

УДК 027.7:316.472.4(477)

Зоя Романуха,

аспірантка Рівненського державного гуманітарного університету

Університетські бібліотеки України в соціальних мережах

У статті проаналізовано основні напрями та шляхи подальшого удосконалення взаємодії вітчизняних університетських бібліотек і соціальних мереж.

К л ю ч о в і с л о в а: соціальні мережі, університетська бібліотека, «Facebook», «ВКонтакте», «Twitter», блог.

The article analyzes the major trends and ways to further improve the interaction between Ukrainian university libraries and social networks.

К е у в о р д: social network, a university library, «Facebook», «VKontakte», «Twitter», blog.

Щоб утримати свої позиції в сучасному інформаційно-комунікаційному просторі, створити комфортні умови для своїх користувачів, підняти рівень їх обслуговування, університетські бібліотеки почали долучатися до соціальних мереж.

Останнім часом активізувалися й дослідження, пов'язані із сучасними інформаційними та телекомунікаційними технологіями [12]. Зокрема, наукові співробітники Служби інформаційно-аналітичного забезпечення (СІАЗ) та інших підрозділів Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського досліджують оперативну інформацію в соціальних мережах та її використання бібліотеками [17], діяльність наукової бібліотеки в соціальних мережах [4], взаємодію соціальних мереж та соціальних рухів [18], функціонування політичного сегмента соціальних мереж [13], основні завдання соціальних мереж у сучасній політичній комунікації [5], пристосування бібліотек до можливостей реклами в онлайн-вих соцмережах [14], використання можливостей соціальної інтернет-мережі «Facebook» у роботі бібліотек [10]. Питання адаптації бібліотек до нових форм комунікацій у соціальних медіа порушує у своїх публікаціях О. Мар'їна [6]. Аналіз студентського життя у віртуальному просторі, зокрема участь у соціальних мережах студентів Київського

національного університету культури і мистецтв, здійснила Г. Остапенко [9].

Однак, ґрунтовний аналіз використання соціальних мереж університетськими бібліотеками залишився поза межами досліджень фахівців. Тому мета нашої статті – виявити основні напрями та шляхи подальшого удосконалення взаємодії університетських бібліотек і соціальних мереж.

Уперше термін «соціальні мережі» (від англ. social network) вжив Дж. А. Барнес у 1954 р. (у праці «Class and Committees in a Norwegian Island Parish»). Спочатку цей термін використовувався лише в науці і мав відповідне (вузьке) тлумачення, яке істотно відрізняється від сучасних його визначень [19, с. 508].

У наш час соціальні мережі асоціюються з особливим видом структур, які є інтернет-платформою для створення і підтримки особистих та професійних зв'язків між людьми. Соціальна мережа – це інтерактивний веб-сайт, контент якого наповнюється самими учасниками мережі. Нині він найбільш використовуваний [17, с. 521]. За умов, коли читачі масово перетворюються на віртуальних користувачів, бібліотекам недостатньо пропонувати свої послуги за традиційними схемами. Нові реалії вимагають вести пошук нових моделей взаємодії з читачами. Зокрема, активно просувати інформаційно-аналітичні продукти в соціальних

мережах, тобто перемішувати їх туди, де є потенційні споживачі цих продуктів [3, с. 198].

Станом на 10 вересня 2013 р. в Україні функціонувало 145 університетських бібліотек [7; 1]. Нами виявлено, що тільки 20 з них використовують можливості мережевих структур для реклами своєї діяльності та послуг. Серед соціальних мереж, в яких представлені вітчизняні університетські бібліотеки, найбільшої популярності набули: «Facebook» (13 університетських бібліотек), «ВКонтакте» (7), хостинг відеоматеріалів «YouTube» (6), «Twitter» (9). Одночасно в двох і більше соціальних мережах представлені 10 університетських книгозбірень.

Серед фаворитів університетських бібліотек, згідно з нашим дослідженням, – соціальні мережі «Facebook» і «ВКонтакте». Рівень їх популярності досить високий, вони надають користувачам доволі зручний в управлінні інтерфейс, забезпечують достатню швидкість роботи платформ. Завдяки зручному користувацькому інтерфейсу користувачі мають можливість змінювати свої профілі, використовувати швидкі повідомлення, переглядати власні повідомлення та дописи друзів на «стіні», коментувати повідомлення. Мережі надають безкоштовні сервіси, можливість спілкуватися з друзями і колегами.

«Facebook» і «ВКонтакте» – мережі, які роблять акцент на спілкуванні з друзями, групами, з якими користувачі навчаються чи навчалися, зустрічаються (чи зустрічалися), колегами та рідними. Але основний недолік мереж – відсутність або низький рівень цензури в публікаціях, через що на сайт можуть потрапити некоректні, образливі висловлювання. Отже, бібліотека має встановити посилений контроль адміністратора за змістом власної сторінки.

Значного поширення серед університетських бібліотек набув хостинг відеоматеріалів YouTube, завдяки якому з'явилася можливість завантажувати відеофайли та обмінюватися ними або встановлювати їх на окремі сайти (блоги, форуми).

Основне призначення «Twitter» для університетських бібліотек – знайомити користувачів з короткими записами найновіших повідомлень про бібліотеку, інтерактивно обговорювати цікаві теми з користувачами. Для активного користування потрібно зареєструватися.

За результатами дослідження, проведеного компанією InSites Consulting, 70 % користувачів Інтернету (близько 1 млрд осіб) активно використовують соціальні мережі. Понад 600 млн корис-

тувачів відвідують соціальні мережі щодня [14, с. 532]. У 2012 р. кількість користувачів соціальних мереж в Україні вперше перевершила кількість користувачів електронної пошти – їх нині використовують 56 % усієї інтернет-аудиторії. Акаунтами в соцмережах, за мінімальними оцінками, володіє 8,5 млн громадян [16]. Експерти відзначають високу динаміку проникнення соціальних мереж у життя українців. За даними дослідження Universal McCann, 81 % українських інтернет-користувачів зареєстровані сьогодні як мінімум в одній соцмережі [8].

На веб-сторінках університетських бібліотек у соціальних мережах найчастіше розміщені:

- фото бібліотеки;
- відомості про контакти, години роботи;
- відео про бібліотеку та напрями її діяльності;
- календар бібліотечних подій;
- онлайн-опитування користувачів щодо послуг, які надаються бібліотекою;
- інформація про нові надходження літератури;
- посилання на популярні бази даних та інші електронні ресурси.

Відповідно до інформаційного наповнення сторінок можна сформувані основні напрями взаємодії університетських бібліотек і соціальних мереж. Будь-яка соціальна мережа для бібліотеки – це:

1. Додатковий ресурс для реклами бібліотеки, її стратегії, сегмента послуг.
2. Платформа для організації різних бібліотечних проектів.
3. Можливість заявити про себе та «завоювати» користувацьку аудиторію.
4. Можливість безпосередньо спілкуватися з колегами, читачами (реальними і потенційними).
5. Можливість оперативно дізнаватися про думку користувачів, їх побажання, ідеї, зауваження.
6. Можливість своєчасно інформувати про діяльність бібліотеки (конференції, презентації, виставки).
7. Інструмент маркетингових досліджень.

Основне призначення веб-сайта бібліотеки – служити джерелом інформації, а призначення соціальної мережі – це інтерактивне спілкування бібліотекаря з читачами та колегами. Інформація про бібліотеку університету у соціальній мережі є відчутною підтримкою основного бібліотечного сайту. Сторінки бібліотек у соціальних мережах «Facebook» і «ВКонтакте» в основному перенаправляють трафік своїх користувачів на «материнський сайт», бо поряд з власною інформацією

у стрічці новин розміщують інформацію, запозичену на офіційному сайті бібліотеки [4, с. 31].

Наприклад, на бібліотечному сайті у розділі «Новини» висвітлюється певна подія: відкриття виставки, проведення презентації та ін. Потім ця інформація дублюється на бібліотечній сторінці в соціальній мережі: «Facebook», «ВКонтакте» та ін. Тому новина, не чекаючи, коли її помітять, сама «заявляє» про себе, з посиланням на першоджерело.

Розглянемо напрями використання соціальних мереж університетськими бібліотеками на конкретних прикладах.

Насамперед, соціальні мережі як автоматизоване електронне середовище є платформою для створення і підтримки, крім особистих, також професійних зв'язків між людьми. Контент цього середовища наповнюється самими учасниками мережі [17, с. 521].

У соціальній мережі «Facebook» представлена Наукова бібліотека Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника (м. Івано-Франківськ). Сторінку від імені бібліотеки веде один працівник, який наповнює сформовані розділи «Свіжі дописи», «Світлини з життяпису», «Наші видання» та ін. Користувачам пропонують переглянути перелік «пропонованих груп» та приєднатися, за бажанням, до «відкритих груп». Зокрема, представлена значна кількість відкритих бібліотечних груп: «Читай, книгарня м. Рівне» (ТЦ «Чайка»), представлені і окремі групи Рівненської обласної бібліотеки «Моя книга» та багато інших. Такі відкриті групи дають змогу фахівцям обговорювати спільні професійні проблеми, ділитися враженнями про новини в бібліотечному світі, а користувачам – віднайти однодумців, сформувати власну групу.

Університетські бібліотеки намагаються охопити якнайбільше напрямів взаємодії з соціальними мережами. Зокрема, для колективу Наукової бібліотеки Донецького національного медичного університету ім. М. Горького та Науково-технічної бібліотеки Донецького національного технічного університету найважливішими напрямками є: оперативне ознайомлення з думкою користувачів; врахування висловлених ними ідей, побажань, зауважень.

Соціальні мережі використовуються і як важливий інструмент маркетингових досліджень. На сторінці «ВКонтакте» Наукової бібліотеки Донецького національного медичного університету ім. М. Горького проводиться відкрите голосування

на тему: «В бібліотеці мене влаштовує...». Користувачам ставлять запитання стосовно роботи бібліотеки, складу книжкового фонду, оперативності обслуговування, можливості використання електронного каталогу та електронної бібліотеки та ін. Читачі можуть обрати лише одну позицію і проголосувати за неї.

Науково-технічна бібліотека Донецького національного технічного університету в соціальній мережі «ВКонтакте» здійснює інтерактивне обговорення з читачами теми: «Яка форма читання найбільше подобається». Ведеться жвава дискусія з питання: «Хто найкращий письменник усіх часів і народів?».

Для підвищення інтересу читачів до книг, зокрема стародруків, Науковою бібліотекою Чернігівського національного педагогічного університету ім. Т. Г. Шевченка практикується представлення в мережі фото книг, сторінок з анотаціями, з ілюстраціями, змістом видань.

Щоб скористатися можливістю заявити про себе та завоювати нову користувацьку аудиторію, університетські книгозбірні на своїх сайтах розміщують окремі рубрики: «Ми в соціальних мережах». Зокрема, Науково-технічна бібліотека Національного аерокосмічного університету імені М. Є. Жуковського «Харківського авіаційного інституту» представлена в трьох соціальних мережах: «Facebook», «ВКонтакте», «Twitter». На її сторінках у мережах «Facebook» і «ВКонтакте» дублюється інформація про діяльність бібліотеки: виставки, дні інформації, запрошення на перегляди нової літератури. Цікавим контентом наповнюються постійні рубрики: «Новини літератури», «Нова виставка», «Літературна вітальня ХАІ».

Унікальну медіа-платформу створено в Науковій бібліотеці Національного університету «Києво-Могилянська академія», де функціонує бібліотечний блог, персональний блог «Могилянська бібліотекарка» – цікавинки зі світу бібліотек та бібліотечних технологій, ресурсів, сервісів, ідей від Тетяни Ярошенко (<http://kmalibrary.blogspot.com>). Також підключені соціальні мережі «Twitter», «ВКонтакте», «Facebook». Така медіа-платформа уможливує донесення інформації до тих, хто «сидить в Інтернеті», налагодження двостороннього діалогу.

Отже, в соціальних мережах «Facebook» і «ВКонтакте» університетські бібліотеки надають можливість переглядати пости (повідомлення) з питаннями, живими зверненнями, відповідями на

різні теми. Інструменти адміністратора мережі дають змогу встановлювати і контролювати рівень цензури, що надзвичайно важливо для університетських бібліотек.

Створення в соціальній мережі співтовариств – це гарна нагода для університетських бібліотек залучити користувачку аудиторію на власний сайт. У такий спосіб формується величезна кількість активних користувачів. Але потрібно постійно підтримувати зв'язок з користувачами: відповідати на запитання, щоб вони відчували, що на них звертають увагу; створити зручний майданчик для спілкування між членами спільноти, сформувавши актив з учасників, які будуть постійно спілкуватися в групі, залучаючи до обговорення й інших учасників. Користувачі, отримуючи оперативні відповіді, формують привабливий образ бібліотеки, за яким для них стоять бібліотекарі-професіонали.

Серед університетських бібліотек є й такі, які пропонуючи сторінку, «забувають» про постійне її наповнення. Наприклад, Наукова бібліотека Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнології ім. С. З. Гжицького виставила на своєму сайті окремих розділ «Соціальні мережі». Однак її сторінки, представлені в соціальних мережах «Facebook», «Twitter» і «ВКонтакте», інформаційно ненаповнені.

Група, присвячена електронному читальному залу Наукової бібліотеки Донецького національного медичного університету ім. М. Горького, яка окремо представлена в мережі «ВКонтакте», містить дещо застарілу інформацію. Останні записи датуються травнем 2013 р. На нашу думку, достатньо було б сторінки з окремим розділом «Електронний читальний зал» у соціальній мережі «ВКонтакте».

Прикладом невиправдано занедбаної сторінки, що тривалий час не поповнюється, є сторінка у «Facebook» Наукової бібліотеки Хмельницького національного університету. Останнє її оновлення робилося 29 вересня 2011 р.

Варто звернути увагу на взаємодію із соціальними мережами бібліотечних блогів. Бібліотечний блог є сучасним інформаційним ресурсом з особливою формою подання контенту. І хоча зовні блоги схожі на звичайні веб-сайти, вони істотно відрізняються як від сайтів, так і від будь-яких інших засобів передавання інформації чи каналів комунікації [11, с. 143]. Бібліотечний блог – це можливість діалогу «бібліотекар – читач» або «читач – бібліотекар», можливість висловлення креативних думок бібліотекаря, реклами бібліотеки тощо [12, с. 231].

Серед кращих блогів університетських бібліотек можна назвати:

- блог бібліотеки Одеського національного медичного університету (<http://odmu-bib.blogspot.com>), де є можливість переглядати нові надходження. Блог наповнений новинками з медицини, окремо розміщений архів блогу, що уможливило перегляд «старіших» видань;
- блог Наукової бібліотеки Полтавського національного педагогічного університету ім. В. Г. Короленка (<http://libpnpu.blogspot.com/>), де розміщено все, що стосується бібліотеки: фото-матеріали, виставки тощо. Надається можливість давати коментарі.

Такі блоги об'єднують в собі всі платформи соціальних мереж та дають змогу миттєво повідомляти про бібліотечні новини.

Необхідно зауважити, що деякі ресурси, названі блогом, за своїм змістом нагадують щось середнє між колективним щоденником і тематичним сайтом, залишаючись, утім, джерелом оперативної інформації про бібліотечне життя [17, с. 513]. Прикладом такого ресурсу є блог «Новини Науково-технічної бібліотеки Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут».

Вважаємо, що настав час змінити думку адміністрації університетських бібліотек про використання соціальних мереж лише для відпочинку та розваг. Бібліотекарі-фахівці повинні орієнтувати користувачів на використання соціальних мереж у їх професійній діяльності. Адже в Україні вже створено окрему мережу Ukrainian Scientists Worldwide. Наразі нею користуються понад 2,5 тисячі науковців з усього світу. Основне завдання цього ресурсу – обмін інформацією про діяльність та здобутки українських вчених. Проект розрахований на вчених, але приєднатись до нього можуть всі, хто виявляє інтерес до науки в Україні. Цей проект має приваблювати, насамперед, студентів, тому що серед молоді є багато талановитих людей небайдужих до науки. Така соціальна мережа – своєрідний орієнтир для молодих дослідників [15].

На наше переконання, сучасна університетська бібліотека повинна бути представлена в кількох соціальних мережах. Лише завдяки спільним зусиллям з основним бібліотечним сайтом можна досягти бажаного рівня трафіку.

Для покращення взаємодії соціальних мереж і університетських бібліотек потрібно позиціонува-

ти себе як надійне та безпечне джерело інформації, використовуючи для цього всі продукти та послуги, які здатні запропонувати аудиторії глибшу та більш цікаву концепцію самореалізації.

У перспективі соціальні мережі можна використовувати як платформу для організації та обговорення бібліотечних проєктів. Прикладом тут може слугувати Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського, зокрема її Служба інформаційно-аналітичного забезпечення, яка організовує обговорення наукових праць співробітників на базі сервісу Live Journal [17, с. 511].

Перспективним напрямом взаємодії соціальних мереж і університетських бібліотек є також оприлюднення та архівування у цифровому вигляді матеріалів з мікроблогів «Twitter».

Отже, використання соціальних мереж університетськими бібліотеками виправдано і приносить відчутні результати. Університетські бібліотеки, які ще не використовують можливостей соціальних мереж, повинні якнайшвидше адаптуватися до нових форм комунікації з користувачами. Адже соціальні мережі допомагають університетським книгозбірням розширити користувацьку аудиторію, отримати додатковий канал реалізації своїх стратегій, оперативно інформувати про діяльність бібліотеки, популяризувати її послуги.

Список використаних джерел

1. Бібліотеки та інформаційні центри України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://archive.nbuv.gov.ua/portal/libukr.html> – Назва з екрана.
2. Вітушко А. Діяльність бібліотек у соціальних мережах: проблеми інформаційної безпеки / Антон Вітушко // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – Вип. 35. – С. 213–220.
3. Вітушко Н. Поширення інформаційно-аналітичних продуктів бібліотек за допомогою соціальних мереж / Наталія Вітушко // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – Вип. 35. – С. 196–202.
4. Головаха С. Наукова бібліотека в соціальних мережах / Сергій Головаха // Бібл. вісн. – 2013. – № 1. – С. 29–32.
5. Іващук Л. Соціальні мережі Інтернету в сучасній політичній комунікації / Леся Іващук // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – К., 2011. – Вип. 32. – С. 63–70.
6. Мар'їна О. Бібліотеки та соціальні медіа: технології взаємодії / Олена Мар'їна // Вісн. Кн. палати. – 2012. – № 8. – С. 1–3.
7. Національні університети [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/ukr_uni.html – Назва з екрана.
8. Новая вера: соцсети ломают привычные схемы общения украинцев [Электронный ресурс] // korrespondent.net – Режим доступа : <http://korrespondent.net/business/web/1331359-korrespondent-novaya-vera-socialnye-seti-lomayut-privychnye-shemy-obshcheniya-ukraincev> – Загл. с экрана.
9. Остапенко Г. Формат комунікаційного середовища студентів КНУКіМ у мережі Інтернет : соціологічне опитування / Галина Остапенко // Вісн. Кн. палати. – 2013. – № 4. – С. 1–5.
10. Перенесієнко І. Використання можливостей соціальної інтернет-мережі Facebook у роботі бібліотек / Ігор Перенесієнко // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – Вип. 35. – С. 203–212.
11. Присяжна Л. Специфіка блогосфери в контексті підвищення ефективності використання інформації / Лілія Присяжна // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – К., 2011. – Вип. 30. – С. 141–148.
12. Присяжна Л. Роль сучасних інформаційних та телекомунікаційних технологій у контексті розвитку бібліотек / Лілія Присяжна // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – К., 2011. – Вип. 30. – С. 228–236.
13. Рябоконт О. Маніпуляції масовою свідомістю в політичному сегменті соціальних мереж / Олександр Рябоконт // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – К., 2012. – Вип. 33. – С. 543–553.
14. Самсонов М. Реклама бібліотек в онлайн-соціальних мережах / Михайло Самсонов // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – К., 2012. – Вип. 33. – С. 532–542.
15. Українська соціальна мережа для науковців [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.hurtom.com/portal/19643/українська-соціальна-мережа-для-наук> – Назва з екрана.
16. Украинский Интернет вырос благодаря пенсионерам [Электронный ресурс] // Подробности. – Режим доступа : <http://podrobnosti.ua/internet/2012/10/30/867413.html> – Загл. с экрана.
17. Чуприна Л. Оперативна інформація в соціальних мережах: особливості обігу та використання бібліотеками / Леонід Чуприна // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – К., 2012. – Вип. 33. – С. 507–523.
18. Якименко Ю. Соціальні мережі та соціальні рухи / Юрій Якименко // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – К., 2012. – Вип. 33. – С. 524–531.