



Електронні комунікації в бібліотечно-інформаційній освіті, науці та практиці

Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція

05 травня 2022 року



м. Надвірна

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТРАНСПОРТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВСП «НАДВІРНЯНСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ НТУ»
Циклова комісія інформаційної діяльності**

**ЕЛЕКТРОННІ КОМУНІКАЦІЇ
В БІБЛІОТЕЧНО-ІНФОРМАЦІЙНІЙ ОСВІТІ, НАУЦІ ТА ПРАКТИЦІ**

**Тези доповідей
Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції
05 травня 2022 року**

**Надвірна
2022**

УДК 004:[37:02](477)(043)

Е 50

Матеріали подані в авторській редакції

Відповідальні за випуск: Плитус О.С., к.і.н., голова циклової комісії інформаційної діяльності ВСП «Надвірнянський фаховий коледж НТУ», Трачук Л. Ф., к.і.н., викладач циклової комісії інформаційної діяльності ВСП «Надвірнянський фаховий коледж НТУ».

Рекомендовано до видання методичною радою
ВСП «Надвірнянський фаховий коледж НТУ»,
протокол №6 від 12 травня 2022 р.

Е 50 Електронні комунікації в бібліотечно-інформаційній освіті, науці та практиці : тези доп. Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., 5 травня 2022 року. – Надвірна : ВСП «Надвірнянський фаховий коледж НТУ», 2022. – 160 с.

Збірник містить тези доповідей результатів актуальних досліджень ролі Інтернету як сучасного провідного каналу комунікації; особливостей застосування електронних комунікацій у діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування, бібліотечній та архівній справі; проблем викладання дисциплін соціокомунікаційного циклу.

Розрахований на науковців, викладачів і здобувачів закладів вищої та фахової передвищої освіти, фахівців інформаційної, бібліотечної та архівної справи, представників органів державної влади та місцевого самоврядування.

УДК 004:[37:02](477)(043)

© ВСП «Надвірнянський фаховий коледж НТУ», 2022

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ІНТЕРНЕТ ЯК СУЧАСНИЙ ПРОВІДНИЙ КАНАЛ КОМУНІКАЦІЇ

Ржеуський А. В., Кунанець Н. Е. Роль технології «інформаційні воротарі» у відборі правдивої інформації в умовах інформаційної війни.....	9
Кучер В. В., Палеха Ю. І. Проблеми оригінальності творчих надбань в інтернеті.....	11
Казначеева Л. М. Електронні комунікації як інструмент рішення викликів у сучасній вітчизняній соціокультурній сфері.....	14
Гринчишин Т. М. Методи забезпечення інформаційної безпеки.....	16
Бабенко Ж. В. Шляхи підвищення конкурентоздатності інформаційних установ у сучасному інформаційно-комунікаційному середовищі.....	19
Мовчан Н. А., Казначеева Л. М. Комп'ютерна гра в культурологічному контексті.....	22
Левковець Н. П. Домінанти закону «Про електронні комунікації».....	25
Дзюбак Р. Б. Психологічний вплив електронних комунікацій на особистість.....	27
Лазарук Т. Б., Іроденко Т. Б. Особливості мови інтернет комунікації.....	30
Залізник Н. В. Інформаційний менеджмент як основа діяльності підприємства.....	32
Радишевська О. В. Електронна система документообігу на підприємствах: актуальні проблеми впровадження.....	35
Христенко О. В., Добровольська А. А., Кулик П. С. Роль інформаційних технологій в управлінні сучасними підприємствами.....	37
Трачук Л. Ф. Електронні комунікації та культура скасування.....	40
Романюк О. Т., Плитус О. С. Інформаційні технології в електронних картографічних ресурсах.....	43
Бервінова О. В., Плитус О. С. Аудіовізуальні документи як історичне джерело.....	45

СЕКЦІЯ 2. ЕЛЕКТРОННІ КОМУНІКАЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ ТА МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Дякур Ю. В. Соціокультурна комунікація в діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування (на прикладні управління культури і туризму Надвірнянської міської ради).....	49
Касінець А. В., Плитус О. С. Електронні комунікації в діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування.....	51

СЕКЦІЯ 3. ЕЛЕКТРОННІ КОМУНІКАЦІЇ В БІБЛІОТЕЧНІЙ СПРАВІ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ, ІНСТРУМЕНТАРІЙ ТА ТОЧКИ РОСТУ

Данилюк Д., Сілкова Г. Методи аналітичного опрацювання документного контенту та їх застосування в роботі інформаційних установ.....	54
Гасуляк С. Р., Веремчук О. В. Електронні інформаційні ресурси бібліотеки ЗВО в системі обслуговування користувачів.....	57
Заблоцька В. В. Канали комунікації книгозбірні в інформаційному просторі.....	60
Мовчан К. М. Веб-сайти бібліотеки – сучасний комунікаційний канал.....	63
Будяненко Н.-Є. В., Мовчан К. М. Бібліотечні сервіси в освітньому просторі.....	64
Бузаші М., Веремчук О. В. Електронні технології формування бібліотечних фондів.....	66
Приходько Н. І. Відеоконтент як засіб популяризації електронної бібліографічної продукції.....	69
Сеняк Я. М. Бібліотеки закладів вищої освіти в епоху інтернет-комунікацій.....	71
Теличко Т. М. Інформаційно-комунікаційні технології бібліотеки як складова активізації освітнього процесу.....	75
Воробель С. І. Регіональний інформаційний портал «Тернопільщина» в системі електронних комунікацій Тернопільської обласної універсальної наукової бібліотеки.....	78
Гринішак В. Ю. «Бібліотека, яка не знає стін, крім стін світу».....	82

СЕКЦІЯ 4. ОСВІТА І ЕЛЕКТРОННІ КОМУНІКАЦІЇ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Палеха Ю. І. Гуманізація підготовки фахівців галузі соціальних комунікацій.....	86
Нагорний Р. В., Дребот С. Д. Електронні комунікації в організації внутрішньої системи забезпечення якості освіти ВСП «Надвірнянський фаховий коледж НТУ».....	90
Плитус О. С. Електронні комунікації в організації роботи циклової комісії інформаційної діяльності ВСП «Надвірнянський фаховий коледж НТУ»...	93
Скрипник В. С., Ферштей І. Л. Електронні освітні ресурси як основа сучасного освітнього середовища закладу фахової передвищої освіти.....	96
Олійник Г. Я., Остафійчук Т. Д. Освіта і електронні комунікації в сучасному суспільстві.....	98
Бондар В. Д., Шершньова О. В. Асоціативне наповнення понять «бібліотечна справа» та «архівна справа» (на прикладі здобувачів вищої	

освіти за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» Національного університету «Острозька академія») в умовах онлайн-навчання.....	100
Білоус С. І., Новосад М. Г. Особливості викладання філософських і культурологічних дисциплін в умовах дистанційного навчання: з досвіду роботи.....	103
Надольська В. В. Система MOODLE як засіб електронної освітньої комунікації.....	106
Мамчук М. Б., Ферштей І. Л. Програмні засоби навчального призначення та мультимедійні технології.....	108
Якуба М. С. Використання електронних комунікацій у екологічній освіті...	111
Шпитко І. В., Мамчук М. Б. Освіта і електронні комунікації в сучасному суспільстві.....	113

СЕКЦІЯ 5. ЕЛЕКТРОННІ КОМУНІКАЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ АРХІВІВ

Петрович В. В. Створення та функціонування електронних архівів.....	116
Семенюк Т. П. Впровадження електронних архівів у діяльність архівних підрозділів державних установ, організацій та підприємств.....	119
Грушка Б. М., Семенюк Т. П. Організація роботи архівів у цифровому архівному контенті як об'єктивна вимога часу.....	122
Насадюк І. В., Мамчук М. Б. Електронні ресурси архівів України як засіб розвінчування історичних міфів та спекуляцій в межах гібридної війни 2014–2022 рр.....	124
Смірнова Ю. Ю., Семенюк Т. П. Цифровізація та дигіталізація документів Національного архівного фонду України.....	127
Марчук Я. М., Семенюк Т. П. Архівні служби країн світу в мережі інтернет.....	129

СЕКЦІЯ 6. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ВИКЛАДАННЯ ДИСЦИПЛІН СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНОГО ЦИКЛУ

Швецова-Водка Г. М., Хевзюк Т. М. Поняття електронного документа.....	132
Сілкова Г. В., Костенко М. С. Формування аналітичної складової фахових компетентностей фахівця з інформаційної, бібліотечної та архівної справи.....	135
Палагнюк М. М. Сучасні проблеми викладання дисциплін соціогуманітарного циклу в технічних навчальних закладах.....	138
Трофімук-Кирилова Т. М. Використання технології вебквесту під час викладання дисципліни «Ділові комунікації».....	141
Бережняк О. В. Онлайн–тренінг зі «спічрайтингу» як засіб формування інформаційної грамотності користувача.....	145

Головченко М. М. Актуалізація нормативно-правової бази щодо забезпечення захисту інформації у документах під час вивчення дисципліни «Електронні архіви».....	147
Данькевич Ю. В. Місце теоретико-комунікаційних теорій у процесі підготовки студентів спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».....	149
Пристайко Х. І. Електронні освітні ресурси для забезпечення ефективного навчання фахових дисциплін спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». Освітні навчальні платформи.....	151
Алфавітний список учасників конференції.....	155

Список використаних джерел:

1. Залєвська І. Інформаційна безпека України в сучасних умовах: політичний аспект : дис. ... канд. політ. наук. Одеса, 2012. 177 с.
2. Цивілізаційний вибір України: парадигма осмислення і стратегія дії : національна доповідь / [ред. кол.: С. Пирожков, О. Майборода, Ю. Шайгородський та ін.]. Київ : НАН України, 2016. 284 с.
3. Сащук Г. Інформаційна безпека в системі забезпечення національної безпеки. URL : http://journ.univ.kiev.ua/trk/publikacii/satshuk_publ.php/.
4. Ткачук Т. Сучасні загрози інформаційній безпеці держави: теоретико-правовий аналіз. *Підприємництво, господарство і право*. 2017. № 10. С. 182–186.
5. Thor Olavsrud. 4 information security threats that will dominate 2017. CIO (December 29, 2016). URL : <https://www.cio.com/article/3153706/security/4-information-security-threats-that-will-dominate-2017.html>.
6. Лук'янова В., Лаутар А. Інформаційна безпека в умовах розвитку інформаційних систем. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2013. № 2. Т. 3. С. 97–101.
7. Снігуров А., Балашов В., Сердюк А. Аналіз механізмів реалізації мережевих атак прикладного рівня в інтересах проведення криміналістичних розслідувань кіберзлочинів. *Збірник наукових праць Харківського національного університету повітряних сил*. 2017. Вип. 2 (51). С. 64–68.

УДК 004.89: 338.46

Бабенко Ж. В.

Рівненський державний
гуманітарний університет, м. Рівне

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ІНФОРМАЦІЙНИХ УСТАНОВ У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНО- КОМУНІКАЦІЙНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

В умовах постійного розвитку конкурентного середовища інформація перетворюється на товар, що зумовлює необхідність пошуку інноваційних підходів до її виробництва та поширення.

Головним чинником розвитку інноваційних форм інформаційного забезпечення користувачів слугує сучасне інформаційно-комунікаційне середовище. На сьогодні спостерігається стійка тенденція до збільшення виробництва та поширення інформації у веб-середовищі. За таких умов чітко простежується вплив діджиталізації на трансформацію вимог користувачів до функціонування систем інформаційного забезпечення. Зокрема, окреслились зміни у контингенті споживачів інформації, мотивах їхнього звернення до інформаційних установ, спостерігається активний розвиток системи електронних інформаційних ресурсів та дистантних форм реалізації інформаційних послуг. Дані тенденції актуалізують дослідження проблем підвищення рівня конкурентоспроможності інформаційних установ на ринку інформаційних продуктів та послуг.

Метою дослідження є визначення перспективних підходів до інформаційної роботи в умовах конкурентного середовища.

Загальновідомо, що для підвищення конкурентоспроможності будь-якого суб'єкта ринку, необхідно створити унікальну торгівельну пропозицію, тобто товар, що відзначається унікальними характеристиками і являє собою цінність для відповідного клієнта (цільової аудиторії). Основним результатом інформаційної роботи є інформаційні продукти та послуги. Інформація набуває товарних характеристик шляхом перетворення суб'єктами інформаційної діяльності вихідних даних на інформаційну продукцію, представлену в зручному для споживачів форматі, тобто – в процесі формування асортименту інформаційних продуктів та послуг, адекватних потребам реальних та потенційних користувачів інформаційних установ.

В контексті створення конкурентних переваг інформаційні установи, на наш погляд, повинні послуговуватися сучасними маркетинговими інструментами для продукування потенційно релевантного контенту. На сьогодні інструментарій маркетингових досліджень суттєво розширився за рахунок використання засобів веб-аналітики, що базуються на можливостях штучного інтелекту здійснювати обробку й аналіз великих обсягів структурованих та неструктурованих даних, так званих big data. Оперуючи big data, можна зі значним ступенем ймовірності прогнозувати потреби користувачів і забезпечувати їх інформацією, яка адекватна цим потребам.

Опрацьовувати значні обсяги інформації, структурувати, візуалізувати інформацію тощо дозволяють сучасні веб-сервіси. Щоб створювати релевантний контент, інформаційним установам необхідно використовувати функціонал веб-сервісів для одержання якомога повніших даних про користувачів. В першу чергу, необхідно більш активно вивчати поведінку користувачів на сайтах означених установ. З цією метою доцільно використовувати платформи автоматизації маркетингу, які збирають відомості про користувачів та відстежують їхні дії на сайті (які канали привели користувача на сайт, коли і скільки разів він його відвідував, які ресурси переглядалися, як довго знаходився на відповідних сторінках споживач інформації, якими послугами користувався, яким браузером користувався, з якого пристрою відвідувач заходив на сайт тощо). Засобами веб-аналітики можна визначити найпопулярніші сторінки сайту і зробити їх ще більш ефективними, наприклад, шляхом додавання посилань на подібні за тематикою ресурси (це допоможе утримати зацікавлену аудиторію на сайті). В якості доступних інструментів веб-аналітики можна запропонувати Google Analytics та Liveinternet.

В цілому, веб-аналітика дозволяє здійснювати аналіз цільових аудиторій, конкурентів, обсягів інформаційного ринку, цифрового контенту, аудит акаунта та інше. Обробка даних щодо специфіки цільової аудиторії веб-сайту інформаційної установи слугує підґрунтям для створення так званого потенційно релевантного контенту, тобто інформаційних продуктів та послуг, які можуть зацікавити потенційних користувачів цієї установи. Визначивши

потенційно релевантний контент, необхідно просувати його засобами сучасних комунікацій. Оскільки на сьогодні хедлайнером digital-простору стали соціальні мережі з їхньою горизонтальною структурою, що надає можливість охопити велику аудиторію, їх передусім й необхідно використовувати з метою залучення користувачів.

Рекламуючи власні інформаційні продукти та послуги у найбільш поширених соціальних мережах, інформаційна установа повинна використовувати інструменти, які застосовують сучасні маркетологи. Зокрема, створюючи пост у соцмережі, необхідно послуговуватись відомостями про цільову аудиторію, і акцентувати увагу не на докладній характеристиці відповідних інформаційних продуктів та послуг, а на тих проблемах, які можна вирішити з їх допомогою, на унікальності та конкурентних перевагах інформаційної продукції. Користувачі повинні чітко зрозуміти, які переваги вони отримають, скориставшись інформаційними продуктами та послугами саме цієї установи, чому вони мають обрати дану установу.

Проведений в ході дослідження аналіз дописів на сторінках інформаційних установ у соціальних мережах, засвідчив, що переважна більшість з них не повною мірою використовує сучасні методики просування власних інформаційних продуктів та послуг. На наш погляд, застосування сторітелінгу підвищить якість контенту сторінок інформаційних установ у соцмережах. Посты про інформаційні продукти та послуги повинні бути менш офіційними і викликати емоції у користувачів. Ефективність методу сторітелінгу доведена досвідом багатьох успішних світових брендів.

Якщо створення потенційно релевантного контенту було ефективним, то певний відсоток цільової аудиторії (потенційних користувачів) перетворюється на реальних користувачів інформаційної установи. Наступним кроком цієї установи має стати продукування персоналізованого контенту, тобто адаптація інформаційних продуктів та послуг під потреби конкретного споживача інформації на підставі відомостей про нього. Загалом, персоніфікація інформаційних продуктів та послуг та забезпечення користувачам можливостей управління послугами (розвиток послуг типу особистий кабінет користувача) вбачаються важливим аспектом підвищення конкурентоздатності інформаційних установ.

Отже, щоб перетворитися на повноцінних суб'єктів ринку, інформаційним установам необхідно більш активно використовувати сучасний інструментарій digitalмаркетингу, який спрямований на залучення цільової аудиторії, розширення комунікації з користувачами і одержання відомостей про них з метою підвищення рівня інформаційного забезпечення та створення так званого персонального інформаційного середовища.

Таким чином, застосування клієтоцентристського підходу та продукування персоналізованого інформаційного контенту на підставі використання інструментів digitalмаркетингу вбачається перспективним вектором розвитку інформаційної роботи установ різних типів.