



# Електронні комунікації в бібліотечно-інформаційній освіті, науці та практиці

II Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція

*05 травня 2023 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  
II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції  
05 травня 2023 року**

**Надвірна 2023**

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 Педагогічною радою  
ВСП «Надвірнянський фаховий коледж НТУ»,  
протокол від 23 травня 2023 р. №8

Е 50 Електронні комунікації в бібліотечно-інформаційній освіті, науці та практиці : тези доп. II Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., 5 травня 2023 року. – Надвірна : ВСП «Надвірнянський фаховий коледж НТУ», 2023. – 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)

## **ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ**

**Нагорний Ростислав Васильович** – голова організаційного комітету, директор ВСП «Надвірнянський фаховий коледж НТУ»

**Скрипник Василь Степанович** – доктор технічних наук, заступник директора з навчальної роботи ВСП «Надвірнянський фаховий коледж НТУ»

**Плитус Олександра Семенівна** – кандидат історичних наук, голова циклової комісії інформаційної діяльності ВСП «Надвірнянський фаховий коледж НТУ».

**Трачук Людмила Федорівна** – кандидат історичних наук, викладач циклової комісії інформаційної діяльності ВСП «Надвірнянський фаховий коледж НТУ»

### **Модератор:**

**Плитус Олександра Семенівна** – кандидат історичних наук, голова циклової комісії інформаційної діяльності ВСП «Надвірнянський фаховий коледж НТУ»

## ЗМІСТ

### СЕКЦІЯ 1. ІНТЕРНЕТ ЯК СУЧАСНИЙ ПРОВІДНИЙ КАНАЛ КОМУНІКАЦІЇ

Казначеева Л.М., Масюк І.О. Використання діджиталізації у збереженні фольклору: досвід Рівненщини.....	8
Корніюк О.О. Культура електронного документообігу інформаційних установ.....	10
Кучер В.В., Палеха Ю.І. Онлайн навчання сучасності: провайдери.....	12
Левковець Н.П. Особливості технології NFT.....	14
Насадюк І.В., Трачук Л.Ф. Роль мемів в інтернет-комунікації.....	16
Пікалова В.В. Twitter як інструмент боротьби проти інформаційної агресії рф в онлайн-середовищі.....	18
Плитус О.С., Шпитко І.В. Особливості переходу на електронні трудові книжки.....	20
Пшик В.М. Документування трудових відносин в державних установах України.....	24
Стрюк А.О. Інформаційна система, як важливий аспект кадрової служби підприємства.....	26
Христенко О.В., Балясов М.В. CRM-система як засіб ефективного управління підприємством.....	28

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

Борко В.Я., Ломпас О.Р. Методи електронної комунікації в органах влади та державних установах.....	30
Григораш С.М., Бурківська Л.Ю. Інформаційно-аналітична діяльність як супровід роботи органів місцевого самоврядування.....	33
Дякур Ю.В. Соціальні мережі як інструмент електронної комунікації в діяльності органів місцевого самоврядування (на прикладі Надвірнянської територіальної громади).....	38
Іванюха Т.В., Даниленко Ю.С. Електронні канали та інструменти комунікації пресслужби державної установи: регіональний аспект.....	40
Іванюха Т.В., Дерев'янюк О.О. Інформаційно-аналітична діяльність місцевих органів державної виконавчої влади: функціональний аспект.....	43
Кравець Ю.І., Плитус О.С. Переваги та недоліки в роботі офіційних ресурсів державних органів влади України в рейтингових соцмережах.....	45
Крупа Х.М., Ганцюк Т.Д. Особливості комунікації органів виконавчої влади засобами інформаційного наповнення офіційних вебсайтів.....	48
Надольська В.В. Центри надання адміністративних послуг Волинської області як складова розвитку електронного урядування.....	50
Опар Н.В., Ганцюк Т.Д. Інформаційно-комунікаційна взаємодія органів державної влади та суспільства у сучасних умовах.....	53
Петрович В.В. Електронне документування управлінської діяльності в органах державного управління.....	56

Петрович І.В. Роль електронних комунікацій у прийнятті управлінських рішень органами державної влади та місцевого самоврядування.....	59
Сидорук С.Д. Електронна демократія як форма взаємодії держави та громадян.....	62

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

Бабенко Ж.В. Інформаційний контент як результат діяльності інформаційних установ.....	65
Безклуба А.С. Месенджер «Telegram» як ефективний інструмент комунікації з віртуальними користувачами бібліотеки.....	68
Василинина О.М., Манжос А.А. Перспективи впровадження мультимедійних технологій у практику сучасних бібліотек.....	71
Галаган В.В., Бабак А.О., Заворотний С.М. Аналіз можливостей та структури бібліотечної веб-сторінки онлайн-книги Пенсильванського університету.....	73
Галузінський Б.О., Веремчук О.В. Веб-сайти бібліотек: основне призначення та вимоги до них.....	76
Гевчук І.І., Скільська М.І. Вплив соціальних мереж на бібліотечну справу та їх взаємодія.....	79
Гнітько А.О. Організація віртуального простору сучасної бібліотеки.....	81
Данькевич Ю.В. Вебсайт бібліотеки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського як засіб комунікації.....	83
Жирик Л.І., Бабій Л.В. Розвиток професійних компетентностей з цифрової грамотності відвідувачів Івано-франківської обласної універсальної наукової бібліотеки ім. І. Франка (в рамках діяльності регіонального тренінгового центру).....	85
Кучер В.В., Ігнатенко Б.В., Хімич А.О., Заворотний С.М. Веб-сайт «Національна бібліотека України імені В. Вернадського» як комунікаційний канал та джерело інформаційного забезпечення здобувачів освіти.....	87
Кушнерчук М.І. Використання новітніх інформаційних технологій в публічній бібліотеці.....	90
Лисенко В.М. Впровадження сучасних медіа-практик у діяльність бібліотеки закладу фахової передвищої освіти.....	93
Матвійчук О.Є. Представлення відео-контенту освітянських бібліотек на платформі YouTube.....	95
Мінакова Я.О. Особливості організації виставкової діяльності сучасних бібліотечних закладів.....	97
Мовчан К.М. Бібліотека університету в системі електронних комунікацій....	99
Плитус О.С., Скрябіна С.П. Роль електронної бібліотеки в освітньому процесі.....	101
Пономаренко Л.О. Інформаційні ресурси та сервіси ДНПБ України імені В.О. Сухомлинського для забезпечення професійного розвитку бібліотечних фахівців.....	104

Ржеуський А.В., Кунанець Н.Е. Роль відеохостингів в популяризації електронних інформаційних ресурсів бібліотек.....	107
Смірнова Н.Ф. Формування інформаційного соціокультурного простору сучасної бібліотеки.....	109
Тараненко С.Р. Розвиток сучасної бібліотеки у відкритому публічному комунікаційному просторі.....	111
Теличко Т.М., Макаренко О.М. Цифрові технології бібліотеки коледжу – складова сучасного інформаційно-освітнього простору.....	114
Хімейчук В.М. Сучасні електронні ресурси – вагоме покращення ефективності роботи бібліотек територіальних громад Івано-Франківщини...	117

#### **СЕКЦІЯ 4. ОСВІТА І ЕЛЕКТРОННІ КОМУНІКАЦІЇ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ**

Астахова М.С. Освітня соціально-мережева активність та цифрова комунікація.....	120
Головчук О.В. Саморозвиток і самоосвіта з використанням електронних комунікацій.....	122
Скрипник В.С., Ферштей І.Л. Електронні комунікації та системи цифровізації при організації освітнього процесу.....	125

#### **СЕКЦІЯ 5. ЕЛЕКТРОННІ КОМУНІКАЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ АРХІВІВ**

Гасуляк С.Р., Веремчук О.В. Інтернет-комунікації як інструмент ефективної діяльності архіву.....	128
Насадюк І.В., Семенюк Т.П. Електронні послуги та ресурси архівів України.	131
Семенюк Т.П. Електронні виставки архівних документів як один із елементів інформаційних ресурсів архівів (на прикладі державного архіву Івано-Франківської області).....	133

#### **СЕКЦІЯ 6. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ВИКЛАДАННЯ ДИСЦИПЛІН СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНОГО ЦИКЛУ**

Бондар В.Д., Шершньова О.В. Зміст понять «архівна справа» та «бібліотечна справа» (на прикладі асоціативних експериментів зі здобувачами вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» Національного університету «Острозька академія»).....	136
Коломієць Н.А. Освітня програма «Архівістика та управління документацією» київського національного університету імені Тараса Шевченка в родині програм соціокомунікаційного циклу.....	140
Кондратюк М.М. Використання можливостей СНАТGPT у викладанні дисциплін соціокомунікаційного циклу.....	142
Палеха Ю.І. Складники галузевої документації.....	145
Прокопович Л.С. Окремі питання викладання дисципліни соціокомунікаційного циклу.....	148
Сілкова Г.В., Костенко М.С. Soft skills у формуванні аналітичної складової фахівця з інформаційної, бібліотечної та архівної справи.....	151
Алфавітний список учасників конференції.....	155

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

УДК 004.91(0.034)

Бабенко Ж.В.

Рівненський державний гуманітарний  
університет, м. Рівне

#### ІНФОРМАЦІЙНИЙ КОНТЕНТ ЯК РЕЗУЛЬТАТ ДІЯЛЬНОСТІ ІНФОРМАЦІЙНИХ УСТАНОВ

В умовах стрімкого розвитку сучасного інформаційно-комунікаційного середовища набуває значущості проблема його якісного наповнення. На сьогодні окреслилась стійка тенденція до збільшення виробництва та поширення інформації у веб-форматі. Інформаційні установи різних типів роблять вагомий внесок у виробництво інформаційного контенту.

Метою дослідження є обґрунтування можливостей використання терміну «інформаційний контент» у контексті діяльності інформаційних установ на підставі аналізу особливостей сучасного контенту, який ними продукується. Оскільки термін «інформаційний контент» не стандартизований, вважаємо за необхідне визначити його семантичні межі з погляду діяльності інформаційних інституцій та проаналізувати його основні види.

Традиційно поняття «контент» розглядають як зміст, наповнення чогось. Цей термін набув широкого використання, передусім, у веб-середовищі для визначення змістового наповнення веб-представництв будь-яких суб'єктів. На сьогодні у веб-середовищі створюється та поширюється різноманітний за своїм походженням, сутнісними характеристиками та призначенням контент. Чітка науково-обґрунтована класифікація контенту веб-середовища відсутня. Опрацювання масиву відомостей щодо різновидів сучасного контенту, який виробляється та поширюється в інтернет-середовищі, дозволяє ствержувати, що на сучасному етапі вирізняють інформаційний, експертний, користувацький, залучаючий, вірусний, розважальний контент та контент, що продає. На наш погляд, всі перераховані категорії контенту є інформаційними за своєю сутністю, оскільки вміщують інформацію різних видів (текст, графіку, відео-, аудіо-інформацію), різного цільового призначення та різного походження. Наприклад, контент інтернет-магазинів, як правило, вміщує візуальну (фото, відео) та текстову (опис товарів та послуг) інформацію. Тож, для всієї спеціально підготовленої інформації (такої, що зазнала процесів аналітико-синтетичного опрацювання), яка представляє собою контент веб-середовища, на нашу думку, доцільно застосовувати термін «інформаційний контент». Всі інші зазначені групи контенту вбачаються його різновидами, виокремленими за цільовим призначенням та особливостями походження.

Інформаційний контент можна розподілити на окремі види, передусім, за характером представленої інформації. Ця ознака класифікації видається ваговою для розподілу інформаційного контенту на категорії, оскільки вказує на специфіку подання відомостей користувачам для їх найкращого сприйняття та досягнення



поставлених виробниками контенту цілей. У структурі інформаційного контенту за вказаним критерієм класифікації можна виокремити:

- текстовий контент (текстові документи на сайтах, статті у блогах, на сторінках соціальних мереж тощо);
- графічний контент (фото, ілюстрації, інфорграфіка, скріншоти);
- аудіоконтент (подкасти, музика тощо);
- відеоконтент (вебінари, відео-уроки, відео-огляди товарів та послуг та інше).

Будь-яка класифікація передбачає можливість поділу об'єктів на групи за різними критеріями. У процесах продукування інформаційного контенту головним чинником, що визначає методичні особливості його підготовки, є цільова аудиторія та її інформаційні потреби. Розробка так званого портрету цільової аудиторії є наступним етапом після вибору теми інформаційного контенту, що створюється будь-яким суб'єктом інформаційної діяльності. Специфіка цільової аудиторії інформаційного контенту визначає його цільове призначення. За цією ознакою інформаційний контент можна розподілити таким чином:

- навчальний контент (контент, що спрямований на поширення певних знань, меседжів, ідей);
- іміджевий (або репутаційний) контент (контент, що залучає користувачів до використання продуктів та послуг, сприяє формуванню позитивного іміджу, зміцненню ділової репутації);
- комерційний контент (контент, що продає товари та послуги);
- залучаючий контент (інтерактивний контент, який мотивує користувача до певної дії, повертає увагу до чогось);
- розважальний контент (контент, що сприяє задоволенню дозвілевих інформаційних потреб користувачів, формує лояльне відношення користувачів до бренду).

За ознакою походження інформаційного контенту доцільно виокремити:

- експертний контент, який продукується, як правило, спеціалістами відповідного профілю, що мають високий рівень фахової репутації у певній царині;
- користувацький контент (відгуки, коментарі, питання клієнтів).

І експертний, і користувацький контент може перетворитися на такий різновид, як вірусний (або віральний) контент (контент, який набув значної популярності, активно обговорюється і блискавично поширюється, через горизонтальні комунікації користувачів). Характерною ознакою вірусного контенту є бажання аудиторії ділитися ним з іншими користувачами. Віральним може стати будь-який різновид інформаційного контенту: текстовий, відео-, аудіо-контент тощо. Запорукою перетворення інформаційного контенту на вірусний є його унікальність, креативність, апелювання до емоцій, практична цінність.

Ще однією важливою, на нашу думку, характеристикою інформаційного контенту, на підставі якої можна здійснювати його класифікацію, є методи його підготовки. За цією ознакою інформаційний контент поділяється на:

- унікальний (створений методом копірайтингу);
- формально унікальний (створений методом рерайтингу);

- неунікальний (створений методом копіпасти).

Найціннішим і з погляду користувачів, і з погляду пошукової видачі є так званий унікальний контент, засобами якого бренд (установа) вирізняється з-поміж інших. Для його продукування застосовується метод копірайтингу, що забезпечує високий рівень показників унікальності контенту. Як правило, унікальний контент є експертним за своїм походженням, оскільки готується фахівцями у певній сфері шляхом викладу власних знань, досвіду тощо. Інформаційний контент, створений методом рерайтингу, також вважається унікальним. Але такий контент можна назвати унікальним лише умовно, оскільки його виробництво базується на аналітико-синтетичному опрацюванні вже існуючих інформаційних матеріалів з визначеної теми. Найменш цікавим для користувачів та безперспективним для сайту з погляду пошукової видачі (такий контент понижує позиції сайту у пошукових системах) є неунікальний інформаційний контент. Його продукують, використовуючи метод копіювання текстів, фото, схем, ілюстрацій тощо з інших сайтів (доволі часто з порушенням авторських прав).

Можна здійснювати класифікацію інформаційного контенту й за іншими критеріями (наприклад, за ступенем стабільності: динамічний та статичний контент). Однак, у данному повідомленні увага зосереджена на тих ознаках класифікації, які, на нашу думку, найвагоміші в контексті врахування особливостей виробництва цього контенту і його використання споживачами інформації. Інструментарій сучасних інформаційних систем дозволяє здійснювати підготовку контенту, що поєднує у собі характеристики різних видів та форматів контенту з перерахованих вище.

На сьогодні головними виробниками інформаційного контенту є інформаційні установи (ІУ) різних типів. У сфері діяльності ІУ термін «інформаційний контент» не набув широкого застосування. Для позначення результатів інформаційної діяльності ІУ послуговуються такими поняттями, як «інформаційна продукція» (включає й інформаційні продукти, й інформаційні послуги), «інформаційний продукт», «інформаційний документ» та «інформаційна послуга». Оскільки на сучасному етапі найбільш затребуваними серед користувачів стали дистантні форми їхнього інформаційного забезпечення засобами веб-сайтів та соціальних мереж, вважаємо можливим і доцільним використання терміна «інформаційний контент» в якості синоніма понять «інформаційний продукт» та «інформаційний документ». А в контексті конвергенції, тобто стирання меж між інформаційними продуктами та послугами завдяки можливостям сучасних ІТ, інформаційні послуги також являють собою інформаційний контент, матеріальну складову якого забезпечують інформаційні продукти. В якості аргументу на користь синонімії вищеозначених понять можна навести той факт, що інформаційні продукти та послуги ІУ представляють на своїх сайтах, тобто ці продукти формують основний вміст (контент) веб-представництв ІУ в мережі Інтернет. Крім того, така синонімія доречна в контексті подібності методичних особливостей виробництва інформаційних продуктів (інформаційних документів) та інформаційного контенту.

За своїм походженням інформаційний контент має вториннодокументну сутність. Він є результатом аналітико-синтетичного опрацювання масиву

первинної інформації: її виявлення, аналізу, відбору, структурування у відповідності до потреб споживачів інформації та створення нового документа. Не можна вважати інформаційним контентом так звану «сиру» (первинну) інформацію. На інформаційний контент така інформація перетворюється тільки після її аналітико-синтетичного перетворення у відповідності до вимог релевантності та пертинентності. Тобто, інформаційним контентом можна вважати тільки спеціально підготовлену інформацію вторинного характеру. ІУ продукують відповідні види інформаційного контенту так само, як і інші суб'єкти інформаційного ринку, орієнтуючись на запити цільової аудиторії і мету, якої вони прагнуть досягти (сформуванню позитивний імідж, зміцнити свої позиції на ринку, залучити нових клієнтів, підвищити затребуваність власних продуктів та послуг тощо). Якісний інформаційний контент на сьогодні здатен суттєво підвищити конкурентоспроможність будь-якої інституції, в тому числі й ІУ. Він перетворився на сучасний інструмент інформаційної взаємодії ІУ з користувачами у мережі Інтернет.

Підсумовуючи, доцільно зауважити, що уніфікація терміносистеми будь-якої галузі потребує глибоких термінологічних студій. Питання адаптації терміносистеми інформаційної діяльності до розвитку сучасного інформаційно-комунікаційного середовища вимагають подальшої розробки.

УДК 021.4:077

Безклуба А.С.

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»,  
м. Полтава

## **МЕСЕНДЖЕР «TELEGRAM» ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ КОМУНІКАЦІЇ З ВІРТУАЛЬНИМИ КОРИСТУВАЧАМИ БІБЛІОТЕКИ**

**Актуальність теми.** У час цифрових технологій все більше бібліотек звертаються до електронних інструментів для спілкування зі своїми користувачами. Telegram є одними з найбільш популярних інструментів для забезпечення комунікації з користувачами бібліотек. Однак, як і в будь-якому іншому виді комунікації, є як позитивні, так і негативні аспекти використання цих інструментів. Отже, вивчення плюсів та мінусів використання Telegram для спілкування з користувачами бібліотек може допомогти покращити якість комунікації та забезпечити більш ефективну взаємодію з користувачами бібліотек.

**Мета дослідження** – проаналізувати можливості та визначити переваги використання Telegram для забезпечення ефективного та якісного спілкування бібліотекарів з користувачами бібліотеки.

**Основний виклад матеріалу.** Електронні комунікації, такі як електронна пошта, соціальні мережі та месенджери, стали невід'ємною частиною сучасної бібліотечної справи. Вони дозволяють бібліотекарям швидко та ефективно спілкуватися з користувачами та надавати їм необхідну інформацію. Досить поширеними соціальними мережами, які використовують для побудови іміджу