

**А. І. Петрушка**

кандидат наук із соціальних комунікацій  
асистент кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності  
e-mail: [alina.i.petrushka@ipnu.ua](mailto:alina.i.petrushka@ipnu.ua), ORCID: 0000-0002-8769-4599  
Національний університет «Львівська політехніка»  
вул. Степана Бандери, 12, м. Львів, Україна, 79013

## КОМУНІКАЦІЙНА ВЗАЄМОДІЯ УНІВЕРСИТЕТСЬКОЇ БІБЛІОТЕКИ ТА СТУДЕНТІВ

**Мета статті** – встановлення рівень комунікаційної взаємодії між університетською бібліотекою та студентами з використанням соціальних медіа.

Основу **методології дослідження** становлять опитування, аналіз, синтез, статистичний метод, порівняння, групування, узагальнення, описовий та візуалізація. Шляхом онлайн-опитування були отримані дані щодо особливостей використання соціальних медіа університетської бібліотеки студентами Львівської політехніки. За допомогою статистичного методу було здійснено оцінювання та узагальнення даних опитування. Методом порівняння було визначено особливості комунікаційної взаємодії студентів спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» та Науково-технічної бібліотеки Львівської політехніки порівняно з іншими спеціальностями. Метод узагальнення та групування було використано для опрацювання масиву рекомендацій респондентів щодо бажаного контенту сторінок бібліотеки у соціальних медіа. Описовий метод та метод візуалізації дали змогу представити та унаочнити отримані результати дослідження.

**Результати.** Аналіз результатів онлайн-опитування 245 студентів Львівської політехніки 53 спеціальностей дозволив встановити базові механізми комунікаційної взаємодії з університетською бібліотекою за допомогою її соціальних медіа. Порівняння механізмів комунікаційної взаємодії студентів спеціальності ІБАС та інших спеціальностей не виявив суттєвих розбіжностей, проте засвідчив низький рівень залученості студентів до інформаційного простору університетської бібліотеки.

**Новизна** отриманих результатів дослідження полягає у визначенні особливостей комунікаційної взаємодії університетської бібліотеки та студентів спеціальності ІБАС порівняно зі студентами інших спеціальностей.

**Практичне значення.** Отримані результати можуть слугувати для коректування медіа-стратегії академічних бібліотек, налагодження комунікаційної взаємодії бібліотеки та випускових кафедр.

**Ключові слова:** соціальні медіа, університетська бібліотека, цільова аудиторія, студенти, контент.

### І. Вступ

В умовах трансформації функціонального призначення університетської бібліотеки виборюють статус інформаційно-комунікаційних центрів шляхом упровадження затребуваних інноваційних послуг та формування нових комунікаційних каналів для максимального охоплення цільової аудиторії. Залучення студентської молоді лежить у руслі стратегічних завдань сучасної університетських бібліотек. Успішна реалізація цього завдання визначається здатністю організувати комунікаційну взаємодію через віртуальне інформаційне середовище бібліотеки, сформоване на платформах соціальних медіа та іншими онлайн-ресурсами.

Результати опитування 3003 ізраїльських та австралійських студентів щодо використання цифрових ресурсів для навчання виявили домінування «офіційних» цифрових ресурсів. До таких ресурсів належать спеціалізовані системи управління навчанням та онлайн-бібліотечні ресурси. Водночас значна кількість респондентів вказали на активне використання «неофіційних» цифрових ресурсів, до яких належать академічні пошукові системи, тематичні відео та аудіозаписи на платформах YouTube та Wikipedia, а також комунікація через соціальні мережі. Дослідники резюмують про необхідність залучення цих ресурсів для покращення викладання та навчанням [1].

Вимушений перехід до дистанційної форми роботи та навчання в умовах пандемії COVID-19 активізував необхідність використання різноманітних онлайн-платформ. Це підтверджують результати опитування 187 нігерійських студентів кафедри бібліотечної та інформаційної науки

Державного університету Дельта. Зокрема, респонденти засвідчують широке використання платформ WhatsApp і Telegram, які забезпечують легкість організації комунікації та спільної діяльності, оперативність зворотного зв'язку. Дослідники вказують на значний потенціал WhatsApp і Telegram у налагодженні позитивної комунікації між учасниками навчального процесу та забезпечення інтерактивності навчання [2].

Опитування нігерійських фахівців у сфері бібліотечної та інформаційної діяльності також вказали на платформу WhatsApp як найпопулярнішу соціальну мережу. Також респонденти активно послуговуються інструментарієм служби електронної пошти (74%), Google docs (59%), Google Drive (47%), Facebook (46%), Telegram (45%) і додаток Zoom (42%), які слугують не лише комунікаційними каналами та середовищем реалізації спільних проєктів, незалежно від географії учасників комунікаційної взаємодії. Водночас респонденти вказують на низький та нерівномірний рівень базових знань та навичок у сфері інформаційно-комп'ютерних технологій серед фахівців у сфері бібліотечної та інформаційної справи, що слугує компетентнісним бар'єром [3]. Отримані результати корелюють із результатами опитування пакистанських бібліотекарів щодо інструментів Веб 2.0, які вважаються придатними та використовуються для маркетингу та просування послуг і ресурсів університетських бібліотек. Серед платформ, які мають значний потенціал щодо промоції університетських бібліотек, респонденти виділяють Facebook, Twitter, Wikis, RSS, LinkedIn, Blogging, YouTube і служби електронної пошти [4].

Якість реалізації потенціалу соціальних медіа для налагодженні комунікації університетських бібліотек та цільової аудиторії безпосередньо визначається цифровими компетентностями бібліотечних фахівців. Зокрема, до переліку основних технологічних компетентностей бібліотекаря як інформаційного фахівця дослідники відносять базові навички щодо використання комп'ютерної техніки, програмування та публікування оригінального контенту в інтернеті, комп'ютерні мережі, хмарні обчислення, системи керування базами даних та інформаційні системи [5]. Водночас науковці вказують на важливість особистих якостей бібліотекарів у контексті формування соціального капіталу як інструменту інтеграції та залучення цільової аудиторії. Зокрема, дослідники виділяють комунікабельність, готовність допомогти та авторитетність, як особисті якості бібліотекаря, що сприяють полегшенню налагодження контакту з користувачами [6]. Індивідуальні навички є одними з найважливіших факторів успіху академічних бібліотек, і їх можна визначити як важливий елемент компетентності академічних бібліотекарів. На думку дослідників, серед індивідуальних навичок бібліотекарів найбільший вплив на користування соціальними мережами мали вміння налагоджувати спілкування через соціальні мережі, знайомство із соціальною мережею та когнітивні вміння задовольняти інформаційні потреби користувачів [7].

Надзвичайно цікаві результати дослідники отримали щодо зворотного ефекту в контексті кореляції рівня цифрових компетентностей користувачів бібліотеки та рівня бібліотечного обслуговування. Результати такого дослідження свідчать про те, що цифрова компетентність користувачів може зростати з підвищенням якості та кількості бібліотечних послуг [8]. Таким чином, актуалізується проблема якості підготовки майбутніх фахівців у сфері бібліотечної та інформаційної діяльності відповідно до вимог до технічних та особистих компетентностей.

Незважаючи на повсюдне використання університетськими бібліотеками соціальних платформ для організації комунікації із цільовою аудиторією, порівняльні аналізи механізмів використання соціальних медіа у країнах із різними ринковими інститутами засвідчують суттєві відмінності між ними [1; 9]. Так, неочікуваними виявилися результати дослідження особливостей використання соціальних медіа в процесі навчання студентами спеціальності «Бібліотечна та інформаційна наука» (Library and Information Science, LIS) Пекінського університету. У результаті опитування 319 респондентів дослідники встановили, що майбутні фахівці у сфері бібліотечної та інформаційної діяльності демонструють нижчий рівень використання інформаційних ресурсів та сервісів університетської бібліотеки порівняно зі студентами інших спеціальностей [10]. Це актуалізує необхідність дослідження комунікаційних механізмів у сфері бібліотечної та інформаційної діяльності на національному рівні в контексті врахування потенціалу та інформаційних потреб безпосередніх учасників комунікаційної взаємодії.

## **II. Постановка завдання та методи дослідження**

Мета статті – встановлення рівень комунікаційної взаємодії між університетською бібліотекою й студентами з використанням соціальних медіа.

Оснву методології дослідження становлять опитування, аналіз, синтез, статистичний метод, порівняння, групування, узагальнення, описовий та візуалізація. Шляхом онлайн-опитування були отримані дані щодо особливостей використання соціальних медіа університетської бібліотеки студентами Львівської політехніки. За допомогою статистичного методу було здійснено оцінювання та узагальнення даних опитування. Методом порівняння було визначено особливості комунікаційної взаємодії студентів спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» та Науково-технічної бібліотеки Львівської політехніки порівняно з іншими спеціальностями. Метод узагальнення та групування було використано для опрацювання масиву рекомендацій рес-

пондентів щодо бажаного контенту сторінок бібліотеки у соціальних медіа. Описовий метод та метод візуалізації дали змогу представити та унаочнити отримані результати дослідження.

### III. Результати

Опитування студентської молоді щодо особливостей використання інформаційних ресурсів університетських бібліотек було проведено протягом грудня 2021 р. Загалом в опитуванні взяли участь 245 здобувачів вищої освіти Національного університету «Львівська політехніка», що представляють 53 спеціальності (рис. 1).



Рис. 1. Розподіл респондентів за спеціальностями

Студенти спеціальностей «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», «Комп'ютерні науки», «Право», «Міжнародні економічні відносини», «Кібербезпека», «Фармація, промислова фармація» та «Інженерія програмного забезпечення», які представлені понад 10 респондентами, становлять 49%. Інші спеціальності, які представлені менше ніж 10 респондентами, становлять 51% респондентів.

Серед респондентів за освітньо-кваліфікаційним рівнем бакалаври становлять 88%, а магістри – 12%.

**Загальні засади використання соціальних медіа.** Більшість опитаних студентів (93%) вказали, що вони є активними користувачами соціальних медіа (рис. 2).

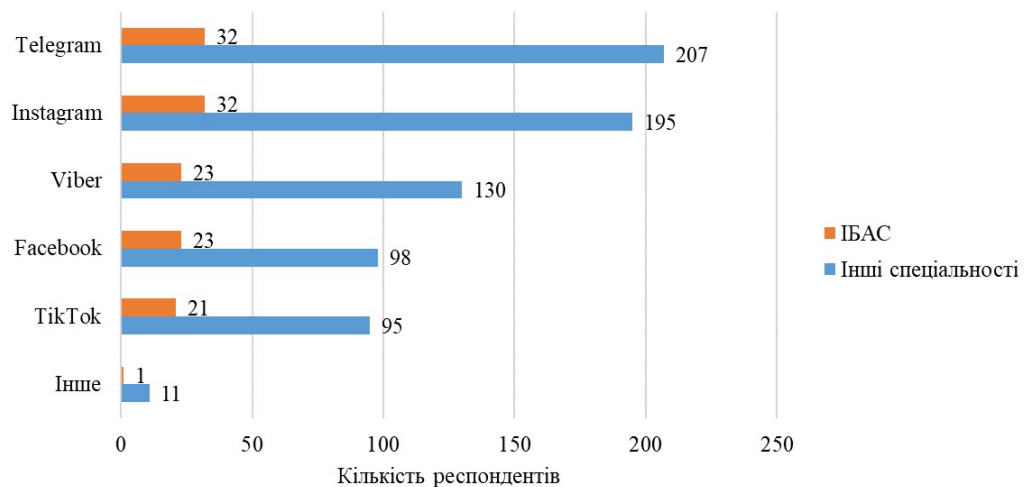


Рис. 2. Найменування платформ соціальних медіа, які використовують студенти

Результати щодо використання соціальних медіа студентами Львівської політехніки є дещо неочікуваними. На відміну від результатів опитування 80 студентів закладів вищої освіти Львова, Вінниці, Тернополя та Києва, отриманих у квітні 2021 р. [11], домінуючими соціальними медіа, які використовують студенти Львівської політехніки, є Telegram та Instagram. Facebook посідає лише четверту позицію. Неочікувано високі показники використання демонструють Viber та TikTok. Серед інших використовуваних соціальних медіа студенти відзначили YouTube, Pinterest, WhatsApp, Twitter, Slack, RocketChat. Порівнюючи соціальні платформи, які використовують студенти спеціальності ІБАС та студенти інших спеціальностей, не спостерігаємо суттєвих відмінностей як за найменуваннями соціальних медіа, так і за їхнім відсотковим розподілом.

Метою використання респондентами вказаних соціальних медіа є пошук цікавої інформації, пошук груп за інтересами, реалізація приватної комунікації, пошук розважального контенту та робота.

Порівнюючи мету використання соціальних медіа студентами спеціальності ІБАС та студентами інших спеціальностей, спостерігаємо незначні відмінності: респонденти спеціальності ІБАС найбільше використовують соціальні медіа з метою пошуку цікавої інформації (97%) та не звертаються до них для пошуку розважального контенту чи роботи; водночас респонденти інших спеціальностей найчастіше використовують соціальні медіа як інструмент для реалізації приватної комунікації (91%) (рис. 3).

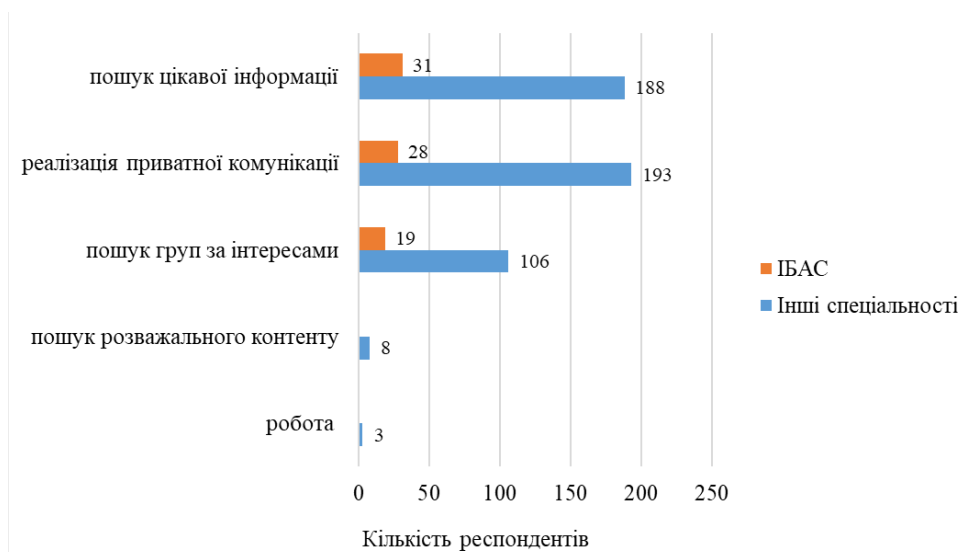


Рис. 3. Мета використання соціальних медіа

**Особливості використання Facebook та Instagram.** За частотою використання студентами Львівської політехніки Facebook суттєво поступається Instagram (рис. 4).

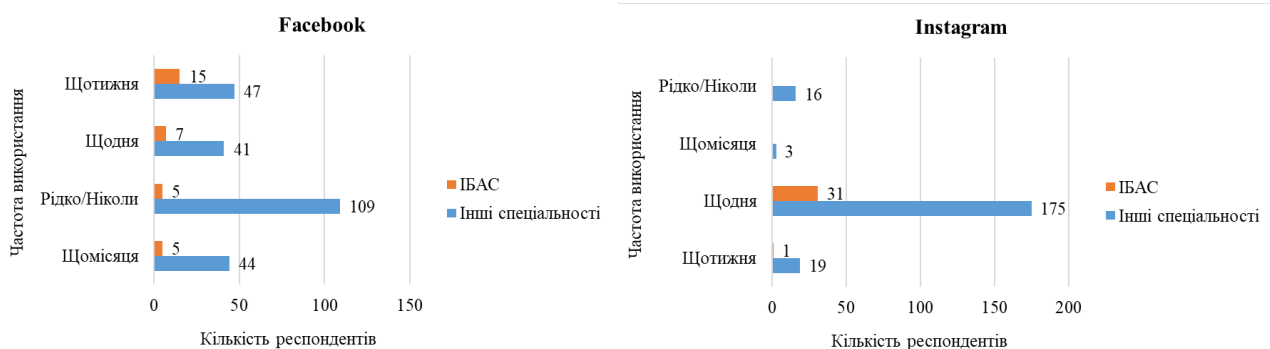


Рис. 4. Частота використання Instagram та Facebook

Зокрема, щодня Facebook використовує 22% студентів спеціальності ІБАС та 19% студентів інших спеціальностей. Водночас Instagram щодня використовує 97% студентів спеціальності ІБАС та 82% студентів інших спеціальностей.

Стилістичні відмінності Facebook та Instagram визначають типи контенту, яким надають перевагу студенти в межах цих платформ (рис. 5).

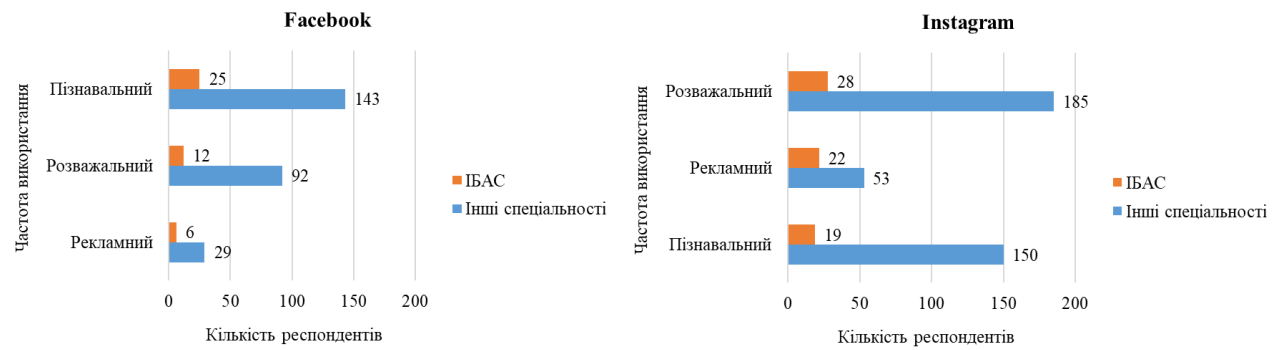


Рис. 5. Типи контенту у Instagram та Facebook

У межах Facebook респонденти всіх спеціальностей віддають перевагу пізнавальному контенту. Водночас для більшості респондентів усіх спеціальностей Instagram слугує пріоритетним джерелом розважального контенту.

**Використання інформаційних ресурсів університетської бібліотеки.** Результати опитування студентів Львівської політехніки засвідчили доволі посередні рівні використання соціальних медіа університетської бібліотеки на фоні загального рівня використання соціальних платформ. Користувачами соціальних медіа Науково-технічної бібліотеки Львівської політехніки є 56% респондентів спеціальності ІБАС та 47% респондентів інших спеціальностей (рис. 6).

Основою використання бібліотечних сторінок у Facebook та Instagram є пошук пізнавальної та наукової інформації, інформації про заходи та довідкової інформації.

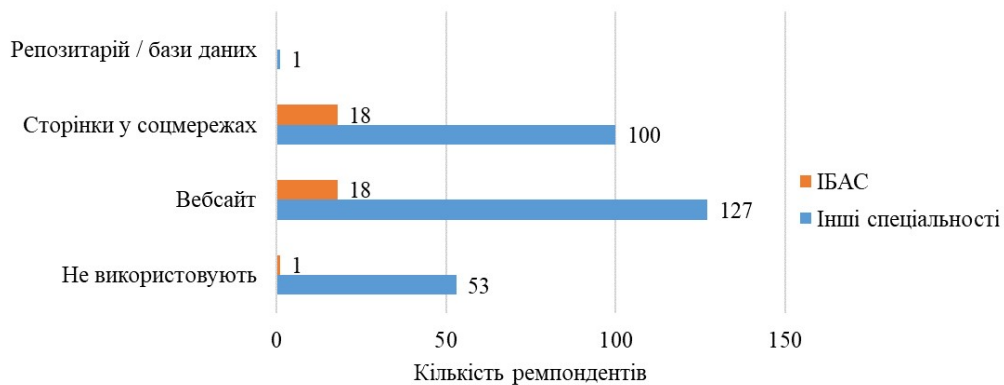


Рис. 6. Найменування платформ соціальних медіа бібліотеки, які використовують студенти

Проте головною метою використання студентами спеціальності ІБАС бібліотечних соціальних платформ є пошук пізнавального контенту, а студентів інших спеціальностей – пошук довідкової інформації (рис. 7).

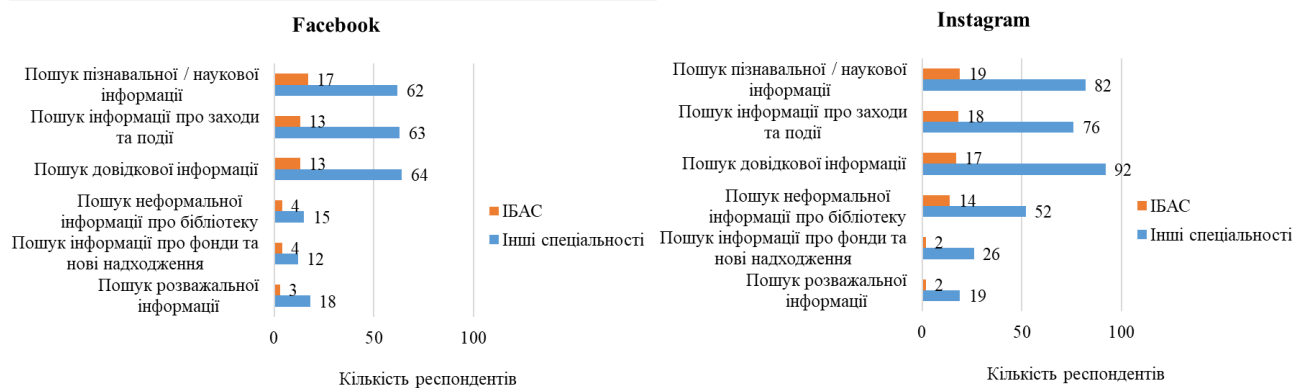


Рис. 7. Мета використання бібліотечних сторінок у Facebook та Instagram

Порівняння рівня задоволення інформаційних потреб користувачів університетської бібліотеки у Facebook та Instagram свідчать, що кращі показники має платформа Instagram. Facebook цілком задовольняє інформаційні потреби 50% студентів спеціальності ІБАС та 36% студентів інших спеціальностей. Водночас Instagram задовольняє інформаційні потреби 53% студентів усіх спеціальностей (рис. 8).

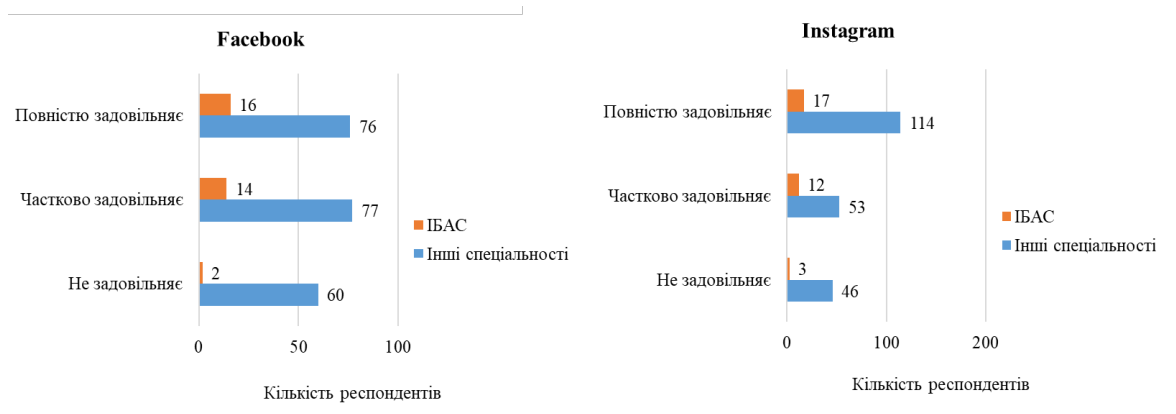


Рис. 8. Задоволення інформаційних потреб через бібліотечні сторінки у Facebook та Instagram

Перехід на дистанційну форму навчання в результаті поширення пандемії COVID-19 жодним чином не вплинув на комунікаційну взаємодію університетської бібліотеки та більшості респондентів (рис. 9).

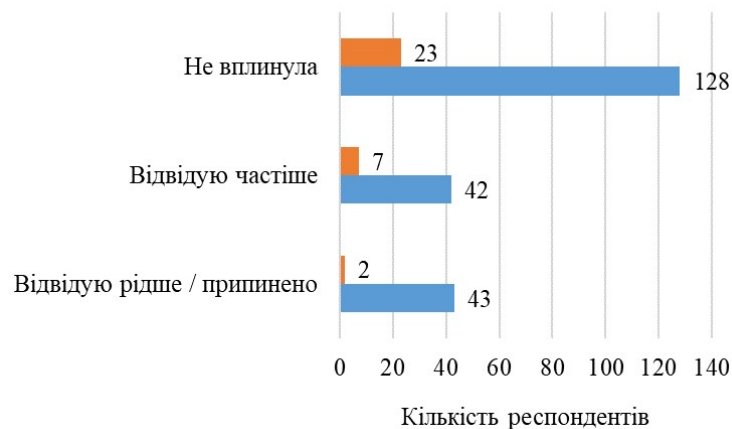


Рис. 9. Вплив пандемії COVID-19 на використання сторінок бібліотек у соціальних медіа

Значний інтерес для дослідження становлять рекомендації щодо диверсифікації тематики контенту бібліотечних соціальних медіа. Шляхом детального аналізу та узагальнення формулювань було створено пакет рекомендацій, що регламентує бажану тематику за п'ятьма рубриками: «Книги і читання», «Освіта і саморозвиток», «Події та заходи», «Бібліотека та її діяльність» та «Дозвілля» (табл. 1).

Таблиця 1

Рекомендації респондентів щодо контенту бібліотечних сторінок у соціальних медіа		
Тематична рубрика	ІБАС	Інші спеціальності
Книги і читання	Нові надходження у бібліотеку. Новини у сфері літератури та науки. Підбірки цікавих книги для читання. Підбірки книг за жанрами. Література для певних спеціальностей	Література для певних спеціальностей. Новинки літератури. Про цікаві книги. Цікаві книги для молоді. Про нові надходження до бібліотеки. ТОП-5 книг, які знадобляться в житті. Нова література XXI століття. Перелік книг для підготовки до екзамену, вступу до магістратури за професійним спрямуванням. Рекомендації літератури за спеціальностями. Скани дефіцитних та популярних книжок. Книги на замовлення – безконтактний похід до бібліотеки. Нові бестселери

Продовження табл. 1

Тематична рубрика	ІБАС	Інші спеціальності
Освіта та саморозвиток	Інформація про навчання та сесію. Цікавинки для сучасної молоді. Рубрика «цікаві факти». Пізнавальна тематика. Інформативні пости у форматі відео	Можливості для студентів. Все, що буде корисно стосовно навчання. Пізнавальна, інформативна, більше тексту – менше графіки. Науково-популярна інформація. Корисні е-ресурси для навчання. Актуальні матеріали, які можна було б використати в написанні наукових робіт. Корисна інформація у розважальному стилі. Студентські досягнення. Академічна добросовісність. Пояснення про використання Віртуального навчального середовища
Події та заходи	Актуальні події та заходи	Інформація про тренінги, навчання. Інформація про цікаві заходи
Бібліотека та її діяльність	Цікаві факти про бібліотеку	Чому ми взагалі не знаємо про університетську бібліотеку, а користуємось лише ВНС? Про фонди бібліотеки, послуги, які вона може надати, історія самої бібліотеки. Кейси про те, як студенти використовують університетську бібліотеку / які переваги університетської бібліотеки / практичне застосування знань взятих з університетської бібліотеки
Дозвілля	Розважальна тематика	Спорт. Більше розважальної інформації

Як бачимо, студенти усіх спеціальностей значну увагу приділяють книжковій тематиці, освіті та саморозвитку.

#### IV. Висновки

Налагодження якісної комунікаційної взаємодії університетської бібліотеки та студентської аудиторії визначається врахуванням загальних принципів та інструментів задоволення її інформаційних потреб. Опитування студентів щодо особливостей використання інформаційних ресурсів університетських бібліотек дало змогу встановити чітку кореляцію між механізмом використання соціальних медіа та комунікаційної взаємодії із соціальними медіа університетської бібліотеки. Порівняльний аналіз результатів опитування студентів спеціальності ІБАС та студентів інших спеціальностей засвідчив відсутність суттєвих відмінностей в інформаційних потребах та механізмах їхнього задоволення за допомогою бібліотечних ресурсів. Висловлені студентами рекомендації щодо наповнення сторінок університетської бібліотеки в соціальних медіа вказують на значну запотребованість якісного та доступного контенту щодо книг та читання, а також освіти й саморозвитку. Отримані результати можуть слугувати для корегування медіастратегії академічних бібліотек, налагодження комунікаційної взаємодії бібліотеки та випускових кафедр.

#### Список використаної літератури

1. Cohen A., Soffer T., Henderson M. Students' use of technology and their perceptions of its usefulness in higher education: International comparison. *Computer Assisted Learning*. 2022. Vol. 38. № 5. P. 1321–1331.
2. Aduba D. E., Mayowa-Adebara O. Online Platforms Used for Teaching and Learning during the COVID-19 Era: The Case of LIS Students in Delta State University, Abraka. *International Information & Library Review*. 2022. Vol. 54. № 1. P. 17–31.
3. Adeoye A. Social media as a collaborative tool for research among library and information science (LIS) professionals in Nigeria. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*. 2021. URL: <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/5137> (date of request: 15.07.2022).
4. Rahoo L. A. Use of Web 2.0 Tools for Marketing and Promotion of Library Services in Higher Education Institutes of Sindh. *Engineering Technologies and Applied Sciences (ICETAS) : proceedings of the 5th International Conference, 22–23 November 2018*. 2018. P. 1–5.
5. Naveed M. A., Siddique N., Mahmood K. Development and validation of core technology competencies for systems librarian. *Digital Library Perspectives*. 2021. Vol. 38. № 2. P. 189–204.
6. Wojciechowska M. Number of Acquaintances vs Individual Social Capital of Librarians. *Public Library Quarterly*. 2021. P. 1–22.
7. Hassanzadeh M., Saberi S., Doroudi F. The Impact of Librarians' Individual Abilities on Using Social Networks in Iranian Libraries. *International Journal of Information Science and Management (IJISM)*. 2020. Vol. 18. № 1. P. 65–72. URL: <https://ijism.ricest.ac.ir/index.php/ijism/article/view/1629> (date of request: 15.07.2022).
8. Noh Y., Hong H.-J. A study on the relationship between library service and digital competence. *Journal of Librarianship and Information Science*. 2022. Vol. 54. № 2. P. 264–283.
9. Jabeen M. Contextual variables explaining the influence of social networking sites for information communication among library users: Cross-cultural study between China and Pakistan using

Structure Equation Modeling. *Journal of Librarianship and Information Science*. 2020. Vol. 52. № 2. P. 562–576.

10. Lau K. S. N., Lo P., Chiu D. K. W., Ho K. K. W., Jiang T., Zhou Q., Percy P., & Allard B. Library and learning experiences turned mobile: A comparative study between LIS and non-LIS students. *The Journal of Academic Librarianship*. 2020. Vol. 46. № 2.
11. Петрушка А., Кожушана І. Особливості задоволення інформаційних потреб молоді за допомогою соціальних мереж. *Інформація, комунікація, суспільство (ІКС-2021)* : матер. 10-ї Між-нар. конфер., 20–22 травня 2021 р. Львів : вид-во Львівської політехніки, 2021. Р. 137–138.

#### References

1. Cohen, A., Soffer, T., & Henderson, M. (2022). Students' use of technology and their perceptions of its usefulness in higher education: International comparison. *Computer Assisted Learning*, 38, 5, 1321–1331. doi: 10.1111/jcal.12678 [in English].
2. Aduba, D. E., & Mayowa-Adebara, O. (2022). Online Platforms Used for Teaching and Learning during the COVID-19 Era: The Case of LIS Students in Delta State University, Abraka. *International Information & Library Review*, 54, 1, 17–31. doi: 10.1080/10572317.2020.1869903 [in English].
3. Adeoye, A., Onuoha, C., Obiano, D., & Motunrayo, O. (2021). Social media as a collaborative tool for research among library and information science (LIS) professionals in Nigeria. *Library Philosophy and Practice (e-Journal)*. Retrieved from <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/5137> [in English].
4. Rahoo, L. A., Baladi, Z. H., Arshad, S., Nagar, M. A. K., & Rustamani, S. (2018). Use of Web 2.0 Tools for Marketing and Promotion of Library Services in Higher Education Institutes of Sindh. *2018 IEEE 5th International Conference on Engineering Technologies and Applied Sciences (ICETAS)*. doi: 10.1109/ICETAS.2018.8629175 [in English].
5. Naveed, M. A., Siddique, N., & Mahmood, K. (2021). Development and validation of core technology competencies for systems librarian. *Digital Library Perspectives*, 38, 2, 189–204. doi: 10.1108/DLP-03-2021-0022 [in English].
6. Wojciechowska, M. (2021). Number of Acquaintances vs Individual Social Capital of Librarians. *Public Library Quarterly*, 1–22. doi: 10.1080/01616846.2021.1938898 [in English].
7. Hassanzadeh, M., Saberi, S., & Doroudi, F. (2020). The Impact of Librarians' Individual Abilities on Using Social Networks in Iranian Libraries. *International Journal of Information Science and Management (IJISM)*, 18, 1, 65–72. Retrieved from <https://ijism.ricest.ac.ir/index.php/ijism/article/view/1629> [in English].
8. Noh, Y., & Hong, H.-J. (2022). A study on the relationship between library service and digital competence. *Journal of Librarianship and Information Science*, 54, 2, 264–283. doi: <https://doi.org/10.1177/09610006211008962> [in English].
9. Jabeen, M., Qinjian, Y., Imran, M., Jabeen, M., & Rafiq, M. (2020). Contextual variables explaining the influence of social networking sites for information communication among library users: Cross-cultural study between China and Pakistan using Structure Equation Modeling. *Journal of Librarianship and Information Science*, 52 (2), 562–576. doi: 10.1177/0961000619836721 [in English].
10. Lau, K. S. N., Lo, P., Chiu, D. K. W., Ho, K. K. W., Jiang, T., Zhou, Q., Percy, P., & Allard, B. (2020). Library and learning experiences turned mobile: A comparative study between LIS and non-LIS students. *The Journal of Academic Librarianship*, 46 (2). doi: 10.1016/j.acalib.2019.102103 [in English].
11. Petrushka, A. I., & Kozhushana I. I. (2021). Osoblyvosti zadovolennia informatsiinykh potreb molodi za dopomohoiu sotsialnykh merezh [Osoblyvosti zadovolennia informatsiinykh potreb molodi za dopomohoiu sotsialnykh merezh], *Informatsiia. Komunikatsiia. Suspilstvo*, materialy 10 Mizhnarodnoi konferentsii [Information, communication, society (ICS-2021), Proceedings of the 10<sup>th</sup> International Conference]. Lviv [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 29.07.2022.

Received 29.07.2022.

#### Petrushka A. Communication Interaction between the University Library and Students

*The article aims to establish the level of communication interaction between the university library and students using social media.*

*The research methodology includes the survey, analysis, synthesis, statistical, comparison, grouping, generalization, descriptive, and visualization methods. The purpose of an online survey was to obtain data on the peculiarities of using social media in the university library by students of Lviv Polytechnic. The statistical method was used to evaluate and generalize the survey data. Compared with other specialties, the comparison method was used to determine the peculiarities of the communication interaction of students of the specialty "Information, library and archival affairs" and the Scientific Library of the Lviv Polytechnic. The method of generalization and grouping was used to develop an*



array of respondents' recommendations regarding the desired content of library pages on social media. The descriptive and visualization methods were used to present and visualize the obtained research results.

**Results.** The analysis of an online survey of 245 students of the Lviv Polytechnic of 53 specialties made it possible to establish the basic mechanisms of communication interaction with the university library using its social media. A comparison of the mechanisms of communication interaction of students majoring in IBAS and other majors did not reveal any significant differences but showed a low level of involvement of students in the information space of the university library.

**The novelty** of the obtained research results lies in determining the features of the communication interaction between the university library and students of the IBAS specialty compared to students of other specialties.

**Practical meaning.** The obtained results can be used to adjust the media strategy of academic libraries and to establish communication interaction between the library and graduate departments.

**Key words:** social media, university library, target audience, students, content

#### **Petruszka A. Interakcja komunikacyjna pomiędzy biblioteką uniwersytecką a studentami**

**Celem badania** jest ustalenie poziomu interakcji komunikacyjnej pomiędzy biblioteką uniwersytecką a studentami za pomocą mediów społecznościowych.

**Podstawą metodologii** badań jest metoda ankietowa, analiza, synteza, metoda statystyczna, metoda porównawcza, metoda grupowania, metoda uogólnienia, metoda opisowa oraz metoda wizualizacji. Drogą online-ankietowania zostały uzyskane dane na temat specyfiki korzystania z mediów społecznościowych biblioteki uniwersyteckiej przez studentów Politechniki Lwowskiej. Do oceny i uogólnienia danych ankietowych wykorzystano metodę statystyczną. Metodą porównania ustalono specyfikę interakcji komunikacyjnych studentów kierunku „Sprawy informacyjne, biblioteczne i archiwalne” oraz Biblioteki Naukowo-Technicznej Politechniki Lwowskiej na tle innych kierunków. Metoda uogólnienia i grupowania została wykorzystana do opracowania szeregu rekomendacji respondentów dotyczących pożądanej zawartości stron bibliotecznych w mediach społecznościowych. Do prezentacji i wizualizacji uzyskanych wyników badań wykorzystano metodę opisową oraz metodę wizualizacji.

**Wyniki.** Analiza wyników online-ankietowania 245 studentów Politechniki Lwowskiej 53 specjalności pozwoliła na ustalenie podstawowych mechanizmów interakcji komunikacyjnej z biblioteką uniwersytecką za pomocą jej mediów społecznościowych. Porównanie mechanizmów interakcji komunikacyjnej studentów kierunków IBAS i innych kierunków nie wykazało istotnych różnic, ale wykazało niski poziom zaangażowania studentów w przestrzeń informacyjną biblioteki uniwersyteckiej.

**Nowość** uzyskanych wyników badań polega na określeniu cech interakcji komunikacyjnej między biblioteką uniwersytecką a studentami specjalności IBAS na tle studentów innych specjalności.

**Znaczenie praktyczne.** Uzyskane wyniki mogą być wykorzystane do dostosowania strategii medialnej bibliotek akademickich, do nawiązania komunikacji między biblioteką a wydziałami absolwentów.

**Słowa kluczowe:** media społecznościowe, biblioteka uniwersytecka, grupa docelowa, studenci, kontent.