

УДК 004.738.1:021.7:027.021(477–25)

Оксана Федоренко,

редактор I категорії НЮБ НБУВ

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ БІБЛІОТЕКИ УКРАЇНИ ІМЕНІ В. І. ВЕРНАДСЬКОГО

У статті розглядаються мережеві співтовариства як основний інструмент комунікації між бібліотекою та її користувачами. Аналізуються особливості такого спілкування на прикладі конкретних соціальних мереж («ВКонтакте», Facebook, Twitter).

Ключові слова: бібліотека, Інтернет, соціальні мережі, «ВКонтакте», Facebook, Twitter.

XXI ст. – час революційних інформаційно-технічних звершень. Безумовно, перше місце серед таких досягнень посідає Інтернет, одна з найголовніших функцій якого – комунікативна. Використовуючи Інтернет, ми з легкістю можемо знайти знайомих у будь-якій частині світу, його середовище дає нам можливість заводити особисті блоги й ставати членами різноманітних соціальних мереж. Щодо останніх, то вони не лише допомагають тримати всіх своїх друзів у полі зору, слідкувати за їхнім життям, ділитися власними успіхами й досягненнями, а й бути в курсі останніх новин різних компаній, організацій, брендів тощо. Результатом упровадження інформаційних і комунікаційних технологій Інтернету стало виникнення нових видів суспільних відносин й організаційних структур, таких як мережеве суспільство і віртуальні співтовариства. Відомий дослідник віртуального співтовариства Г. Рейнольд, характеризує віртуальні співтовариства як мережеві структури, вводить поняття фактора спільності інтересів і взаємної турботи один за одного членів спільноти [2]. «Співтовариство – група соціально взаємозалежних людей, котрі беруть участь у спільних обговореннях і ухваленнях рішень і обмінюються практичними результатами, що визначають спільноту і породжені нею» [3].

У зв'язку зі стрімким зростанням популярності соціальних мереж, особливості цього процесу досліджувало багато вчених, як вітчизняних, так і закордонних. Зокрема, такі як І. Головка, О. Прохоров, О. Павловська,

А. Фріджері, Р. Данбор. Спроби охарактеризувати діяльність бібліотек у межах віртуального середовища робили О. Давидова, В. Степанова, М. Дворкіна, Т. Єршова, Н. Жадько.

Віртуальне співтовариство є групою осіб, які, перебуваючи в стані взаємозалежності один від одного, координують і погоджують свою спільну діяльність за допомогою інтернет-технологій. Існують й інші визначення, утім для всіх них характерна спільна риса – наголос на спільній діяльності членів співтовариства за допомогою інтернет-технологій. Очевидно, що саме спільна діяльність є основним організуючим джерелом спільноти, його системоутворювальним фактором.

Принципова особливість віртуальних співтовариств полягає в тому, що використання інтернет-технологій у процесі спільної діяльності людей дає змогу більшою мірою, ніж раніше, здійснювати її регулювання на основі безпосередніх інформаційних обмінів і взаємодій між усіма членами співтовариства. Ці нові можливості дають можливість членам віртуальних співтовариств конструювати нові правила соціальної поведінки і відповідні регулятивні інституційні механізми. Наявність безпосередніх рівноправних зв'язків усіх з усіма є визначальною якістю віртуального співтовариства, дає всім особам, які беруть участь у них, значне підвищення дієздатності.

Якщо ж говорити про структуру глобальної соціальної спільноти кіберпростору, то вона складатиметься з макро- і мікросоціальних віртуальних мережових співтовариств. У свою чергу, макросоціальні співтовариства (великі групи) можуть складатися як з окремих мікросоціальних співтовариств, так і не мати розподілу на стійкі мікросоціальні співтовариства.

Класифікаційним критерієм віднесення співтовариств до мікросоціальних слід вважати такі:

1. Наявність ієрархічної (стратифікаційної) структури співтовариства.
2. Існування стійких міжособових комунікацій усередині мережної структури, у яких беруть участь члени мікросоціального співтовариства (необхідна й достатня умова).

Зручним середовищем для функціонування віртуальних макро- і мікроспівтовариств є віртуальні соціальні мережі. Соціальна мережа (англ. social network) – соціальна структура, що складається з групи вузлів, якими є соціальні об'єкти (люди або організації), і зв'язків між ними (соціальних взаємин).

Термін «соціальна мережа» був уведений у 1954 р. соціологом з Манчестерської школи Дж. Барнсом у роботі «Класи й збори

в норвезькому острівному приході», що ввійшов у збірник «Людські відносини». У другій половині ХХ ст. це поняття стало популярним у західних дослідників суспільства; в англійській мові воно стало загальноживаним [5].

Для аналізу соціальних мереж використовується цілий ряд кількісних і якісних понять. Один з найвідоміших прикладів аналізу був проведений в 1970-ті роки американським соціологом М. Грановеттером. Він показав, що для багатьох соціальних завдань, таких як пошук роботи, слабкі зв'язки виявляються набагато ефективнішими, ніж сильні. Цей ефект він назвав силою слабких зв'язків [4]. Для ефективності й стійкості соціальної мережі важливим є ряд функціональних ролей її учасників, таких як інформаційні брокери, експерти й ін.

У зв'язку з постійним збільшенням соціальних мереж у користувачів виникає проблема, пов'язана з необхідністю знаходження перетинань у соціальних зв'язках на різних ресурсах. Зібравши коло спілкування на одному ресурсі, користувач буває змушений шукати людей із цього кола й на інших сайтах для повноцінного користування ними. Існують сервіси, що дають змогу з'єднати інформацію з декількох сайтів одночасно й одержувати інформацію про події, що відбуваються в мережах, у яких він зареєстрований.

На сьогодні найпопулярнішими соціальними мережами у світі є Facebook і Twitter, у країнах СНД – «ВКонтакте».

«ВКонтакте» – російська соціальна мережа. За статистикою це четвертий за відвідуваністю сайт у Росії, другий – у Білорусі, третій – в Україні, сьомий у Казахстані та 35-й – у світі. Наразі щоденна аудиторія соціальної мережі перевищує 43 млн осіб [1].

Інтернет-співтовариство або група, яку ми будемо розглядати, – це «Група читачів НБУВ (Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського)» за адресою: <http://vk.com/club22008307>. Група надає інформацію про географічне розташування бібліотеки та її філій; пояснює, як записатися до бібліотеки, що можна вносити, що є в бібліотеці та як користуватися нею. На стіні групи в режимі питання-відповідь відбувається спілкування читачів та модератора. На березень 2013 р. кількість учасників цього співтовариства становить 235 осіб. Недоліком цього мережевого співтовариства, на нашу думку, є те, що надається мало інформації про офіційні події, які відбуваються в бібліотеці. Адже було б цікаво й корисно інформувати користувачів про різні конференції, зустрічі, збори, виставки, що проходять у стінах НБУВ. Крім того, у групі не створено жодної теми для спілкування. Це полегшило б комунікацію

і дало б змогу читачам швидше знайти потрібну інформацію в певній темі, а не листати, наприклад, усю стіну в пошуках відповіді на своє запитання. Оскільки більшу частину учасників становлять студенти (частка людей старшого віку в соціальній мережі «ВКонтакте» представлена в меншій кількості), то можна було б розбавити контент інформацією розважального характеру безпосередньо на тему бібліотек, навчання, наукової діяльності. Імовірно, велика кількість перепостів збільшила б популярність мережевого співтовариства НБУВ як такого.

Наступною розглянемо соціальну мережу Facebook. Facebook – веб-сайт соціальної мережі, який розпочав свою роботу 4 лютого 2004 р. Засновником сервісу є М. Цукерберг (Mark Zuckerberg). На сьогодні сайтом активно користується понад 1 млрд користувачів і він є сьомим за відвідуваністю сайтом в Україні та другим – у США. Кількість українських користувачів Facebook на жовтень 2011 р. сягнула 1730 тис. [6].

У Facebook офіційне мережеве співтовариство Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського є за адресою: http://www.facebook.com/pages/Національна_бібліотека_України_імені_В._І._Вернадського/1351876-1326917. На березень 2013 р. воно налічує 63 учасники. Як і всі інші товариства такого типу, ця сторінка містить фотографії, перелік заходів, замітки та іншу важливу інформацію про діяльність бібліотеки. На стіні співтовариства можна побачити записи, які часто дублюються у Twitter. У переважній більшості це анонс майбутніх конференцій, публічних заходів, новини бібліотеки й привітання зі святами.

Соціальна мережа Twitter хоч і є менш поширеною в Україні, проте приємно, що і в ній представлена Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. Twitter (англ. twitter – цвірінкати, щебетати, балакати) – соціальна мережа, що дає можливість користувачам надсилати короткі текстові повідомлення (до 140 символів), використовуючи SMS, служби миттєвих повідомлень і сторонні програми-клієнти [7]. Відповідно, ваші друзі прочитають це на своїх головних сторінках, де відображається загальний потік повідомлень тих, кого вони «зафоловили». «Зафоловити» – означає додати когось до списку спостережуваних, тобто приєднатися до списку читачів цього твіттер-акаунта.

Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського представлена у Twitter за адресою: <https://twitter.com/NBUV>. На березень 2013 р. кількість фоловерів бібліотеки становить 83 людини. Тут подається така інформація, як і на «Facebook». Проте з практичної точки зору в соцмережі Twitter важче налагодити комунікацію між модератором акаунта і його читачами. Тому всі відомості подаються суто з ознайомчою метою.

Тут також дуже багато фотографій зі щоденного життя бібліотеки, що дещо розбавляє офіційний тон повідомлень.

Підсумовуючи все сказане, можна зробити висновок, що сучасні інтернет-технології не лише надають нові можливості для комунікації, а й породжують особливий культурний простір, у якому суб'єкт залучається до нових видів діяльності й одержує у своє розпорядження знаряддя, що опосередковують процес формування образу «Я», розвитку його комунікативного потенціалу. На прикладі комунікації між Національною бібліотекою України імені В. І. Вернадського та її читачами за допомогою соціальних мереж ми прослідкували деякі особливості сучасної інтернет-комунікації з її психологічними, когнітивними й креативними чинниками.

Список використаних джерел

1. ВКонтакте [Електронний ресурс] // Вікіпедія : вільна енциклопедія : веб-сайт. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/ВКонтакте>. – Назва з екрана.

2. Ковалев Г. Д. Инновационные коммуникации : учеб. пособие для вузов / Г. Д. Ковалев. – М. : Юнити-Дана, 2000. – 286 с.

3. Лалл Дж. Мас-медіа, комунікація, культура: глобальний підхід / Лалл Дж. – К. : К.І.С., 2002. – 264 с.

4. Павловская О. В. Специфика компьютерного творчества и потенциал виртуального общения / О. В. Павловская. – Тюмень, 2004. – С. 148–162.

5. Соціальна мережа [Електронний ресурс] // Вікіпедія : вільна енциклопедія : веб-сайт. – Режим доступу : [http://uk.wikipedia.org/wiki/Соціальна мережа](http://uk.wikipedia.org/wiki/Соціальна_мережа). – Назва з екрана.

6. Facebook [Електронний ресурс] // Вікіпедія : вільна енциклопедія : веб-сайт. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Facebook>. – Назва з екрана.

7. Twitter [Електронний ресурс] // Вікіпедія : вільна енциклопедія : веб-сайт. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Твіттер>. – Назва з екрана.