

УДК 021:004.738(085.8)

Галина Булахова,

мол. наук. співроб. НЮБ НБУВ

БІБЛІОТЕКИ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ТА БЛОГОСФЕРІ ЯК ЗАСІБ РЕКЛАМУВАННЯ

У статті розглядається представлення бібліотек у соціальних мережах, активне використання соціальних мереж як засобу рекламування бібліотечної інформації.

Ключові слова: бібліотека, реклама, соціальна мережа, онлайніві соціальні мережі, блог, Twitter, «ВКонтакте», Facebook.

Реформування організації бібліотечної діяльності з використанням усіх сучасних електронних технологій дає змогу бібліотекам залишатися затребуваними інформаційними центрами в умовах постійно зростаючих суспільних інформаційних потреб.

Якщо бібліотека хоче бути сучасною та орієнтованою на користувача, вона повинна звернути увагу на соціальні медіа та роботу в них. На сьогодні соціальні мережі відіграють дуже важливу роль – послугами Інтернету користується кожен третій українець. Останнім часом кількість користувачів національних і міжнародних соцмереж стрімко зростає (за прогнозом на 2013 р. – від 4 % зростання для арабських країн, до 20 % для країн, що розвиваються) [1].

Відома американська дослідницька організація Pew Research Center опублікувала чергове дослідження на тему: «Сайти соціальних мереж та наше життя» (Social networking sites and our lives), у якому йде мова про вплив соціальних мереж на життя різних верств населення. Адже за статистикою з 2008 р. кількість користувачів у соціальних мереж збільшилась удвічі, а вік учасників також став набагато старшим. В опитуванні взяли участь представники різних професій та соціального статусу: лікарі, юристи, вчителі, програмісти і, навіть, конгресмени. У результаті дослідження, виявилось, що ті, хто активно спілкується в соцмережах, схильні більше довіряти оточуючим людям, більше цікавляться громадсько-політичними та суспільними питаннями і як це не дивно, мережа контактів-друзів у реалі в них більша, ніж у тих, хто не використовує сайти соцмереж [2].

Для бібліотек соціальні мережі є центром діалогу з користувачами, які

самі вирішують, який контент їм використовувати. У цьому середовищі можуть бути рівні як великі потужні бібліотеки, так і бібліотеки невеликих міст та сіл. Адже бібліотека – це не тільки книги, у першу чергу це – люди. Для того, аби знайти нових користувачів і не втратити старих, потрібно залучати їх до спілкування та співробітництва в соціальних мережах.

Отже, на сучасному етапі особливого значення набуває представництво у віртуальному просторі бібліотечних установ як сучасних інформаційних центрів, що виступають одним з базових елементів формування інформаційного суспільства. Представництво бібліотек у віртуальному просторі здійснюється через спеціалізовані інтернет-сайти, які є характерною ознакою трансформації існуючої системи бібліотечного обслуговування та функціонування яких створює умови для відповідності діяльності бібліотек новим суспільним потребам.

Теоретичні та практичні аспекти представлення бібліотек в інтернет-просторі активно досліджуються вітчизняними та закордонними науковцями. Так, окремі аспекти діяльності бібліотек в електронному середовищі досліджували І. Давидова, М. Дворкіна, В. Ільганаєва, Л. Костенко, М. Слободяник, В. Степанова, І. Сулова, А. Чачко, Я. Шрайберг. Особливості використання соціальних медіа в роботі бібліотек досліджували М. Самсонов, Л. Чуприна, Ю. Якименко. Аналіз російської бібліотечної блогосфери здійснили Л. Брюхова, В. Виноградова та ін.

Науковці «соціальною мережею» називають платформу, онлайн-сервіс або веб-сайт, які призначені для побудови, відображення та організації соціальних взаємовідносин, візуалізацією яких є соціальні графи.

У ненауковому значенні цього слова «соціальна мережа» – це співтовариство людей, які пов'язані спільними інтересами, справою або іншими причинами для безпосереднього спілкування.

Фахівці розглядають «соціальні мережі» як віртуальний майданчик для синергії користувачів у певній групі. Теоретично соціальною мережею можна вважати будь-яку онлайн-спільноту, учасники якої обмінюються інформацією й беруть активну участь в обговоренні певної теми. Наприклад, подібна соціальна мережа створюється за допомогою інтернет-технології «блог». За допомогою сучасних соціальних мереж можна шукати співробітників, читати їхні рекомендації, займатися пошуком роботи тощо [3].

Таким чином можна стверджувати, що соціальна мережа виступає як поєднання електронних технологій як засобу комунікацій та, відповідно, зв'язків між особами й спільнотами, об'єднаних спільними інтересами. Вона є перспективним засобом для реклами бібліотечної

діяльності, бібліотечних сервісів, бібліотечних установ. Нагадаємо, соціальні мережі виникли внаслідок поширення сервісів Web 2.0 як сервісів з більшими можливостями для взаємодії й комунікації – надаремно один з теоретиків руху за вільне програмне забезпечення Т. О'рейллі у своїй статті What Is Web 2.0 головну роль в Web 2.0 відводить людині, а не технологіям [4].

Отже, Web 2.0 надає нові маркетингові рішення, що дають можливість змінити принципи просування на ринок певного контенту бібліотечних послуг та зменшити витрати на них. Багато в чому це стає можливим завдяки створенню інтерактивних зв'язків між виробником продукції (інформації) та її користувачем. Синергетичність цього спілкування дає змогу в кілька разів збільшити ефективність використання інформації, у тому числі й у бібліотечному середовищі, що значно стимулює значення позитивного іміджу бібліотек як технічно розвинутого механізму керування знаннями.

Пізніше в 2006 р. ідеї Web 2.0 були озвучені в концепції терміна «Бібліотека 2.0» і з'явилися в блозі Library Crunch М. Кессі. Він зазначає, що головна мета Бібліотеки 2.0 це покращення комунікації з користувачами та спрямування їх до потрібних матеріалів, запропонувавши допомогу через звичні для них канали [5].

Як стверджують науковці, «Бібліотека 2.0» – це стимуляція участі користувачів у житті бібліотечних співтовариств шляхом повідомлення своєї думки як про ресурси, які вони вже використовували, так і про нові, до яких вони хотіли б отримати доступ.

Більшість авторів, чий праці присвячені новим бібліотечним сервісам, сходяться на думці, що послуги, реалізовані бібліотеками в електронному середовищі та адресовані широкому колу віддалених користувачів, можуть й повинні розвиватися і в змістовному плані, і в плані застосування нових технологій, можливих у рамках «Бібліотеки 2.0» (соціальні мережі, вікі, блоги, RSS-формат) [6].

Очевидно, що на сьогодні бібліотекам для просування своєї діяльності недостатньо одного лише сайту, потрібні додаткові засоби інформування, зокрема й менш офіційні та формальні.

Останнім часом дедалі більше бібліотек створює свої сторінки в соціальних мережах. Зокрема, більшість зарубіжних та вітчизняних бібліотечних установ представлені у Twitter, Facebook, Flickr, Blogspot, «ВКонтакте» та ін. Водночас це переконує в тому, що інструменти соціальних мереж допомагають доносити інформацію до користувачів у дуже зручний спосіб, а також рекламувати діяльність бібліотеки.

Представлення бібліотеки в соціальних мережах дає змогу оперативно повідомити великій аудиторії про надходження нових видань, заплановані заходи та поширити цю інформацію далі. Іншими словами, це – майданчик для реклами бібліотек і послуг.

Багато бібліотек успішно рекламують свої ресурси й послуги, і це не дивно, що бібліотекарі починають заповнювати своїми блогами віртуальний світ. Адже блог – це спосіб реклами бібліотек та її сервісів.

На сьогодні найвідомішими спеціалізованими блог-платформами є Blogger, Livejournal.com, Flickr, YouTube, Yahoo Podcasts

Розглянемо що таке блог. Перші бібліотечні блоги в Україні з'явилися у 2009 р., у Росії – у 2007 р. за кордоном – у 1998 р. Блог – це персональний сайт, що дає змогу вести текстові записи з використанням мультимедійних елементів. Він являє собою онлайн-щоденник, у якому у зворотному хронологічному порядку опубліковано записи. Великою особливістю блогу є те, що користувачі можуть публікувати свої коментарі до повідомлень, що робить блог унікальним інтерактивним ресурсом. Інтерактивність, тобто можливість для читачів залишати свої ремарки, є відмінною рисою персональних сайтів покоління Web 2.0.

Водночас бібліотекарі дуже часто використовують блог як простий інструмент для публікації новин бібліотечного світу. Наприклад, одним з перших у російськомовному Інтернеті з'явився блог бібліотекарів Білорусі. Користувачі цього блогу – здебільшого професійне співтовариство. Інший блог «Миша бібліотечна» також є прикладом блогу професійного спілкування, де представлені здебільшого професійні матеріали, переклади цікавих публікацій, піднімаються питання на дискусійні теми.

Також бібліотеки почали більше рекламувати свою присутність у соціальних мережах, зокрема за допомогою зовнішньої реклами, видавати посібники й методички з ресурсів Web 2.0. Американський бібліотекар-блогер Девід Лі Кінг пропонує піти навіть далі й розмістити позначки «Ми у Facebook» або «Читайте нас у Twitter» у приміщенні бібліотеки [7].

Блог також є новим маркетинговим інструментом, що дає змогу знайти нового потенційного користувача. Блог відрізняється від стандартного новинного сайту тим, що дає можливість підписатися на новинні потоки. Таким чином, не відвідуючи щодня сотні сторінок, можна завжди володіти інформацією. Водночас це має і зворотний ефект: як тільки з'явиться цікава публікація – на сайт обов'язково прийдуть, і підвищиться віддача від використання електронних ресурсів, відвідуваність сайту й можливість залучити користувача до традиційних послуг [8].

На інформаційно-довідковому порталі LIBRARY.RU зібрано посилання на 77 блогів бібліотечної тематики. Наприклад, особисті блоги ведуть і підтримують Свердловська обласна універсальна наукова бібліотека ім. В. Г. Белінського, Державна універсальна наукова бібліотека Красноярського краю, Національна бібліотека Республіки Білорусь, Кіровоградська обласна універсальна наукова бібліотека та ін. [8].

Таким чином, блог зарекомендував себе як ефективний інструмент міжпрофесійного спілкування, що сприяє особовому професійному зростанню й вдосконаленню, дає можливість самовираження, стимулюючи творчу активність.

У 2012 р. соцмережі вже використовують нові види реклами, адже нав'язлива графічна реклама (особливо банерна) поступово відходить у минуле.

На сьогодні існує багато підходів до класифікації блогів. За знаковою характеристикою інформації виділяють текстові, музичні, фотоблоги, відеоблоги й підкасти (блоги звукових файлів, онлайн-радіожурналістика). За тематикою і цільовою спрямованістю блоги поділяють на політичні, наукові, освітні, розважальні, творчі, спеціалізовані блоги новин, бізнес-блоги тощо. Значна частина блогів є особистими журналами користувачів Інтернету й не має чіткої тематики [9].

Бібліотечна блогосфера, як зазначає Н. Волян, вирізняється розмаїттям тем, яскравою індивідуальністю, популярністю, оригінальністю контенту й креативністю. Так, одні бібліотечні блоги формуються для професійного спілкування, інші орієнтовані на читачів чи навіть на місцевих меценатів книгозбірні. Щороку кількість цих ресурсів зростає.

Відповідно до тематики змісту, цільового призначення, кількості посилань, можна сформувати так званий блог-рейтинг за такими напрямками:

1. Блоги про професійний розвиток і навчання (в основному орієнтовані на академічну освіту).

Наприклад, Libr.Net (методичний блог Рівненської державної обласної бібліотеки), «Бібліоконтинент Вінниччина» (Вінницька ОУНБ ім. К. А. Тимірязєва), «Методист бібліотеки» (блог науково-методичного відділу Харківської державної наукової бібліотеки ім. В. Г. Короленка), «Бібліотечний автобаз» (програма «Бібліоміст»), «Бібліоміст Івано-Франківськ» та ін. У цих блогах акцентується увага на важливих для бібліотек заходах, акціях, подаються звіти про проведену методичну роботу, інформація про досягнення в галузі медіатехнологій, пропонуються для обговорення проблемні питання бібліотечної роботи тощо.

2. Блоги шкільних бібліотекарів, які прагнуть спілкуватися з колегами, учителями, технологами. Містять рекомендації і рецензії на книги.

3. Блоги вчителів і бібліотекарів. Адресовані вчителям і шкільним бібліотекарям. Досліджуються точки перетину шкіл, бібліотек і технологій.

4. Блоги про новинки галузі. Розкривають актуальні проблеми бібліотечної практики, тенденції розвитку бібліотечної справи, пропонують новини, різні думки, добірки книг.

5. Блоги для технічно-орієнтованих бібліотек: про технології в бібліотечній роботі, як використовувати різні інструменти й гаджети, щоб завжди бути сучасним, цікаво про майбутнє книг, рекомендації цифрового контенту (електронна та аудіо книга);

6. Блоги для дітей і підлітків: «Велике читання кращої дитячої літератури», акції «Дивись. Підключайся. Читай», відгуки на книги, рекомендації літератури для розвитку підліткової грамотності та огляди молодіжної літератури для дорослих. Наприклад, «Обушка» (блог Національної бібліотеки України для дітей), «Веб-спілкування. Етикет» (блог Державної бібліотеки України для юнацтва), «Вінницька центральна дитяча бібліотека», «Районна бібліотека ім. П. Усенка для дітей» ЦБС Дніпровського району м. Києва, «Бібліотечний блог для молоді Тернопілля» (блог Тернопільської обласної бібліотеки для молоді), «Маленький читай лик» (блог відділу обслуговування дошкільників і учнів 1–4 класів Національної бібліотеки України для дітей), «Чугуевская городская библиотека для детей».

7. Книжкові блоги про «велике читання» для себе. Нові назви, хороші рекомендації, нові літературні імена, відгуки фахівців та думки експертів, останні рецензії в сучасній літературі і відгуки молоді про наукову фантастику, нові імена в літературі, соціальних і філософських науках, краща художня і наукова література.

8. Різні (поза рейтингом). Про дизайн, інновації, нові медіа як кращий бібліотечний досвід. Зокрема, блоги, які розповідають все про систему Дьюї, популяризують комікси, пропонують гумор від бібліотекаря [10].

Упродовж 2011–2012 рр. відбувався Всеросійський конкурс бібліотечних блогів «Лучший библиотечный блог ... года» (<http://konkursbb.blogspot.ru/p/blog-page.html>). Мета – розширення й стимулювання активності бібліотек у соціальних медіа для досягнення нової якості взаємодії бібліотек з користувачами й задоволення їхніх інформаційних, освітніх, культурних та інших потреб у новому інформаційному середовищі.

В Україні вперше такий конкурс відбувся у 2011 р. «Зірки бібліотечної блогосфери-2011» (<http://www.bibliomist.org>) під девізом «Якщо читач не йде до бібліотеки – бібліотека йде до читача!» [11].

Отже, необхідно зазначити, що тема висвітлення рекламної діяльності в соціальних медіа на сьогодні є доволі актуальною. Бібліотечний блог – це, по-перше, залучення читача до інтерактивного спілкування; по-друге, удосконалення професійної комунікації бібліотекарів; по-третє, блог зможе стати маркетинговим (рекламним) інструментом бібліотеки, який дасть змогу знайти нового потенційного користувача.

Список використаних джерел

1. ТОП-5 світових трендів соціальних медіа в 2013 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://acf.ua/news_galuz/top-5-svitovix-trendiv-socialnix-media-v-2013-goci. – Назва з екрана.

2. Соціальні мережі та наше життя [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://libinnovate.wordpress.com/tag/pew-research-center>. – Назва з екрана.

3. Черній М. М. Особливості використання соціальних мереж у процесі навчання в цілях активізації навчальних і комунікативних навичок студентів й учнів [Електронний ресурс] / М. М. Черній. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/ITZN/2012_4/694-2236-1-ED.pdf. – Назва з екрана.

4. Сутыгина И. Е. Новые библиотечные сервисы пространством [Электронный ресурс] / И. Е. Сутыгина. – Режим доступа: http://unatlib.org.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=1956&catid=1. – Загл. с экрана.

5. Шишкин Ю. В. Технологии Web 2.0 как инструмент формирования современного имиджа [Электронный ресурс] / Ю. В. Шишкин // Библиотековедение. – № 3. – 2010. – Режим доступа: <http://rsl.ru/datadocs/bibliotekovedenie>. – Загл. с экрана.

6. Сутыгина И. Е. Новые библиотечные сервисы [Электронный ресурс] / И. Е. Сутыгина. – Режим доступа: http://unatlib.org.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=1956&catid=1. – Загл. с экрана.

7. Бібліотека і соціальні медіа: з онлайн у офлайн і навпаки [Електронний ресурс] // Бібл. автобаз. – Режим доступу: (http://bibliote4.nuj-autoban.blogspot.com/2011/10/blog-post_17.html). – Назва з екрана.

8. Огнева И. Н. Библиотека и социальные медиа [Электронный ресурс]

/ И. Н. Огнева. – Режим доступа: http://bibliomaniya.blogspot.com/2011/08/blog-post_05.html. – Загл. с экрана.

9. *Трачук Л.* Бібліотечний блог як прояв концепції «Бібліотека 2.0» [Електронний ресурс] / Л. Трачук. – Режим доступа: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vkr/2012_9/st_8_09.pdf. – Назва з екрана.

10. *Волян Н. П.* Бібліотечна блогосфера: досвід, критерії оцінки, рекомендації : метод. матеріали / Н. П. Волян ; авт. тексту про амер. блоги, пер. з англ. : С. О. Волкова ; Рівнен. обл. універсальна наук. б-ка. – Рівне : [б. в.], 2013.

11. Там само.