

УДК 027.54:004.7

Тетяна Гранчак,д-р наук із соціальних комунікацій,
зав. відділу Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського

Використання національними бібліотеками соцмереж для представлення бібліотечних продуктів і послуг

У статті висвітлюються результати аналізу використання національними бібліотеками світу та України різних соціальних мереж у процесі вдосконалення бібліотечного обслуговування, розкриваються особливості окремих мереж як платформ представлення бібліотечних продуктів та послуг.

К л ю ч о в і с л о в а: національна бібліотека, соціальні мережі, комунікація, Facebook, Pinterest, Flickr.com, Instagram, YouTube.com.

Технології Веб 2.0, на основі яких функціонують соціальні медіа, спричинили трансформацію комунікаційних механізмів між бібліотекою та її користувачами, відкривши нові можливості для представлення бібліотечних фондів та надання до них широкого доступу.

Віднедавня питання використання бібліотечними інституціями інструментарію соцмереж як інноваційної основи для піднесення рівня задоволення інформаційних запитів користувачів, просування власних продуктів і послуг привертають увагу багатьох бібліотекознавців.

Зокрема, проблеми трансформації бібліотечної діяльності під впливом впровадження в практику бібліотечної роботи технологій Веб 2.0 з наголосом на принципових відмінностях між Бібліотекою 1.0 та 2.0 і стислим оглядом основних проєктів та технологій Веб 2.0, котрими варто користуватися бібліотечним фахівцям, порушувалися Т. Ярошенко [17], О. Мар'їною [7–9], Chua, Alton Y.K., and Dion H Goh [24]. Т. Ярошенко, Т. Якушко розробили навчальний курс «Технології Веб 2.0 для бібліотек і користувачів: нові можливості розвитку середовища», підготували відповідні навчальні посібники до нього, метою яких є розкриття теоретичних засад сучасного розвитку інтернет- та веб-технологій, зокрема, сутності, основних принципів функціонування Веб 2.0, а також практичне ознайомлення слухачів з основними його сервісами, можливостями їх використання в бібліотеках [18].

Окремі наукові розвідки фахівців були присвячені питанням вироблення стратегії та аналізу ефективності присутності бібліотек у соціальних

медіа [12; 22; 27; 37], проблемі інформаційної безпеки в процесі діяльності бібліотек у соціальних мережах [4; 5], підходам до використання бібліотеками соціальних мереж та блогосфери як засобу рекламування, розкриття фондів та покращення комунікації у віртуальному середовищі [3; 16; 14], інформаційним продуктам та послугам бібліотек у соціальних медіа [6; 15], представленню в соціальних мережах академічних бібліотек вищих навчальних закладів та публічних бібліотек [10; 20; 21; 23; 25–28; 31–35; 38], а також представленню бібліотек у мережах YouTube, Twitter, Facebook, Pinterest [10; 11; 13; 19; 20; 31–35].

Незважаючи на наявність наукових публікацій, присвячених питанням використання бібліотеками платформи соціальних медіа, досі за межами наукового інтересу залишається специфіка використання соцмереж національними бібліотеками світу. Актуальним залишається питання, як саме національні бібліотеки можуть використовувати різні соціальні мережі у процесі вдосконалення бібліотечного обслуговування, презентації бібліотечних продуктів та послуг, виявлення прикладів вдалого застосування платформ в іноземній та вітчизняній бібліотечній практиці, а також специфічних елементів окремих соціальних мереж, які дають змогу оптимізувати доступ користувача до бібліотечних фондів та послуг, забезпечити ефективну комунікацію з аудиторією та сприяють бібліотечному працівнику у виконанні робочих завдань.

Мета статті – визначити основні підходи і тенденції у використанні технологій соціальних медіа національними бібліотеками, розкрити можливості різних соціальних мереж у контексті

бібліотечного обслуговування, окреслити шляхи підвищення ефективності використання інструментарію соціальних медіа в діяльності національних бібліотек.

Для реалізації поставлених завдань використовувалася кількісно-якісний аналіз сторінок національних бібліотек світу й України в різних соціальних мережах, а також статистичний метод. Детально вивчалася представленість у соціальних мережах 91 національної бібліотеки з актуальними на момент дослідження адресами веб-сайтів, розміщеними на порталі Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. З них – 85 зарубіжних національних бібліотек та 6 вітчизняних.

Як засвідчили результати проведеного аналізу, наявні соціальні мережі, що використовуються нині в процесі представлення бібліотечних продуктів та послуг, можна систематизувати в три групи.

Перша – соціальні мережі, орієнтовані на представлення мультимедійного контенту: текстових повідомлень, графічного матеріалу, відео- та аудіо-документів (наприклад, Facebook, ВКонтакте). До цієї групи можна віднести і мережу Twitter, яка, будучи пристосованою для передачі коротких повідомлень, все-таки дає змогу розмістити в публікації посилання на відео або аудіоконтент, а також ілюстративний матеріал – фото, малюнки тощо.

Друга – соціальні мережі, орієнтовані на представлення візуального – графічного та відео – контенту (Flickr.com, Pinterest, Instagram, YouTube.com).

Третя – соціальні мережі для аудіоконтенту (iTunes).

Станом на кінець серпня 2015 р. найбільш популярними серед національних бібліотек виявилися соціальні мережі Facebook, Twitter, YouTube.com. (табл. 1).

Таблиця 1

Представленість національних бібліотек світу в соціальних мережах

Назва мережі	Кількість представлених у ній бібліотек (загальна кількість проаналізованих бібліотек – 91)	%
Facebook	69	75,82
Twitter	49	53,84
YouTube.com	27	29,67
Flickr.com	12	13,18
ВКонтакте	9	9,89
Instagram	10	10,98
Pinterest	6	6,59
iTunes	2	2,19

Найактивніше мережеве середовище використовують Бібліотека Конгресу США, Національна бібліотека Ізраїлю, які мають свої сторінки у 6 з 8

соціальних мереж, найбільш популярних серед національних бібліотек. Бібліотека Конгресу представлена у Facebook, Twitter, Flickr.com, Pinterest, YouTube.com, iTunes. У мережах ВКонтакте, Instagram бібліотека не має власних акаунтів. Національна бібліотека Ізраїлю, як і Бібліотека Конгресу, не використовує ВКонтакте, а замість iTunes має власне представництво в мережі Instagram.

На другому місці – Британська бібліотека, Національна бібліотека Франції, Національна бібліотека Сингапуру, Російська національна бібліотека, Російська державна бібліотека, які представлені в п'яти соціальних мережах. Британська бібліотека і Національна бібліотека Франції не використовують платформи ВКонтакте та Instagram. Хоча Британська бібліотека представлена в мережі Pinterest, а Національна бібліотека Франції – в iTunes. Натомість Російська національна бібліотека має власні сторінки в мережах ВКонтакте та Instagram, ігноруючи наразі можливості Flickr.com, Pinterest та iTunes. Російська державна бібліотека замість Instagram послуговується Pinterest. Національна бібліотека Сингапуру окрім мереж мультимедійного контенту Facebook і Twitter використовує обидві популярні мережі графічного контенту – і Instagram, і Pinterest, а також мережу відеоконтенту YouTube.com.

Третє місце з власними сторінками в чотирьох з восьми соціальних мережах, які найбільше використовуються в бібліотечному середовищі, ділять між собою 12 бібліотек: Національна бібліотека Швеції, Національна бібліотека Норвегії, Національна бібліотека і архіви Канади, Баварська державна бібліотека, Національна бібліотека Іспанії, Національна бібліотека Хорватії, Національна бібліотека Угорщини, Президентська бібліотека ім. Б. М. Єльцина, Національна бібліотека Шотландії, Національна бібліотека Кувейту, Національна та Університетська бібліотека Ісландії.

Вітчизняні національні бібліотеки у цій групі представлені Національною бібліотекою України для дітей.

Жодного посилання на соціальні мережі не містять веб-сайти 18 національних бібліотек з розглянутих 91¹. Не будучи представленою в

¹ Не містять посилань на соціальні мережі веб-сайти національних бібліотек Узбекистану, Болгарії, Польщі, Йорданії, Греції, Ірану, В'єтнаму, Багамських Островів, Пакистану, Бангладеш, Індії, Бутану, Лівії, Азербайджану, Туреччини, Ліхтенштейну, Данії, Мексики, Куби.

жодній з популярних у бібліотечному середовищі Європи й Америки соцмереж, Національна бібліотека Китаю має власні сторінки в трьох соціальних мережах китайського сегмента інтернет-середовища.

З переліку бібліотек, які не мають власного представництва в соціальних мережах, можна припустити, що невикористання означеними бібліотеками можливостей платформ соціальних мереж зумовлюється, переважно, ідеологічними, зокрема, релігійними міркуваннями, фінансовим чинником та небажанням виходити за межі власного національного інформаційного простору.

Найбільш популярними серед вітчизняних національних бібліотек є такі соціальні мережі: Facebook, в якій представлені всі інституції, та ВКонтакте, в якій має власні сторінки половина національних бібліотек України. Дві національні бібліотеки – Національна бібліотека України для дітей і Національна історична бібліотека України – представлені на платформі YouTube.com, одна – в мережі Instagram (Національна бібліотека України для дітей). Найбільш активно використовує соціальні мережі для просування власних продуктів і послуг, рекламування своєї діяльності, власних фондів Національна бібліотека України для дітей, яка послуговується кількома соціальними мережами: Facebook, ВКонтакте, YouTube.com та Instagram. Лише в одній соціальній мережі – Facebook – представлені Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського (НБУВ), Національна парламентська бібліотека України та Одеська національна наукова бібліотека імені М. Горького (табл. 2).

Таблиця 2

Представленість національних бібліотек України в соціальних мережах

Назва бібліотеки	Facebook	ВКонтакте	Flickr.com	Twitter	Pinterest	Instagram	YouTube.com	iTunes
Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського	+	-	-	-	-	-	-	-
Львівська національна наукова бібліотека України імені В. Стефаника	+	+	-	-	-	-	-	-
Національна парламентська бібліотека України	+	-	-	-	-	-	-	-
Національна бібліотека України для дітей	+	+	-	-	-	+	+	-
Одеська національна наукова бібліотека імені М. Горького	+	-	-	-	-	-	-	-
Національна історична бібліотека України	+	+	-	-	-	-	+	-

На вибір бібліотекою соціальної мережі справляє вплив характер наявного в установі фонду, який значною мірою залежить від виду бібліотеки, аудиторії користувачів та підходів бібліотеки до використання соцмереж. Останнє визначається, з одного боку, ставленням бібліотечного персоналу до впровадження в свою діяльність нових форм та

інструментів, з другого – політикою, яка проводиться керівництвом книгозбірні.

Аналіз використання бібліотеками соцмереж мультимедійного контенту виявив, що серед послуг, які надаються в такий спосіб користувачам, переважають: 1) надання доступу до документів фонду; 2) інформування про інформаційні продукти бібліотеки; 3) інформування про нові надходження; 4) інформування про послуги (доступ до передплатених баз даних тощо); 5) інформування про заходи (конференції, круглі столи, презентації, майстер-класи тощо); 6) навігація інформаційними ресурсами (інформування про інформаційні проекти, новини книговидавництва, нові інтернет-платформи, сервіси тощо).

Що характерно, в мережах мультимедійного контенту деякі великі бібліотеки з розгалуженою структурою підтримують декілька сторінок (наприклад, Бібліотека Конгресу, Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського), одна з яких загальнобібліотечна, а інші ведуться різними підрозділами і вирізняються відповідною специфікою.

Так, Бібліотека Конгресу у мережі Facebook представлена шістьма сторінками: Library of Congress, American Folklife Center, External Digital Preservation, National Library Service for the Blind and Physically Handicapped, Law Library of Congress, Performing Arts at the Library of Congress. НБУВ, окрім головної сторінки бібліотеки, представлена у Facebook ще дев'ятьма сторінками: Фонд Президентів України, СІАЗ Служба інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади, Репортер СІАЗ, Національна юридична бібліотека, Рада молодих вчених НБУВ, Відділ музичних фондів НБУВ, Центр науково-бібліографічної інформації НБУВ, Австрійська бібліотека в Києві, Відділ стародруків та рідкісних видань.

Такий підхід дає змогу комплексно представляти як фонди бібліотеки, так і різні напрями її діяльності, а також забезпечувати адресне задоволення інформаційних запитів користувачів при їх більшому охопленні. Синергетичний ефект від узгодженої інформаційної політики стосовно підтримки функціонування в соціальній мережі різних сторінок однієї установи дає змогу говорити про формування бібліотечних мережових кластерів. Те саме стосується узгодженого представлення однієї бібліотечної установи в соціальних мережах різних видів – мультимедійного, аудіо- та візуального контенту.

Останні різняться за діапазоном їхнього інструментарію: можливістю коментувати контент, систематизувати його шляхом створення альбомів, папок або дощок, розмішувати крім графічного контенту ще й відео- або аудіо- тощо.

Якщо говорити про можливості для бібліотеки вигідно представити свої фонди, поповнити інформаційну базу та забезпечити користувачеві зручний доступ до документів, то тут першість серед соціальних мереж візуального контенту посідають сервіси Flickr.com і Pinterest.

Ще у січні 2008 р. Бібліотека Конгресу спільно з хостером фотографій Flickr.com запустила проект, виклавши в мережі понад 3 тис. фотографій з колекцій 30–40-х рр. минулого століття. Відвідувачів закликали робити мітки (теги), коментувати й залишати нотатки під представленими фото, сподіваючись, що це збагатить не лише культуру та обізнаність суспільства, а й саму колекцію, адже більшість фотографій містила невідомі об'єкти, що ускладнювало надання їх повного бібліографічного опису. У результаті за п'ять місяців з моменту започаткування проекту була оновлена інформація в 127 записах (за даними каталогу). «Проект, – як слушно наголошує В. Бондаренко, – наочно продемонстрував можливості використання сучасних технологій у процесі оптимізації керування знаннями в бібліотечній сфері, оскільки він створив умови для трансформації «прихованих» знань у наявні з їх подальшим оформленням, у даному випадку, у вигляді уточнених бібліографічних описів. Забезпечення можливості технічного переходу із зображення до розділу колекцій Бібліотеки Конгресу, у свою чергу, полегшувало користування сайтом бібліотеки і, таким чином, сприяло більш активному залученню потенційних користувачів. З іншого боку, усвідомлення користувачами бібліотеки своєї причетності до створення «нового знання» стало додатковим стимулом для їх активного користування бібліотечним інформаційним ресурсом» [1, с. 213].

У 2013 р. Британська бібліотека в рамках проекту «Ілюстрації, яких ніхто не бачив» («Unseen Illustrations») виклала у Flickr.com мільйон сканованих ілюстрацій з книг, опублікованих у XVII–XIX ст. Серед опублікованих матеріалів – мапи, художні ілюстрації, листи, копії настінних фресок, які у такий спосіб виявилися відкритими світу, оскільки їх розміщення на Flickr.com ввело їх у мережевий обіг і створило умови для пошуку пошуковими системами.

Науковці та куратори бібліотеки звернулися із закликом до публіки брати зображення і викорис-

товувати їх з будь-якою метою, оскільки всі терміни дії авторських прав на них вже минули.

Усі представлені ілюстрації забезпечені метаданими: з якої книги, тому, сторінки було взято зображення. Для складання метаданих за ключовими тезаурусами (часовий, географічний, предметний), котре вимагає наявності опису того, що зображено на ілюстрації, співробітники Британської бібліотеки, так само, як і у випадку з Бібліотекою Конгресу, запрошують користувачів допомогти їм зібрати більше інформації про представлені зображення.

Про популярність проекту та ефективність використання бібліотекою соціальної мережі свідчить той факт, що за кілька днів, після того як перші відскановані зображення були завантажені на сторінку бібліотеки у Flickr.com, вони набрали більше 6 млн переглядів і передруків.

Британська бібліотека так прокоментувала подію на своєму сайті: «Ми можемо знати, з якого видання, тому і з якої сторінки було взято зображення, але про саме зображення нам нічого невідомо. Ми повністю заохочуємо людей працювати з цими зображеннями, обробляючи і покращуючи їх. А вони допоможуть іншим заінтересованим працювати з випуском. Подібних корпусів зображень дуже мало у відкритому доступі. Викладаючи їх онлайн, ми сподіваємося ініціювати і підтримати вже існуючі дослідження, які вивчають друковану ілюстрацію, картографію та інші сфери, в яких наші зображення можуть виявитися корисними» [2].

Станом на серпень 2015 р. на платформі Flickr.com було представлено лише 12 національних бібліотек². Найбільшу колекцію створено Бри-

² Британська бібліотека (<https://www.flickr.com/people/britishlibrary/>); Бібліотека Конгресу (https://www.flickr.com/photos/library_of_congress/); Національна бібліотека Швеції (<https://www.flickr.com/people/25300312@N08/>); Національна бібліотека Австралії (https://www.flickr.com/photos/national_library_of_australia_commons/); Бібліотека і архіви Канади (<https://www.flickr.com/people/lac-bac/>); Російська державна бібліотека (<https://www.flickr.com/people/leninka/>); Національна бібліотека Іспанії (<https://www.flickr.com/people/biblioteca-cabne/>); Національна бібліотека Ізраїлю (<https://www.flickr.com/people/64126959@N03/>); Національна бібліотека Ірландії (<https://www.flickr.com/photos/youmlireland/>); Національна бібліотека Шотландії (<https://www.flickr.com/photos/nlscotland/>); Баварська державна бібліотека (<https://www.flickr.com/people/8460649@N05/>); Національна бібліотека Фінляндії (<https://www.flickr.com/photos/natlibfi/albums/>).

танською бібліотекою (завантажено 1 023 705 документів, які систематизовано у 1036 альбомів). Практично всі бібліотеки більшою або меншою мірою використовують платформу для представлення власних фондів. При цьому сторінки 7 з 12 бібліотек майже повністю (за винятком поодиноких альбомів) присвячені розкриттю багатства бібліотечних фондів, вони містять як зображення, описи окремих документів, так і цілих бібліотечних колекцій.

Водночас на Flickr.com можна легко розмістити візуалізовану інформацію й стосовно заходів, що відбулися у закладі, зображення будівлі самої бібліотеки, її приміщень. Як засвідчує досвід Національної бібліотеки Ізраїлю, з 70 створених на платформі альбомів її фонди представляють лише 8, а висвітленню різних заходів – презентацій, зустрічей, конференцій, форумів, виставок тощо присвячено 46 альбомів.

Змішані колекції, які містять і зображення документів з фондів бібліотек, і фотозвіти тих заходів, які проводились установою, зображення самої бібліотеки та її приміщень, сформували на Flickr.com Баварська державна бібліотека, Національні бібліотеки Ізраїлю, Ірландії та Фінляндії.

Альбоми Російської державної бібліотеки висвітлюють лише бібліотечні заходи, а документи з фондів бібліотеки презентуються в альбомах, присвячених бібліотечним виставкам.

Сервіс Flickr.com дає змогу супроводжувати представлені на цій платформі документи їх розгорнутим описом. Хоч такі можливості не означають обов'язкового надання такого опису усіма бібліотеками, зареєстрованими в цій мережі. Як виявило дослідження, одними з найбільш детальних описів, представлених у Flickr.com документів, вирізняються колекції зображень Бібліотеки Конгресу, Британської бібліотеки, Бібліотеки та архівів Канади. Серед наявних заповнених позицій – назва документа і дата його створення, ключові слова та теги, умови використання, унікальна URL-адреса, за якою цифрова копія документа зберігається на сайті бібліотеки, анотація або опис предмета зображення. Уточнюється, що користувач має змогу завантажити зображення і для цього пропонуються різні форми.

Водночас названі поля і можливості відсутні в описі зображень, представлених, у мережі, наприклад, Національною бібліотекою Швеції, Баварською бібліотекою та низкою інших. Національна

бібліотека Ізраїлю взагалі не надає опису розміщених у мережі документів.

Зауважимо, що формат соціальної мережі не вимагає дотримання певних стандартів опису представлених у ній документів. Більше того, такі стандарти наразі не розроблені й не узгоджені професійним бібліотечним середовищем. Утім, враховуючи статус бібліотечних інституцій як установ, котрі надають доступ до достовірної інформації, організовують інформаційні масиви і сприяють пошуку потрібної інформації, намагаються задовольняти запити користувачів у максимально повному обсязі, дотримання ними стандартів опису, що застосовуються для електронних документів з фонду бібліотеки, в середовищі соціальних медіа є вкрай бажаним, адже воно сприятиме впорядкуванню інформації, яка циркулює в інтернет-просторі, і забезпечуватиме її ефективний пошук відповідними системами.

Сервіс Flickr.com дає змогу переглядати розміщені бібліотекою на сторінці зображення в режимі стріму або потоку (від англ. Stream – потік), або перейти до ознайомлення з альбомами, в яких зібрані зображення певної тематики. Причому створені в сервісі альбоми можуть тематично збігатися, а можуть і відрізнятись від сформованих у фондах бібліотеки колекцій. Зокрема, альбом Бібліотеки Конгресу «Зустрічай більше скарбів» («Meet More Treasures») презентує зображення з 25 колекцій з фондів бібліотеки [30]. Утім, зазвичай створені бібліотеками на Flickr.com альбоми відповідають наявним у бібліотечних фондах колекціям.

Дещо інший підхід спостерігаємо в мережі Pinterest. Для створених в цій мережі альбомів єдиний принцип систематизації – тематика. Отже, альбом бібліотеки в Pinterest може включати цифрові копії фото, листівок, малюнків, відео, створені різними авторами в різні часи, але об'єднані однією тематикою.

Так, представлені Бібліотекою Конгресу дошки (альбоми) «Пішов на риболовлю» («Gone Fishing»), «Цвітіння сакури» («Cherry Blossoms») або «Читання» («Reading») містять зображення, які зберігаються в різних колекціях бібліотеки, і представляють як фото, так і зображення книжкових обкладинок, ілюстрацій, малюнків, об'єднаних обраною темою.

Водночас, тематика окремих дощок може передбачати об'єднання однотипних за своїм характером документів. Наприклад, представлена Британською бібліотекою дошка «Понеділок Мануск-

риптів» («Manuscript Monday») містить зображення винятково рукописних документів з фондів бібліотеки.

Підходи різних бібліотек до використання сервісу Pinterest мають свої особливості. Для одних установ – це платформа для представлення, переважно, їхніх фондів. У першу чергу, це стосується Бібліотеки Конгресу, серед 45 дошок якої у Pinterest 43 присвячені тематичному висвітленню документів з фондів бібліотеки – фото, малюнків, плакатів, листівок, газетних вирізок, книжкових обкладинок, ілюстрацій та сторінок. Виняток – дошка «Бібліотечна крамниця» («Shop the Library»), яка рекламує різні товари із зображеннями документів бібліотечного фонду, котрі можна придбати в бібліотеці, через Інтернет, та дошка «Місяць національної поезії» («National Poetry Month»), що містить як цифрові копії фото відомих поетів, їхніх рукописів, опублікованих творів з фондів бібліотеки, так і зображення «Поетичної вітальні» («The Poetry Room») Бібліотеки Конгресу, вебкасти фрагментів присвячених поезії заходів.

Так само в колекції з 15 дошок на платформі Pinterest Національної бібліотеки Нідерландів розкриттю бібліотечних фондів присвячено 12, 2 дошки містять зображення будівлі бібліотеки та її приміщень і ще одна – цікаві зображення книгознавчої та бібліотекознавчої тематики.

Більш комплексно використовує сервіс Pinterest Британська бібліотека. Вона не лише презентує багатство бібліотечних фондів, а й інформує користувача про можливості, які відкриває перед ним користування бібліотечними продуктами та послугами, особливості користування різними послугами, про заплановані бібліотечні заходи. Достатньо ілюстративно насичений у цьому контексті перший ряд дошок колекції Британської бібліотеки у Pinterest, серед яких:

- «Блоги Британської бібліотеки» (British Library Blogs) – містить зображення, опубліковані в блогах бібліотеки;
- «Почни з Британською бібліотекою» (Getting Started at the BL) – серед іншого містить чотири відеоролики: відеогіди з реєстрації в бібліотеці (Guide to registering to use the British Library) (рисунок), користування читальними залами (Guide to getting started in the Reading Rooms), користування колекціями для дослідників (Exploring the collections – The Researcher. Here's a quick guide to exploring the Library for researchers) та дизайнерів (Exploring the

Collections – The Designer. Here's a quick guide to exploring the Library for designers);

- «Подарунки Британської бібліотеки» (British Library Gifts) – містить зображення асортименту бібліотечної крамниці;
- «Зроблено з Британською бібліотекою» (Made with the British Library) – містить відеосюжети історії успіху користувачів бібліотеки, якого вони досягли завдяки користуванню бібліотечними фондами та влаштованим бібліотекою майстер-класам, а також зображення різних товарів, у дизайні яких було використано ідеї, тематику, ілюстрації творів з фондів бібліотеки.

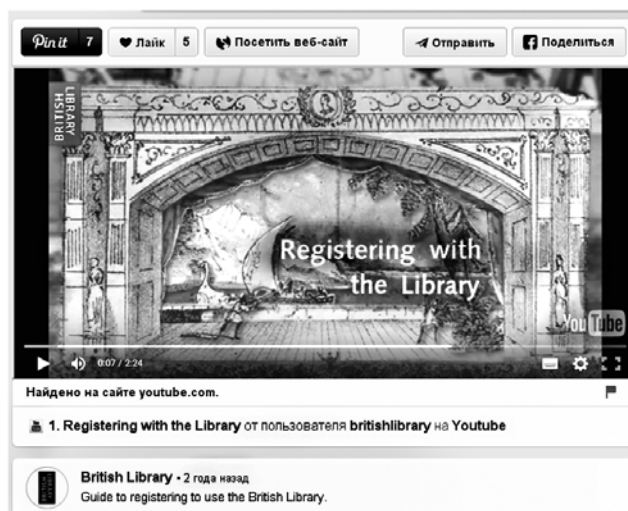


Рисунок. Відеогід з реєстрації в Британській бібліотеці, розміщений на сторінці бібліотеки в мережі Pinterest (Джерело: <https://www.pinterest.com/pin/23643966766043518/>)

На окремі дошки – «Будівля Британської бібліотеки» (British Library building) – зібрано різні зображення установи.

Подібний підхід до використання платформи Pinterest застосовує Національна бібліотека Хорватії, з 15 створених дошок якої лише 8 присвячено безпосередньому висвітленню документів з фондів установи. При цьому зображенням бібліотечної будівлі, сувенірів бібліотечної крамниці та цікавій книгознавчій тематиці відведено по 1 дошці, по дві дошки присвячено заходам за участю бібліотеки та подіям і особистостям хорватської історії.

Те саме спостерігається і у Національній бібліотеці Ізраїлю, окремі дошки якої присвячено виставкам (Exhibitions), подіям (Events at the Library), освіті і саморозвитку з бібліотекою (Jewish (informal) education and crafts; Education with NLI – Jerusalem Education with NLI – Chanukah), бібліотечній будівлі (The National Library Building) (див. табл. 3).

Представленість національних бібліотек світу на платформі Pinterest

Назва бібліотеки	Кількість (альбомів) дощок	Кількість документів (пінів)	Кількість користувачів, які підписалися	Тематика контенту (тематика колекцій: лише фонди чи фонди, заходи, виставки, сама бібліотека тощо)	Особливості опису представлених документів (назва, анотація, ключові слова та теги, правила використання, унікальна URL-адреса, за якою зберігається цифрова копія документа)	Формат контенту (лише зображення, чи є і відео-контент)
Британська бібліотека https://www.pinterest.com/britishlibrary/	30	1,8 к	245,5 к	Фонди – 14, заходи – 2, виставки – 7, відеогіди – 3, сама бібліотека – 1, просування книги – 2, бібліотечна крамниця – 1	Опис стислий – напр., місце створення і рік, або назва, або коротка анотація	Графічний, відео (вебкасти)
Бібліотека Конгресу https://www.pinterest.com/LibraryCongress/	45	1,2 к	4,7 к	Фонди – 43, заходи – 1, бібліотечна крамниця – 1	Предмет зображення (коротка анотація), автор, рік створення, місце зберігання документа, URL	Графічний, відео (вебкасти)
Національна бібліотека Ізраїлю https://www.pinterest.com/nliisrael/	29	206	155	Фонди – 22, заходи – 1, виставки – 1, сама бібліотека – 1, просування книги – 2, інше – 2	Опис стислий – напр., місце створення і рік, або назва і рік, або коротка анотація тощо.	Графічний
Національна бібліотека Хорватії https://www.pinterest.com/nskzagreb/	15	321	106	Фонди – 8, сама бібліотека – 1, заходи – 2, просування книги – 1, бібліотечна крамниця – 1, інше – 2	Назва, автор, місце, рік створення або розгорнута анотація	Графічний
Національна бібліотека Нідерландів https://www.pinterest.com/kbnederland/	15	1,7 к	302	Фонди – 12, сама бібліотека – 2, просування книги – 1	Назва, автор, рік створення, інколи URL	Графічний
Національна бібліотека Сингапуру https://www.pinterest.com/iremembersg/	17	1,3 к	545	Інше (проект «Пам'ять Сингапуру»).	Предмет зображення (коротка анотація), джерело зображення, інколи URL	Графічне

Незважаючи на широкі можливості Pinterest, станом на 1 вересня 2015 р. сайти лише 6 національних бібліотек, актуальні веб-адреси яких розміщені на порталі НБУВ, містили посилання на сторінки цих інституцій у Pinterest: Британської бібліотеки, Бібліотеки Конгресу, Національної бібліотеки Ізраїлю, Національної бібліотеки Хорватії, Національної бібліотеки Нідерландів та Національної бібліотеки Сингапуру. Частково така ситуація пояснюється відносною молодістю мережі – платформа Pinterest заснована у 2010 р. Водночас ресурс динамічно розвивається: у 2011 р. його було визнано найбільш швидко зростаючим сайтом. За два роки – станом на 2012 р. – аудиторія Pinterest нараховувала вже більше 11 млн користувачів, кількість яких продовжує стрімко зростати.

Бібліотекарі сьогодні активно вивчають перспективи використання Pinterest. Зокрема, керівництво Бібліотеки університету Реджайни (Канада) організувало експериментальне дослідження можливостей використання Pinterest як інструмента збагачення бібліотечних послуг і поглиблення комунікації з користувачами. Для роботи в Pinterest було сформовано команду з п'яти фахівців, котрі представляли різні відділи бібліотеки. Вони мали

створити і щоденно оновлювати бібліотечну сторінку в мережі, здійснюючи розміщення («піннінг») нових матеріалів по різних бібліотечних категоріях з метою підтримки інтересу до сторінки з боку університетського співтовариства [29, р. 2–3]. Бібліотечна сторінка (акаунт) була запущена у квітні 2012 р., на жовтень 2012-го вона мала вже 160 користувачів, які підписалися на 500 публікацій («пінів»), розміщених у 40 альбомах («дощках»). Публікації містили інформацію про нові книги за темою, фото відремонтованих бібліотечних приміщень тощо. Найбільш популярними дошками виявилися «Що Ви зараз читаете?» (What are you Reading?) та «Улюблені бібліотеки» («Libraries We Love»). Pinterest виявився зручним інструментом для візуального відображення нових назв книг разом з інтерактивними посиланнями на каталог бібліотеки [29, р. 5–6].

За висновками бібліотечних фахівців, Pinterest є ефективною платформою для комунікації між бібліотечними працівниками, викладачами і студентами, яка створила умови для відкритого діалогу, обміну інформацією, даючи змогу:

- просувати книги і читання (розміщуючи зображення обкладинок книжок, анонси майбутніх публікацій, інформацію про бібліотечні новини

та перелік літератури, якою бібліотека має намір поповнити свої фонди);

- підтримувати контакт з популярними письменниками, кількість яких у Pinterest зростає;
- організовувати корисні ресурси і наукові інструменти («дошки» з візуальними закладками для довідкових сторінок і статей, що обговорюються в межах навчальних курсів, ілюстрованих керівництв і довідників, онлайн-бібліографії тощо);
- обмінюватись і поширювати матеріали з певних галузей і в певних форматах (колекції електронних книг, фото і відео про історію певної місцевості, предметні рубрикатори з гіперпосиланнями на відповідні предметні вебсторінки [36].

Інша мережа графічного контенту – Instagram, яка станом на 1 вересня 2015 р. використовувалася 10 національними бібліотеками, надає порівняно менші сервісні можливості, ніж Pinterest. Зокрема, зображення в ній можна переглядати лише в режимі стріму, що доволі незручно, коли на сторінці розміщено вже багато публікацій. Більш давні світлини виявляються «прихованими» знизу сторінки і для того, щоб їх переглянути, потрібно постійно перетягувати бігунок на сторінці донизу. Мережа також не дає змоги систематизувати розміщені зображення по альбомах, папках, «дошках» тощо, що знову-таки, ускладнює користуван-

ня контентом у випадку його значної кількості та різноманітності тематики розміщених зображень.

Специфіка інструментарію мережі зумовила особливості її використання бібліотечними установами, які надають перевагу розміщенню на своїх сторінках в Instagram фото і відео з бібліотечних заходів, приміщень бібліотеки, візуалізованих анонсів книжкових виставок та презентацій, просто окремих (найбільш важливих) зображень книжково-бібліотечної тематики (табл. 4). Оскільки, зазвичай, ідеться не про документи з бібліотечних фондів, то представлені зображення супроводжуються відповідними описами пояснювального або коментуючого характеру: яка подія відображується, коли вона відбулась або відбується, хто взяв або візьме в ній участь тощо.

Виходячи з особливостей Instagram, використання мережі бібліотеками може бути ефективним у випадку оперативного розміщення інформації про ті події, які щойно відбулися в бібліотеці, або ті, що відбудуться невдовзі, з метою їх візуального рекламування, популяризації діяльності бібліотеки, просування її послуг і продуктів.

На відміну від розглянутих вище мереж візуального контенту, які містять, переважно, графічні зображення, мережа YouTube.com призначена для розміщення відео. YouTube.com є третьою за популярністю серед національних бібліотек мережею після мереж мультимедійного контенту Facebook і Twitter.

Таблиця 4

Сторінки національних бібліотек у соціальній мережі Instagram

Назва бібліотеки	Кількість публікацій	Кількість користувачів, які підписалися	Тематика контенту (тематика колекцій: лише фонди, чи фонди, заходи, виставки, сама бібліотека тощо)	Особливості опису представлених документів (назва, анотація, ключові слова та теги, правила використання, унікальна URL-адреса, за якою зберігається цифрова копія документа)
Національна та Університетська бібліотека Ісландії https://instagram.com/landsbokasafn	61	33	Книги, бібліотечні заходи,	Підписи. Опис відсутній
Національна бібліотека Кувейту https://instagram.com/KW_nccal/	6,926	28.5 k	Бібліотечні заходи, різне	Підписи. Опис відсутній
Національна бібліотека Норвегії https://instagram.com/nasjonalbiblioteket/	104	735	Бібліотечні заходи, цифрові копії окремих документів	Підписи. Опис відсутній
Національна бібліотека України для дітей https://instagram.com/nbu_for_kids/	105	103	Бібліотечні заходи	Підписи. Опис відсутній
Російська національна бібліотека https://instagram.com/national_library_of_russia/	112	201	Бібліотека, бібліотечні заходи, цифрові копії окремих документів	Підписи. Опис відсутній
Національна бібліотека Угорщини https://instagram.com/nemzetikonvytar	212	172	Бібліотека, бібліотечні заходи, книги	Підписи. Опис відсутній
Національна бібліотека Фінляндії https://instagram.com/natlibfi/	269	92	Бібліотека, бібліотечні заходи, книги	Підписи. Опис відсутній
Національна бібліотека Ізраїлю http://instagram.com/nli_israel	175	266	Бібліотека, бібліотечні заходи, цифрові копії окремих документів	Підписи. Опис відсутній
Національна бібліотека Франції https://www.instagram.com/bibliothequebnf/	197	1679	Бібліотека, книги, різне	Підписи. Опис відсутній
Національна бібліотека Сингапуру https://www.instagram.com/iremembersg/	882	8 413	Різне (проект «Пам'ять Сингапуру»)	Підписи. Опис відсутній

Першими почали «освоювати» можливості YouTube.com для обслуговування користувачів і просування власних продуктів, фондів Бібліотека Конгресу і Британська бібліотека, сторінки яких у мережі з'явилися, відповідно, у червні і жовтні 2007 р. Станом на 20 грудня 2015 р. в YouTube.com представлено вже 27 бібліотек зі статусом національних. За кількістю розміщеного на сторінці контенту на сьогодні першість посідає Бібліотека Конгресу (2609 відео, систематизованих у 35 списків відтворення – плейлистів), із значним відставанням друге і третє місця займають відповідно Національна бібліотека Ізраїлю (493 відео в 68 плейлистах) і Російська національна бібліотека (454 відео в 14 плейлистах).

Слід зауважити, що кількість розміщеного відео ще не гарантує відповідної кількості переглядів створеного контенту. Так, за Бібліотекою Конгресу (10 804 153 переглядів) тут зберігається першість, однак друге і третє місця у цій «номінації» посідають відповідно Національна бібліотека Іспанії (1 376 468 переглядів на 329 розміщених відео) і Британська бібліотека (911 506 переглядів на 295 розміщених відео). А контент, розміщений на сторінках в YouTube.com Національної бібліотеки Ізраїлю і Російської національної бібліотеки був переглянутий лише, відповідно, 180 849 і 34 432 разів.

Отже, не завжди ті сторінки, які були засновані раніше, або на яких розміщено більше відеоконтенту залучають більшу кількість користувачів, які підписалися на сторінку, або мають більшу кількість переглядів. Є випадки, коли бібліотека створює сторінку на декілька років пізніше за іншу установу, однак досить швидко не лише наздоганяє її за кількістю користувачів, а й починає її істотно випереджати. Такий результат дає привід говорити про ефективність бібліотечних сторінок, яка визначається співвідношенням кількості переглядів і кількості розміщеного матеріалу. Чим більшим буде показник, тим вищою виявиться ефективність сторінки.

Ефективність функціонування бібліотечної сторінки в мережі YouTube.com можна визначити за формулою:

$$E = Q_v : Q_r,$$

де E – ефективність сторінки, Q_v – кількість розміщеного відео, Q_r – кількість переглядів.

У процесі підрахунків, наприклад, вдалося встановити, що ефективність функціонування сторінки Британської бібліотеки дорівнює 3089 (911 506 : 295), Бібліотеки Конгресу – 4141

(10 804 153 : 2609), Національної бібліотеки Іспанії – 4183 (1 376 468 : 329), Національної бібліотеки Ізраїлю – 366 (180 849 : 493).

Як бачимо, найефективнішою виявилася сторінка в YouTube.com Національної бібліотеки Іспанії. Вона випередила засновані на два роки раніше сторінки Бібліотеки Конгресу і Британської бібліотеки. Водночас сторінка Національної бібліотеки Ізраїлю виявилася найменш ефективною з обраної групи бібліотек, незважаючи на друге місце за кількістю розміщеного на ній відео.

Іншим показником ефективності функціонування сторінки є співвідношення часу її існування і кількості переглядів розміщеного на сторінці відео, або середня кількість переглядів на рік. Наприклад, за рік функціонування сторінки Національної бібліотеки України для дітей у мережі розміщене на ній відео переглянули 18 255 разів (ефективність – 18 255 переглядів на рік), водночас відео, розміщене на сторінці Національної історичної бібліотеки України, за чотири роки переглядалося лише 889 разів, тобто середня кількість переглядів на рік становить приблизно 222 перегляди (889 : 4 = 222,25).

Отже, на сьогодні національні бібліотеки досить активно використовують соціальні мережі, змінюючи, таким чином, принцип комунікації з дистанційним користувачем: не користувач «приходить» до інформації через бібліотечний веб-сайт, а створена бібліотекою інформація «йде» до користувача за допомогою соціальної мережі. При цьому використання в бібліотечній практиці соцмереж різного формату та декількох сторінок в одній мережі сприяє посиленню адресності в обслуговуванні та створює синергетичний ефект у просуванні продуктів і послуг бібліотеки.

Національні бібліотеки світу найактивніше використовують мережі мультимедійного контенту. Використання ними соціальних медіа для розміщення візуального контенту – графіки і відео – хоча й розпочалося у 2007 р., поки що є недостатньо поширеним. Найбільше сторінок національних бібліотек у мережах візуального контенту створено в YouTube.com – 27. Проте це лише близько третини від усіх національних бібліотек.

Серед соцмереж візуального контенту найбільш пристосованими до бібліотечної специфіки є Flickr.com, Pinterest та YouTube.com, інформація в яких може систематизуватися по папках, «дошках» і списках відтворення (плейлистах). Причому

му, систематизовані бібліотеками документи у Flickr.com найчастіше відповідають складу бібліотечних колекцій.

Загальна тенденція у використанні бібліотеками соцмереж – відсутність чітких стандартів опису інформації, яка там розміщується, у багатьох випадках невелика кількість метаданих, потрібних для ідентифікації документів пошуковими системами. Позитивний досвід для наслідування у цьому аспекті накопичений Бібліотекою Конгресу і Британською бібліотекою. Тому їх структури опису документів можуть бути взяті за основу.

Важливо також визначати ефективність бібліотечної сторінки в соціальній мережі з тим, щоб зусилля, які докладаються для підтримання її функціонування, виправдовувались отриманим кінцевим результатом – задоволенням інформаційних потреб користувачів.

Список використаних джерел

1. *Бондаренко В.* Інноваційні технології як фактор розвитку сучасних інформаційних комунікацій інформаційно-аналітичного обслуговування дистантних користувачів бібліотеки [Електронний ресурс] / В. Бондаренко // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського / редкол.: О. С. Онищенко (голова), Г. В. Боряк, В. М. Горючий [та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – К., 2011. – Вип. 32. – 416 с. – С. 207–221. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua/images/naukprazi/32.pdf>. – Назва з екрана.
2. Британская библиотека (British Library) выложила на Flickr миллион иллюстраций : блог-пост [Электронный ресурс] // Принт. Культурология.Ру. – 2013. – 17.12. Режим доступа: <http://www.kulturologia.ru/blogs/171213/19536/>. – Заглавие с экрана.
3. *Булахова Г.* Бібліотеки в соціальних мережах та блогосфері як засіб рекламування / Г. Булахова // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського / редкол. : О. С. Онищенко (голова), Г. В. Боряк, В. М. Горючий [та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – К., 2013. – Вип. 35. – С. 146–151.
4. *Вітушко А.* Діяльність бібліотек у соціальних мережах: проблеми інформаційної безпеки / А. Вітушко // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського / редкол. : О. С. Онищенко (голова), Г. В. Боряк, В. М. Горючий [та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – К., 2013. – Вип. 35. – С. 213–220.
5. *Вітушко А.* Проблема використання в бібліотечно-інформаційному виробництві соціальних мереж з точки зору інформаційної безпеки / А. Вітушко // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського / редкол. : О. С. Онищенко (голова), Г. В. Боряк, В. М. Горючий [та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – К., 2013. – Вип. 36. – С. 137–145.
6. *Вітушко Н.* Поширення інформаційно-аналітичних продуктів бібліотек за допомогою соціальних мереж / Н. Вітушко // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського / редкол.: О. С. Онищенко (голова), Г. В. Боряк, В. М. Горючий [та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – К., 2013. – Вип. 35. – С. 196–202.
7. *Мар'їна О.* Бібліотеки та соціальні медіа: технологія взаємодії / Олена. Мар'їна // Вісник Книжкової палати. – 2012. – № 8. – С. 19–21.
8. *Мар'їна О. Ю.* Веб-технології в бібліотеках: нові можливості розвитку комунікаційного середовища [Електронний ресурс] / О. Ю. Мар'їна // Вісник Харківської державної академії культури. – 2012. – Вип. 36. – С. 105–114. – Режим доступу : <http://www.ic.kharkov.ua/RIO/v36/36-2-03.pdf>. – Назва з екрана.
9. *Мар'їна О.* Соціально-комунікаційні технології як засіб управління бібліотечно-інформаційною сферою діяльності [Електронний ресурс] / О. Мар'їна // Вісник Книжкової палати. – 2013. – № 3. – С. 26–28. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vkp_2013_3_10.pdf. – Назва з екрана.
10. *Назаровець М. А.* Використання комунікаційних можливостей соціальної мережі Facebook бібліотеками ВНЗ [Електронний ресурс] / М. А. Назаровець // Матеріали науково-практичної конференції «Сучасні проблеми діяльності бібліотеки в умовах інформаційного суспільства», Львів, 2013 р. – Л. : Вив-во Національного ун-ту «Львівська політехніка», 2013. – С. 183–190. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/21325/1/18-183-190.pdf>. – Назва з екрана.
11. *Самсонов М.* Представлення бібліотек на веб-сайті YouTube / М. Самсонов // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського / редкол. : О. С. Онищенко (голова), Г. В. Боряк, В. М. Горючий [та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – К., 2013. – Вип. 35. – С. 171–179.
12. *Струнгар В. В.* Бібліотечні проекти в соціальних медіа як джерела бібліотекознавчих досліджень / В. В. Струнгар // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського / редкол. : О. С. Онищенко (голова), Г. В. Боряк, В. М. Горючий [та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – К., 2015. – Вип. 41. – С. 371–381.
13. *Струнгар В. В.* Статистичний підхід до вивчення комунікації бібліотеки і користувача через соціальні медіа / В. В. Струнгар // Science and Education a New

Dimension. Humanities and Social Sciences. – 2015. – № III (11). – Issue 67. – P. 80–84.

14. *Тарасенко Н.* Розкриття бібліотечних фондів засобами соціальних мереж як фактор наповнення інформаційного простору / Н. Тарасенко // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського / редкол. : О. С. Онищенко (голова), Г. В. Боряк, В. М. Горовий [та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – К., 2014. – Вип. 39. – С. 205–218.

15. *Терещенко І.* Бібліотечні продукти та послуги в соціальних медіа / І. Терещенко // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського / редкол. : О. С. Онищенко (голова), Г. В. Боряк, В. М. Горовий [та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – К., 2013. – Вип. 35. – С. 165–170.

16. *Чернявська Л.* Представлення бібліотек у блогах та соціальних мережах як фактор покращення комунікації у віртуальному середовищі / Л. Чернявська // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського / редкол. : О. С. Онищенко (голова), Г. В. Боряк, В. М. Горовий [та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – К., 2013. – Вип. 35. – С. 152–164.

17. *Ярошенко Т. О.* Бібліотека, бібліотекарі та користувачі бібліотек в епоху Веб 2.0: виклики часу / Т. О. Ярошенко // Бібліотечна планета. – 2011. – № 1. – С. 17–22.

18. *Ярошенко Т. О.* Технології Веб 2.0 для бібліотек і користувачів : нові можливості розвитку бібліотечного середовища: посіб. для бібліотекарів за прогн. підвищ. кваліфікації / Укр. бібл. асоц., Нац. академія керівних кадрів культури і мистецтв, Центр безперервн. інформ.-бібл. освіти, Головний тренінгов. центр для бібліотекарів; Т. О. Ярошенко, Т. О. Якушко. – К. : Самміт-книга, 2013. – 106 с.

19. *Aharony N.* Twitter Use in Libraries: An Exploratory Analysis / Noa Aharony // Journal of Web Librarianship. – 2010. – № 4 (4). – P. 333–350.

20. *Ayu A. R. Riza.* Do You Facebook? Usage and Applications of Facebook Page among Academic Libraries in Malaysia / A. R. Riza Ayu, A. Abrizah // The International Information & Library Review. – 2011. – № 43 (4). – P. 239–249.

21. *Boateng F.* «Web 2.0 applications' usage and trends in top US academic libraries», [Electronic resource] / Frank Boateng, Yan Quan Liu // Library Hi Tech. – 2014. – Vol. 32. – Iss: 1, – P. 120–138. – Mode of access : <http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/LHT-07-2013-0093>. – Title from the screen.

22. *Burclaff N.* Developing a social media strategy. Tweets, pins, and posts with a purpose [Electronic resource] / Natalie Burclaff, Catherine Johnson // College & Research Libraries News. – July 2014. – vol. 75. – № 7. – P. 366–369. – Mode of access : <http://crln.acrl.org/content/75/7/366.full>. – Title from the screen.

23. *Chan Ch.* Marketing the Academic Library with

Online Social Network Advertising / Christopher Chan // Library Management. – 2012. – № 33(8). – P. 479–489.

24. *Chua Alton Y. K.* A Study of Web 2.0 Applications in Library Websites [Electronic resource] / Alton Y. K. Chua, H Goh Dion // Library & Information Science Research. – 2010. – № 32 (3). – P. 203–211. – Mode of access : <file:///C:/Documents%20and%20Settings/%D0%AE%D1%80%D0%B0/%D0%9C%D0%BE%D0%B8%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/9474-23552-1-SP.pdf>. – Title from the screen.

25. *Collins G.* Social Media and Academic Libraries : Current Trends and Future Challenges [Electronic resource] / Gary Collins, Anabel Quan-Haase // American Society for Information Science and Technology. – 2012. – October 26–31, Baltimore, MD, USA. – Mode of access : <http://asis.org/assist2012/proceedings/Submissions/272.pdf>. – Title from the screen.

26. *Dickson A.* Social Networking in Academic Libraries : The Possibilities and the Concerns [Electronic resource] / Andrea Dickson, Robert P. Holley // New Library World. – 2010. – № 111 (11/12): – P. 468–479. – Mode of access : <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/03074801011094840>. – Title from the screen.

27. *Dowd N.* Social Media: Libraries Are Posting, but Is Anyone Listening? [Electronic resource] / Nancy Dowd // Library Journal. – May 7, 2013. – Mode of access : <http://lj.libraryjournal.com/2013/05/marketing/social-media-libraries-are-posting-but-is-anyone-listening/>. – Title from the screen.

28. *Gerolimos M.* Services for Academic Libraries in the New Era [Electronic resource] / Michalis Gerolimos, Rania Konsta // D-Lib Magazine. – July/August 2011. – Volume 17. – Number 7/8. – Mode of access : <http://www.dlib.org/dlib/july11/gerolimos/07gerolimos.h.tml>. – Title from the screen.

29. *Hansen K.* Pinterest as a tool: applications in academic libraries and higher education (Pinterest jako narzędzie: zastosowania w bibliotekach akademickich i szkolnictwie wyższym) [Electronic resource] / Kristen Hansen, Gillian Nowlan, Christina Winter // Partnership : The Canadian Journal of Library and Information Practice and Research. – 2012. – Vol. 7. – № 2. – P. 1–11. – Mode of access : journal.lib.uoguelph.ca/index.php/perj/article/view/2011/2630http://babin.bn.org.pl/?p=2042. – Title from the screen.

30. Meet More Treasures. Album description [Electronic resource] // Flickr.com. Library of Congress. – Mode of access : https://www.flickr.com/photos/library_of_congress/sets/72157623631646607/. – Title from the screen.

31. *Phillips N. K.* Academic Library Use of Facebook: Building Relationships with Students / Nancy Kim Phillips // The Journal of Academic Librarianship. – 2011. – № 37 (6). – P. 512–522.

32. *Richardson R.* A Mightier Pin: Creating a Credible Reference Library on Pinterest at Murray State University

[Electronic resource] / Rebecca Richardson, Candace Vance, Elizabeth Price, Jeffrey Henry // Internet Reference Services Quarterly. – 07/2013. – № 18 (3). – Mode of access : https://www.researchgate.net/publication/263491802_A_Mightier_Pin_Creating_a_Credible_Reference_Library_on_Pinterest_at_Murray_State_University. – Title from the screen.

33. *Sachs D. E.* Striking a Balance: Effective Use of Facebook in an Academic Library [Electronic resource] / Dianna E. Sachs, Edward J. Eckel, Kathleen A. Langan // Internet Reference Services Quarterly. – 2011. – № 16 (1–2). – P. 35–54. – Mode of access: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10875301.2011.572457>. – Title from the screen.

34. *Stvilia B.* What do academic libraries tweet about, and what makes a library tweet useful? / Besiki Stvilia, Leila Gibradze // Library & Information Science Research. – October 2014. – Volume 36. – Issues 3–4. – P. 136–141.

35. *Thornton E.* Is Your Academic Library Pinning? Academic Libraries and Pinterest [Electronic resource] / Elaine Thornton // Journal of Web Librarianship. – 2012. – № 6 (3). – P. 164–175. – Mode of access : <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19322909.2012.702006?quer>

yID=%24%7BresultBean.queryID%7D#.VnazCbaLRH0. – Title from the screen.

36. *Waleszko M.* Bardzo pinteresujące! – nowa sieć społecznościowa Pinterest i jej zastosowania w kontekstach edukacyjnych [Electronic resource] / Małgorzata Waleszko // Babin 2.0. Bibliografia Analityczna Bibliotekoznawstwa i Informatyki Naukowej. – 2012. – 26.09. – Mode of access: <http://babin.bn.org.pl/?p=1494>. – Title from the screen.

37. *Woodward S.* Building Library Community Through Social Media [Electronic resource] / Scott Woodward, Hazard Young, Doralyn Rossmann // Information Technology and Libraries. – Vol. 34. – № 1 (2015). – Mode of access : <http://ejournals.bc.edu/ojs/index.php/ital/article/view/5625>. – Title from the screen.

38. *Zoohorian-Fooladi N.* Personifying the social media presence of academic librarians: a uses and gratifications perspective [Electronic resource] / Niusha Zoohorian-Fooladi // These submitted in fulfillment of the requirement for the degree of doctor of philosophy. Faculty of computer science and information technology. University of Malaya, Kuala Lumpur, 2014. – Mode of access : http://studentsrepo.um.edu.my/4706/1/NIUSHA_ZOHOORIAN-FOOLADI_WHA100016.pdf. – Title from the screen.

Стаття надійшла до редакції 26.01.2016 р.

UDC 027.54:004.7

Tetiana Hrančak,

Doctor of Social Communications, Head of the department of political analysis of Vernadsky National Library of Ukraine

USAGE SOCIAL NETWORKS AMONG NATIONAL LIBRARIES FOR PRESENTATION OF LIBRARY PRODUCTS AND SERVICES

The article presents the results of analysis of specific of usage among national libraries different social networks in the process of improving library service, it's particular explores the features of most popular networks of visual content as a platform for presentation of library products and services. The research questions guiding this study were: (a) What are the extent and nature of institutional social networks visual content use by national libraries? (b) What information do national libraries deliver through social networks visual content pages? (c) What standards of description information of national libraries on pages in social networks visual content? It was substantiated expediency of integrated approach to the usage by libraries of different social media visual content to achieve synergies in the presentation and targeting of funds, developing standards that describe submitted documents on social networks in order to improve the organization and management of information. It was suggested a formula for determining the effectiveness of library pages in social networks of visual content.

К е у о р д с: National Library, social networks, communication, Facebook, Pinterest, Flickr.com, Instagram, YouTube.com.

УДК 027.54:004.7

Татьяна Гранчак,

д-р наук по социальным коммуникациям, зав. отделом Национальной библиотеки Украины имени В. И. Вернадского

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНЫМИ БИБЛИОТЕКАМИ СОЦСЕТЕЙ ДЛЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ БИБЛИОТЕЧНЫХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ

В статье представлены результаты анализа специфики использования национальными библиотеками мира и Украины разных социальных сетей в процессе совершенствования библиотечного обслуживания, раскрыты особенности отдельных сетей как платформ представления библиотечных продуктов и услуг.

К л ю ч е в ы е с л о в а: национальная библиотека, социальные сети, коммуникация, Facebook, Pinterest, Flickr.com, Instagram, YouTube.com.