

Валерія Струнгар,

наук. співроб.,

Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського,

Україна, Київ

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНА МОДЕЛЬ БІБЛІОТЕЧНОГО ПРЕДСТАВНИЦТВА В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

Запропоновано інформаційно-комунікаційну модель бібліотечного представництва в соціальних медіа, яка представляє структуру елементів та функціональні взаємозв'язки між ними відповідно до мети й завдань бібліотечного представництва в соціальних медіа, зокрема по лінії комунікації: бібліотека – бібліотека, бібліотека – користувач, користувач – користувач за посередництвом бібліотеки. Також з огляду на такі види діяльності, як створення, наповнення та модерация, виокремлено види контенту (бібліотечний, користувацький) і його зміст. Розроблена модель дає змогу простежити взаємозв'язок між цими елементами та їхній взаємовплив, визначити напрями підвищення ефективності використання бібліотекою соціальних медіа.

Ключові слова: модель, бібліотека, бібліотечне представництво, соціальні медіа, соціальні мережі, модель бібліотечного представництва в соціальних медіа.

Сучасний розвиток інформаційного суспільства характеризується активним використанням соціальних медіа в усіх сферах, зокрема і в бібліотечній. Відбувається активне використання соціальних медіа бібліотеками, про що свідчить як зростання кількості бібліотечних представництв у соціальних медіа, так і якості їх організації та функціонування; переорієнтація бібліотечних стратегій розвитку на користувача. У результаті чого можна стверджувати, по-перше, про формування системи представлення бібліотек у соціальних медіа, акумулювання унікальної інформації в різних типах соціальних медіа – соціальних мережах, блогах, колаборативних проектах, рекомендаційних сервісах, файлообмінних спільнотах, медіа-хостингах, віртуальних світах [5], так і про активну взаємодію бібліотек та соціальних медіа.

Визначення й характеристика бібліотечного сегмента соціальних медіа, розкриття специфіки його формування і функціонування в контексті суспільного використання соціальних медіа потребує створення моделі

цього процесу задля кращого розуміння роботи та планування стратегій бібліотечного представництва в соціальних медіа. Сьогодні існує значна кількість бібліотечних представництв, які не виправдовують зусилля щодо підтримки їх функціонування, тому важливою є розробка моделі бібліотечного представництва в соціальних медіа, визначення критеріїв його ефективності та розробка напрямів підвищення ефективності використання бібліотеками соціальних медіа.

Відповідні напрацювання мають уже місце в бібліотекознавстві. Зокрема, можна відзначити моделі бібліотеки Ю. Столярова [3], М. Слободяника [2], В. Леонова [1], Г. Шемаєвої [6] та ін.

Наприклад, Ю. Столяров запропонував сутнісну модель бібліотеки, представлену двома контурами: бібліотечний фонд, контингент користувачів, матеріально-технічна база, бібліотечний персонал – перший контур; другий контур – це моделі названих чотирьох елементів і бібліотеки в цілому [3].

М. Слободяник розглядає бібліотеку як соціально-комунікаційну інституцію, що зумовлює необхідність розробки моделі, яка має відповідати таким вимогам: мати високий рівень абстракції, але бути схожою на оригінал; відображати ресурси й засоби комунікаційної діяльності; бути керованою; включати елементи, необхідні та достатні для репрезентації бібліотеки в соціально-комунікаційному контексті [2]. На думку вченого, модель бібліотеки складається з таких елементів: інформаційний потенціал, інформаційна діяльність, комунікаційний процес, управління, які перебувають між собою у відношеннях взаємозв'язку і взаємозалежності. М. Слободяник в елементі комунікаційний процес виділяє такі основні комунікаційні відносини: бібліотекар – читач; бібліотекар – бібліотекар; читач – бібліотекар; читач – читач; віддалений користувач – сайт бібліотеки; читач – інтернет-ресурси.

Модель «віртуальної бібліотеки» («бібліотеки реальних можливостей») В. Леонова містить три основні компоненти: «феномен людини» (бібліотекарів та читачів); «феномен текстів» (тексти перетворюються в цифрову форму – електронні фонди; «феномен технологічної реальності» – механізми доступу до цифрових текстів та засобів забезпечення збереження електронних фондів [1].

Г. Шемаєва висвітлює модель публічної бібліотеки Данії, що містить чотири взаємопов'язані простори, які пов'язані з пріоритетними напрямками їхньої діяльності, а саме: з удосконаленням задоволення інформаційних потреб, наданням освітніх послуг, розвитком комунікаційної функції, створенням платформи для організації творчого процесу [6].

У результаті аналізу наукових публікацій отримали розвиток ідеї щодо репрезентації бібліотеки в соціально-комунікаційному контексті, представлення бібліотеки як багатофункціонального аналітичного центру, розвитку бібліотечної діяльності через посилення механізмів взаємодії тощо. Незважаючи на наявність наукових публікацій учених щодо вироблення моделей бібліотек, їхні дослідження не зосереджені на окремо взятому питанні представлення бібліотеки в соціальних медіа, зроблені наукові висновки не застосовуються ними для визначення специфіки та узагальнення напрацювань із цієї проблеми. Недостатньо розробленими залишаються такі аспекти, як специфіка функціонування бібліотечного представництва в соціальних медіа, визначення його ефективності, тенденції та перспективи розвитку цієї діяльності.

На нашу думку, можна говорити про затребуваність створення інформаційно-комунікаційної моделі бібліотечного представництва, що є необхідною передумовою розвитку ряду напрямів для якісних і глибоких досліджень бібліотечного представництва в сучасних соціальних комунікаціях, зокрема визначення ефективності й стратегії бібліотечного представництва в соціальних медіа.

Вирішенню поставлених завдань сприятиме використання методу моделювання для розробки інформаційно-комунікаційної моделі бібліотечного представництва в соціальних медіа.

У цьому дослідженні пропонується інформаційно-комунікаційна модель бібліотечного представництва в соціальних медіа (див. рисунок). Треба наголосити на тому, що модель передбачає не тільки інформування, звичне для статичних веб-сайтів, а й безперервну комунікацію з користувачами. Адже бібліотечне представництво в соціальних медіа розглядаємо як комунікативний простір, у якому можлива реалізація різноманітних комунікативних стратегій та практик. До комунікативних практик, що забезпечуються інтерактивним простором, можна віднести участь у колаборативних проектах, таких як краудсорсингові (наприклад, Вікі), рекомендаційних сервісах («Букмікс», «Жива Бібліотека», «Імхонет»), фолксономії (Flickr, Instagram, Pinterest). Важливо зробити акцент на комунікації, зважаючи на інтерактивність як конститутивну ознаку соціальних медіа.

Запропонована модель дає можливість простежити взаємозв'язки між її елементами, з'ясувати вплив розвитку (або його відсутності) якогось одного з них на решту і визначити напрями підвищення ефективності використання бібліотекою соціальних медіа.

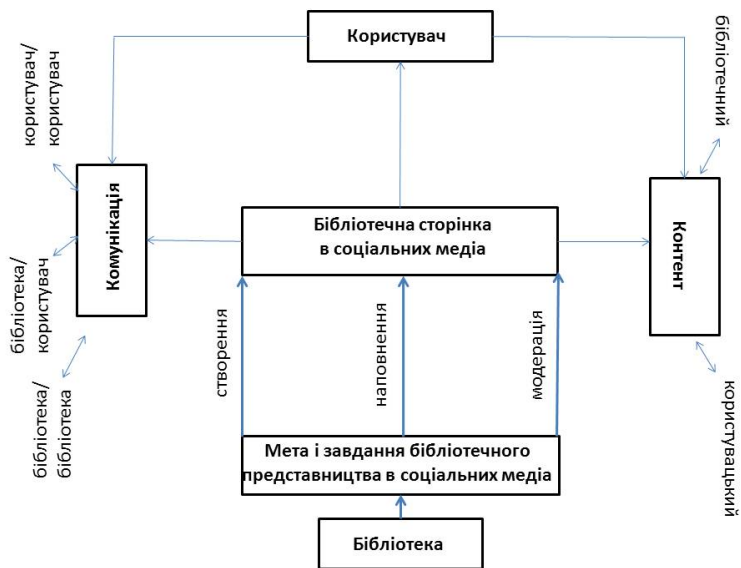


Рис. Інформаційно-комунікаційна модель бібліотечного представництва в соціальних медіа

Суб'єктом, що реалізує функціонування бібліотечного представництва в соціальних медіа, є бібліотека, яка визначає мету та завдання такого представництва. Мета та завдання бібліотек у соціальних медіа можуть відрізнятися, залежно від виду, типу та підпорядкування бібліотеки. Наприклад, для наукової бібліотеки завданнями можуть виступати популяризація наукових ресурсів, допомога спільним науковим дослідженням, створення платформи для наукової комунікації тощо. Так, на сторінці бібліотечного представництва Національної юридичної бібліотеки Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського у соціальній мережі Facebook (<https://www.facebook.com/nllofua/>) відбувається обговорення наукових статей Центру досліджень соціальних комунікацій. Водночас Державна бібліотека України для юнацтва (<https://www.facebook.com/4uth.gov.ua/>) у соціальній мережі Facebook повідомляє про заходи, наприклад інтерактивні ігри за трилогіями, у результаті яких переможці можуть отримати призи. Наукова бібліотека Національного університету «Києво-Могилянська академія» в соціальній мережі Facebook (<https://www.facebook.com/nbu/>)

uk-ua.facebook.com/NaUKMA.Library) інформує про заходи й події, серед яких варто відмітити тренінги, лекції для слухачів докторської школи та студентів магістеріуму НаУКМА, англомовні розмовні клуби тощо.

Отже, описаний елемент моделі – мета та завдання бібліотечного представництва в соціальних медіа – визначає його створення, наповнення, модерацію. Тобто, відповідно до запропонованої моделі бібліотечного представництва в соціальних медіа, визначення мети та завдань бібліотекою стає поштовхом для створення чи системного розвитку бібліотечного представництва.

Що стосується третього елемента моделі – власне бібліотечної сторінки в соціальних медіа, то з позиції соціально-комунікаційного підходу пропонуємо розглядати її як комунікативний простір для реалізації комунікативних стратегій, процесу взаємодії бібліотеки й користувача, бібліотеки та бібліотеки, користувача й користувача (за посередництва бібліотеки) та представлення контенту.

Як впливає із сказаного, комунікація за посередництвом бібліотечного представництва в соціальних медіа відбувається за такими основними векторами: «бібліотека – користувач», «бібліотека – бібліотека», «користувач – користувач». У першому випадку йдеться про інформування 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, розміщення інформаційних матеріалів, що сприяють популяризації бібліотеки. Також цей вектор передбачає зворотний зв'язок з користувачами: відгуки, пропозиції, анкетування й опитування, реалізацію колаборативних проєктів тощо. Зауважимо, що користувачами можуть виступати як окремі особи, так і групи. 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).

Вектор «бібліотека – бібліотека» охоплює взаємодію широкого кола фахівців бібліотечної галузі в контексті фахової, наукової та неформальної комунікації. Ідеться, зокрема, про реалізацію корпоративних проєктів різного рівня, налагодження співпраці бібліотек, професійні дискусії, підвищення кваліфікації (конференції, семінари). У широкому розумінні зазначений вектор може охоплювати комунікацію загалом з інформаційними, культурними інституціями (інформаційними центрами, музеями, архівами).

Вектор «користувач – користувач» передбачає посередницьку функцію бібліотечного представництва в соціальній мережі для взаємодії користувачів, за якої надання інформаційних платформ 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.

Усі зазначені вектори комунікації передбачають створення й публікацію контенту. Цим терміном описуватимемо всю інформацію, яка транслюється бібліотечним представництвом у соціальних медіа. Можна виокремити первинний (інформація, створена бібліотекою) і вторинний (републікації інших джерел інформації) бібліотечний контент. За авторством публікації, крім бібліотечного контенту, можуть бути користувацькими та колаборативними (із спільним авторством бібліотеки й користувача). Такі характеристики соціальних медіа, як гіпертекстуальність – створення гіпертексту (сукупності пов'язаних текстів і посилань); мультимедійність – використання різних знакових систем (вербальної, графічної, звукової, фото, відео, анімаційної); інтерактивність (ступінь взаємодії у соціальній мережі, полілоговість), визначають характеристики контенту бібліотечного представництва в соціальних медіа. Водночас інтерактивність, як і демократичність визначають орієнтованість бібліотечного представництва в соціальних медіа на користувача як суб'єкта комунікації.

Отже, на основі моделі бібліотечного представництва в соціальних медіа формується система використання бібліотеками соціальних медіа – складна і впорядкована множина елементів (суб'єктів – бібліотеки, користувачів та об'єктів – сукупності інформаційних онлайн-ресурсів) і зв'язків між ними.

Розроблена модель бібліотечного представництва в соціальних медіа дає змогу визначити напрями підвищення ефективності використання бібліотекою соціальних медіа, які передбачають:

– визначення мети та завдань бібліотечного представництва в соціальних медіа. Бібліотеці необхідно спочатку визначитись із метою бібліотечного представництва, виходячи з неї – із завданнями, вирішенням яких вона сприятиме реалізації поставленої мети. Мета бібліотечного представництва в соціальних медіа повинна бути конкретною, вимірною та досяжною. Наприклад, метою може виступати проведення рекламної кампанії; рекламування відділу; взаємодія; розширення аудиторії, нових послуг; підвищення ефективності роботи бібліотеки через дослідження аудиторії; розвиток бібліотечної спільноти; допомога науковим дослі-

дженням; демонстрація потенціалу використання соціальних медіа для бібліотечної спільноти тощо;

– визначення аудиторії бібліотечного представництва в соціальних медіа. Бібліотечне представництво може бути орієнтованим на конкретні групи користувачів, наприклад студентів, викладачів, які допоможуть адаптувати бібліотеці контент і спілкування; може визначити реального та потенційного користувача.

Необхідно з'ясувати, яку інформацію потребує користувач, який читає стрічку новин бібліотеки, та користувач, якого необхідно залучити на сторінку. Також необхідно дослідити, які соціальні медіа популярні серед аудиторії бібліотеки для того, щоб визначити платформи для просування продуктів і послуг та спілкування з користувачами. Можна також визначити часові межі, які активно використовують користувачі бібліотечного представництва для того, щоб запланувати графік публікацій;

– передбачення фінансових ресурсів для створення та підтримки бібліотечного представництва в соціальних медіа. У бюджет бібліотеки повинні закладатись кошти на закупку техніки, програмного забезпечення, оплати хостингу; просування ресурсів у мережі Інтернет; залучення фахівців для створення ресурсів, контенту; розробки дизайну, інформаційної архітектури ресурсів; відстеження дотримання вимог авторського права; підвищення кваліфікації фахівців;

– оцінку витрат часу для створення та підтримки бібліотечного представництва в соціальних медіа: створення ресурсу, наповнення контентом, адміністрування ресурсів. Облік робочого часу потребує визначення відповідних завдань у посадовій інструкції фахівця, який відповідає за соціальні медіа;

– визначення технологічних ресурсів задля створення та підтримки бібліотечного представництва в соціальних медіа: техніки, програмного забезпечення, запровадження нових технологій;

– вироблення професійних навичок для створення та підтримки бібліотечного представництва в соціальних медіа. Професійні навички можуть включати планування роботи бібліотеки в соціальних медіа, контент-менеджмент, програмування, створення дизайну, написання контенту, формування політики бібліотечного представництва в соціальних медіа, технічне управління, просування соціальних медіа, оцінку ефективності бібліотечного представництва, дотримання вимог авторського права. Задля ефективного функціонування бібліотечного представництва в соціальних медіа необхідно, щоб було визначено три напрями діяльності: технічна робота, контент-менеджмент, юридична робота;

– вироблення контенту бібліотечного представництва в соціальних медіа. Це один з найголовніших етапів формування бібліотечного представництва, оскільки контент – це основа ефективного просування бібліотеки в соціальних медіа. 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 інформування – висвітлення подій у системі «анонс – реліз – пост-реліз». Спорадичний – представлення публікацій бібліотекою час від часу, нерегулярно і випадково [4]. Також необхідно комбінувати різні типи контенту – візуальний, відео та аудіоконтент. Важливо підтримувати спілкування, дискусії, конкурси, цікавитися думкою користувачів.

Бібліотеці необхідно визначити, якому контенту вона надає перевагу. Можна створити контент-план, тобто перерахувати контент, який бібліотека публікуватиме через соціальні медіа, та визначити чи очікується реакція від користувачів на дописи бібліотечного представництва;

– забезпечення комунікації за такими векторами: «бібліотека – бібліотека», «бібліотека – користувач», «користувач – користувач». Соціальні мережі можуть виступати простором для спілкування, оскільки конститутивною їхньою ознакою є комунікація. Бібліотеці треба визначитись, як вона неформально спілкуватиметься з аудиторією. Необхідно за допомогою бібліотечного представництва ставити запитання, спілкуватись і писати коментарі. Можна запитати аудиторію, якої вона думки про бібліотеку, ресурси бібліотеки тощо. Бібліотечному представництву потрібно залишатись активним та відповідати на коментарі для залучення користувачів і зворотного зв'язку з ними;

– визначення ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа. Бібліотеці необхідно відповісти на запитання, що вона планує отримати в результаті створення та роботи бібліотечного представництва в соціальних медіа і як вона дізнається, що отримала те, що планувала. Визначаючи ефективність бібліотечного представництва, бібліотека може використовувати ручний моніторинг задля визначення певних показників, які важливі для бібліотеки, або ж скористатись автоматичним моніторингом самих соціальних мереж та інших сервісів. Визначення ефективності бібліотечного представництва повинно проводитися кожні півроку задля оцінювання роботи бібліотеки та внесення певних корективів.

Водночас необхідно зазначити, що модель бібліотечного представництва в соціальних медіа враховує створення відповідної матеріально-

технічної бази, а саме: бібліотечної комп'ютеризації й інтернетизації бібліотечної діяльності.

Створення, наповнення, модерацію бібліотечного представництва та визначення його ефективності організують саме бібліотечні фахівці. Тільки за умов трансформації бібліотечного фахівця стає можливим розвиток бібліотечного представництва, який сьогодні потребує користувач. Отже, задля формування, наповнення ефективного функціонування бібліотечного представництва в соціальних медіа бібліотеки повинні визначити мету та завдання; бібліотечні фахівці мають володіти спеціальними знаннями, необхідними для роботи із соціальними медіа, адже формування й наповнення бібліотечного контенту потребує відповідних професійних навичок; користувачі повинні брати участь у формуванні бібліотечного контенту.

Запропонована автором модель бібліотечного представництва в соціальних медіа може змінюватись у зв'язку з активним розвитком інформаційно-комунікаційних технологій та мати широке обговорення.

Отже, використання соціальних медіа в бібліотечній діяльності є перспективним напрямом діяльності бібліотеки, який інтенсивно розвивається у зв'язку з розвитком інформаційно-комунікаційних технологій. Задля впорядкування роботи бібліотечних представництв у соціальних медіа необхідно розробляти політику та стратегію бібліотечного представництва. Створена автором інформаційно-комунікаційна модель бібліотечного представництва в соціальних медіа покликана сприяти розвитку бібліотечної діяльності в інтерактивному медіа-середовищі.

Список використаних джерел

1. *Леонов В. П.* Пространство библиотеки: Библиотечная симфония / В. П. Леонов. – Москва : Наука, 2003. – 123 с.
2. *Слободяник М. С.* Базова модель бібліотеки як соціально-комунікаційної інституції [Електронний ресурс] / М. С. Слободяник. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Bdil/2009_4/2.pdf. – Назва з екрана.
3. *Столяров Ю. Н.* Двухконтурная системная модель библиотеки [Электронный ресурс] / Ю. Н. Столяров. – Режим доступа: <http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea2002/trud/sec1114/Doc68.HTML>. – Загл. с экрана.
4. *Струнгар В.* Представлення бібліотеки в інтерактивному медіа-середовищі: змістовий аналіз / В. Струнгар // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2017. – Вип. 46. – С. 329–344.

5. Струнгар В. В. До питання класифікації соціальних медіа / В. В. Струнгар // Інформація, комунікація та управління знаннями в глобалізованому світі : матеріали Міжнар. наук. конф. (15 травня 2018 р., м. Київ). – Київ : КНУКіМ, 2018. – С. 53–57.

6. Шемаєва Г. В. Модель публічної бібліотеки в сучасній системі соціальних комунікацій / Г. В. Шемаєва // Вісн. Книжк. палати. – 2012. – № 8. – С. 12–16.

References

1. Leonov, V. P. (2003). Prostranstvo biblioteki: Bibliotechnaia simfoniia [Space of library: Library symphony]. Moscow: Nauka [in Russian].

2. Slobodanyk, M. S. Bazova model biblioteku yak sotsialno-komunikatsiinoi instytuttsii [The basic model of the library as social and communication institution]. Retrieved from http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Bdil/2009_4/2.pdf [in Ukrainian].

3. Stoliarov, Iu. N. Dvukhkonturnaia sistemnaia model biblioteki [Double-circuit system model of library]. Retrieved from <http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea2002/trud/sec1114/Doc68.HTML> [in Russian].

4. Strunhar, V. (2017). Predstavleniia biblioteku v interaktyvnomu mediaseredovyschi: zmistovyi analiz [Representation of library on the interactive media environment: substantial analysis]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteku Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue 46, pp. 329–344 [in Ukrainian].

5. Strunhar, V. V. (2018). Do pytannia klasyfikatsii sotsialnykh media [To the question of classification of social media]. *Informatsiia, komunikatsiia ta upravlinnia znanniamy v hlobalizovanomu sviti – Information, Communication and Managements of Knowledge in the Globalized World*. Kyiv: KNUKіM, pp. 53–57 [in Ukrainian].

6. Shemaieva, H. V. (2012). Model publichnoi biblioteku v suchasni systemi sotsialnykh komunikatsii [Model of public library on the modern system of social communications]. *Visnyk Knyzhkovoї palaty – Bulletin of Book Chamber*, no. 8, pp. 12–16 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 29.06.2018.

Valeriia Strungar,

Research Associate,

V. I. Vernadsky National Library of Ukraine,

Ukraine, Kyiv

Information and Communication Model of Library Representation on Social Media

The paper offers information and communication model of library representation on social media which represents structure of elements and functional interrelations between them according to the purposes and tasks of library representation on social media, in particular, via lines library-library, library-user, user-user by library means. Also, considering such kinds of activity as creation, filling and moderation, certain types of content (library, user) are distinguished. The developed model allows to trace interrelation between these elements and their interference, to define the directions for library to increase its efficiency in social media.

Keywords: model, library, library representation, social media, social networks, model of library representation on social media.