

УДК 027.7:004.738.5

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ УНІВЕРСИТЕТСЬКИМИ БІБЛІОТЕКАМИ УКРАЇНИ

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ УНИВЕРСИТЕТСКИМИ БИБЛИОТЕКАМИ УКРАИНЫ

APPLICATION OF SOCIAL NETWORKS BY UNIVERSITY LIBRARIES OF UKRAINE

Романуха З. В., Рівненський державний гуманітарний університет

Романуха З. В., Ровенский государственный гуманитарный университет

Romanuha Z. V., Rivne State Humanitarian University

У статті проаналізовані основні напрями та шляхи подальшого удосконалення взаємодії українських університетських бібліотек та соціальних мереж.

В статье проанализированы основные направления и пути дальнейшего совершенствования взаимодействия украинских университетских библиотек и социальных сетей.

The article analyzes the major trends and ways to further improvement the interaction between Ukrainian university libraries and social networks.

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

Ключевые слова: социальные сети, университетская библиотека, «Facebook», «ВКонтакте», «Twitter», блог.

Keywords: social network, a university library, «Facebook», «VKontakte», «Twitter», blog.

Щоб утримати свої позиції в сучасному інформаційно-комунікаційному просторі, створити умови комфортності та якості обслуговування, університетські бібліотеки почали долучатись до соціальних мереж.

У наш час соціальні мережі асоціюються з особливим видом структур, які є інтернет-платформою для створення й підтримки особистих і професійних зв'язків між людьми. Соціальна мережа – це інтерактивний, найбільш використовуваний веб-сайт, контент якого наповнюється самими учасниками мережі.

Серед фаворитів університетських бібліотек, згідно з нашим дослідженням, — соціальні мережі «Facebook» і «ВКонтакте». Рівень їх популярності досить високий, тому що вони надають користувачам зручний в управлінні інтерфейс, забезпечують достатню швидкість роботи платформ. З огляду на зручний користувацький інтерфейс, у користувачів є можливість змінювати свої профілі, використовувати швидкі повідомлення, переглядати власні повідомлення та дописи друзів на «стіні», коментувати повідомлення. Мережі надають безкоштовні сервіси, можливість спілкуватись із друзями й колегами.

Слід зазначити, що обидві ці мережі роблять акцент на спілкуванні з «друзями», «групами», з якими користувачі навчаються чи навчалися, зустрічаються(лися); колегами; друзями та рідними. Але основний недолік мереж – відсутність або низький рівень цензури в публікаціях, через що на

сайт можуть потрапити некоректні, образливі висловлювання. Отже, бібліотека має встановити посилений контроль адміністратора за змістом власної сторінки.

На сторінках університетських бібліотек у соціальних мережах найчастіше розміщені:

- фото бібліотеки;
- відомості про контакти, години роботи;
- відео про бібліотеку та інші відео;
- календар бібліотечних подій;
- онлайн-опитування користувачів щодо послуг, які надаються бібліотекою;
- інформація про нові надходження літератури;
- посилання на популярні бази даних та інші електронні ресурси.

Відповідно до інформаційного наповнення сторінок можна сформулювати основні напрями взаємодії університетських бібліотек і соціальних мереж. Будь-яка соціальна мережа для бібліотеки – це:

Додатковий ресурс для реклами бібліотеки, її послуг та стратегії.

Платформа для організації різних бібліотечних проєктів.

Можливість заявити про себе та «завоювати» користувацьку аудиторію.

Можливість безпосередньо спілкуватись з колегами, читачами (реальними й потенційними).

Можливість оперативно дізнаватись про думку користувачів, побажання, ідеї, зауваження.

Можливість своєчасно інформувати про діяльність бібліотеки (конференції, презентації, виставки).

Інструмент маркетингових досліджень.

Основне призначення веб-сайту бібліотеки – служити джерелом інформації, а призначення соціальної мережі – це інтерактивне спілкування бібліотекаря з читачами та колегами. Інформація про бібліотеку університету в соціальній мережі є відчутною підтримкою основного бібліотечного сайту. Сторінки бібліотек у соціальних мережах «Facebook» і «ВКонтакте» в основному перенаправляють трафік своїх користувачів на «материнський сайт», бо поряд з власною інформацією в стрічці новин розміщують інформацію, запозичену на офіційному сайті бібліотеки.

Наприклад, на бібліотечному сайті в розділі «Новини» висвітлюється певна подія: відкриття виставки, проведення презентації та ін. Потім ця інформація дублюється на сторінці бібліотеки в соціальній мережі «Facebook», «ВКонтакте» чи ін. Тому новина, не чекаючи, коли її помітять, сама «заявляє» про себе з посиланням на першоджерело.

Розглянемо напрями використання соціальних мереж університетськими бібліотеками на конкретних прикладах.

Насамперед соціальні мережі як автоматизоване електронне соціальне середовище є платформою для створення й підтримки, крім особистих, також професійних зв'язків між людьми. Контент цього середовища наповнюється самими учасниками мережі.

У соціальній мережі «Facebook» представлена Наукова бібліотека Прикарпатського Національного університету імені Василя Стефаника (м. Івано-Франківськ). Сторінку від імені бібліотеки веде один працівник, який наповнює сформовані розділи: «Свіжі дописи», «Світлина з життяпису», «Наші видання» та ін. Користувачам пропонують переглянути перелік «пропоновані групи» та приєднатись за бажанням до «відкритих груп». Зокрема, представлена значна кількість відкритих бібліотечних груп: «Читай, книгарня м. Рівне» (ТЦ «Чайка»), окремі групи Рівненської обласної бібліотеки («Моя книга», «Україна читає культурно- інформаційний проєкт») та багато ін. Такі відкриті групи надають можливість фахівцям обговорювати спільні професійні проблеми, ділитись враженнями про новини в бібліотечному світі, а користувачам – віднайти однодумців, сформувати власну групу.

Університетські бібліотеки намагаються охопити якнайбільше напрямів взаємодії з соціальними мережами. Зокрема, для колективу Наукової бібліотеки Донецького національного медичного університету імені М. Горького та Науково-технічної бібліотеки Донецького національного технічного університету найважливішими напрямками є: оперативно дізнаватись про думку користувачів, враховувати побажання, ідеї, зауваження.

Соціальні мережі використовуються як важливий інструмент маркетингових досліджень. На сторінці «ВКонтакте» Наукової бібліотеки Донецького національного медичного університету імені М. Горького проводиться відкрите голосування «У бібліотеці мене влаштовує». До уваги користувачів пропонуються запитання щодо роботи бібліотеки, складу книжкового фонду, оперативності обслуговування, можливості використання електронного каталогу та електронної бібліотеки та ін. Читачі можуть обрати лише одну позицію й проголосувати за неї.

Науково-технічна бібліотека Донецького національного технічного університету в соціальній мережі «ВКонтакте» здійснює інтерактивне обговорення з читачами визначеної теми: «Яка форма читання найбільше подобається». Ведеться жвава дискусія з питання: «Хто найкращий письменник всіх часів і народів?».

Для підвищення інтересу читачів до книг, зокрема стародруків, Науковою бібліотекою Чернігівського національного педагогічного університету імені Т. Г. Шевченка практикується представлення в мережі фото книг; сторінок з анотацією, з ілюстраціями; змісту видань.

Щоби скористатись можливістю заявити про себе та завоювати нову користувачську аудиторію, університетські бібліотеки на бібліотечних сайтах розміщують окремі рубрики: «Ми в соціальних мережах». Унікальну медіа-платформу створено в Науковій бібліотеці Національного університету «Києво-Могилянська академія»: функціонує бібліотечний блог, персональний блог «Могилянська бібліотекарка» – цікавинки зі світу бібліотек та бібліотечних технологій, ресурсів, сервісів, ідей від Тетяни Ярошенко (<http://kmalibrary.blogspot.com>). Також підключені соціальні мережі «Twitter», «ВКонтакте», «Facebook». Така медіа-платформа надає можливість донести інформацію до тих, хто «сидить в Інтернеті», налагодити двосторонній діалог.

Отже, у соціальних мережах «Facebook» і «ВКонтакте» університетські бібліотеки надають можливість переглядати пости (повідомлення) з питаннями, живими зверненнями, відповідями на різні теми. Інструменти адміністратора мережі дають змогу встановлювати й контролювати рівень цензури, що надзвичайно важливо для бібліотек університетів.

Співтовариства, створені в соціальній мережі, – це відмінний спосіб для університетських бібліотек залучити користувачську аудиторію на власний сайт, завдяки чому в них складається величезна кількість активних користувачів.

Вважаємо важливим змінити думку адміністрації університетських бібліотек про використання соціальних мереж лише для відпочинку та розваг. Слід зауважити, що сучасна університетська бібліотека має бути представлена в кількох соціальних мережах. Завдяки спільним зусиллям з основним бібліотечним сайтом можна досягнути бажаного рівня трафіку.

У перспективі соціальні мережі можна використовувати як платформу для організації та обговорення бібліотечних проєктів. Окремим перспективним напрямом взаємодії соціальних мереж й університетських бібліотек є оприлюднення та архівування в цифровому вигляді матеріалів з мікроблогів «Twitter».

Отже, використання соціальних мереж університетськими бібліотеками виправдано й приносить відмінні результати.