редакційних політик українських наукових видань. *Наука України у світовому інформаційному просторі*. 2015. № 11. С. 56–59.
- Bader M., Huss O., Meleshevych A., Nesterenko, O. Civil Society Against Corruption in Ukraine: Pathways to Impact. *Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal*. 2019. № 5. P. 1–35.
- Bornmann L. Alternative metrics in scientometrics: a meta-analysis of research into three altmetrics. *Scientometrics*. 2014. Vol. 103. P. 1123–1144.
- Diekhoff T., Schlattmann P., Dewey, M. Impact of Article Language in Multi-Language Medical Journals – a Bibliometric Analysis of Self-Citations and Impact Factor. *PLoS ONE*. 2013. № 8 (10). e76816.
- Garfield E. Can Researchers Bank on Citation Analysis? *Current Contents*. 1988. № 44, October 31. P. 3–12. URL: <https://cutt.ly/FnwyEYb> (accessed: 24.05.2021).
- Garfield E. The use of journal impact factors and citation analysis in the evaluation of science. 41st Annual Meeting of the Council of Biology Editors. 1998.
- Fister Jr I., Fister I., Perc M. Toward the Discovery of Citation Cartels in Citation Networks. *Frontiers in Physics*. 2016. № 4. P. 49.
- Harzing A. W. Two new kids on the block: How do Crossref and Dimensions compare with Google Scholar, Microsoft Academic, Scopus and the Web of Science. *Scientometrics*. 2019. Vol. 120, Iss. 1. P. 341–349.
- Haustein S., Larivière V., Thelwall M., Amyot D., Peters, I. Tweets vs. Mendeley readers: How do these two social media metrics differ? *IT-Information Technology*. 2014. Vol. 56, Iss. 5. P. 207–215.
- Hellqvist B. Referencing in the humanities and its implications for citation analysis. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. 2009. Vol. 61, Iss. 2. P. 310–318.



- Hirsch J. E. An index to quantify an individual's scientific research output. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 2005. Vol. 102, Iss. 46. P. 16569–16572.
- Jarman N. The Challenge of Peace Building and Conflict Transformation: A Case Study of Northern Ireland. *Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal*. 2016. № 2. P. 129–146.
- Liu W. The changing role of non-English papers in scholarly communication: Evidence from Web of Science's three journal citation indexes. *Learned Publishing*. 2017. № 30. P. 115–123.
- Montgomery S. L. Impacts of a Global Language on Science: Are There Disadvantages? *Language as a Scientific Tool: Shaping Scientific Language Across Time and National Traditions / Edited By Miles MacLeod, Rocío G. Sumillera, Jan Surman, Ekaterina Smirnova*. New York, 2016. P. 199–218.
- Perez O., Bar-Ilan J., Cohen R., Schreiber, N. The Network of Law Reviews: Citation Cartels, Scientific Communities, and Journal Rankings. *The Modern Law Review*. 2019. Vol. 82, Iss. 2. P. 240–268.
- Perry A. M., Borchert C. A. Libraries as Journal Publishers. *Serials Review*. 2011. Vol. 37, Iss. 3. P. 196–204.
- Piwovar H. A., Vision T. J. Data reuse and the open data citation advantage. *PeerJ*. 2013. № 1. e175. URL: <https://peerj.com/articles/175/> (accessed: 24.05.2021).
- Snijder R. Revisiting an open access monograph experiment: measuring citations and tweets 5 years later. *Scientometrics*. 2016. Vol. 109. P. 1855–1875.
- Swan A. The Open Access citation advantage: Studies and results to date : Monograph. Southampton : School of Electronics & Computer Science, University of Southampton, 2010. URL: <https://eprints.soton.ac.uk/268516/> (accessed: 24.05.2021).
- Yaroshenko T., Yaroshenko O. Highly Cited Documents of Ukrainian Scholars in Citation Databases: Correlation of Bibliometric Indicators. *Ukrainian Journal on Library and Information Science*. 2020. Iss. 5. P. 108–126.

## REFERENCES

---

- Kostenko, L., Kopanieva, V., & Symonenko, T. (2020). Bibliohrafiia ta bibliometriia: koevoliutsiia suspilnykh funktsii [Bibliography and bibliometrics: coevolution of social functions]. *Bulletin of the Book Chamber*, 7, 49–52 [in Ukrainian].
- Nazarovets, S. A., & Yaroshenko, T. O. (2015). "Mohylianskyi protokol": rekomendatsii shchodo vdoskonalennia redaktsiinykh polityk ukrainskykh naukovykh vydan ["Mohyla Protocol": recommendations for improving the editorial policies of Ukrainian scientific publications]. *Nauka Ukrainy u svitovomu informatsiinomu prostori*, 11, 56–59 [in Ukrainian].
- Bader, M., Huss, O., Meleshevych, A., & Nesterenko, O. (2019). Civil Society Against Corruption in Ukraine: Pathways to Impact. *Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal*, 5, 1–35. <https://doi.org/10.18523/kmlpj189975.2019-5.1-35> [in English].
- Bornmann, L. (2014). Alternative metrics in scientometrics: A meta-analysis of research into three altmetrics. *Scientometrics*, 103, 1123–1144. <https://doi.org/10.1007/s11192-015-1565-y> [in English].
- Diekhoff, T., Schlattmann, P., & Dewey, M. (2013, October 17). Impact of Article Language in Multi-Language Medical Journals – a Bibliometric Analysis of Self-Citations and Impact Factor. *PLoS ONE*, 8(10), e76816. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0076816> [in English].
- Garfield, E. (1988). Can Researchers Bank on Citation Analysis? *Current Contents*, 44, 3–12, October 31. <https://cutt.ly/FnwyEYb> [in English].
- Garfield, E. (1998). *The use of journal impact factors and citation analysis in the evaluation of science*. 41st Annual Meeting of the Council of Biology Editors [in English].

- Fister, Jr. I., Fister, I., & Perc, M. (2016). Toward the Discovery of Citation Cartels in Citation Networks. *Frontiers in Physics*, 4, 49. <https://doi.org/10.3389/fphy.2016.00049> [in English].
- Harzing, A. W. (2019). Two new kids on the block: How do Crossref and Dimensions compare with Google Scholar, Microsoft Academic, Scopus and the Web of Science. *Scientometrics*, 120(1), 341–349 [in English].
- Haustein, S., Larivière, V., Thelwall, M., Amyot, D., & Peters, I. (2014). Tweets vs. Mendeley readers: How do these two social media metrics differ? *IT-Information Technology*, 56(5), 207–215 [in English].
- Hellqvist, B. (2009). Referencing in the humanities and its implications for citation analysis. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 61(2), 310–318. <https://doi.org/10.1002/asi.21256> [in English].
- Hirsch, J. E. (2005). An index to quantify an individual's scientific research output. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 102(46) 16569–16572. <https://doi.org/10.1073/pnas.0507655102> [in English].
- Jarman, N. (2016). The Challenge of Peace Building and Conflict Transformation: A Case Study of Northern Ireland. *Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal*, 2, 129–146. <https://doi.org/10.18523/kmlpj88597.2016-2.129-146> [in English].
- Liu, W. (2017). The changing role of non-English papers in scholarly communication: Evidence from Web of Science's three journal citation indexes. *Learned Publishing*, 30, 115–123. <https://doi.org/10.1002/leap.1089> [in English].
- Montgomery, S. L. (2016). Impacts of a Global Language on Science: Are There Disadvantages? In M. MacLeod, R. G. Sumillera, J. Surman, & E. Smirnova (Eds.), *Language as a Scientific Tool: Shaping Scientific Language Across Time and National Traditions* (pp. 199–218). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315657257> [in English].
- Perez, O., Bar-Ilan, J., Cohen, R., & Schreiber, N. (2019). The Network of Law Reviews: Citation Cartels, Scientific Communities, and Journal Rankings. *The Modern Law Review*, 82(2), 240–268. <https://doi.org/10.1111/1468-2230.12405> [in English].
- Perry, A.M., & Borchert, C. A. (2011). Libraries as Journal Publishers. *Serials Review*. 37(3), 196–204. <https://doi.org/10.1016/j.serrev.2011.06.006> [in English].
- Piwowar, H. A., & Vision, T. J. (2013). Data reuse and the open data citation advantage. *PeerJ*, 1, e175. <https://doi.org/10.7717/peerj.175> [in English].
- Snijder, R. (2016). Revisiting an open access monograph experiment: measuring citations and tweets 5 years later. *Scientometrics*, 109, 1855–1875. <https://doi.org/10.1007/s11192-016-2160-6> [in English].
- Swan, A. (2010). *The Open Access citation advantage: Studies and results to date* [Monograph]. School of Electronics & Computer Science, University of Southampton. <https://eprints.soton.ac.uk/268516/>[in English].
- Yaroshenko, T., & Yaroshenko, O. (2020). Highly Cited Documents of Ukrainian Scholars in Citation Databases: Correlation of Bibliometric Indicators. *Ukrainian Journal on Library and Information Science*, 5, 108–126. <https://doi.org/10.31866/2616-7654.5.2020.205734> [in English].

UDC 001.811:[050:378.4(477-25)НаУКМА

**Tetiana Yaroshenko,**

*Head of Center for Digital Research & Scholarship  
National University of Kyiv Mohyla Academy,  
PhD in Historical Sciences, (Kyiv, Ukraine)  
e-mail: yaroshenko@ukma.edu.ua  
ORCID: 0000-0002-2985-2333*

**Oleksandra Yaroshenko,**

*E-resources Librarian, National University  
of Kyiv Mohyla Academy (Kyiv, Ukraine)  
e-mail: yaroshenkooi@ukma.edu.ua  
ORCID: 0000-0002-4716-5705*

## **INTERDEPENDENCIES IN CITATION METRICS USING DIMENSIONS (CASE STUDY OF TWO NAUKMA JOURNALS)**

Quantitative data are increasingly influencing the evaluation of the effectiveness of research and researchers. Citations may be the main metric to assess the quality and value of a publication, the number of which evaluates the academic impact. Who and how is citing Ukrainian scholarly journals? And speaking about citations, what are the main connections and trends? To study these aspects, we analyzed the citations of two “young” Ukrainian journals published by the National University of Kyiv-Mohyla Academy.

The authors searched for articles published by two journals (Kyiv-Mohyla Humanities Journal and Kyiv-Mohyla Law and Politics Journal) in the citation databases Dimensions, Web of Science and Scopus. With the help of bibliometric analysis, such indicators as: citation; self-citation of the author; self-citation of the journal; citations from the author affiliated with the publisher of the journal; citations from the author who has a joint affiliation with the author of the article; Altmetric Attention Score.

The purpose of the study is to distinguish the publications impact in various fields of knowledge in Open Access journals for researchers around the world, the growing number of citations for English-language publications, the importance of international publishing standards, correlations for self-citation, etc. An important aim is also to summarize the importance of journal indexing in different databases. The study showed that the number of journal citations is primarily influenced by the thematic relevance of published materials. Including, the subject of the article (volume, issue) has a strong correlation with the dynamics and geography of the citations. The number of self-citations of authors, self-citations of the journal, as well as citations from the joint affiliation with the author and publisher was insignificant. No significant impact on the number of citations was also found in the date of publication and its distribution on the Internet (Altmetric). Journal indexing in abstract, full-text databases and citation databases also affects their visibility and audience.

*Keywords:* citations, citation databases, citation rankings, scientometrics, Scopus, Web of Science, Dimensions, academic publishing, scholarly impact.

*Стаття надійшла до редакції 29.04.2021 р.*

УДК 021.2:004.946]:005.336.4-027.63  
DOI: 10.31866/2616-7654.7.2021.233305

## **БІБЛІОТЕЧНІ ПРОЄКТИ ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ (AR): ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД**

**Вікторія Бондаренко,**  
старший науковий співробітник  
Національної юридичної бібліотеки  
Національної бібліотеки України  
імені В. І. Вернадського,  
кандидат наук із соціальних комунікацій  
(Київ, Україна)  
e-mail: vikanbuv@ukr.net  
ORCID: 0000-0002-1617-3665

**Тетяна Гранчак,**  
провідний науковий співробітник  
відділу теорії та історії бібліотечної  
справи Національної бібліотеки  
України імені В. І. Вернадського,  
доктор наук із соціальних комунікацій,  
професор  
(Київ, Україна)  
e-mail: granchakt@ukr.net  
ORCID: 0000-0001-7854-580X

Стаття присвячена висвітленню перспективного зарубіжного досвіду реалізації бібліотечних проєктів із доповненою реальністю (AR). З'ясовано, що найбільш поширеними напрямками застосування доповненої реальності в бібліотеках є на сьогодні надання доступу до інформаційних продуктів із доповненою реальністю та їх популяризація, навігація простором і ресурсами бібліотеки, сприяння освіті користувачів через створення відповідних застосунків із навчальними матеріалами і джерелами і спрощення для користувача засвоєння інформації за рахунок різноманітності та інтерактивності її візуального представлення, інформування і надання доступу до об'єктів культурної спадщини, організації екскурсій і виставок.

З огляду на те, що використання AR у бібліотеці не тільки розширює спектр послуг та ресурсів, а й позитивно впливає на її репутацію як інтерактивної творчої установи, відкритої для користувачів і впровадження інновацій, технологія AR є ефективною не лише в системі бібліотечного сервісу, а й у маркетинговій діяльності установи, сприяючи залученню нових користувачів.

Висвітлено актуальні підходи до реалізації бібліотечних проєктів з використанням технології доповненої реальності. Обґрунтовано їх сприяння зміцненню корпоративної культури, міжінституційних зв'язків та громадянського суспільства. Доведено, що створені в результаті реалізації проєктів застосунки AR функціонують за принципом інтегрованих комплексних інформаційних продуктів, які дають змогу користувачеві отримати доступ до розподіленої інформації з однієї точки доступу за допомогою мобільного телефона, інтегруючи при цьому не лише інформацію віртуального простору інтернет-середовища, а й реального, фізичного, простору.

Визначено переваги впровадження AR у бібліотеці, серед яких: бюджетна реалізація, легка інтеграція з наявними технологіями, сприяння інтерактивності бібліотечного сервісу. Акцентовано потребу підвищення кваліфікації бібліотечних працівників і організації курсів навчання використанню в бібліотечній діяльності імерсивних технологій.

*Ключові слова:* технологія доповненої реальності, AR, бібліотечний мобільний сервіс, бібліотечні проєкти, мобільні технології, застосунки AR.

## **ВСТУП**

За словами голови корпорації Apple Тіма Кука, технологія доповненої реальності – також відома як AR (англ. – augmented reality) – це «настільки ж “велика ідея”, здатна змінити світ, як свого часу – смартфон» (Diamandis, 2019).

На сьогодні технології доповненої реальності відкривають нові інформаційно-комунікаційні перспективи в різних сферах життєдіяльності: для роботи, освіти, рекреації тощо. Поширення AR пов'язано з постійним вдосконаленням та збільшенням потужності апаратних можливостей смартфонів та планшетів, що дає змогу доповнювати вигляд реальних об'єктів при наведенні на них камери мобільного пристрою цифровими даними (текстами, зображеннями, 3D-моделями), в результаті чого сприйняття дійсності розширюється і збагачується.

Технології доповненої реальності активно впроваджуються у виробництво, зокрема, для діагностики промислового обладнання або управління ним. Крім того, доповнена реальність застосовується у комп'ютерних іграх, маркетингу, моді, соціальних мережах, медицині та хірургії, туризмі, журналістиці тощо.

Доведено ефективність використання цієї технології в освітньому процесі. Зокрема, відзначається, що інтегрована в освітній процес доповнена реальність стимулює творче мислення, сприяє вирішенню навчальних завдань і розвитку гнучкості навчання.

Задля підвищення комунікаційної складової своєї діяльності та підвищення ефективності реалізації культурно-просвітницької місії активно використовують AR-технологію в музеях, доповнюючи наявні в експозиції експонати цифровою інформацією.

Зважаючи, що серед завдань бібліотеки як соціокомунікаційної інституції є сприяння освіті і просвіті користувачів, створення умов для їхнього доступу до інформації в різних форматах, логічним і закономірним стало проникнення AR у бібліотечну практику. Доповнена реальність розширює наявні можливості бібліотек – надає їм змогу ефективніше залучати нових користувачів, розширювати діапазон послуг, оптимізувати процес отримання інформації та ін.

Застосування в бібліотечній практиці AR-застосунків як передового досвіду рекомендується Асоціацією бібліотек коледжів та наукових бібліотек (Association of College and Research Libraries, ACRL) Американської бібліотечної асоціації (American Library Association, ALA). Зокрема, зазначається, що, як мінімум, бібліотеки мають бути готовими підтримувати доповнену реальність, якщо і коли вона стане більш поширеною серед навчальної літератури та інших друкованих матеріалів (Spina, n.d.). При цьому можливість доповнювати реальне середовище віртуальними об'єктами сприятиме модернізації бібліотечної роботи і залученню молоді.

**Мета** дослідження – обґрунтувати актуальність впровадження в бібліотечну практику технології доповненої реальності, напрями бібліотечної роботи на основі впровадження AR-технології, висвітлити перспективний для адаптації у вітчизняних умовах зарубіжний досвід використання доповненої реальності в бібліотечному обслуговуванні.

## **ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДҐРУНТЯ**

Фактографічний матеріал для узагальнення та з'ясування актуальності тематики використання в бібліотечній практиці технології доповненої реальності

надали аналіз веб-сайтів бібліотек, вивчення тематичних ресурсів (сайтів компаній-розробників програмного забезпечення та офіційні веб-сайти хакатонів доповненої реальності), фахові публікації, що висвітлюють специфіку технології доповненої реальності, досвід їх використання в бібліотечній практиці.

Питання використання AR-технології в бібліотечній діяльності вивчають зарубіжні дослідники Б. Массіс (Massis, 2015), С. Б. Томпсон (Thompson, 2016), Х. Лейн (Lane, 2017), А. А. Оєлюде (Oyelude, 2017), С. Уейт (Waite, 2018). Можливості та актуальність використання технології доповненої реальності у процесі доступу до бібліотечних колекцій в академічних бібліотеках обґрунтовують Б. Д. Лунд та Д. А. Агбаджи (Lund & Agbaji, 2018).

Дж. Ф. Сантос та Ш. М. Еспозо-Бетан (Santos & Esposo-Betan, 2017) досліджують переваги та проблеми інтеграції AR-технологій у процеси бібліотечного обслуговування академічних/дослідницьких бібліотек.

Питання використання технології доповненої реальності в реалізації, проєктів і потреб як академічних, так і публічних бібліотек, музеїв та архівів досліджено у монографічній роботі «Доповнена і віртуальна реальність у бібліотеках» під редакцією Й.-П. ван Арнем, К. Елліот і М. Поуз (*Augmented and Virtual Reality in Libraries*, 2018).

У вітчизняній фаховій літературі сьогодні також з'являються наукові розвідки щодо дослідження окремих аспектів технології доповненої реальності. Так, П. Грицан (2011) розглядає технологічні особливості створення і використання AR, аналізує основні етапи розвитку цієї технології, наявні програмні пакети її використання. А. Бессараб (2016) досліджує технологію доповненої реальності як новий тренд у формуванні культури читання. О. Ясінська (2019) вивчає розвиток технологій віртуальної і розширеної реальності та напрями їх впровадження в бібліотечну діяльність.

Аналіз зарубіжних та вітчизняних наукових публікацій із визначеної тематики, з одного боку, підтвердив її актуальність серед наукової спільноти, з іншого – дав можливість з'ясувати відсутність комплексного вивчення зарубіжного досвіду використання бібліотеками AR-технології, окреслення перспектив організації і розвитку побудованого на основі доповненої реальності бібліотечного сервісу.

## МЕТОДИ І МАТЕРІАЛИ

Під час дослідження було використано комплекс загальнонаукових методів: соціокомунікаційний, аналізу, синтезу, логічний, генетично-конструктивний, метод візуалізації результатів дослідження.

Зокрема, соціальнокомунікаційний метод обумовив аналіз еволюціонування бібліотечної діяльності з позицій користувачьких потреб у взаємозв'язку із процесом розвитку інноваційних технологій і дав змогу обґрунтувати потенціал AR-технології для залучення користувачів.

Використання логічного методу та методу аналізу дало змогу розглянути AR як ефективний інструмент розширення форм і методів бібліотечної роботи. Генетично-конструктивний метод та метод візуалізації результатів дослідження були використані для обґрунтування підходів до організації, актуальності та перспективності використання вітчизняними бібліотеками у практиці обслуговування технології доповненої реальності. Ефективним також виявився метод включено-

го спостереження, який дав змогу, з одного боку, з позицій користувача, а з іншого – працівника бібліотеки оцінити заходи бібліотек та їх зусилля з покращення обслуговування та власного іміджу за допомогою AR-технології.

### **ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ.**

Згідно з прогнозами міжнародної компанії, постачальника маркетингових досліджень International Data Corporation (IDC), витрати на технології доповненої і віртуальної реальності (VR) зростатимуть в середньому на 76,9 % на рік. За прогнозами аналітиків IDC, до 2024 р. обсяг ринку цих технологій у грошовому еквіваленті наблизиться до 137 млрд дол. Факторами, що сприятимуть ширшому впровадженню AR/VR, стануть подальше поширення онлайн-комунікацій, можливість працювати і навчатися дистанційно, а також переваги застосування віртуальної і доповненої реальності для підтримки згуртованості колективів в умовах соціального дистанціювання ("Pandemic Tempers Growth", 2020).

Очікується, що приблизно 50 % усіх витрат на AR/VR-ринку припаде на комерційні сценарії використання AR/VR. Найбільшими напрямками за обсягом витрат стануть застосування віртуальної реальності для навчання та доповненої реальності для технічного обслуговування промислового обладнання, витрати на це прогноуються на рівні 1,3 млрд дол. і 375,7 млрд дол. відповідно. У споживчому сегменті сценаріїв використання AR/VR лідерство посіли ігри та перегляд функціоналу. За прогнозами, на їх частку припадатиме в перспективі 3 млрд дол. і 1,2 млрд дол. відповідно ("Pandemic Tempers Growth", 2020).

Зважаючи на оптимістичні прогнози суспільного використання технології доповненої реальності, актуалізується питання можливостей їх впровадження в систему бібліотечного сервісу. Інтеграція новітніх технологій у наявну бібліотечну архітектуру є непростим завданням через обмежені фінансові можливості бібліотек. Перевага мобільних технологій, зокрема доповненої реальності, насамперед у можливості бюджетної інтеграції в систему наявного бібліотечного сервісу, без суттєвих витрат для бібліотеки.

Н. Васильєва (2020) виділяє такі функціональні типи застосунків AR у бібліотечній практиці:

- 1) які надають додаткову мультимедійну інформацію користувачам бібліотеки (в тому числі розміщення медіафайлів у бібліотеці);
- 2) підтримують бібліотекарів (наприклад, для ідентифікації книг);
- 3) надають додаткову інформацію про культурну та соціальну складові бібліотеки;
- 4) книги з доповненою реальністю;
- 5) мультимедійні виставкові вітрини – приклад використання сучасних технологій у виставковій роботі: вітрина закрита не звичайним склом, а прозорим рідкокристалічним екраном, який дозволяє одночасно бачити зображення, які транслюються на ньому, і предмети, що містяться всередині (с. 119–120).

Своєю чергою Д. А. Сантос і Ш. М. Еспозо-Бетан (Santos & Esposo-Betan, 2017), посилаючись на ряд актуальних досліджень, констатують оформлення таких напрямів роботи бібліотеки з AR-технологією, як:

- читання з книжкових полиць – можливість для користувача отримувати додаткову інформацію про розміщені книги під час перегляду книжкових полиць (наприклад, мобільний застосунок ShelvAR);
- бібліотечні інструкції / навігація користувача бібліотекою;
- екскурсії бібліотекою;
- керівництво для читачів із користування бібліотекою;
- бібліотечні фото-колекції з доповненою реальністю;
- промоційні ігри;
- розвиваючі і просвітницькі кампанії.

На сьогодні наявний бібліотечний досвід засвідчує можливість успішної інтеграції технології доповненої реальності в діяльність бібліотек як на рівні просування готових продуктів і надання до них доступу, так і шляхом реалізації спеціальних бібліотечних AR-проектів, що підтверджує актуальність, перспективність та затребуваність впровадження бібліотечного обслуговування з використанням технології доповненої реальності.

Серед готових продуктів, доступ до яких можуть надавати і вже надають бібліотеки, – передусім, книги із доповненою реальністю, зокрема казки, електронні ігрові посібники, електронні навчальні видання (е-посібник) із доповненою реальністю (AR), навчальні і розважальні розмальовки, які містять текстовий, звуковий, графічний режими (Волошин, 2019; "Книги з доповненою реальністю", 2019; "У бібліотеці читачам презентували", б.р.; "Бібліотеки Матусівської ОТГ", 2020; Феник, 2020; "Наукова бібліотека ХНУМГ ім. О. М. Бекетова", б.р.).

Зважаючи на зростання кількості книжок і застосунків із доповненою реальністю, для бібліотечних працівників може бути актуальним складання спеціальних путівників та керівництв-інструкцій для користувачів із питань пошуку релевантних запитам інформаційних продуктів такого роду та особливостей користування ними, організація презентацій такої продукції і знайомства з нею користувачів.

Водночас, поряд із популяризацією готової інформаційної продукції з AR і наданням до неї доступу, бібліотеки здатні брати участь у створенні власних продуктів на основі доповненої реальності шляхом реалізації відповідних проектів, які кваліфікуються сьогодні науковцями як цифрові гуманітарні проекти і відображають розвиток цифрової гуманітаристики (Dubrovina et al., 2021; Ярошенко & Чуканова, 2018). При цьому, як правило, реалізація таких проектів відбувається на основі корпоративної взаємодії з іншими інституціями або підрозділами.

Так, Публічна бібліотека Мандал та Наукова бібліотека Осло створили та запустили бібліотечний проект із доповненою реальністю під назвою «AR Library». Він був спрямований на виявлення досвіду практичного застосування доповненої реальності в бібліотеці. Серед успішних новацій – розташування у приміщенні бібліотек поблизу книжкових полиць плакатів із зображеннями міток-маяків, які використовувалися для ідентифікації книжкових колекцій та виконували роль направляючих орієнтирів для їх пошуку в бібліотеці. Користувачі, скануючи плакати своїми мобільними пристроями, отримували на екрані смартфона додаткову інформацію про книжкову колекцію, як-от кількість документів у колекції, галузь знань до якої належить колекція, маршрут до потрібної зали або полиці та ін. ("AR-project", 2018).



Часто проекти зі створення застосунків доповненої реальності виходять за межі традиційно бібліотечних і мають міждисциплінарний характер, що вимагає залучення до їх реалізації інституцій і організацій різних секторів. Результатами такої взаємодії стають унікальні інформаційні продукти, спрямовані на досягнення вузько спеціалізованої мети, яка, з одного боку, відповідає профілю діяльності кожного учасника проекту, а з іншого – відображає наявний суспільний запит.

Наприклад, німецький Гете-Інститут, Нью-Йоркська публічна бібліотека, та Школа інформації та бібліотекознавства Інституту Пратта спільними зусиллями доповнили мобільний застосунок (для iPhone) із використанням AR «German Traces NYC»<sup>1</sup> (див. рис. 1). Завдяки реалізації проекту, сьогодні застосунок дає змогу користувачам вивчати культурну спадщину емігрантів із Німеччини в розвитку Нью-Йорка. Після завантаження програми користувачі можуть просто тримати свої мобільні телефони і переглядати архівні фотографії, що завдяки технології AR з'являються поверх зображень, на які наводиться камера телефону ("German traces NYC", 2014).

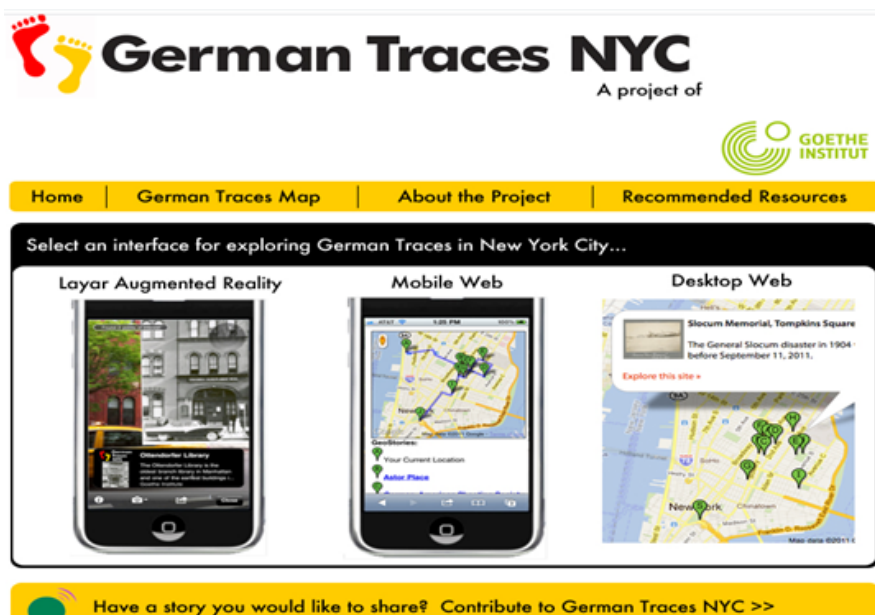


Рис. 1. Мобільний застосунок «German Traces NYC».  
Джерело: <http://www.germantracesnyc.org/index.php>.

За допомогою мобільного застосунку користувачі можуть планувати індивідуальні пішохідні екскурсії залежно від місця перебування і кількості часу, який вони готові витратити. Тривалість туру може варіюватися від однієї до п'яти годин. При натисканні користувача на назву екскурсії застосунок надає опис, адре-

<sup>1</sup> German Traces – це програма для iPhone, яка допомагає користувачам взаємодіяти з німецькою спадщиною в різних країнах світу.

су і рекомендовану кількість часу, необхідного для вивчення теми ("German traces NYC", 2014).

Враховуючи розвиваючий та когнітивний потенціал імерсивних технологій, їх впровадження є особливо актуальним для дитячих, шкільних та університетських бібліотек, працівники яких можуть надавати допомогу як школярам і студентам, так і вчителям і викладачам у знайомстві з технологією, а також брати участь у створенні відповідних навчальних ресурсів.

Широкі перспективи відкриває технологія доповненої реальності для дитячих бібліотек. Бібліотекарі ознайомлюють юних користувачів із книгами з доповненою реальністю з метою популяризації читання, проводять майстер-класи з розвитку вмінь та новачок користування новітніми технологіями. Зокрема, Львівська обласна бібліотека для дітей ознайомлює своїх користувачів із підбіркою корисних безкоштовних AR-застосунків, проводить практичні заняття та майстер-класи із використання та створення доповненої реальності.

З іншого боку, досвід використання технології доповненої реальності науковою бібліотекою Сумського державного університету, в якій із метою привернення уваги молоді до книжкових новинок був проведений квест для користувачів із використанням AR-технології, доводить її потенціал і для студентської аудиторії ("Віртуальний квест бібліотекою", 2019).

Крім того, ефективним може бути використання технології доповненої реальності під час вивчення студентами документів спеціальних бібліотечних колекцій. Так, технології AR було застосовано для вдосконалення досвіду використання спеціальних колекційних матеріалів під час викладання та навчання з метою надання допомоги студентам у взаємодії з першоджерелами. Зокрема, Університетом Манчестера за фінансової підтримки некомерційної організації для цифрових послуг і рішень у закладах вищої освіти Великобританії, у секторах подальшої освіти та навчок «Jisc» було реалізовано проєкт «SCARLET» (Special Collections using Augmented Reality to Enhance Learning and Teaching – Спеціальні колекції, що використовують доповнену реальність для покращення навчання та викладання), спрямований на розробку AR-застосунку для колекцій рідкісних книг, рукописів та архівів (див. рис. 2).

Метою проєкту було визначено максимальне усунення однієї із основних реперон у використанні спеціальних колекцій бібліотеки університету під час викладання та навчання – необхідності працювати з архівами, рукописами і рідкісними книгами у контрольованих умовах читальних залів, ізольованих від більшої частини інших допоміжних матеріалів і зростаючої кількості пов'язаних із темою цифрових ресурсів (SCARLET, 2011).

Серед іншого застосунок «SCARLET» дає змогу студентам вивчати ранні видання «Божественної комедії» Данте, одночасно переглядаючи онлайн дані каталогів, цифрові зображення, веб-сторінки та навчальні ресурси зі своїх планшетів та смартфонів. По суті, такого роду інформаційні продукти функціонують за принципом інтегрованих комплексних інформаційних продуктів, які дають змогу користувачеві отримати доступ до розподіленої інформації з однієї точки доступу за допомогою мобільного телефона, інтегруючи при цьому не лише інформацію віртуального простору інтернет-середовища, а й реального, фізичного,

простору. Застосунок отримав схвальні відгуки як серед студентів, так і дослідників і викладачів.

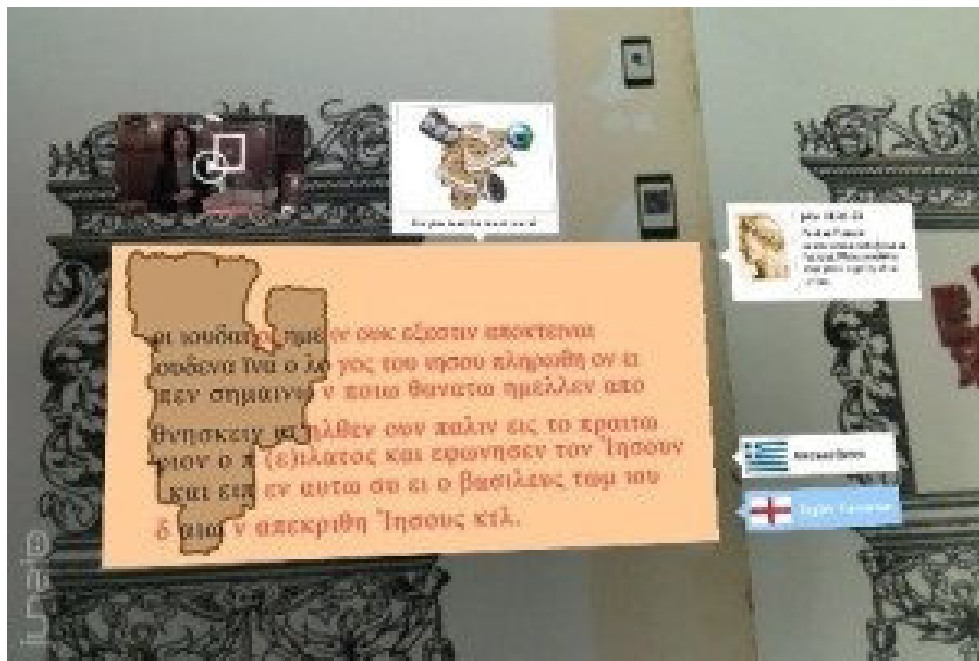


Рис. 2. Контент доповненої реальності, що відображається над зображенням фрагмента папірису Євангелія від Іоанна.

Джерело: <http://www.ariadne.ac.uk/issue/71/skilton-et-al/>.

Крім колекції «Данте Аліґ'єрі, «Божественна комедія»», застосунок надає можливість працювати також із такими колекціями, як «Колекція Данте Вільяма Уоррена Вернона»; «Стенограма ранньої версії Нового Заповіту Вікліфа»; «Новий Заповіт» (частина зібрання рукописів Копінгера-Хартленда, двотомний рукопис Нового Заповіту, за винятком Євангелія); документи, які стосуються Нового Заповіту XX ст.; Євангеліє Вікліфа (один том, який містить чотири Євангелія від Луки, Іоанна, Матвія і Марка) (SCARLET, 2011).

Наведені приклади підтверджують тезу про те, що реалізація складних проєктів на основі AR вимагає налагодження партнерських зв'язків між різними підрозділами однієї інституції, а часто і взаємодії між різними установами і організаціями, що сприяє зміцненню корпоративної культури, налагодженню міжінституційних зв'язків і розвитку потенціалу громадянського суспільства.

Доповнена реальність актуальна і в маркетинговій діяльності бібліотек, цю технологію можна використовувати для створення привабливих застосунків, орієнтованих на залучення нових користувачів. Так, Університет Х'юстона використав застосунок «Augasma» для розробки матеріалів для орієнтації в бібліотечному просторі на основі доповненої реальності для більш ефективного залучення нових студентів (Spina, n.d.).

З іншого боку, маркетинговий напрям застосування доповненої реальності бібліотекою може також реалізовуватись у форматі складніших проєктів за прикладом реалізованого «Фондом читання і письма» (RWF), організації, що базується в Нідерландах, яка скористалася застосунком «Layer Creator» для налагодження своїх комунікацій на основі доповненої реальності. Прагнучи підвищити обізнаність про можливості публічних бібліотек як сучасних центрів навчання, RWF створила проєкт «Публічні бібліотеки 2020» (PL2020), метою якого було прагнення активізувати рух за визнання та підтримку внеску публічних бібліотек у такі сфери, як соціальна інтеграція, цифрова інклюзія та навчання впродовж життя (Cameron, 2015).

У рамках проєкту було підготовлено електронну публікацію з функціями доповненої реальності «Бібліотеки змінюють життя» – збірку цікавої інформації і надихаючих історій із бібліотечної практики установ по всій Європі. Метою публікації було довести важливість роботи бібліотек як для громадськості, так і для політиків. Як наголосила Ілона Кіш, директор програми «Публічні бібліотеки 2020» RWF, додавання функціональності AR-відео дало змогу ще більше наблизити історії до користувачів. Зокрема, користувачі, скануючи сторінки книги за допомогою застосунку «Layer», отримують доступ до відеозаписів людей із різних країн Європи, які діляться своїм досвідом взаємодії з публічними бібліотеками та історіями про те, як бібліотеки вплинули на їхнє життя (Cameron, 2015).

З метою сприяння організації в бібліотеках комплексу послуг на основі імерсивних технологій Американська бібліотечна асоціація у 2020 р. давала змогу бібліотечним працівникам підвищити їхню кваліфікацію через проходження курсу «Віртуальна реальність, доповнена реальність, змішана реальність та академічна бібліотека» ("Virtual Reality", 2020).

Вітчизняні бібліотеки також почали впроваджувати технологію доповненої реальності у практику обслуговування користувачів (Волошин, 2019; "Бібліотека зустрічає нових студентів", 2021; "Віртуальний квест бібліотекою", б.р.; Куць, 2017; Феник, 2020; "Наукова бібліотека ХНУМГ", б.р.; "Книги з доповненою реальністю", 2019; У бібліотеці читачам презентували, б.р.; "Бібліотеки Матусівської ОТГ", 2020). Цей процес відбувається за активної підтримки Українського культурного фонду, Української бібліотечної асоціації, Гете-Інституту в Україні, Міністерства регіонального розвитку, місцевих громадських проєктів, керівництва окремих установ і місцевих професійних спільнот.

Отже, дослідження показало, що інтерактивний потенціал технології доповненої реальності все ширше використовується бібліотеками для: навігації усередині приміщення, пошуку потрібної літератури в книгосховищах, відстеження шляхів переміщення книг, забезпечення користувачів розширеною текстовою та аудіовізуальною інформацією, організації екскурсій бібліотекою та виставок. На ринку з'являється все більше друківаних видань із використанням технології доповненої реальності, що ставить перед бібліотеками питання можливості надання доступу до них.

## ВИСНОВКИ

Ефективна організація інформаційного простору, залучення нових користувачів, промоція читання, задоволення міждисциплінарних користувацьких запи-

тів потребують впровадження в бібліотечну діяльність новітніх технологій, однією з яких є доповнена реальність. Технологія AR зручна й багатофункціональна, володіє потужним когнітивним потенціалом і здатна вирішувати завдання залучення, промоції, освіти і просвіти. Її застосування створює сприятливі умови для оперативного доступу до інформації, інтеграції інформації інтернет-середовища і реального фізичного простору бібліотеки, навчання і саморозвитку, демонстрації і презентації, реалізації складних міждисциплінарних проєктів.

Поширення книжкової продукції, орієнтованої на використання технології доповненої реальності, вимагає від бібліотечних працівників, передусім дитячих, шкільних бібліотек та наукових бібліотек закладів вищої освіти, готовності до роботи з такими інформаційними продуктами, здатності організації навколо них сучасного бібліотечного сервісу.

Як засвідчує наявний бібліотечний досвід, сьогодні успішна інтеграція технології доповненої реальності в діяльність бібліотек можлива як на рівні просування готових продуктів і надання до них доступу, так і шляхом реалізації спеціальних бібліотечних AR-проєктів. Такі проєкти є, зазвичай, міжінституційними і міждисциплінарними, відповідають профілю діяльності учасників, спрямовані на вирішення актуальних суспільних і наукових завдань і можуть розглядатися як цифрові гуманітарні проєкти в рамках цифрової гуманітаристики.

Побудований на основі використання AR-технологій бібліотечний сервіс дає користувачам змогу в підсумку отримати нові засоби для взаємодії зі співробітниками бібліотеки та бібліотечними ресурсами, сприяє залученню нових користувачів, оптимізації комунікації по лінії користувач-бібліотека, підвищує ефективність здійснення ключових бібліотечних функцій.

При цьому організація такого сервісу вимагає підвищення кваліфікації бібліотечних працівників, їх здатності до проєктного формату діяльності, залучення додаткових техніко-технологічних, фінансових і кадрових ресурсів.

Разом із тим вирішення цих завдань шляхом корпоративної взаємодії бібліотек, організації відповідних навчальних курсів, зокрема в рамках професійних організацій, та залучення волонтерської допомоги і організація побудованого на основі використання AR-технологій бібліотечного сервісу не лише розширюватиме спектр бібліотечних послуг та ресурсів, а й матиме позитивний вплив на репутацію бібліотеки, формуватиме її імідж як інтерактивної творчої установи, відкритої для впровадження новітніх технологій.

## СПИСОК ПОСИЛАНЬ

---

- Бессараб А. О. Технології доповненої реальності як новий тренд у формуванні культури читання. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2016. № 4. С. 4–8.
- Бібліотека зустрічає нових студентів та слухачів. *Наукова бібліотека Запорізького державного медичного університету* : веб-сайт. 25.02.2021. URL: [http://lib.zsmu.edu.ua/new\\_248.html](http://lib.zsmu.edu.ua/new_248.html) (дата звернення: 06.04.2021).
- Бібліотеки Матусівської ОТГ отримали книги від фундації Дарини Жолдак. *Матусівська територіальна громада* : веб-сайт. 14.07.2020. URL: <http://matusivska.gromada.org.ua/news/1594755386/> (дата звернення: 06.04.2021).

- Васильева Н. В. Дополненная реальность в библиотеках. *Научные и технические библиотеки*. 2020. № 8. С. 115–128.
- Віртуальний квест бібліотекою. *Бібліотека Сумського державного університету* : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/ycDWM1Y> (дата звернення: 06.04.2021).
- Волошин Т. У франківській дитячій бібліотеці з'явилися книги із доповненою реальністю. *Галицький кореспондент* : веб-сайт. 11.07.2019. URL: <https://cutt.ly/ncDEwBV> (дата звернення: 06.04.2021).
- Грицан П. А. Перспективи і сучасне використання технології доповненої реальності. *Комп'ютерно-інтегровані технології: освіта, наука, виробництво*. 2011. № 6. С. 87–90. URL: <https://cutt.ly/DcDEgIV> (дата звернення: 06.04.2021).
- Книги з доповненою реальністю представили у міських бібліотеках. *Хмельницька міська рада* : веб-сайт. 25.06.2019 URL: <https://cutt.ly/RcK5jVr> (дата звернення: 06.04.2021).
- Куць Р. У Львові презентували унікальне видання «Аліси в країні див» з ілюстраціями Євгенії Гапчинської та доповненою реальністю. *Львівська міська рада* : веб-сайт. 12.12.2017. URL: <https://cutt.ly/PcDEBf5> (дата звернення: 06.04.2021).
- Наукова бібліотека ХНУМГ ім. О. М. Бекетова за підтримки Українського культурного фонду отримала в дар видання: Стефан Таранушенко «Знищені шедеври української дерев'яної сакральної архітектури. Книга з доповненою реальністю». *Харківський національний університет міського господарства імені А. Н. Бекетова* : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/JnuHH2r> (дата звернення: 06.04.2021).
- У бібліотеці читачам презентували книгу з доповненою реальністю «Кобзарева абетка». *Національна бібліотека України для дітей* : веб-сайт. URL: <https://chl.kiev.ua/Default.aspx?id=8860> (дата звернення: 06.04.2021).
- Феник М. Тернопільська обласна бібліотека для молоді отримала книги із доповненою реальністю. *ІНТБ* : веб-сайт. 23 лип. 2020. URL: <https://cutt.ly/KcDEOFc> (дата звернення: 06.04.2021).
- Ярошенко Т., Чуканова С. Роль цифрової гуманітаристики у модернізації сучасного бібліотекознавства. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*. 2018. Вип. 1. С. 10–17.
- Ясінська О. Віртуальна і розширена реальність у бібліотеці. *Бібліотека. Наука. Комунікація: актуальні тенденції у цифрову епоху* : Міжнар. наук. конф., м. Київ, 8–10 жовт. 2019 р. URL: <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/836> (дата звернення: 06.04.2021).
- Augmented and Virtual Reality in Libraries / Edited by J.-P. van Arnhem, Ch. Elliott, M. Rose. Lanham, Maryland : Rowman & Littlefield, 2018. 248 p.
- AR-project Mandal Library and University of Oslo Library. *Scriptotek*. URL: <https://scriptotek.github.io/ar-project/about/> (accessed: 04.04.2021).
- Cameron C. Promoting the Importance of Public Libraries with Augmented Reality. *Layar*. August 24, 2015. URL: <https://cutt.ly/pcDOjQb> (accessed: 04.04.2021).
- Diamandis P. H. Introducing the Augmented World of 2030. *SingularityHub*. September 6, 2019. URL: <https://cutt.ly/mcDPeHr> (accessed: 04.04.2021).
- Dubrovina L., Lobuzina K., Onyshchenko O., Boriak H. Digital Humanitarian Project as a Component of Digital Humanities. *Science and Innovation*. 2021. Vol. 17, № 1 (97). P. 54–63. URL: <https://doi.org/10.15407/scine17.01.054> (accessed: 04.04.2021).
- German Traces NYC: an app that provides a walking experience of German heritage / By: Goethe Institut. *CATALYST. Creative Enterprise Leadership logo*. 2014. URL: <https://cutt.ly/5cFyMB9> (accessed: 04.04.2021).
- Lane H. Augmented Reality in the Library – Gaming Welcome Week. *Information Today Europe*. November 2, 2017. URL: <https://cutt.ly/AcFuLT1> (accessed: 04.04.2021).
- Lund B. D., Agbaji D. A. Augmented Reality for Browsing Physical Collections in Academic Libraries. *Public Services Quarterly*. 2018. Vol. 14, Iss. 3. P. 275–282. URL: <https://doi.org/10.1080/15228959.2018.1487812> (accessed: 04.04.2021).

- Massis B. Using Virtual and Augmented Reality in the Library. *New Library World*. 2015. Vol. 116, № 11/12. P. 796–799. URL: <https://doi.org/10.1108/NLW-08-2015-0054> (accessed: 04.04.2021).
- Oyelude A. A. Virtual and augmented reality in libraries and the education sector. *Library Hi Tech News*. 2017. Vol. 34, № 4. P. 1–4. URL: <https://doi.org/10.1108/LHTN-04-2017-0019> (accessed: 04.04.2021).
- Pandemic Tempers Growth in AR/VR Spending, but the Long-Term Outlook is Positive. *IDC*. Juli 20, 2020. URL: <https://cutt.ly/AcZyt48> (accessed: 04.04.2021).
- Santos J. F., Esposito-Betan Sh. M. Advantages and Challenges of Using Augmented Reality for Library Orientations in an Academic/Research Library Setting. *Proceedings of the IATUL Conferences*. Paper 7. 2017. URL: <https://cutt.ly/9cGOrYy> (accessed: 04.04.2021).
- SCARLET: Augmented Reality in Special Collections. *Archives Hub*. 2011. URL: <https://archiveshub.jisc.ac.uk/features/SCARLET/index.html> (accessed: 04.04.2021).
- Spina C. Keeping Up With... Augmented Reality. *Association of College & Research Libraries*. URL: <https://cutt.ly/ucGSnso> (accessed: 04.04.2021).
- Thompson S. B. Why Pokemon Go and the Library Is a Perfect Partnership. *ALSC Blog*. July 12, 2016. URL: <https://cutt.ly/acGDDxu> (accessed: 04.04.2021).
- Virtual Reality, Augmented Reality, Mixed Reality and the Academic Library. *American Library Association*. 2020. URL: <https://cutt.ly/5cKXAeO> (accessed: 04.04.2021).
- Waite S. How Maryland Libraries Are Using Virtual and Augmented Reality (and How Your Library Can Too). *WebJunction*. May 16, 2018. URL: <https://cutt.ly/6cKV9hL> (accessed: 04.04.2021).

## REFERENCES

---

- Bessarab, A. O. (2016). Tekhnolohii dopovnenoi realnosti yak novyi trend u formuvanni kultury chytannia [Technology of updated reality is a new trend in the formulated culture of reading.]. *State and Regions. Series: Social Communications*, 4, 4–8 [in Ukrainian].
- Naukova biblioteka Zaporizkoho derzhavnogo medychnoho universytetu. (2021). *Biblioteka zustrichaie novykh studentiv ta slukhachiv [Library of new students and listeners]*. [http://lib.zsmu.edu.ua/new\\_248.html](http://lib.zsmu.edu.ua/new_248.html) [in Ukrainian].
- Matusivska terytorialna hromada. (2020). *Biblioteki Matusivskoi OTH otrymaly knyhy vid fundatsii Daryny Zholdak [Libraries of the Matusivsky OTG have rendered books from the foundation of Darina Zholdak]*. <http://matusivska.gromada.org.ua/news/1594755386/> [in Ukrainian].
- Vasil'eva, N. V. (2020). Dopolnennaya real`nost` v bibliotekakh [Augmented reality in libraries]. *Scientific and Technical Libraries*, 8, 115–128. <https://doi.org/10.33186/1027-3689-2020-8-115-128> [in Russian].
- Biblioteka Sumskoho derzhavnogo universytetu. (n.d.). *Virtualnyi kvest bibliotekoiu [A virtual library quest]*. Retrieved April 6, 2021, from <https://cutt.ly/ycDWM1Y> [in Ukrainian].
- Voloshyn, T. (2019). *U frankivskii dytiachii bibliotetsi z'явились knyhy iz dopovnenoiu realnistiu [Augmented reality books have appeared in the Frankivsk Children's Library]*. Halytskyi korespondent. <https://cutt.ly/ncDEwBV> [in Ukrainian].
- Hrytsan, P. A. (2011). Perspektyvy i suchasne vykorystannia tekhnolohii dopovnenoi realnosti [Prospects and current developments in the technology of augmented reality]. *Kompiuterno-intehrovani tekhnolohii: osvita, nauka, vyrobnytstvo*, 6, 87–90. <https://cutt.ly/DcDEgIV> [in Ukrainian].
- Khmelnyska miska rada. (2019, Juni 25). *Knyhy z dopovnenoiu realnistiu predstavly u miskykh bibliotekakh [Augmented reality books were presented in city libraries]*. <https://cutt.ly/RcK5jVr> [in Ukrainian].

- Kuts, R. (2017). *U Lvovi prezentuvaly unikalne vydannia "Alisy v kraini dyv" z iliustratsiiamy Yevhenii Hapchynskoi ta dopovnenoiu realnistiu* [A unique edition of "Alice in Wonderland" with illustrations by Yevhenia Gapchynska and augmented reality was presented in Lviv]. Lvivska miska rada. <https://cutt.ly/PcDEBf5> [in Ukrainian].
- Kharkivskiy natsionalnyi universytet miskoho hospodarstva imeni A. N. Beketova. (n.d.). *Naukova biblioteka KhNUMH im. O. M. Beketova za pidtrymky Ukrainskoho kulturnoho fondu otrymala v dar vydannia: Stefan Taranushenko "Znyshcheni shedevry ukrainskoi derevianoj sakralnoi arkhitektury. Knyha z dopovnenoiu realnistiu"* [Scientific library of KhNUMG named after A. N. Beketova, with the support of the Ukrainian Cultural Foundation, received as a gift the publication: Stefan Taranushenko "Destroyed masterpieces of Ukrainian wooden sacral architecture. Augmented Reality Book"]. Retrieved April 6, 2021, from <https://cutt.ly/JnuHH2r> [in Ukrainian].
- National Library of Ukraine for Children. (n.d.). *U bibliotetsi chytacham prezentuvaly knyhu z dopovnenoiu realnistiu "Kobzara abetka"* [The library was presented a book with augmented reality "Kobzar's alphabet"]. Retrieved April 6, 2021, from <https://chl.kiev.ua/Default.aspx?id=8860> [in Ukrainian].
- Fenyk, M. (2020, Juli, 23). *Ternopil'ska oblasna biblioteka dlia molodi otrymala knyhy iz dopovnenoiu realnistiu* [Ternopil Regional Library for Youth received books with augmented reality]. INTB. <https://cutt.ly/KcDEOfc> [in Ukrainian].
- Yaroshenko, T., & Chukanova, S. (2018). Rol tsyfrovoy humanitarystyky u modernizatsii suchasnoho bibliotekoznavstva [The role of digital humanities in the modernization of modern library science]. *Ukrainian Journal on Library and Information Science*, 1, 10–17 [in Ukrainian].
- Yasinska, O. (2019). Virtualna i rozshyrena realnist u bibliotetsi [Virtual and augmented reality in the library]. In *Biblioteka. Nauka. Komunikatsiia: aktualni tendentsii u tsyfrovu epokhu* [Library. Science. Communication: current trends in the digital age], International Scientific Conference, October 8-10, 2019, Kyiv, Ukraine, <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/836> [in Ukrainian].
- Arnhem, van J.-P., Elliott, Ch., & Rose. M. (Eds.). (2018). *Augmented and Virtual Reality in Libraries*. Rowman & Littlefield [in English].
- Scriptotek. (2018). AR-project Mandal Library and University of Oslo Library. <https://scriptotek.github.io/ar-project/about/> [in English].
- Cameron, C. (2015, August 24). *Promoting the Importance of Public Libraries with Augmented Reality* [Blog]. Layar. <https://cutt.ly/pcDOjQb> [in English].
- Diamandis, P. H. (2019, September 6). *Introducing the Augmented World of 2030*. SingularityHub. <https://cutt.ly/mcDPeHr> [in English].
- Dubrovina, L., Lobuzina, K., Onyshchenko, O., & Boriak, H. (2021). Digital Humanitarian Project as a Component of Digital Humanities. *Science and Innovation*, 17(1), 54–63. <https://doi.org/10.15407/scine17.01.054> [in English].
- Goethe Institut. (2014). *German Traces NYC: an app that provides a walking experience of German heritage*. CATALYST. Creative Enterprise Leadership logo. <https://cutt.ly/5cFyMB9> [in English].
- Lane, H. (2017, November 2). *Augmented Reality in the Library – Gaming Welcome Week*. Information Today Europe. <https://cutt.ly/AcFuLT1> [in English].
- Lund, B. D., & Agbaji, D. A. (2018). Augmented Reality for Browsing Physical Collections in Academic Libraries. *Public Services Quarterly*, 14(3), 275–282. <https://doi.org/10.1080/15228959.2018.1487812> [in English].
- Massis, B. (2015). Using Virtual and Augmented Reality in the Library. *New Library World*, 116(11/12), 796–799. <https://doi.org/10.1108/NLW-08-2015-0054> [in English].
- Oyelude, A. A. (2017). Virtual and augmented reality in libraries and the education sector. *Library Hi Tech News*, 34(4), 1–4. <https://doi.org/10.1108/LHTN-04-2017-0019> [in English].



- IDC. (2020, Juli 20). *Pandemic Tempers Growth in AR/VR Spending, but the Long-Term Outlook is Positive*. <https://cutt.ly/AcZyt48> [in English].
- Santos, J. F., & Esposito-Betan, Sh. M. (2017). Advantages and Challenges of Using Augmented Reality for Library Orientations in an Academic/Research Library Setting. *Proceedings of the IATUL Conferences*. Paper 7. <https://cutt.ly/9cGOrYy> [in English].
- Archives Hub. (2011). SCARLET: Augmented Reality in Special Collections. <https://archiveshub.jisc.ac.uk/features/SCARLET/index.html> [in English].
- Spina, C. (n.d.). *Keeping Up With... Augmented Reality*. Association of College & Research Libraries. Retrieved April 4, 2021, from <https://cutt.ly/ucGSns0> [in English].
- Thompson, S. B. (2016, July 12). *Why Pokemon Go and the Library Is a Perfect Partnership*. ALSC Blog. <https://cutt.ly/acGDDxu> [in English].
- American Library Association. (2020). *Virtual Reality, Augmented Reality, Mixed Reality and the Academic Library*. <https://cutt.ly/5cKXAeO> [in English].
- Waite, S. (2018, May 16). *How Maryland Libraries Are Using Virtual and Augmented Reality (and How Your Library Can Too)*. WebJunction. <https://cutt.ly/6cKV9hL> [in English].

UDC 021.2:004.946]:005.336.4-027.63

**Viktoriya Bondarenko,**  
Senior Research Fellows  
of the National Law Library  
at the National Library of Ukraine  
named after V. I. Vernadsky,  
Ph.D. in Social Communications  
(Kyiv, Ukraine)  
e-mail: vikanbuv@ukr.net  
ORCID: 0000-0002-1617-3665

**Tetiana Hranchak,**  
Leading Research Fellow  
of the Department of Library Affairs Theory and  
History at the National Library  
of Ukraine named after V. I. Vernadsky,  
Dr. Hab. in Social Communications, Professor  
(Kyiv, Ukraine)  
e-mail: granchakt@ukr.net  
ORCID: 0000-0001-7854-580X

## **LIBRARY'S AUGMENTED REALITY (AR) PROJECTS: FOREIGN EXPERIENCE**

The article analyzes the positive foreign experience of implementing augmented reality (AR) library projects. It has been found out that the most common uses of augmented reality in libraries today are providing access to information products with augmented reality and their promotion, navigation of library space and resources, promoting user education through the creation of appropriate applications with learning materials and resources and simplification for the user assimilation of information due to the diversity and interactivity of its visual presentation, informing and providing access to cultural heritage sites, organizing tours and exhibitions.

Given that the use of AR in libraries not only expands the range of services and resources but also positively affects its reputation as an interactive creative institution, open to users and innovation, AR technology is effective not only in the library service system but also in the marketing activities of the institution, helping to attract new users.

Current approaches to the implementation of library projects using augmented reality technology are highlighted. Their assistance in strengthening corporate culture, inter-institutional ties, and civil society is substantiated. It has been proved that the AR applications created as a result of project implementation operate on the principle of integrated information products, which allow the user to access distributed information from one access point via mobile phone, integrating not only information of the virtual space of the Internet environment but also real, physical, space.

The advantages of AR implementation in the library have been determined, among which: budget realization, easy integration with available technologies, and promotion of interactivity of library service. The need for professional development of librarians and the organization of training courses on the use of immersive technologies in library activities is emphasized.

*Keywords:* augmented reality technology, AR, mobile library service, library projects, mobile technologies, AR applications.

*Стаття надійшла до редакції 07.04.2021 р.*

УДК 004.773.6:339.138]:346.24  
DOI: 10.31866/2616-7654.7.2021.233318

## МЕСЕНДЖЕР-МАРКЕТИНГ ЯК НАПРЯМ УПРАВЛІННЯ ОНЛАЙН-РЕПУТАЦІЄЮ (ORM) КОМПАНІЇ

*Микола Маранчак,  
викладач кафедри інформаційних технологій  
Київського національного університету  
культури і мистецтв  
(Київ, Україна)  
e-mail: maranchak@gmail.com  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5062-0759>*

Стаття присвячена обґрунтуванню технології месенджер-маркетингу як самостійного напрямку і специфічного інструменту в управлінні онлайн-репутацією компанії (Online Reputation Management – ORM). На основі емпіричного методу включеного спостереження (п'ятирічний досвід практичної діяльності автора з онлайн-маркетингу), аналізу фахових матеріалів за темою дослідження, вивчення контенту офіційних блогів месенджерів та особливостей функціонування безпосередньо месенджерів обґрунтовано доцільність виокремлення месенджер-маркетингу в самостійний напрям управління онлайн-репутацією компанії, запропоновано поняття «управління репутацією в месенджерах» (Messenger Reputation Management – MRM) і «захист та підтримка репутації в системах миттєвого обміну повідомленнями» (Instant Messaging Reputation Management – IMRM). Висвітлено базові можливості та особливості використання інструментів месенджер-маркетингу як практичного інструменту підтримки і контролю позитивної онлайн-репутації компанії, які в умовах пандемії COVID-19 та стрімкого розвитку соціальних мереж і месенджерів набувають нового якісного значення в досягненні результативності діяльності організації.

Виявлено, що до інструментів месенджер маркетингу, які можуть використовуватися для моніторингу ситуації, а також із метою трансляції і модерації повідомлень, включно з Hidden Marketing (HM), відносяться робота з голосовими кімнатами, з коментарями та відгуками в каналах, групах і чатах, використання ботів і чат-ботів, розсилки та, навіть, таргетована реклама.

З'ясовано, що на разі складно виділити оптимальні інструменти для вирішення завдань месенджер маркетингу в ORM, що обумовлює потребу додаткових досліджень. Водночас ефективний месенджер маркетинг вимагає відповідної корпоративної культури, побудованої на вищому ступені свободи, довіри і відповідальності, що дає змогу працівникові самостійно і оперативно ухвалювати тактичні рішення і реагувати на зміни інформаційного поля в межах встановленої компетенції.

*Ключові слова:* управління онлайн-репутацією, ORM, месенджери, IMRM, Messenger Marketing, Messenger Reputation Management, MRM.

### ВСТУП

За статистичними даними за 2020 рік, зібраними агентством Bright Local, яке щорічно вивчає інтерес користувачів до онлайн-відгуків, 93 % споживачів шукають інформацію про компанію саме в Інтернеті, при цьому 34 % шукають щодня. У порівнянні з 2019 роком відсоток споживачів, які читали онлайн-відгуки про компанію, виріс із 81 % до 87 %. 31 % споживачів зазначили, що вони читали більше відгуків у 2020 році через COVID-19. Більше того, 73 % споживачів звертають увагу тільки на відгуки, написані за останній місяць ("Local Consumer Review Survey", 2020).

Такі дані свідчать про те, що в умовах пандемії і необхідності соціального дистанціювання кількість людей, які орієнтуються у своїй поведінці, зокрема, в реальному житті, на пошук відповідей у мережі інтернет, зростає.

Водночас активно збільшується кількість користувачів месенджерів ("Як змінилося користування", 2020), які, своєю чергою, з інструментів для внутрішньої переписки та приватної голосової комунікації перетворюються на сучасні канали взаємодії як окремих користувачів, так і цілих спільнот, які, зокрема, через ці канали взаємодіють не лише між собою, а й з організаціями та установами. Завдяки активному розвитку месенджерів, впливати на репутаційний капітал суб'єкта ринкових відносин стає можливим практично для всіх, хто має доступ до мережевих технологій і бажання залишити коментар або відгук.

При цьому швидкість навчання користуванню інструментарієм месенджерів фізичними особами поки що демонструє перевагу над здатністю оперативно реагувати на появу нових бізнес-інструментів великих організацій і установ, створюючи для останніх ризик «наздоганяючого» ефекту, коли замість генерування інформаційного приводу ідеться про необхідність реагувати на вже згенерований кимось (і не обов'язково із дружньою метою) інформаційний привід, «підхоплений» і посилений численними перепублікаціями. За таких умов пошук першоджерела інформації або, у більш радикальному випадку – інформаційної атаки, інколи перетворюється на гру «спіймай мене, якщо зможеш», і вже сам собою, відволікаючи ресурси і спрямовуючи всю увагу в певному напрямі, залишає сліпі плями і зони підвищеного ризику для ефективного управління репутацією навіть цілих корпорацій. Наприклад, поява голосових чатів у Telegram і, незабаром, у Facebook (Simo, 2021), популярність яких зросла завдяки одному з головних трендів мережі інтернет початку 2021 року – Clubhouse, може стати на заваді репутаційному капіталу компанії, якщо залишиться за межами її поля зору.

Незважаючи на те, що новітні інформаційні технології помітно впливають на позиції компаній, продуктів і послуг, які вони просувають (Кашпур, 2017), специфіка інструментів месенджер маркетингу в управлінні онлайн-репутацією на разі залишається недостатньо розглянутою, що зумовлює актуальність **мети** дослідження – обґрунтувати технологію месенджер маркетингу як самостійного напрямку і специфічного інструменту в управлінні онлайн-репутацією компанії (Online Reputation Management – ORM), висвітлити базові можливості управління репутацією в месенджерах і охарактеризувати особливості використання популярних серед користувачів месенджерів як практичного інструменту підтримки і контролю позитивної онлайн-репутації компанії.

## МЕТОДИ І МАТЕРІАЛИ

Отримані висновки ґрунтуються на опрацюванні комплексу джерел, до якого увійшли фахові статті за темою дослідження, матеріали ЗМІ, офіційні блоги месенджерів і, власне, самі месенджери, такі як WhatsApp, Viber, Facebook Messenger та ін.

Наукові результати здобуті за допомогою використання емпіричних методів включеного спостереження (п'ятирічний досвід практичної діяльності автора на посаді Head of Digital Marketing компанії «Асоціація Рітейлерів України», в рамках якої проводилась робота з онлайн-маркетингу організації з використанням функціоналу месенджерів з дотичними до них інструментами), аналізу контенту,

теоретичних методів термінологічного аналізу, структурно-функціонального, логічного.

### **ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДґРУНТЯ**

Одним із впливових чинників безперервного процесу формування онлайн-репутації є розгортання дискусії навколо певного суб'єкта суспільних або ринкових відносин – певної особи, органу державної влади, установи, організації, інституції тощо та їхніх продуктів і послуг. Тоді як конструктивна критика завжди вітається, шкідлива інформація, опублікована через різні інтернет-канали, може виявитися руйнівною (Кашпур, 2017, с. 134–135). Таку інформацію поширюють не лише незадоволені клієнти, а й конкуренти. Найгірше те, що іноді організація навіть не знає про такі атаки (Rajzák et al., 2010, с. 652).

Зростання популярності месенджерів додає гостроти окресленій проблемі, адже вони є одним із найбільш закритих каналів для моніторингу та обробки інформації, що здатна завдавати шкоди репутації.

Питання управління онлайн-репутацією та використання в цьому процесі окремих інструментів, зокрема месенджерів, акцентувалося в ряді наукових публікацій. Серед дослідників, які звертають увагу на доцільність вивчення онлайн-платформ, де користувачі генерують власний контент, Ф. Поллак, П. Дорчак, П. Маркович (Pollák et al., 2019), Д. Просперіо і Г. Зервас (Proserpio & Zervas, 2017), Л. Вартяк (Vartiak, 2015), П. Б. Флоредду і Ф. Кабідду (Floreddu & Cabiddu, 2014), П. Райзак (Rajzák et al., 2010) та інші.

Разом із тим, месенджер маркетинг як самостійна одиниця ORM у дослідженнях вітчизняних і зарубіжних науковців досі не розглядався та розуміється, переважно, в контексті нових соціальних медіа, хоча це не тотожні явища.

Одне з найбільш ранніх емпіричних досліджень громадської взаємодії з компаніями через месенджери за прикладом китайського месенджера WeChat зробили У. Цай та Р. Мен (Tsaia & Men, 2018). Вони встановили залежність користувачів від соціальних повідомлень та відчуття конфіденційності середовища, яку пропонують месенджери, що, своєю чергою, ефективно сприяє та покращує стосунки довіри, задоволення та відданості між організацією та громадськістю.

Маркетинг у месенджерах у відриві від онлайн-репутації детально розглянув А. Гебель (Gebel, 2020), за висновками якого месенджер маркетинг все ще перебуває в зародковому стані, хоча такими ресурсами, як WhatsApp або Facebook Messenger, користується більше людей, ніж соціальними мережами. Месенджери створюють особисті стосунки між брендом та користувачем чи потенційним відвідувачем (с. 198).

Особлива увага при дослідженні месенджерів приділяється вивченню чат-ботів. Так, на думку С. Хак, Б. Васподо та Н. Нурьясін (Haq et al., 2021), доступ до чат-ботів, який надає Facebook Messenger, забезпечує гарну можливість для підприємств охопити користувачів Facebook та покращує обслуговування клієнтів (с. 24). Проте, у дослідженні не йшлося про підтримку та захист репутаційного капіталу компанії.

Хоча певні аспекти технології месенджер-маркетингу в управлінні онлайн-репутацією знайшли своє відображення в зазначених працях, проте її більш детальне вивчення у вимірі репутаційного менеджменту, а також особливості за-

стосування поки що очікують на предметне наукове осмислення. На разі відсутні спеціальні дослідження та публікації, які б виокремлювали месенджер-маркетинг окремим напрямом управління онлайн-репутацією та обґрунтовували методику роботи із цією технологією.

### РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Перебування людства в умовах карантинних обмежень продемонструвало, що месенджери стали важливим напрямом інтернет-маркетингу та, зокрема, управління онлайн-репутацією. Згідно з дослідженням Hootsuite і We are social, у 2020 році аудиторія месенджерів перевищила 4 мільярди чоловік. Тільки у WhatsApp щомісячна аудиторія складала 1,6 млрд людей ("Digitalin 2020", 2020).

В Україні, за даними Kantar CMeter, месенджер Viber у січні 2021 року посів третє місце в рейтингу мобільних застосунків серед усіх мобільних пристроїв Android користувачів віком 16-55 років (див. рис. 1), Telegram і Facebook Messenger – восьме і дев'яте відповідно ("Рейтинг мобільних додатків", 2021).



*\*Дані Kantar CMeter: охоплення в %, січень 2021, мобільні користувачі смартфонів Android 16-55 років, міста 50K+*

Рис. 1. Охоплення месенджерами мобільних пристроїв в Україні.

Разом зі зростанням аудиторії, кожен із цих месенджерів доповнюється новими бізнес-інструментами для взаємодії компаній із цільовими аудиторіями. Так, із початку 2021 року з'являються коментарі в каналах Telegram через прив'язку групових чатів, профілі брендів та три види сесій для комунікації з клієнтами у Viber, відеоконференції у WhatsApp та оновлення у WhatsApp Business, об'єднання Facebook Messenger з Instagram Direct, що дає змогу синхронізувати діалог між користувачами і компаніями двох соцмереж, та інше.

Вагомий вплив на месенджери на початку 2021 року здійснило не прогнозоване зростання популярності Clubhouse, створеного у квітні 2020 року колишніми співробітниками Google П. Девісоном і Р. Сетом. Ця платформа, розроблена на стику соцмережі та месенджера, суттєво посилила конкуренцію соціальних платформ за голосове спілкування з користувачами: Facebook розробляє Fireside, Twitter – Spaces. В аналогах Clubhouse решту платформ соціального онлайн-спілкування вже випередив Telegram, який першим запустив голосові чати без обмежень кількості слухачів із можливістю робити із записів підкасти і виступати від імені каналу.

Бізнес-компанії та організації в цій гонці залишаються наздоганяючими – чимало відомих брендів створили власні «кімнати» в Clubhouse, але поки що не налагодили ефективного використання цього інструменту, адже в Clubhouse можна взаємодіяти виключно голосом у режимі реального часу. В таких умовах синхронного спілкування в режимі реального часу утримати контроль за якісною комунікацією без втрат для репутації компанії виявилось ледь не «місією нездійсненою», про що скаржаться представники великих мережевих компаній (Деркач, 2021). Головна претензія, яку зараз пред'являють платформі, – слабка модерація. Користувачі можуть перейти на лайку – і з цим ніхто нічого не може зробити.

Новою революцією месенджерів стала поява функції переказу коштів у месенджерах WhatsApp і Telegram, що, знову ж таки, якісно змінює взаємодію користувачів один з одним і з компаніями на цих комунікаційних платформах.

На фоні усіх цих перетворень заява директорки з маркетингу Metro Cash & Carry Ukraine О. Куликової у 2018 році під час щорічної конференції Nielsen Shopportunities, учасником якої був автор, про те, що месенджери – це «нові браузерери», виявилася пророцтвом (Маранчак, 2018). На думку топ-менеджерки, в майбутньому мобільні застосунки і браузерери відійдуть на другий план – все буде в месенджерах. Через боти можна буде зареєструватися на рейс, оформити покупку, отримати картку і вирішити багато інших нагальних питань. Саме тому, ще в 2016 році, коли взагалі не йшлося про зростання впливу месенджерів для компаній у світі, Metro визначили для себе мету бути там, де користувач звик спілкуватися і чим користується щодня. Тоді український підрозділ німецької компанії почав шукати шляхи взаємодії зі споживачами у Viber, який вже на той момент налічував 20 млн користувачів по всій країні. Metro стала однією з перших компаній на початку 2016 року, яка створила чат-бота у цьому месенджері для комунікації з клієнтами і, таким чином, стала однією з піонерів у вітчизняному бізнесі, хто почав використовувати месенджер маркетинг для управління онлайн-репутацією компанії.

Проте сьогодні чат-боти – лише один із багатьох інструментів комунікації зі споживачами. Месенджери, як і соціальні мережі, стають сегментом інтернет-середовища, де споживачі обмінюються своїм досвідом і такі обміни сприяють формуванню онлайн-репутації. Але в репутаційному рівнянні тепер вже беруть участь не лише пересічні користувачі як клієнти, а й співробітники компанії, інвестори, блогери, ЗМІ, конкуренти.

У цьому разі, якщо аналіз та класифікація отриманої інформації виконуються вже відомими та описаними методами ORM (Online Reputation Management) та, зокрема, SMRM (Social Media Reputation Management), то моніторинг, трансляція повідомлень і модерація вимагають звернення до специфічних і часто унікальних інструментів роботи, які можуть значно відрізнитися навіть між окремими месенджерами. Особливої уваги вимагає Telegram, який пропонує компаніям та користувачам взаємодіяти через канали, групи та коментарі. Вже сьогодні існує низка як зовнішніх сервісів для моніторингу повідомлень у Telegram, таких як BrandAnalytics, Youscan, Starcomment, так і внутрішніх, які завдяки відкритому API в Telegram дають змогу використовувати спеціальні боти, щоб відстежувати згадки про компанію і оперативно захищати її репутацію.

Сам захист онлайн-репутації може відбуватися прямими чи непрямими методами. До останніх відноситься НМ (Hidden Marketing) – прихований маркетинг,

у рамках якого співробітники чи сторонні агенти впливу працюють на репутацію організації. Що стосується більш анонімних месенджерів, ніж Telegram, де досі домінують закриті чати, то вони виглядають найбільш ефективними у разі ризиків для репутації компанії. Метою НМ є не прямий продаж, а поширення чуток, розмов навколо потрібного об'єкта, створення підвищеного інтересу з боку споживачів. Мінусом використання цього виду маркетингу є складність підрахунку та оцінки його результатів. Неможливо передбачити ефект впливу повідомлення на аудиторію. Всі рішення щодо використання прихованого маркетингу компанія робить на свій страх і ризик (Дябло, 2020, с. 153).

Також ключові можливості бізнес-сторінок Viber та WhatsApp – розсилки, чат-боти і трансляції офіційних повідомлень, – залишаються, скоріше, типовими інструментами месенджер маркетингу товарів та послуг, ніж управління онлайн-репутацією компанії, хоча й вони в разі вдалого моніторингу ситуації стають додатковим інструментарієм для взаємодії з аудиторією в питаннях ORM.

Facebook Messenger, на відміну від всіх інших месенджерів, не має публічних акаунтів, каналів чи спеціальних бізнес-профіль, адже він тісно пов'язаний із соціальною мережею Facebook, де все це існує окремо. Але завдяки цьому сервіс має свій ряд переваг у трансляції повідомлень через таргетовану рекламу у чатах месенджера та Messenger Rooms – кімнатах, які, на відміну від того ж Zoom, не мають обмежень у часі для спілкування з аудиторією, та все ж обмежені у достатній кількості учасників відеочатів, щоб вже зараз стати відеоаналогом Clubhouse (див. табл. 1).

Таблиця 1.

**Інструменти моніторингу ситуації та трансляції повідомлень  
в месенджерах**

| Месенджер    | Моніторинг ситуації                                      | Трансляція повідомлень                                  |
|--------------|--|---|
| Viber        | НМ   | Публічний акаунт, чат-бот, розсилка                     |
| Telegram     | Brand Analytics, Youscan, Starcomment, Telegram-боти, НМ | Канали, групи, голосові чати, коментарі, вбудовані боти |
| WhatsApp     | НМ   | Бізнес-профіль, розсилка, таргетована реклама           |
| Fb Messenger | –  | Messenger Rooms, таргетована реклама                    |

Методи та підходи роботи месенджер-маркетингу мають ряд відмінностей від вже описаних науковцями методів роботи в інших напрямках ORM – досить широкого поняття, що об'єднує обробку інформації в максимально різних інтернет-системах та онлайн-ресурсах, які можуть прямо або побічно вплинути на репутацію. Основне завдання управління онлайн-репутацією – це відстеження всіх згадувань про компанію та її продукти, нівелювання впливу негативної інформації, а також збереження позитивного іміджу компанії. Тому тільки розширення категоризації напрямків його вивчення та технологічного інструментарію дає змогу попередити чи пом'якшити наслідки розповсюдженої негативної інформації, створити проактивні маркетингові стратегії або розширити свою зону впливу



в мережі інтернет, щоб поліпшити сприйняття компанії в онлайн-просторі, збільшити довіру аудиторії до неї і завжди, наскільки це можливо, контролювати інформаційне поле.

Враховуючи, що месенджер-маркетинг є складовою ORM, доречно буде врахувати підхід О. Міцури та М. Хижняк (Міцура & Хижняк, 2014), які виокремили в структурі ORM такі елементи:

- SMM ORM – побудова репутації в соціальних медіа;
- SERM ORM – правильна робота з відгуками та коментарями у блогах, на форумах, тематичних сайтах і створення за допомогою цього відповідної репутації;
- SEO ORM – просування в мережі інтернет, а точніше в пошукових системах (наприклад, Google, Yahoo, Meta) потрібної для побудови правильної репутації документів, які мають потрапити на першу сторінку пошукової видачі;
- Crisis ORM – робота з «рятування» репутації під час кризових ситуацій, інформаційних атак конкурентів, інформаційної війни та ін.;
- Public ORM – робота зі ЗМІ: написання статей, участь у певних онлайн-шоу та інтерв'ю, що сприятимуть формуванню іміджу компанії, або організації чи певної особи та укріпленню їхньої репутації.

На думку науковців, ще одним елементом, який може бути включений до складу ORM, є OIM (Online Identity Management), який передбачає управління онлайн-іміджем певної особи і може бути використаний за умови, якщо позиціонування компанії нерозривно пов'язане з конкретною особистістю, репутація якої прямо впливатиме на репутацію підприємства (Міцура & Хижняк, 2014, с. 126).

Враховуючи особливості функціонування месенджерів як онлайн-інструментів, які можуть бути ефективно використані у процесі ORM, до згаданого вище переліку запропонованих О. Міцурою та М. Хижняк структурних компонентів ORM доцільно додати такі напрями, які в комплексі та у взаємозв'язку з вище переліченими елементами уможливають формування стійкої онлайн-репутації компанії:

- MRM (Messenger Reputation Management) – побудова репутації в месенджерах, що передбачає роботу з відгуками, коментарями та іншими видами аудіо та текстових повідомлень на каналах, у групах та чатах із використанням зовнішніх та вбудованих ботів, публічних акаунтів, бізнес-профілів, розсилок та інструментів НМ (прихованого маркетингу);
- IMRM (Instant Messaging Reputation Management) – захист та підтримка репутації в системах миттєвого обміну повідомленнями, які включають в себе месенджери, програми онлайн-консультанти та програми-клієнти, що можуть передавати текстові повідомлення, звукові сигнали, зображення, відео.

Причинами використання компанією механізмів MRM та IMRM, як і у випадку з ORM у цілому, найчастіше є:

1. Зіткнення з негативом в інтернеті, коли про компанію (установу, організацію, певну особу) з'явилось багато негативних відгуків, коментарів або статей в мережі. В такому разі для компанії стає вкрай важливим негайно вжити заходи і взяти ситуацію під контроль – виявити причини появи негативу, оперативно і грамотно відреагувати на нього і скоригувати слабкі місця і недоліки (клієнт-

ський досвід, продукт або послуга), а також порівняти діяльність із конкурентами, щоб посилити переваги.

2. Висока конкуренція. Щоб не втратити клієнтів і завоювати лояльність нових, компанія починає відстежувати інформаційне поле і підтримувати своє позитивне сприйняття з боку клієнтів і партнерів.

3. Завчасне піклування про репутацію. Якщо для компанії репутація в інтернеті і той образ, який сформований в уяві її наявних і потенційних клієнтів, є цінним нематеріальним активом, вона визначає пріоритетом постійний моніторинг інформаційного поля та вчасне виявлення загроз для репутації.

## **ВИСНОВКИ**

Сьогодні сприятливий інформаційний онлайн-фон навколо компанії не менш важливий, ніж її якісна продукція, а відгуки у месенджерах можуть бути вагомими за оцінки офіційних джерел.

Специфіка функціонування месенджерів як інтернет-інструментів комунікації дає змогу стверджувати про наявність відмінностей між управлінням репутацією в месенджерах і SMRM (Social Media Reputation Management) та іншими ORM-напрямами, що є підґрунтям для висновку про необхідність доповнення переліку структурних елементів Online Reputation Management новими напрямками, а саме – MRM (побудова репутації в месенджерах) та IMRM (захист та підтримка репутації в системах миттєвого обміну повідомленнями), які враховують специфіку управління репутацією в месенджерах. Їх виокремлення дасть змогу зосередитись саме на властивих месенджером каналах та інструментах, не тотожних до тих, що використовуються в роботі із соцмережами, розширити технології Crisis ORM та Public ORM тощо.

Зокрема, до інструментів месенджер маркетингу, які можуть використовуватися для моніторингу ситуації, а також із метою трансляції і модерації повідомлень, включно з Hidden Marketing (НМ), відносяться робота з голосовими кімнатами, з коментарями та відгуками в каналах, групах та чатах, використання ботів і чат-ботів, розсилки і, навіть, таргетована реклама, якщо окремо говорити про Facebook Messenger.

Серед цих інструментів роботи з MRM (Messenger Reputation Management) поки ще складно виділити оптимальні, їх специфіка потребує додаткових досліджень. Проте вже зараз очевидно, що ефективний месенджер маркетинг вимагає відповідної корпоративної культури, побудованої на вищому ступені свободи, довіри і відповідальності, що дає змогу працівникові самостійно, креативно і оперативно ухвалювати тактичні рішення і реагувати на зміни інформаційного поля в межах встановленої компетенції.

Насамперед це стосується здатності мінімізувати ризики, пов'язані зі слабкою можливістю модерації інформації в месенджерах. Ця особливість месенджерів як інструментів побудови онлайн-репутації вимагає високого рівня компетентностей фахівця, його спроможності вибудовувати комунікацію в потрібному напрямі і з необхідними коннотаціями так, щоб у підсумку небажані коментарі губилися серед позитивних відгуків, нівелювалися або працювали проти того, хто їх публікує, не завдаючи шкоди репутації компанії.

## СПИСОК ПОСИЛАНЬ

---

- Деркач Д. Про ефір в Clubhouse. *Facebook*. 19.02.2021. URL: <https://cutt.ly/1bKWeZn> (дата звернення: 19.04.2021).
- Дябло М. Прихований маркетинг. *Маркетингові технології підприємств сфери послуг* : матеріали XI регіон. наук.-практ. інтернет-конф. молод. вчених та студентів (16 листоп. 2020 р.). Тернопіль, 2020. С. 152–153. URL: <https://cutt.ly/9bKWiyM> (дата звернення: 22.04.2021).
- Кашпур А. О. Роль формування репутації компанії в подоланні кризових ситуацій. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2017. № 2. С. 133–138.
- Маранчак М. Маркетинг-директор Metro Cash&Carry Ukraine: Яким буде Metro в 2025 році. *RAU*. 11 липня 2018. URL: <https://rau.ua/dosvid/metro-cash-carry-ukraine/> (дата звернення: 02.05.2021).
- Міцура О. О., Хижняк М. О. Управління онлайн-репутацією: теоретичні засади та методичні підходи. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2014. № 4. С. 121–127. URL: <https://cutt.ly/KbKWlqm> (дата звернення: 23.04.2021).
- Рейтинг мобільних додатків за січень 2021. *Kantar*. 2021. URL: <https://tns-ua.com/news/reuting-mobilnih-dodatkiv-za-sichen-2021> (дата звернення: 23.04.2021).
- Як змінилося користування мобільними застосунками за 5 років: соцмережі та месенджери. *Kantar*. 2020. URL: <https://tns-ua.com/news/yak-zminilosya-koristuvannya-mobilnimi-zastosunkami-za-5-rokiv-sotsmerezhi-ta-mesendzheri> (дата звернення: 23.04.2021).
- Digital in 2020. *We Are Social*. 2020. URL: <https://wearesocial.com/digital-2020>. (accessed: 03.05.2021).
- Floreddu P. B., Cabiddu F. Managing Online Reputation: The Role of Social Media in Insurance Industry. *Academy of Management Annual Meeting Proceedings*. 2014 № 1. P. 17040–17040. URL: <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/ambpp.2014.17040abstract> (accessed: 03.05.2021).
- Gebel A. Messenger Marketing. *Social Media im Tourismusmarketing, Wie Urlaubsanbieter in sozialen Medien Sichtbarkeit und Direktbuchungen steigern*. 2020. P. 197–203. URL: <https://cutt.ly/obKESxe> (accessed: 03.05.2021).
- Haq S., Waspodo B., Nuryasin N. Chatbot: Reservasi Restoran Online pada Facebook Messenger. *Applied Information Systems and Management (AISM)*. 2021. Vol. 4 (1). P. 23–30. URL: <http://103.229.202.71/index.php/aism/article/view/19765/pdf>. (accessed: 05.05.2021).
- Local Consumer Review Survey. *Brigyt Local*. Dezember 9, 2020. URL: <https://cutt.ly/LbKRSvI> (accessed: 01.04.2021).
- Pollák F., Dorčák P., Markovič P. Reputation Management. *Promotion and Marketing Communications* / Editet by Umut Ayman, Anil Kemal Kaya. London : IntechOpen Limited, 2019. <https://doi.org/10.5772/intechopen.89282>.
- Proserpio D., Zervas G. Online Reputation Management: Estimating the Impact of Management Responses on Consumer Reviews. *Marketing Science*. 2017. Vol. 36, Iss. 5. <https://doi.org/10.1287/mksc.2017.1043> (accessed: 03.05.2021).
- Rajzák P., Koncz P., Prídavok M., Blahovec R. Systém pre hodnotenie online reputácie bank. In *Electrical Engineering and Informatics* : Proceeding of the Faculty of Electrical Engineering and Informatics of the Technical University of Košice, 2010, January 10. Košice : TUKE, 2010. P. 652–657.
- Simo F. Be Heard: Bringing Social Audio Experiences to Facebook. *Facebook app*. April 19, 2021. URL: <https://cutt.ly/BbNr1eG> (accessed: 03.05.2021).

- Tsaia W. S., Men R. L. Social messengers as the new frontier of organization-public engagement: A WeChat study. *Public Relations Review*. 2018. Vol. 44, Iss. 3. P. 419–429. URL: <https://cutt.ly/TbNrCtf> (accessed: 03.05.2021).
- Vartiak L. Benefits of online reputation management for organizations operating in various industries. *TRANSCOM 2015* (Slovak Republic, Žilina, 22–24 June 2015). Žilina, 2015. Vol. 11. P. 270–276. URL: <http://surl.li/twpa> (accessed: 03.05.2021).

## REFERENCES

---

- Derkach, D. (2021, February 19). *Pro efir v Clubhouse [About the broadcast in the Clubhouse]*. Facebook. <https://cutt.ly/1bKWeZn> [in Russian].
- Dyablo, M. (2020). Prykhovanyi marketynh [Stealth Marketing]. In *Marketynhovi tekhnologii pidpriemstv sfery posluh [Marketing technologies of service enterprises]*, Proceedings of the XI regional scientific-practical Internet conference of young scientists and students, Ukraine, Ternopil, 2020, November 16 (pp. 152–153). Ivan Pulyuy Ternopil National Technical University. <https://cutt.ly/9bKWiyM> [in Ukrainian].
- Kashpur, A. O. (2017). Rol formuvannia reputatsii kompanii v podolanni kryzovykh sytuatsii [The role of the company's reputation forming in overcoming crisis situations]. *State and Regions. Series: Social Communications*, 2, 133–138 [in Ukrainian].
- Maranchak, M. (2018, Juli 11). *Marketynh-dyrekto Metro Cash&Carry Ukraine: Yakym bude Metro v 2025 rotsi [Marketing Director of Metro Cash & Carry Ukraine: What will Metro look like in 2025]*. <https://rau.ua/dosvid/metro-cash-carry-ukraine/> [in Ukrainian].
- Mitsura, O. O., & Khyzhnyak, M. O. (2014). Upravlinnia onlain-reputatsiieiu: teoretychni zasady ta metodychni pidkhody [Online reputation management: theoretical bases and methodological approach]. *Marketing and Management of Innovations*, 4, 121–127. <https://cutt.ly/KbKWlqm> [in Ukrainian].
- Kantar. (2021). *Reitynh mobilnykh dodatkov za sichen 2021 [Rating of mobile applications for January 2021]*. <https://tns-ua.com/news/rejting-mobilnih-dodatkov-za-sichen-2021> [in Ukrainian].
- Kantar. (2020). *Yak zminylosia korystuvannia mobilnymi zastosunkamy za 5 rokiv: sotsmerezhi ta mesenzhery [How has the use of mobile applications changed in 5 years: social networks and messengers]*. <https://cutt.ly/YbBGvg> [in Ukrainian].
- We Are Social (2020). *Digital in 2020*. <https://wearesocial.com/digital-2020> [in English].
- Floreddu, P. B., & Cabiddu, F. (2014). Managing Online Reputation: The Role of Social Media in Insurance Industry. *Academy of Management Annual Meeting Proceedings*, 1, 17040–17040. <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2014.17040abstract> [in English].
- Gebel, A. (2020). Messenger Marketing. In *Social Media im Tourismusmarketing, Wie Urlaubsanbieter in sozialen Medien Sichtbarkeit und Direktbuchungen steigern [Social media in tourism marketing. How vacation providers increase visibility and direct bookings on social media]* (pp. 197–203). [https://doi.org/10.1007/978-3-658-31078-3\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-658-31078-3_8) [in Danish].
- Haq, S., Wasposito, B., & Nuryasin, N. (2021). Chatbot: Reservasi Restoran Online pada Facebook Messenger [Chatbot: Online Restaurant Reservations on Facebook Messenger]. *Applied Information Systems and Management (AISM)*, 4(1), 23–30. <https://doi.org/10.15408/aism.v4i1.19765> [in Indonesian].
- Brigyt Local. (2020, Dezember 9). *Local Consumer Review Survey*. <https://cutt.ly/LbKRSvI> [in English].

- Pollák, F., Dorčák, P., & Markovič, P. (2019). Reputation Management. In U. Ayman, & A. K. Kaya (Eds.), *Promotion and Marketing Communications*. IntechOpen Limited. <https://doi.org/10.5772/intechopen.89282> [in English].
- Proserpio, D., & Zervas, G. (2017). Online Reputation Management: Estimating the Impact of Management Responses on Consumer Reviews. *Marketing Science*, 36(5). <https://doi.org/10.1287/mksc.2017.1043> [in English].
- Rajzák, P., Koncz, P., Prídavok, M., & Blahovec, R. (2010). Systém pre hodnotenie on-line reputácie bank [A system for evaluating the online reputation of banks]. In *Faculty of Electrical Engineering and Informatics, Proceeding of the Faculty of Electrical Engineering and Informatics of the Technical University of Košice*, 2010, January 10, Košice (pp. 652–657). Technical University of Košice [in Slovak].
- Simo, F. (2021, April 19). *Be Heard: Bringing Social Audio Experiences to Facebook*. Facebook app. <https://cutt.ly/BbNr1eG> [in English].
- Tsaia, W. S., & Men, R. L. (2018). Social messengers as the new frontier of organization-public engagement: A WeChat study. *Public Relations Review*, 44(3), 419–429. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.04.004> [in English].
- Vartiak, L. (2015). Benefits of online reputation management for organizations operating in various industries. *TRANSCOM 2015* (Slovak Republic, Žilina, 22–24 June, 2015) (Vol. 11, pp. 270–276). University of Žilina. <http://surl.li/twpa> [in English].

UDC 004.773.6:339.138]:346.24

**Mykola Maranchak**,  
Lecturer of the Information  
Technologies Department  
at the Kyiv National University  
of Culture and Arts  
(Kyiv, Ukraine)  
e-mail: [maranchak@gmail.com](mailto:maranchak@gmail.com)  
ORCID: 0000-0001-5062-0759

## MESSANGER MARKETING AS A DIRECTION OF THE COMPANY ONLINE REPUTATION MANAGEMENT (ORM)

The article is devoted to the substantiation of messenger marketing as an independent direction and a specific tool in the management of the company's online reputation (Online Reputation Management – ORM). On the basis of the empirical method of the included observation (five-year author' experience of practical activity on online marketing), the analysis of professional materials on a research subject, studying of the content of official messengers' blogs and features of messengers' functioning, the expediency of messenger marketing separation has been justified, the concepts of "Messenger Reputation Management – MRM" and "Instant Messaging Reputation Management – IMRM" have been proposed. The basic possibilities and features of using messenger marketing as a practical tool to support and control the positive online reputation of the company, which in the context of the COVID-19 pandemic and the rapid development of social networks and messengers acquire new qualitative value in achieving performance, have been revealed.

It was found out that the tools of the messenger marketing that can be used to monitor the situation, as well as to broadcast and moderate messages, including Hidden Marketing (HM),

include working with voice rooms, with comments and feedback in channels, groups, and chats, use bots and chatbots, newsletters and even targeted advertising.

It has been noticed that at present it is difficult to identify the optimal tools for solving the problems of marketing messenger in ORM, which necessitates additional research. At the same time, effective messenger marketing requires an appropriate corporate culture, built on the highest degree of freedom, trust, and responsibility, which allows the employee to independently and quickly make tactical decisions and respond to changes in the information field within the established competence.

*Keywords:* online reputation management, ORM, messengers, IMRM, Messenger Marketing, Messenger Reputation Management, MRM.

*Стаття надійшла до редакції 21.02.2021 р.*



**ПРОФЕСІЙНІ  
АКЦЕНТИ**

**PROFESSIONAL  
ACCENTS**

UDC 004.77:001.103.2

**TOWARDS FAIR  
PRINCIPLES  
FOR RESEARCH  
INFORMATION:  
REPORT ON A SERIES  
OF WORKSHOPS**

**Nataliia Kaliuzhna,**  
*Postgraduate Student,  
the Department of Information Technologies at Kyiv  
National University of Culture and Arts  
(Kyiv, Ukraine);  
Leading Bibliographer at the State Scientific  
and Technical Library of Ukraine  
(Kyiv, Ukraine)  
e-mail: kalyuzhna@dntb.gov.ua  
ORCID: 0000-0003-3154-8194*

**Franziska Altemeier,**  
*German National Library of Science and Technology,  
(Hannover, Germany);  
Institute for Information Science  
and Language Technology, University of Hildesheim  
(Hildesheim, Germany)  
e-mail: altemeie@uni-hildesheim.de  
ORCID: 0000-0001-7086-6211*

This is a summary report of the series of workshops on FAIR research information in open infrastructures that was jointly organised by the State Scientific and Technical Library of Ukraine (SSTL) and Leibniz Information Centre for Science and Technology (TIB) which have been collaborating under the framework of Joint German-Ukrainian project supported by the Federal Ministry of Education and Research of Germany and the Ministry of Science and Education of Ukraine. The workshops successfully harnessed the enthusiasm and experience of librarians, researchers, software providers, public funding body representatives, content providers, scientometricians and information specialists in an attempt to shed light and define criteria which assist discovery and reuse of research information by third-parties and make it FAIR. The series of workshops consisted of four separate workshops which addressed single aspects of FAIR – findability, accessibility, interoperability and reuse concerning research information. Due to Covid-19 travel restrictions workshops were held online between September 2020 and January 2021.

*Keywords:* research information, metadata, FAIR principles, data stewardship.

**BACKGROUND**

To take advantage of the digital revolution, to accelerate research and to engage the power of machine analysis at scale while ensuring transparency, reproducibility and societal utility, data and other digital objects created by and used for research need to be findable, accessible, interoperable and reusable (Collins et al., 2018). There are several initiatives to realize FAIRness for key components of research ecosystem like research data (RDAFAIR Data Maturity Model, 2020), research software (Lamprecht et al., 2020), metrics (Aronsen et al., 2021) whereas research information, being an essential component, has been receiving a disproportionately small amount of attention. Moreover, in recent years, the rate and volume at which research information has been created and the need to make it readily available for various applications and reuse has gathered pace and increased exponentially. The series of workshops «FAIR Research Information in Open Infrastructures» aimed at filling the existing gap and to contribute



to the discussion around FAIR principles, which has been actively going since 2016 when FAIR principles were published (Wilkinson et al., 2016). Some scientists (Blümel et al., 2014) define research information as *«data about research projects, organizations, researchers or research outputs such as publications or patents which is spread across the web, usually residing in institutional and personal web pages or in semi-opened databases and information systems»*. Applying FAIR principles to research information can bring many benefits to a diverse group of stakeholders of the scientific ecosystem and greatly support the open science movement.

### **STRUCTURE OF WORKSHOPS**

It was decided to dedicate a 2-hours' time slot to each workshop to cover the key aspects of a given topic and allow enough time for efficient discussions. Prior to the event, the organizers distributed seed questions to participants to draw their attention to the issue. The questions included the following: How can each FAIR principle be defined? What are the criteria/requirements for implementing the individual FAIR principles? Who are the stakeholders? What might be barriers? What are the elements that need to be agreed, standardized and implemented by research communities to support FAIR research information? What services, tools that currently exist in the research ecosystem are capable of providing FAIR research information? What are the best-practices studies for supporting FAIR research information? The workshops were structured to gather inputs and insights and consisted of a round of introduction, 20-minutes input talk by an expert followed by a round of feedback, questions and comments, open discussion and summary.

The emphasis of the first workshop has laid on the interoperability aspect of research information and brought together 18 experts from 8 different countries. The inaugural function was presided over by the project manager and head of the Lab Open Research Information at TIB Christian Hauschke along with the Deputy Director for Research of the State Scientific and Technical library of Ukraine Serhii Nazarovets. The input talk was delivered by Pablo de Castro, Open Access Advocacy Librarian at the University of Strathclyde and euroCRIS Secretary. He emphasized that interoperability is the most important of the FAIR principles for the purpose of research information and defined it as a set of standards, procedures, workflows and mappings that allow the information exchange across systems, typically called CRISs (Current research information systems) or RIMs (Research information management systems) which are designed to host such research information entities. Research information, in his opinion, is a *«set of interconnected (harmonised) research information entities (metadata) describing the research process»*. Furthermore, he elaborated upon the role of CERIF (Common European Research Information Format) to ensure interoperability of research information systems in accordance with FAIR principles. Another issue that was pointed out during the workshop was highly distributed production of research information without proper curation at the source and standardization which results in much rework and information loss. Additionally, the lack of standards for describing research staff, research institutions, projects, publication types and a set of metadata for publications have been recognized as a barrier on the way to FAIR research information. In contrast, it was also mentioned that too many standards are not helpful either, as it is difficult to commit to a specific one.

The second workshop entitled «*Accessibility of Research Information*» put forward an interactive session aiming to explore the benefits of making research information available and obtainable for interested actors and identify criteria for accessibility of research information. Open Science expert and project leader of EIFL (Electronic Information for Libraries) Iryna Kuchma addressed the importance of metadata usage licensing for achieving accessibility of research information in her input presentation. The speaker called for special attention to be paid to a number of important initiatives and tools, in particular: the GO FAIR initiative that aims to implement the FAIR data principles, the Force11 community (the Future of Research Communication and e-Scholarship) that help facilitate the change toward improved knowledge creation and sharing, explore an online tool FAIR-Aware developed by the FAIRsFAIR project. She outlined that the research community should be made to curate all digital assets to satisfy the FAIR principle of accessibility. This is especially true in a time of COVID-19 crisis, when the scientific community needs to accelerate research to save people's lives. Another points which caused vibrant discussion were establishment of research information trust, provenance and stewardship.

On the third workshop keynote speaker Stephanie van de Sandt, researcher from European Organization for Nuclear Research (CERN), provided insight into the etymology of the term «*reuse*» and defined it «*as the use of any research resource regardless of time, purpose, transformation and user*». The funders representatives – Jürgen Güdler of Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) – Germany's biggest research funder, Yuliya Bezvershenko Director General of the Directorate on Science and Innovation of Ministry of Science and Education of Ukraine and Olga Polotska executive director of National Research Foundation of Ukraine provided their view on setting an open and reusable research information and suggested options how to foster research information quality via research information reuse.

The focus of the final and fourth workshop of the series was on the findability of research information, which remains a challenge for both humans and machines. Participants discussed the perspective of PIDs (persistent identifiers) in simplifying findability of research information, discoverability issues, the expediency of assigning persistent identifiers to research information dumps etc. The session also touched questions on how to make research information findable for the public, how we can better advertise it and raise awareness among citizens.

A total of 24 experts from 23 different organizations participated in the workshops and contributed to the topic of FAIR research information. As stated in the objectives of the FAIR Research Information in Open Infrastructures project, the FAIR principles were reconsidered and interpreted by the participants for application in the research infrastructures in Germany and Ukraine and to find a common way towards FAIR research information. Currently, a Roadmap to FAIR Research Information is being developed on this base. The project website can be found at: <https://projects.tib.eu/fairio/>.

## REFERENCES

---

- Aronsen, J. M., Hooft, R. W. W., Slavec, A., Jones, S., Principe, P., Holl, A., Harrower, N., Genova, F., & Beyan, O. (2021). *Recommendations on FAIR metrics for EOSC*. Publications Office of the European Union. <http://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/ced147c9-53c0-11eb-b59f-01aa75ed71a1/language-en> [in English].
- Blümel, I., Dietze, S., Heller, L., Jäschke, R., & Mehlberg, M. (2014). The Quest for Research Information. *Procedia Computer Science*, 33, 253–260. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2014.06.040> [in English].
- Collins, S., Genova, F., Harrower, N., Hodson, S., Jones, S., Laaksonen, L., Mietchen, D., Petrauskaitė, R., & Wittenburg, P. (2018). *Turning FAIR into reality: Final Report and Action Plan from the European Commission Expert Group on FAIR Data*. Publications Office of the European Union. [https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/turning\\_fair\\_into\\_reality\\_1.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/turning_fair_into_reality_1.pdf) [in English].
- Lamprecht, A.-L., Garcia, L., Kuzak, M., Martinez, C., Arcila, R., Martin Del Pico, E., Dominguez Del Angel, V., van de Sandt, S., Ison, J., Martinez, P. A., McQuilton, P., Valencia, A., Harrow, J., Psomopoulos, F., Gelpi, J. L., Chue Hong, N., Goble, C., & Capella-Gutierrez, S. (2020). Towards FAIR principles for research software. *Data Science*, 3(1), 37–59. <https://doi.org/10.3233/DS-190026> [in English].
- RDA FAIR Data Maturity Model. 2020. *FAIR Data Maturity Model: specification and guidelines*. Research Data Alliance. <https://doi.org/10.15497/RDA00050> [in English].
- Wilkinson, M. D., Dumontier, M., Aalbersberg, I. J., Appleton, G., Axton, M., Baak, A., Blomberg, N., Boiten, J.-W., da Silva Santos, L. B., Bourne, P. E., Bouwman, J., Brookes, A. J., Clark, T., Crosas, M., Dillo, I., Dumon, O., Edmunds, S., Evelo, C. T., Finkers, R., ... Mons, B. (2016). The FAIR Guiding Principles for scientific data management and stewardship. *Scientific Data*, 3(1), 160018. <https://doi.org/10.1038/sdata.2016.18> [in English].

УДК 004.77:001.103.2

**Наталія Калюжна,**  
аспірантка кафедри інформаційних технологій,  
Київський національний університет  
культури і мистецтв,  
(Київ, Україна);  
головна бібліографка,  
Державна науково-технічна бібліотека України  
(Київ, Україна)  
e-mail: kalyuzhna@dntb.gov.ua  
ORCID: 0000-0003-3154-8194

**Франзіска Алтемеіер,**  
Німецька національна  
науково-технічна бібліотека,  
(Ганновер, Німеччина);  
Інститут інформатики та лінгвістичних  
технологій, Університет Гільдесгайма  
(Гільдесгайм, Німеччина)  
e-mail: altemeie@uni-hildesheim.de  
ORCID: 0000-0001-7086-6211

## **ПРИНЦИПИ FAIR ДЛЯ ДОСЛІДНИЦЬКОЇ ІНФОРМАЦІЇ: ЗВІТ ІЗ СЕРІЇ ВОРКШОПІВ**

Короткий звіт про серію вебінарів, присвячених застосуванню принципів FAIR для дослідницької інформації у відкритих інфраструктурах, які було організовано Державною науково-технічною бібліотекою України та Лейбніцьким інформаційним центром науки та техніки у рамках українсько-німецького науково-дослідного проекту за підтримки Міністерства освіти і науки України та Федерального міністерства освіти та наукових досліджень Німеччини. У заходах взяли участь бібліотекарі, дослідники, розробники програмного забезпечення, представники грантодавчих організацій, наукометристи та інформаційні фахівці, які дискутували про критерії, яким має відповідати дослідницька інформація. Серія складалась із 4 вебінарів, на яких було окремо розглянуто кожен із принципів FAIR – відшукуваність, доступність, сумісність та повторне використання дослідницької інформації. В умовах пандемії Covid-19 заходи було проведено дистанційно у часовому проміжку між вереснем 2020 та січнем 2021 року.

*Ключові слова:* дослідницька інформація, метадані, принципи FAIR, управління даними.

*Наукове видання*

# **Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук**

Науковий журнал

**Випуск 7**

Відповідальний редактор

*Т. Гранчак*, доктор наук із соціальних комунікацій

Літературний редактор

*К. Спрогіс*

Редактор-перекладач

англійського тексту

*В. Діброва*

Дизайн обкладинки

*Є. Дорошенко*

Технічне редагування

*В. Лук'яненко*

Комп'ютерна верстка

*О. Щербина*

*Scientific publication*

# **Ukrainian Journal on Library and Information Science**

Scientific Journal

## **ISSUE 7**

Responsible editor

*T. Hrachak, Dr. Hab. in Social Communications*

Literary editor

*K. Sprohis*

English text editor

*V. Dibrova*

Cover design

*Ye. Doroshenko*

Technical editing

*V. Lukianenko*

Computer layout

*O. Shcherbyna*

---

Підписано до друку: 04.06.2021. Формат 70x100 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>

Ум. др. арк. 10,88. Обл. др. арк. 9,15.

Наклад 100 примірників

Замовлення № 4673

Видавничий центр КНУКіМ

Видавець Київський національний університет культури і мистецтв

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи  
до Державного реєстру видавців,  
виготовників і розповсюджувачів видавничої продукції  
серія ДК № 4776 від 09.10.2014