

Український інститут книги як один з
інструментів для промоції читання у
молодіжних бібліотеках

(ВІДДІЛ КОМПЛЕКТУВАННЯ І КАТАЛОГІЗАЦІЇ БІБЛІОТЕЧНИХ ФОНДІВ
РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ БІБЛІОТЕКИ ДЛЯ МОЛОДІ)

Створено в 2016.

Очільник Олександра Коваль

**УКРАЇНСЬКИЙ
ІНСТИТУТ
//ШКНИГИ**

Діяльність у воєнний час

УКРАЇНСЬКИЙ
ІНСТИТУТ
//ШКНИГИ

ЛІТОПИС ВІЙНИ ВІД УКРАЇНСЬКИХ ЛІТЕРАТОРІВ

Відділи УІК

УКРАЇНСЬКИЙ ІНСТИТУТ КНИГИ

ВІДДІЛ ПІДТРИМКИ БІБЛОТЕК ТА КНИГОВИДАННЯ

капітальні бібліотечні наслідки

- понад два мільйони книг та зуму 287,0 мільйона гривень у бібліотеках
- гранти на придбання сучасної української літератури

ВІДДІЛ МІЖНАРОДНОЇ СПІВПРАЦІ

грантова підтримка проєктів, участь у заходівних акціях

- 33 гранти на період української зими та весни
- Волинський, Болонський та Візантійський європейки
- каталоги іспанської української літератури для закордонних агентств

ВІДДІЛ ПРОМОЦІЇ ЧИТАННЯ

інформаційні наслідки, комунікаційні результати

- 1000 акцій на читання в Україні та за кордоном
- акції "Позачасковий" і "Відрив від буденності української літератури"
- акція "Позачасковий" в Україні – платформа для читачів і читачки української літератури

ВІДДІЛ СТРАТЕГІЧНОЇ РОБОТИ ТА АНАЛІТИКИ

аналітичні та стратегічні

- дослідження читачів в контексті інфраструктури та інформаційних
- аналіз ефективності культурних заходів, в тому числі на національному рівні
- стратегічний аналіз діяльності бібліотек в Україні
- Стратегія розвитку бібліотек на 2021-2025 роки (наказом Міністерства)

ВІДДІЛ ЗВ'ЯЗКІВ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ

активності інституту

- Фейсбук-сторінка
- комунікації інституту
- партнерства

ВІДДІЛ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

цифрові проєкти

- бібліотека електронних книг
- інтерактивний електронний каталог для читачів, бібліотек та інформаційно-освітнього

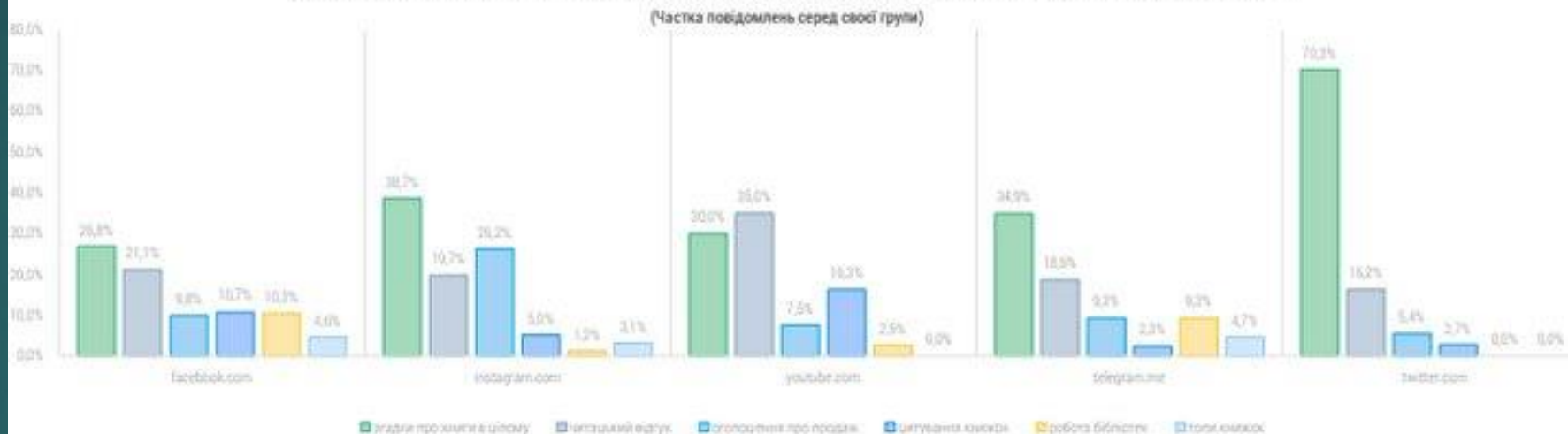
Читання в контексті медіаспоживання: вплив карантину на читацьку поведінку українців

РОЗПОДІЛ ТИПУ ЗГАДУВАНЬ ЗАЛЕЖНО ВІД СОЦМЕРЕЖІ

УКРАЇНСЬКИЙ
ІНСТИТУТ
ЛІВКНИГИ



FACEBOOK ЛИШАЄТЬСЯ ОСНОВНОЮ МЕРЕЖЕЮ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ КНИЖОК, САМЕ В НЬОМУ ПРЕДСТАВЛЕНО ВСІ МОЖЛИВІ ТИПИ КОНТЕНТУ, НА ВІДМІНУ ВІД БІЛЬШ НІШЕВИХ КОНКУРЕНТІВ



Розподіл контенту за темами в цілому подібний в усіх мережах. Facebook посідає перше місце за загальною кількістю дописів, він та Instagram поширюють всі типи дописів, хоч і в дещо відмінній пропорції. Telegram також типовий за тематичним розподілом постів, слабко відрізняючись від двох названих конкурентів.

Instagram передбачувано став мережею, яка найбільше продає: оголошення там посіли друге місце за поширеністю. Велика частка постів належить магазинам

дитячої літератури, помітна – психологам.

Найменш типову картину має Youtube: в цій соцмережі кількість читацьких відгуків переважає загальні згадування за рахунок суто читацьких акаунтів. Основний акцент – на книгах про «особистісне зростання», але наявні й ролики про художню літературу, які більше розповідають про саму книгу, ніж про необхідність її прочитати (книги ж про світосприйняття часто супроводжуються обіцянками).

Twitter – найменш активний і найменш фокусований на конкретних книжках, майже всі дописи стосуються читання в цілому.

Бібліотеки ведуть свою роботу переважно в Facebook, часто дописи поширюються спеціально створеними сторінками закладів або в дописах їх працівників, а ось жанр «цитати з книги» поширений в усіх мережах приблизно однаково, такі пости часто супроводжуються ілюстраціями.

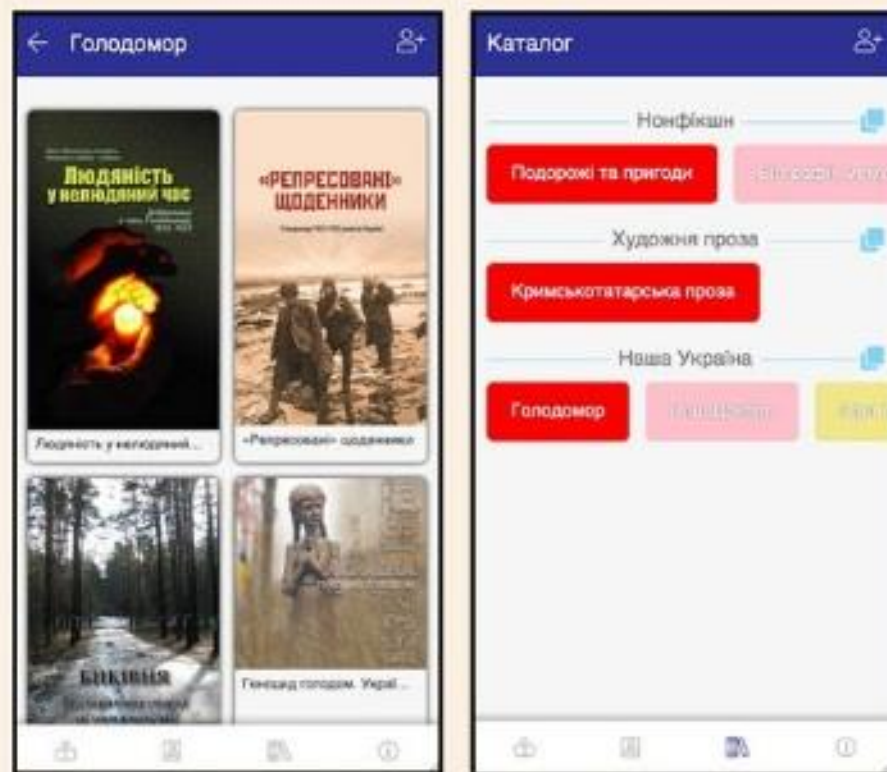
Translate Ukraine



UKRAINIAN
BOOK
INSTITUTE



Українська цифрова бібліотека



Акція #ЧИТАЙ_ДОСЯГАЙ

УКРАЇНСЬКИЙ
ІНСТИТУТ
ЛІКНИГИ



Міністерство культури та
інформаційної політики України

#ЧИТАЙ_ДОСЯГАЙ

ВСЕУКРАЇНСЬКА АКЦІЯ



Поповнення фондів публічних бібліотек



Відділ промоції читання



Дякуємо за увагу!