

Валерія Струнгар,

мол. наук. співроб., Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського

ПРЕДСТАВЛЕННЯ БІБЛІОТЕКИ В ІНТЕРАКТИВНОМУ МЕДІА-СЕРЕДОВИЩІ: ЗМІСТОВИЙ АНАЛІЗ

Стаття присвячена дослідженню контенту бібліотечних представництв у соціальних медіа. Основну увагу зосереджено на змістовому аналізі бібліотечного контенту в інтерактивному медіа-середовищі. Розглянуто, як саме використання інструментів соціальних медіа сприяє реалізації завдань бібліотек.

Ключові слова: бібліотечний контент, соціальні медіа, Facebook, завдання бібліотечних інтернет-представництв.

На сьогодні бібліотеки дедалі більше нарощують свою присутність в інтерактивному медіа-середовищі, а саме в соціальних медіа, що дає змогу говорити про створення системи представлення бібліотек у цьому сегменті інформаційного простору. Це, відповідно, актуалізує дослідження проблеми не лише на рівні узагальнення практичного досвіду, а й на рівні теоретичного осмислення.

Відповідні напрацювання мають уже місце в бібліотекознавстві. Участь бібліотек у соціальних мережах текстового, візуального, відео- та аудіоконтенту, взаємодії з читачами за допомогою соціальних медіа в різних вимірах досліджувалися як зарубіжними, так і вітчизняними вченими. Узагальнюючи практичний досвід окремих бібліотек чи проєктів, дослідники активно напрацьовують емпіричний матеріал. Так, Т. Гранчак висвітлює результати аналізу використання національними бібліотеками світу та України різних соціальних мереж у процесі вдосконалення бібліотечного обслуговування, розкриває особливості окремих мереж як платформ представлення бібліотечних продуктів і послуг [5]. Т. Усова розглядає основні Web 2.0 проєкти (блоги, онлайн-чати, підкасти, соціальні мережі тощо), які знайшли своє застосування в бібліотечній сфері університету Альберти, і на конкретних прикладах інтеграції цих технологій розглядає особливості взаємодії із читачами, надання інформації, професійного розвитку та внутрішньоорганізаційної комунікації

[16]. Можливості та формат присутності бібліотек ВНЗ у соціальних мережах, її завдання в контексті освітнього, культурно-просвітницького і виховного векторів роботи, насамперед зі студентством, розглядає І. Киричок [6]. М. Назаровець розглядає використання бібліотеками ВНЗ можливостей соціальної мережі Facebook як нового засобу комунікацій з користувачами [8]. Досліджуються механізми використання новітніх технологій у створенні іміджу сучасної бібліотеки й рекламування бібліотечних послуг [1, 3]. О. Мар'їна досліджує новітні віртуальні форми соціальної активності бібліотек у мережевому середовищі та пропонує ряд рекомендацій щодо їх просування у сфері соціальних медіа [7].

Виконуються і дослідження, спрямовані на теоретичні узагальнення. Зокрема, В. Горовий розглядає соціальні інформаційні комунікації, їхній зміст, особливості розвитку в процесі еволюції суспільства; досліджує джерельну базу їх функціонування як систему соціальних інформаційних баз та інфотворчих структур українського суспільства; розглядає перспективи розвитку цієї соціальної інформаційної системи [4]. Науковий колектив НБУВ працює над розробкою теоретичних питань, зокрема, у серії колективних монографій, створених під керівництвом О. Онищенка, В. Горового, В. Попика [9, 10, 11, 12].

Незважаючи на наявність наукових публікацій, досі недостатньо дослідженим залишається змістовий аналіз бібліотечних представництв у соціальних медіа. Актуальним є питання, як саме бібліотеки використовують інструменти й контент соціальних медіа для реалізації своїх завдань.

Мета статті – проаналізувати контент бібліотечних інтернет-представництв у соціальних мережах, з'ясувати їхнє завдання.

На вирішення поставлених завдань спрямований змістовий аналіз бібліотечних представництв у Facebook: смислів, ідей, трансльованих бібліотекою через соціальні медіа; з'ясування завдань, інструментів і методів бібліотечних сторінок у соціальних медіа. Оскільки попередні дослідження дали змогу дійти висновку, що абсолютна більшість вітчизняних і зарубіжних бібліотек представлені в соціальній мережі Facebook [5, 15], то можна стверджувати, що інтерактивний простір саме цієї мережі є найпопулярнішим та може бути включений до переліку найоптимальніших засобів для інтерактивної комунікації бібліотеки і користувача у вітчизняних реаліях.

У вибірку для змістового аналізу бібліотечних представництв у Facebook було включено 19 вітчизняних і 20 зарубіжних бібліотек, що активно використовують цю соціальну мережу. Також сторінки найбільших за статусом, значенням, охопленням користувачів, виконанням функцій сучасних інформаційних центрів бібліотек: зарубіжних, таких як Бібліотека Конгресу, Національна бібліотека та архів Квебеку (Канада), великі університетські бібліотеки США, національні бібліотеки Великої Британії, Іспанії, Норвегії, Угорщини, Шотландії, Австралії, Ірландії, Колумбії, а також вітчизняних (таких, що мають статус бібліотек загальнодержавного значення, обласних універсальних наукових і вищих навчальних закладів). Наповненість проаналізованих сторінок вітчизняних і зарубіжних бібліотек (відповідно, емпірична база дослідження) становить 1 тис. 645 повідомлень за жовтень 2015 р. У дослідженні враховується тип контенту публікацій, що надає бібліотека: текстовий контент, мультимедійний контент (фотографії, відео, аудіо), гіперпосилання, специфічні тексти (опитування, події) [14]. Отже, у процесі змістового аналізу представлення бібліотеки в соціальних медіа об'єктом дослідження виступатимуть публікації бібліотечної сторінки у Facebook, що формують основний контент сторінки бібліотеки.

Сучасний розвиток медіа-середовища [13, с. 24] призводить до конвергентних процесів, що виявляються у злитті засобів традиційних масової інформації та комунікації (Інтернет і засоби мобільної телефонії) в єдиний інформаційний ресурс – від переведення змісту в цифрову форму до асиміляції в мережі різних рис телебачення, друкованих видань, радіо та кінематографа. Має місце також взаємопроникнення технологій впливу: маніпулятивних, журналістських, публіцистичних, психологічних, PR, рекламних. І це зближення різних медіа-практик створює новий дискурсивний простір із своїми особливостями [11, с. 57–58]. Спільна інформаційна природа бібліотек і соціальних медіа дає змогу розглядати останні з точки зору бібліотекознавства як інструменти, що реалізують ряд завдань. Розглянемо їх далі.

Завдання інформування – публікація інформації, створеної бібліотекою (повідомлення про заходи; опис книг, колекцій; інформування про пам'ятні дати, значущі події тощо). Очевидно, що це одна з найпопулярніших складових бібліотечного представлення в соціальних

медіа. Загалом бібліотеки інформують про події, заходи, новини, фонди, співпрацю з бібліотеками, університетами, інформаційними й соціальними центрами, графік роботи бібліотеки тощо.

Завдання продукування відрізняється від інформування, оскільки йдеться про дописи, де бібліотека виступає ініціатором – модератором – співавтором – формування актуальних подій, опитувань. У випадку продукування події соціальні мережі надають інструмент «створення події», що дає змогу створювати умовні підсторінки з описом, часом, датою й місцем проведення, передбаченою для читачів опцією відмітити свою участь, повідомити на власних сторінках про зацікавленість у події. У випадку створення опитувань у соціальній мережі без сторонніх сервісів ідеться про можливість у стрічці новин публікувати запитання і відмічати участь читачів, якщо ідеться про особисті сторінки бібліотекарів; використання інструмента «створення події», який надає можливість продукувати опитування за допомогою функції «створити опитування» з наданням варіантів відповідей – це безпосередньо стосується офіційних бібліотечних сторінок; можливість використання інструмента «опитування», який дає можливість створювати запитання з представленими варіантами відповідей, якщо йдеться про бібліотечну групу або групу, що зацікавлена бібліотечною тематикою. У цьому випадку допис містить як інформаційну «основу», створену бібліотекою, так і інформацію, надану користувачами. Тобто у випадку «подія» інформативним є не лише «де», «коли», «про що» (створено бібліотекою), а й «хто» братиме участь (інформація користувачів).

Завдання посередництва – надання інформації із зовнішнього джерела та цитування. Посередництво дуже близьке за походженням до інформування. Відмінність між ними полягає в тому, що посередницькі завдання передбачають поширення інформації інших ресурсів, на відміну від прямого інформування, що передбачає створення первинного бібліотечного контенту. Бібліотечний контент – уся інформація, яка розміщена на веб-сторінці бібліотеки в соцмережі. Можна виокремити первинний і вторинний тип бібліотечного контенту. До першого належать усі публікації, які розміщує бібліотека. У свою чергу до іншого типу можна віднести публікації інших джерел інформації. На веб-сторінці бібліотеки можуть бути присутні дописи й коментарі користувачів, що не є бібліотечним контентом, але бібліотека в такому випадку виступає модера-

тором цих дописів. Слід зазначити, що це наповнення бібліотечної сторінки в соціальних медіа. Щодо бібліотечного контенту, то він може бути як бібліотечний, користувацький, так і спільний.

Стрічка новин бібліотечної сторінки в соціальних медіа пристосована для публікації подій, заходів, новин, продуктів і послуг, фондів, матеріалів ЗМІ про бібліотеку й бібліотечну тематику. Згідно з нашим дослідженням бібліотеки найчастіше публікують у соціальній мережі гіперпосилання на подію чи захід, фонди, продукти й послуги, представлені на сайті бібліотеки, що говорить про просування саме офіційного сайту бібліотеки.

Завдання акумуляції – публікація повідомлень певної тематики, що формує стрічку новин, фіксує їх у порядку появи; отримання експертного знання – збирання інформації для подальшого використання (наприклад, через згадану вище опцію голосування задля отримання необхідної інформації). Як специфічний інструмент збирання необхідної інформації в соціальних мережах можуть розглядатися хештеги, що вказують на певну рубрику. Тобто за допомогою хештегів бібліотеки створюють свій рубрикатор, що відповідає запитам користувачів. Важливість цього завдання полягає в тому, що бібліотека в соціальній мережі може виступати **агрегатором інформації**. Тобто агрегатором бібліотека виступає для читачів, водночас просуває себе і свої продукти й послуги в інформаційному просторі. Ці завдання оптимально виконують мережі типу Facebook, Twitter.

Сприяння – створення нового знання в результаті обговорення, надання комунікативної платформи на основі коментування, поширення та вподобання дописів. За допомогою цього завдання бібліотека може умовно визначати ефективність публікацій бібліотечної сторінки.

Завдання комунікації – здійснення обміну коментарями, створення діалогу і вираження емоцій. Найбільш перспективним, на нашу думку, прикладом складової комунікації є обговорення книг, фільмів (можливо англійською чи іншими мовами в межах певних проєктів), надання рекомендацій. Важливим є те, що в цьому вимірі бібліотечні сторінки в соціальних мережах виступають як вільний простір спілкування однодумців.

Узагальнюючи дослідження сторінок вітчизняних і зарубіжних бібліотечних представництв у соціальній мережі, можна виокремити види

публікацій: висвітлення подій, заходів, новин, діяльності підрозділів бібліотеки; інформування щодо розкриття фондів, конкурсів, вікторин, квестів, реклами партнерів через сторінки соціальних медіа; просування послуг; висвітлення дописів щодо співпраці з бібліотеками, університетами й центрами; повідомлення щодо графіка роботи бібліотеки, питань працевлаштування; поширення та популяризація матеріалів ЗМІ про бібліотеку й бібліотечну тематику тощо. У реалізації описаних завдань інтерактивних бібліотечних сторінок широко використовуються інструменти соціальних медіа: завантаження мультимедіа (світлин, відео та аудіо), опитування, уподобання, репости, коментарі, емотикони ¹², хештеги [14].

Загалом можна виділити два підходи до подачі публікацій бібліотекою в соціальні медіа: системний і спорадичний. У першому випадку бібліотека може подавати публікації календарно (за планом) чи надавати перевагу маркетинговій структурі інформувань – висвітлення подій у системі анонс – реліз – постреліз. Спорадичний – представлення публікацій бібліотекою час від часу, нерегулярно і випадково.

Бібліотеки використовують у своїх повідомленнях різний стиль публікацій (як офіційний, так і розмовний, науковий, публіцистичний), представлено різноманітні типи лексики повідомлень: літературні, сленгові, використовують спеціальні інтернет-жаргони та емотикони, поєднання декількох мов у одному тексті. Це свідчить про принципову суб'єктивність і неформальність комунікації в соціальних мережах.

Так, одним з найпоширеніших типів дописів є інформаційно-посередницькі повідомлення, *що спрямовані на наповнення інформаційного простору*. Характерною рисою представленого інформаційного блоку є виконання бібліотекою стратегічних і тактичних завдань одночасно в одній публікації. Тобто бібліотечні повідомлення можна об'єднати у дві групи: ***інформація про заходи й події в житті бібліотек***: іменні читання, виставки, конференції, семінари, майстер-класи, зустрічі, презентації, театральні вечори, екскурсії, вебінари, конкурси, курси

¹² Емотикони (від англ. emoticon = emotion icon – емоційна іконка або, як їх часто називають у просторіччі, смайли, смайлики (від англ. smile – посмішка) – кластери типографічних символів, які наявні на клавіатурі комп'ютера, мобільного телефону або в соцмережах і компенсують нестачу паралінгвістичних засобів спілкування в мережі, виражають емоційне ставлення комуніканта до сказаного.

з іноземних мов, кіноклуби, читацькі клуби, teens-клуби, тренінги, тематичні години, творчі зустрічі, лабораторні заняття; **висвітлення суспільно важливих подій**: пам'ятних дат, національних свят, річниць діячів і подій.

Згадане вище поєднання стратегічних і тактичних завдань бібліотечних публікацій у соціальних мережах проявляється в системності інформування, коли бібліотека, наприклад, з приводу пам'ятної дати просуває через сторінку інформацію про неї (суспільно-політичний, стратегічний аспект), інформує про заходи бібліотеки з цього приводу (тактичний) і представляє тематичний ресурс власних фондів (рекламування й наповнення фондів). Наприклад, бібліотеки, інформуючи про подію, водночас висвітлюють заходи, розкривають фонди, повідомляють про діяльність підрозділів бібліотеки.

Окремою формою інформування про події та заходи можна вважати створення галерей, за допомогою яких бібліотеки візуально представляють свою діяльність, надають детальний опис і гіперпосилання. Іншим аспектом системності інформування про заходи й події є публікація анонсу, релізу та пострелізу. Наприклад, бібліотека кілька разів повідомляє про одну подію в певний період часу: спочатку вона надає коротке повідомлення про подію, яка має відбутися найближчим часом, а потім повідомляє про проведення події, її підсумки, обговорення події. Також бібліотеки в соціальних медіа залучають користувачів за допомогою висвітлення різних конкурсів, вікторин, квестів, обіцяючи отримання призів, бонусів у разі перемоги.

Щодо тематичної направленості повідомлень, пропонуємо виділити бібліотечні, наукові й суспільні події, розважальний контент, що стосується головним чином бібліотек, книги, читання.

Бібліотеки активно використовують соціальні медіа для розкриття унікальності фондів, інформування про наповнення фондів і повідомлення про нові надходження. Бібліотеки, інформуючи про унікальність фондів, просувають власні фонди, книги, читання в інформаційному просторі. Щодо наповнення фондів, інформаційним приводом для таких публікацій може бути власне поповнення фондів – користувачів інформують про нові надходження; можлива прив'язка до дати – свята, ювілею, увічнення пам'яті, пропонується рекомендаційний список; такі ж рекомендаційні списки використовуються для прив'язки до актуальних

тем (наприклад, надання Україні безвізового режиму з Європейським Союзом) і надаються гіперпосилання на власний сайт, де можна отримати детальну інформацію та замовити книгу. Так, сторінка Національного університету «Києво-Могилянська академія» (Library of Kyiv Mohyla Academy) повідомляє про надходження до фондів бібліотеки роману «Улісс» Д. Джойса, інформуючи водночас про появу українського перекладу культової книги (допис від 16 червня 2016 р.). Повідомлення також містить пряме посилання на сторінку книги в каталогах бібліотеки й заклик до читачів: «Якщо ви досі не наважилися прочитати #Ulysses, то сьогодні – саме час!.. Для охочих перечитати – замовляйте у фонді перший український переклад «Улісса» від видавництва О. Жупанського та насолоджуйтеся». Більше того, сторінка публікує цей допис у контексті світового флеш-мобу Bloomsday. У цей день прихильники творчості Д. Джойса влаштовують заходи, читання, мандрівки Дубліном, відтворюючи 16 червня 1904 р. – той самий день Л. Блума, описаний у 700-сторінковому романі [2]. Представлений приклад цікавий з точки зору ілюстрації до розкриття фондів системного підходу: інформуючи про книгу, бібліотека повідомляє про культову подію, надаючи гіперпосилання на електронний каталог бібліотеки, і водночас просуває книгу у внутрішній соціальній мережі за допомогою хештегу.

Повідомляючи про наповнення фондів, бібліотеки просувають власні послуги через гіперпосилання сайту бібліотеки. Водночас, інформуючи про нові надходження, бібліотеки просувають заходи, книги й читання. Розкриваючи унікальність фондів, бібліотеки використовують культурний код як комунікаційно-знакову систему, пов'язану з накопиченням, збереженням і трансляцією інформації.

Також бібліотеки активно використовують соціальні медіа для інформування про бібліотечні продукти й послуги – бібліографічні покажчики, книги, рекомендаційні бібліографічні списки, видання бібліотеки, бібліотечні блоги, дайджести галузевих інтернет-новин ¹³, добірки

¹³ Дайджести галузевих інтернет-новин – інформаційні продукти, що представлені добірками найважливіших матеріалів за визначеною тематикою та за визначений період. Такий інформаційний продукт надає змогу відстежувати головні новини в певному напрямі, отримувати експертні оцінки та прогнози розвитку галузі. Перевагою цього виду отримання даних є відсутність інформаційного шуму.

корисних порад і книжкових порадників, електронні бібліотеки, інформаційно-аналітичні випуски тощо. Бібліотеки можуть не обмежуватися окремими повідомленнями, а систематизувати їх. Наприклад, Державна наукова архітектурно-будівельна бібліотека ім. В. Г. Заболотного надає дайджести кожного дня в соціальній мережі Facebook. Полтавська обласна універсальна наукова бібліотека ім. І. П. Котляревського інформує в соціальному просторі про проект «Хроніка культурного життя Полтавщини», який являє собою оглядову довідку за матеріалами преси (загальні питання, культура для АТО, театральнo-концертне життя, образотворче мистецтво, бібліотечна справа, музейна справа, кіномистецтво, аматорство, просвітництво) за певний період часу. Національна бібліотека Шотландії повідомляє в соціальній мережі Facebook про безкоштовний щомісячний електронний інформаційний бюлетень (free monthly e-newsletter), який подає новини про колекції, послуги й події бібліотеки та залучає користувачів за допомогою підписки.

Так, сторінка Національної юридичної бібліотеки (далі – НЮБ; <https://www.facebook.com/nlofua>) НБУВ у соціальній мережі Facebook системно повідомляє про звіти й результати роботи; рекомендує монографічну літературу, наукові публікації, наукові праці тощо; інформує про конференції. Такі дописи супроводжуються гіперпосиланнями на офіційний сайт інформаційно-аналітичних підрозділів НБУВ «Центр досліджень соціальних комунікацій» (<http://nbuviar.gov.ua>). Крім того, сторінка НЮБ у соціальній мережі поширює матеріали ЗМІ, що висвітлюють правову, політичну, суспільну, економічну інформацію, формує *інтегрований електронний ресурс*, виступаючи як *агрегатор якісної та актуальної інформації*. Так, сторінка НЮБ за жовтень 2015 р. у соціальній мережі Facebook використовує у своїх публікаціях гіперпосилання на 25 різних ресурсів, серед яких офіційні сайти НЮБ, освітні, інформаційні, соціальні, правові, урядові, бібліотечні, наукові, літературні, видавничі веб-портали тощо. Тому бібліотека, зокрема й через інструменти соціальних медіа, виступає як *утримувач інтелектуальних ресурсів суспільства*.

До інших типів дописів можна віднести інформаційно-посередницькі повідомлення, *що спрямовані на популяризацію бібліотеки*: висвітлення закордонних візитів, зустрічей з політичними, громадськими діячами та студентами; інформування про співпрацю з університетами,

бібліотеками університетів, закордонними колегами, інформаційними й соціальними центрами; поширення матеріалів ЗМІ про бібліотеку та бібліотечну тематику; просування послуг. Важлива складова цього інформаційного блоку – позиціонування бібліотеки як інформаційного й культурного центру громади: повідомлення про участь у національних чи регіональних соціальних, політичних, культурних проектах. Бібліотеки активно формують у соціальних медіа підтримку ініціатив, спрямованих на розв'язання важливих суспільних проблем, реалізацію актуальних проектів, об'єднуючи користувачів для волонтерської діяльності (зона АТО, тимчасово переміщені особи, хворі та літні люди), освітніх проектів (вивчення мов, тренінги).

У популяризації бібліотеки через соціальні медіа важливе місце має висвітлення широкого кола проектів із співпраці бібліотек з іншими інститутами; інформування щодо співпраці з університетами, бібліотеками університетів, закордонними колегами та інформаційними центрами. Ці повідомлення також дають змогу розширювати тематику, «підтягувати» повідомлення про різні суспільно важливі проблеми і проекти. Наприклад, повідомляючи про співпрацю з університетами, бібліотеки інформують про освітні заходи та закликають університети до колаборації в наукових дослідженнях. Інформуючи про співпрацю з інформаційними центрами, водночас бібліотеки повідомляють про заходи й колаборацію користувачів у написанні сторінок «Вікіпедії». Такі публікації допомагають налагодити співпрацю між бібліотекою та громадою і водночас допомагають покращити інформаційні ресурси, які пропонує бібліотека.

Іншим прикладом популяризації бібліотеки в інформаційному просторі є поширення й популяризація матеріалів ЗМІ про бібліотеку й бібліотечну тематику на бібліотечній сторінці: інформація про акції, презентації книг, новини, продукти, зустрічі, семінари, події, ресурси. Активними в цій вибірці виявилися Закарпатська обласна універсальна наукова бібліотека ім. Ф. Потоушняка, Полтавська обласна універсальна наукова бібліотека ім. І. П. Котляревського й Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського.

Ще одним з типів дописів є інформаційно-посередницькі повідомлення, *що спрямовані на забезпечення ефективності роботи бібліотеки*: інформування про графік роботи бібліотеки, питання працевлаш-

тування бібліотекарів, підвищення професійної компетенції бібліотекарів.

Отже, бібліотека, поширюючи інформаційно-посередницькі повідомлення, що спрямовані на наповнення інформаційного простору, популяризацію бібліотеки, забезпечення ефективності роботи бібліотеки, у соціальній мережі Facebook виконує завдання інформування, посередництва, продукування, акумуляції, сприяння, комунікації.

У результаті дослідження контенту бібліотечних представництв за тематичною спрямованістю і, відповідно, адресатом у соціальних медіа виявлено три типи (магістралі) комунікації: бібліотека – користувач, бібліотека – бібліотека, користувач – користувач.

Система комунікації бібліотека – бібліотека в соціальних медіа охоплює широке коло працівників бібліотечної галузі в контексті виробничої, наукової та неформальної комунікації. Наприклад, бібліотеки в соціальних медіа повідомляють про те, що вони поповнюють фонди інших бібліотек; запрошують наукові бібліотеки до корпоративного формування порталу; висвітлюють закордонні візити щодо співпраці між бібліотеками; інформують про професійне підвищення кваліфікації (конференції, семінари); виробляють точки зору щодо бібліотечних професійних проблем; повідомляють про питання працевлаштування.

Змістова система бібліотека – користувач являє собою контент, інформаційно спрямований для користувачів: інформування про заходи й події бібліотеки, висвітлення суспільно важливих подій, розкриття фондів, інформування про наповнення фондів, повідомлення про нові надходження, інформування про продукти та послуги, повідомлення про графік роботи бібліотеки, інформування щодо популяризації бібліотеки. Слід зазначити, що система бібліотека – користувач може працювати як двостороння, коли зміст спрямований на бібліотеку: загалом це інформування користувачів і зворотний зв'язок. Треба зауважити, що користувачами можуть виступати як колективні користувачі, так і індивідуальний користувач. Як колективні користувачі можуть виступати інститути громадянського суспільства (ідеться про комунікацію, де бібліотека виступає партнером волонтерських ініціатив різного роду, співпрацює з громадськими об'єднаннями, територіальними громадами тощо).

Комунікаційна магістраль користувач – користувач являє собою взаємодію користувачів, за якої надання інформаційних майданчиків

і модерацію бере на себе бібліотека, виступаючи організатором неформальних груп за інтересами. Це, наприклад, обговорення новин, подій, заходів, книг, фільмів, надання рекомендацій у соціальних медіа.

Таким чином, показовим критерієм вивчення бібліотеки в соціальних медіа варто зазначити змістове наповнення бібліотечної сторінки, а важливим напрямом дослідження контенту бібліотечних представництв у соціальному медіа-середовищі можна назвати аналіз сторінок, покликаний з'ясувати зміст контенту. Такі дослідження можуть стати перспективним інструментом оцінювання роботи бібліотек в інтерактивному медіа-просторі, а також необхідним інструментарієм у формуванні стратегії ведення бібліотечного представництва в соціальних медіа.

Література

1. *Булахова Г.* Бібліотеки в соціальних мережах та блогосфері як засіб рекламування / Г. Булахова // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського : зб. наук. пр. / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. В. Вернадського, Асоц. б-к України. – Київ, 2013. – Вип. 36. – С. 192–200.

2. *Булахова Г.* Рекламна стратегія просування продуктів і послуг бібліотек у соціальній мережі Facebook / Г. Булахова // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського : зб. наук. пр. / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. В. Вернадського, Асоц. б-к України. – Київ, 2016. – Вип. 43. – С. 331–345.

3. *Головаха С.* Наукова бібліотека в соціальних мережах / С. Головаха // Бібл. вісн. – 2013. – № 1. – С. 29–32.

4. *Горовий В.* Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс / В. Горовий ; наук. ред. Л. Дубровіна ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2010. – 360 с.

5. *Гранчак Т.* Використання національними бібліотеками соцмереж для представлення бібліотечних продуктів і послуг / Т. Гранчак // Бібл. вісн. – 2016. – № 1. – С. 18–29.

6. *Киричок И.* Вузовское виртуальное сообщество: миссия библиотеки в социальных сетях / И. Киричок, О. Русанова, К. Тесленко // Бібл. форум України. – 2014. – № 3. – С. 18–20.

7. *Мар'їна О.* Бібліотеки та соціальні медіа: технологія взаємодії / О. Мар'їна // Вісн. Книжк. палати. – 2012. – № 8. – С. 19–21.

8. *Назаровець М.* Використання комунікаційних можливостей соціальної мережі Facebook бібліотеками ВНЗ / М. Назаровець // Матеріали наук.-практ. конф. «Сучасні проблеми діяльності бібліотеки в умовах інформаційного суспільства». – Львів : Вид-во Національного ун-ту «Львівська політехніка», 2013. – С. 183–190.

9. *Онищенко О.* Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства / [О. Онищенко, В. Горовий, В. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2014. – 260 с.

10. *Онищенко О.* Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства / [О. Онищенко, В. Горовий, В. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2013. – 250 с.

11. *Онищенко О.* Технології розвитку і захисту національного інформаційного простору / [О. Онищенко (кер. проекту), В. Горовий, В. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2015. – 296 с.

12. *Попик В.* Проблеми суспільної безпеки в процесі розвитку соціальних мереж / [В. Попик (кер. проекту), В. Горовий, О. Онищенко та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2015. – 202 с.

13. *Струнгар В.* Бібліотека і соціальні медіа: термінологічно-понятійний аспект / В. Струнгар // Бібл. вісн. – 2014. – № 6. – С. 23–27.

14. *Струнгар В.* Методологія дослідження контенту бібліотечних сторінок у соціальних медіа / В. Струнгар // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського : зб. наук. пр. / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – Київ, 2016. – Вип. 43. – С. 488–500.

15. *Струнгар В.* Статистичний підхід до вивчення комунікації бібліотеки і користувача через соціальні медіа / В. Струнгар // Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences. – 2015. – № III (11). – Вип. 67. – С. 80–84.

16. *Усова Т.* Использование популярных Web 2.0 технологий в работе библиотечной системе университета Альберты [Электронный ресурс] / Т. Усова // Режим доступа: <http://xn--90ad4ahq.xn--p1ai/win/inter-events/crimea2009/eng/disk/23.pdf>. – Загл. с экрана.

References

1. Bulakhova, H. (2013). Biblioteki v sotsialnykh merezhakh ta blohosferi yak zasib reklamuvannia [Libraries on social networks and a blogosphere as an advertizing medium]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue 36, pp. 192–200. Kyiv [in Ukrainian].
2. Bulakhova, H. (2016). Reklamna stratehiia prosuvannia produktiv i posluh bibliotek u sotsialnii merezhi Facebook [Advertisement Strategy of Advancement of Foods and Services of Libraries in the Social Network of Facebook]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue 43, pp. 331–345. Kyiv [in Ukrainian].
3. Holovakha, S. (2013). Naukova biblioteka v sotsialnykh merezhakh [Scientific library on social networks]. *Bibliotechnyi visnyk – Library Journal*, no. 1, pp. 29–32 [in Ukrainian].
4. Horovyi, V. (2010). Sotsialni informatsiini komunikatsii, yikh napovnennia i resurs [Social information communications, their content and resource]. Kyiv [in Ukrainian].
5. Hranchak, T. (2016). Vykorystannia natsionalnymy bibliotekamy sotsmerezh dlia predstavlennia bibliotechnykh produktiv i posluh [Usage social networks among national libraries for presentation of library products and services]. *Bibliotechnyi visnyk – Library Journal*, no. 1, pp. 18–29 [in Ukrainian].
6. Kirichok, I. (2014). Vuzovskoe virtualnoe soobshchestvo: missiia biblioteki v sotcialnykh setiakh [High school virtual community: mission of library in social networks]. *Bibliotechnyi forum Ukrainy – Library Forum of Ukraine*, no. 3, pp. 18–20 [in Russian].
7. Marina, O. (2012). Biblioteki ta sotsialni media: tekhnolohiia vzaiemodii [Libraries and social media: technology of interaction]. *Visnyk Knyzhkovoii palaty – Bulletin of Book Chamber*, no. 8, pp. 19–21 [in Ukrainian].
8. Nazarovets, M. (2013). Vykorystannia komunikatsiinykh mozhlyvostei sotsialnoi merezhi Facebook bibliotekamy VNZ [Use of communication opportunities of social network Facebook by libraries of higher education institutions]. *Materialy naukovo-praktychnoi konferentsii «Suchasni problemy diialnosti biblioteki v umovakh informatsiinoho suspilstva» – Proceedings of the Scientific and Practical Conference «Modern Problems of the Library*

in the Conditions of the Information Society). Lviv : Vydavnytstvo Natsionalnoho universytetu «Lvivska politehnika», pp. 183–190 [in Ukrainian].

9. Onyshchenko, O. et. al. (2014). Sotsialni merezhi yak instrument vzaïmoplyvu vlady ta hromadianskoho suspilstva [Social networks as the tool of mutual influence of the power and civil society]. Kyiv [in Ukrainian].

10. Onyshchenko, O. et. al. (2013). Sotsialni merezhi yak chynnyk rozvytku hromadianskoho suspilstva [Social networks as factor of development of civil society]. Kyiv [in Ukrainian].

11. Onyshchenko, O. et. al. (2015). Tekhnolohiyi rozvytku i zakhystu natsional'noho informatsiynoho prostoru [National Information Space Development and Protection Technologies]. Kyiv [in Ukrainian].

12. Popyk, V. et. al. (2015). Problemy suspilnoi bezpeky v protsesi rozvytku sotsialnykh merezh [Problems of Public Security in the Process of Social Networks Development]. Kyiv [in Ukrainian].

13. Strungar, V. (2014). Biblioteka i sotsialni media: terminolohichno-poniatiinyi aspekt [Library and social media: terminological and conceptual aspect]. *Bibliotechnyi visnyk – Library Journal*, no. 1, pp. 23–27. Kyiv [in Ukrainian].

14. Strungar, V. (2015). Statystychnyi pidkhid do vuvchennia komunikatsii biblioteki i korystuvacha cherez sotsialni media [The statistical approach to studying of communication of library and the user through social media]. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, III (11), issue 67, pp. 80–84. Kyiv [in Ukrainian].

15. Strungar, V. (2016). [Methodology of research of content of library pages in social media]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue 43, pp. 488–500 [in Ukrainian].

16. Usova, T. Ispolzovanie populiarnykh Web 2.0 tekhnologii v rabote bibliotечноi sisteme universiteta Alberty [Application of Popular Web 2.0 Technologies in the Work of University of Alberta Library System]. Retrieved from <http://xn--90 ad4 ahq.xn--p1 ai/win/inter-events/crimea2009/eng/disk/23.pdf> [in Russian].

Стаття надійшла до редакції 15.06.2017.

Valeria Strungar,

Junior Research Associate,

V. I. Vernadsky National Library of Ukraine

Representation of Library in Interactive to the Media Environment: Substantial Analysis

Article is devoted to a research of content of library representations in social media. The main attention is concentrated on the substantial analysis of library content in the interactive media environment. It is defined that in the course of the substantial analysis of representation of library in social media publications of the library page which form the main content of the page of library will act as an object of a research. The meanings, the ideas broadcast by library through social media are analysed; tasks, tools, methods and functions of library pages in social media are found out. It is considered as use of tools of social media promotes realization of tasks of libraries.

Keywords: content of library pages, social media, Facebook, tasks of library Internet representations.

Валерия Струнгар,

мл. науч. сотр., Национальная библиотека Украины имени В. И. Вернадского

Представление библиотеки в интерактивной медиа-среде: содержательный анализ

Статья посвящена исследованию контента библиотечных представительства в социальных медиа. Основное внимание сосредоточено на содержательном анализе библиотечного контента в интерактивной медиа-среде. Определено, что в процессе содержательного анализа представления библиотеки в социальных медиа объектом исследования будут выступать публикации библиотечной страницы, которые формируют основной контент страницы библиотеки. Проанализированы смыслы, идеи, транслируемые библиотекой через социальные медиа; выяснены задачи, инструменты, методы и функции библиотечных страниц в социальных медиа. Рассмотрено, как использование инструментов социальных медиа способствует реализации задач библиотек.

Ключевые слова: библиотечный контент, социальные медиа, Facebook, задачи библиотечных интернет-представительств.