

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНА БІБЛІОТЕКА УКРАЇНИ  
імені В. І. ВЕРНАДСЬКОГО

ВАЛЕРІЯ СТРУНГАР

**БІБЛІОТЕКА В ІНТЕРАКТИВНОМУ  
МЕДІАСЕРЕДОВИЩІ:  
СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

Монографія

Київ 2021

УДК 004.77:316.77:025.5]:001.82

C87

Затверджено до друку вченою радою  
Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського  
(протокол № 6 від 13.10.2020)

Відповідальний редактор  
Ю. М. Половинчак, д-р наук із соц. комунікацій

Рецензенти:  
І. М. Мишак, д-р іст. наук, проф.  
О. О. Вдовіна, канд. наук із соц. комунікацій

### **Струнгар В.**

C87

Бібліотека в інтерактивному медіасередовищі: стан та перспективи :  
монографія / Валерія Струнгар ; відп. ред. Ю. М. Половинчак ; НАН Укра-  
їни, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2021. – 252 с.

ISBN 978-966-02-9411-0

У монографії комплексно досліджено бібліотечний сегмент соціа-  
льних медіа, розкрито специфіку його формування і функціонування в  
контексті суспільного використання соціальних медіа.

Висвітлено напрями діяльності вітчизняних і зарубіжних бібліотек  
щодо використання соціальних медіа, визначено їх особливості. Запропо-  
новано комплекс дієвих методів та критеріїв, які мають використовувати  
бібліотечні установи для розвитку бібліотечного представництва в соціа-  
льних медіа та вдосконалення комунікаційної діяльності. Окреслено  
перспективні напрями та завдання розвитку інформаційно-бібліотечних  
процесів в інтерактивному медіасередовищі в контексті сучасної транс-  
формації бібліотек в інформаційні центри з акумуляції та забезпечення  
доступу до інформаційних ресурсів.

Монографія орієнтована на широке коло наукових, бібліотечно-  
інформаційних працівників, фахівців інформаційної сфери, студентську  
аудиторію, широкий загал – усіх тих, хто цікавиться цією тематикою.

**УДК 004.77:316.77:025.5]:001.82**

© В. Струнгар, 2021

© Національна академія наук України,  
Національна бібліотека України  
імені В. І. Вернадського, 2021

**ISBN 978-966-02-9411-0 (друк.)**

**ISBN 978-966-02-9412-7 (електрон.)**

## ЗМІСТ

<b>ПЕРЕДМОВА</b> .....	5
<b>РОЗДІЛ 1. ІНТЕРАКТИВНЕ МЕДІАСЕРЕДОВИЩЕ В КОНТЕКСТІ БІБЛІОТЕКОЗНАВСТВА</b> .....	8
1.1. Бібліотека в інтерактивному медіасередовищі як об'єкт наукового дослідження .....	8
1.2. Понятійний апарат медійної складової бібліотекознавчих досліджень .....	27
1.3. Соціальні медіа як джерела бібліотекознавчих досліджень .....	43
<b>РОЗДІЛ 2. СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ ОРГАНІЗАЦІЇ БІБЛІОТЕЧНОГО КОМУНІКАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ</b> .....	52
2.1. Типологічна класифікація соціальних медіа у бібліотечній діяльності .....	52
2.2. Особливості репрезентації бібліотек в інтерактивному просторі соціальних медіа .....	60
2.3. Інформаційно-комунікаційна модель бібліотечного представництва в соціальних медіа .....	74
<b>РОЗДІЛ 3. ДІЯЛЬНІСТЬ БІБЛІОТЕК В ІНТЕРАКТИВНОМУ МЕДІАСЕРЕДОВИЩІ: РЕСУРСНО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ</b> .....	82
3.1. Представленість та робота бібліотек у вікі-проектах .....	82
3.2. Блог як інструмент забезпечення комунікації бібліотеки з користувачами .....	99
3.3. Використання бібліотеками соціальних мереж та медіахостингів .....	111
3.4. Рекомендаційні сервіси як ефективний інструмент користувацької активності .....	127

<b>РОЗДІЛ 4. СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БІБЛІОТЕКИ В ІНТЕРАКТИВНОМУ МЕДІАСЕРЕДОВИЩІ .....</b>	<b>152</b>
4.1. Інструментарій і контент соціальних медіабібліотек для суспільного використання .....	152
4.2. Оцінка ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа .....	164
4.3. Формування стратегії роботи бібліотечного представництва в соціальних медіа .....	177
<b>ПІСЛЯМОВА.....</b>	<b>189</b>
<b>СПИСОК СКОРОЧЕНЬ.....</b>	<b>194</b>
<b>ДОДАТКИ .....</b>	<b>195</b>
Представленість бібліотек у соціальних медіа .....	195
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>217</b>

## ПЕРЕДМОВА

Інтенсивний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, трансформація суспільних інформаційних запитів, переорієнтація бібліотечних стратегій розвитку на користувача зумовлюють дедалі активнішу взаємодію бібліотек і соціальних медіа, сприяють ширшому представленню діяльності бібліотек в інтерактивному вебсередовищі. Це створює нову реальність у сфері соціальних комунікацій, зокрема – бібліотекознавчі студії як складову комунікаційних досліджень. Водночас рівень як теоретичного осмислення процесів, пов'язаних з використанням соціальних медіа бібліотеками, так і узагальнення практичних напрацювань у цій сфері не відповідає суспільним викликам.

У сучасній науковій літературі проблематика взаємодії українських бібліотек і соціальних медіа представлена за багатьма напрямками в працях учених О. С. Онищенко [119], В. І. Попика [157], В. М. Горового [40, 42, 43], Т. Ю. Гранчак [46], Ю. М. Половинчак [158], О. Ю. Мар'їної [96, 98, 101] та ін., однак здебільшого в контексті опрацювання таких питань як використання в діяльності бібліотек сучасних інформаційних технологій, роль соціальних медіа у формуванні громадянського суспільства, підвищення якості обслуговування користувачів бібліотек тощо. 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 з цієї проблеми.

Недостатньо розробленими залишаються такі аспекти як специфіка функціонування бібліотеки в соціальних медіа, уточнення та систематизація понятійного апарату, тенденції та перспективи розвитку цієї діяльності.

Відсутність у вітчизняному бібліотекознавстві узагальнювальних праць із цієї проблематики також визначила актуальність теми дослідження, що зумовлена спрямованістю цієї розвідки на розв'язання суперечнос-

ті між практикою використання соціальних медіа в бібліотеці і недостатнім рівнем теоретичного осмислення цього процесу.

Різні аспекти питання бібліотечного представництва в соціальних медіа, особливості окремих напрямів просування бібліотек в інтерактивному медіасередовищі та якісні зміни бібліотечно-інформаційної сфери досліджували такі вітчизняні та зарубіжні науковці: О. Ю. Мар'їна [96], А. В. Пурнік [145], А. Каплан [294], Д. Кінг [296], С. Кунц [297], Л. Мон [297], В. К. Степанов [161], М. Хенлейн [294], Т. Свонсон [330], С. Агаєй [237], М. Кейсі [260], Д. Фіхтер [274], С. Пандей [316], Р. Холлі [289] та ін.

У роботах цих авторів висвітлювався аспект репрезентації бібліотечних установ у соцмережах; розглядалась проблематика комунікації з аудиторією через бібліотечні акаунти; викладалися дослідження щодо розробки стратегій просування в соціальному ландшафті; пропонувалися практичні рекомендації позиціонування бібліотек у соціальному контенті тощо. Наукові висновки, зроблені згаданими вченими, було взято до уваги для з'ясування специфіки бібліотечного представництва в соціальних медіа.

Попри значний масив досліджень з цієї теми, питання розвитку та особливостей бібліотечного сегмента соціальних медіа потребують більш глибокого й детального вивчення та узагальнення.

Пропонована наукова праця присвячена визначенню та характеристиці бібліотечного сегмента соціальних медіа, розкриттю специфіки його формування і функціонування в контексті суспільного використання.

У монографії послідовно розглянуто і проаналізовано наукові погляди щодо використання бібліотеками соціальних медіа; визначено методичні засади вивчення питання використання бібліотеками соціальних медіа; уточнено засади формування понятійного апарату досліджуваної теми; проаналізовано й охарактеризовано напрями діяльності вітчизняних і зарубіжних бібліотек щодо використання соціальних медіа, визначено їхні особливості; здійснено типологічну класифікацію соціальних медіа, що є об'єктом діяльності бібліотек; запропоновано комплекс діючих методів та критеріїв, які мають використовувати бібліотечні установи для розвитку бібліотечного представництва в соціальних медіа та вдосконалення ефективності комунікаційної діяльності; з урахуванням ре-

зультатів дослідження розроблено інформативно-комунікаційну модель бібліотечного представництва в соціальних медіа та розкрито взаємозв'язок її окремих складових. Авторка також мала на меті визначення й обґрунтування перспективних напрямів та завдань розвитку інформаційно-бібліотечних процесів в інтерактивному медіасередовищі в контексті сучасної трансформації бібліотек в інформаційні центри з акумуляції та забезпечення доступу до інформаційних ресурсів.

Видання орієнтоване на фахівців у бібліотечній галузі, практиків у сфері інформатизації, широкий загал читачів, які цікавляться цією проблемою. Результати монографічного дослідження можуть стати в пригоді укладачам навчально-методичних програм і посібників, орієнтованих на студентів закладів вищої освіти за відповідними напрямами спеціалізації, у практичній діяльності бібліотечних установ з метою вдосконалення та підвищення ефективності їхньої діяльності із соціальними медіа, у тому числі інформаційно-аналітичних центрів бібліотек – для організації зворотного зв'язку з користувачем; у процесі доповнення комплексного знаннєвого ресурсу бібліотек.

## РОЗДІЛ 1

### ІНТЕРАКТИВНЕ МЕДІАСЕРЕДОВИЩЕ В КОНТЕКСТІ БІБЛІОТЕКОЗНАВСТВА

#### 1.1. Бібліотека в інтерактивному медіасередовищі як об'єкт наукового дослідження

Становлення інформаційно-знаннєвої парадигми сучасного суспільства на рубежі ХХ–ХХІ ст. спричиняє глобальні зміни в усіх сферах життєдіяльності соціуму. Сьогодні важко заперечувати, що вони пов'язані з технічними та технологічними інноваціями, та за таким очевидним на перший погляд фактом приховуються більш глибинні процеси. Комунікаційний капітал інформаційного суспільства, яке прагне поступу знаннєвої стадії розвитку, характеризується глобальними масштабами, що не обмежуються ні простором, ні часом; динамізмом, дією в режимі реального часу; орієнтацією на знання; цифровою формою представлення об'єктів; привілеєм віртуалізації процесів; інтеграцією та міжмережевою взаємодією суб'єктів; конвергенцією комунікаційних каналів, галузей, організаційних структур; авангардною роллю інновацій; трансформацією соціоекономічних відносин, наявністю соціокультурних суперечностей [204].

Осмислення процесів становлення інформаційного суспільства знайшло відображення в працях провідних науковців сучасності: Д. Белла [10], З. Бжезинського [12], У. Бека [9], М. Вебера [26], Ж. Бодрийяра [17], І. Валлерстайна [24], Е. Гідденса [36], Д. К. Геллбрейта [47], М. Кастельса [68], Н. Лумана [94], Й. Масуди [107], А. Д. Урсула [215], Ж. Фураст'є [217], Д. Тапскота [204], А. Д. Тойнбі [209], Е. Тоффлера [210], А. Турена [212], Ю. Хабермаса [283] та ін. Прихильність означених вчених до різних наукових напрямів, дисциплін, певних підходів вплинула на розставлення акцентів та знайшла вираження в різноманітності пропонованих трактувань нового стану соціуму. Д. Белл магістральною в осмисленні явища



інформаційного суспільства визначав проблематику першості інформації та знань на кожному рівні його еволюції та пошук джерел формування [10]. Головними цінностями інформаційної епохи Е. Тоффлер вважав інформацію, творчість та інтелектуальні технології [210]. Розробкою феномену «інтелектуального звільнення» в інформаційному суспільстві займався Ж. Фураст'є [217]. А. Турен трактував інформаційне суспільство як «комунікаційне» та визначав комунікацію як «серцевину соціуму та рухів у ньому» [212]. О. Шпенглер акцентував увагу на «ворожості» техніки для людини та культури за часів розгортання інформаційного суспільства, на наявності внутрішніх закономірностей його розвитку та потенційних негативних екологічних наслідках технічного прогресу [229]. З. Бжезинський застерігав, що революція в передових технологіях, перш за все у сфері комунікацій, сприяє появі зброї масового ураження і, як наслідок, тероризму [12].

Зосередженість на суперечливості формування інформаційного суспільства та існування особистості в ньому, боротьба двох теоретико-методологічних підходів до інформатизації суспільства, технократичного та гуманітарного, актуалізували дослідження медіа як соціокультурного явища. Головними теоретиками вивчення медіа як нового феномену та нової реальності слід визнати канадця М. Маклюєна [95] та француза Р. Дебре [51]. Вагомий внесок зробили провідні німецькі вчені: Г. Малецке [317], Г. Просс [317], Х. Кубічек [299] та А. Каплан [294]. Науковці зазначають, що «медіа» – досить широке й неоднозначне поняття, в основі якого лежать ідея і зв'язок між різними структурами суспільства та світу в цілому [69]. М. Маклюєн першим використав цей термін і визначив «медіа як повідомлення», як «діючу метафору, яка переписує світ на основі технології» [95]. Медіапростір відображає і виражає складні процеси перетворення різних сфер суспільства, пов'язані з інформатизацією. Його структура являє собою складну ієрархію інформаційно-комунікативних засобів, які постійно змінюються та різняться різноманітністю, мовою, символікою [38].

Дослідження особливостей розвитку соціальних структур та світу сучасних медіа дало змогу науковцям визначити основну

тенденцію поступу інформаційного суспільства – поширення «мережевої логіки», мережевої форми соціальної організації соціуму інформаційного століття. М. Кастельс влучно охарактеризував його як суспільство мережевих структур (network society), визначальною ознакою якого стає домінування соціальної морфології над соціальною дією, влади структури над структурою влади. Автором було наголошено, що мережева структура існувала і в інший час, і в інших місцях, проте парадигма нових інформаційно-комунікаційних технологій забезпечила матеріальну основу для всебічного проникнення такої форми в структуру суспільства; призвела до різкого зростання ролі мереж у ряді сфер, до їх домінантного положення [67].

Сьогодні глобальне розгортання інформаційно-знанневого суспільства будується навколо електронних мереж, які породжують мережеві інформаційні потоки, структури, взаємодії, комунікаційні середовища, сприяють формуванню віртуальних спільнот за допомогою унікальних технологій, заснованих на глобальності, інтерактивності, мультимедійності, масовості, асинхронності, анонімності тощо. Формується багатовимірний цифровий простір. Актуальність проблем його становлення та формування викликає обґрунтований інтерес у соціологів, культурологів, економістів, бібліотекознавців тощо. Зокрема, окремим аспектам проблеми присвячено наукові роботи М. Р. Арпентьєвої [4], В. О. Ільганаєвої [59], О. Ю. Мар'їної [106], В. П. Коломієць [75], С. Л. Уразової [214], Н. О. Пунченко [144], Л. А. Проніної [142] та ін. Вчені констатують: цифровий простір має високий інтегруючий та синергетичний ефект щодо технологічного та соціокультурного рівнів розвитку сучасного суспільства. Його переваги реалізуються в широких масштабах, а непрямий вплив на соціум майже не піддається оцінці. Глобальна включеність суспільства в цей процес загострює не лише технічні та комунікаційні аспекти розвитку інформаційного суспільства, а й актуалізує широкий спектр складних світоглядних питань, соціокультурних проблем [106].

Найдинамічнішою сферою розгортання цифрового простору є соціальні медіа. Вони стають потужним комунікаційним феноме-

ном в еволюції інформаційного суспільства [270], виступають як одне з головних світових джерел соціальної взаємодії [295, 343], трансформують засоби масової інформації [264, 265], постають потужним інструментом поширення політичних та демократичних ідей [321], сприяють зародженню нових економічних моделей та принципово змінюють вектор маркетингових досліджень і технологій [25], залучають учасників інформаційного суспільства в соціокультурне життя [275], використовуються для попередження та ліквідації наслідків стихійних лих [277] тощо. Водночас соціальні медіа породжують низку проблем, пов'язаних з недоторканністю особистого життя, кібербезпекою, цензурою, фільтрацією і керуванням інформаційними потоками в мережі Інтернет; змінюють інститут авторства і механізми створення, розповсюдження та споживання інформаційного контенту в системі соціальних комунікацій і т. ін. [106].

Означені ключові моменти розгортання сучасного інформаційного суспільства, зміни, що відбуваються в системі соціальних комунікацій, викликають трансформаційні процеси в діяльності бібліотек. Сьогодні вони проявляють себе як важливий компонент мережевого простору та змінюють напрями свого розвитку саме під впливом процесів формування цього макросередовища. Суттєвим чинником розвитку стає активне впровадження інформаційно-комунікаційних та мережевих технологій у бібліотечно-інформаційну сферу діяльності. Бібліотечна технологізація та інтернетизація надає можливість створення в бібліотеках електронних каталогів, у тому числі зведених; оцифрування фондів; формування власних різноманітних баз даних, електронних бібліотек, корпоративних бібліотечних мереж; розвитку інтернет-навігації за бібліографічними і повнотекстовими ресурсами; виникнення віртуальних дослідницьких сервісів для користувачів, які забезпечують з ними інтерактивний зв'язок, доступ до електронних бібліотечних систем і т. ін.

У наукових колах спостерігається значний інтерес до переосмислення інформаційно-комунікаційної ролі бібліотек у становленні інформаційного суспільства та його поступу в знаннєву

стадію розвитку. Це знайшло відображення в працях провідних науковців: О. С. Онищенка [57, 148], В. М. Горового [42], Л. А. Дубровіної [55], Т. Ю. Гранчак [45], Ю. М. Половинчак [131], І. О. Давидової [49], В. О. Ільганаєвої [59], Л. Й. Костенка [80], В. О. Копанєвої [78], О. М. Кобелева [72], К. В. Лобузіної [92], М. С. Слободяника [154], Г. В. Шемаєвої [223, 224] та ін.

У вітчизняному бібліотекознавстві М. С. Слободяником було вперше системно розглянуто теоретичні підвалини структурно-функціональної трансформації наукової бібліотеки в період освоєння інформаційних технологій та визначення її ролі в інформаційному середовищі [154]. В. О. Ільганаєвою виокремлено рівні розгортання соціально-комунікаційної діяльності, на яких поетапно розвиваються документальна, інформаційна та когнітивна функції бібліотечних установ [62]. В. М. Горовим обґрунтовано концепцію визначення соціально-інформаційних комунікацій, вагому роль у якій відведено бібліотечним установам, що мають вирішувати велими важливе завдання репрезентації в українському сегменті глобального інформаційного простору загальносуспільних інформаційних баз [42]. І. О. Давидовою констатовано достатній потенціал бібліотек задля визначення як активних учасників інформаційного виробництва та навігаторів в інформаційному просторі. Автором підкреслено закономірність функціональних та техніко-технологічних змін в їх діяльності на етапі інформатизації суспільства, які сприяють науково-технічним, організаційно-структурним інноваціям, що зумовлюють не лише функціональні трансформації бібліотечно-інформаційних установ, а й зміни існуючих парадигм [48]. Г. В. Шемаєвою в дослідженні було наголошено на оновленні соціальної ролі бібліотеки у світлі нових форм, стилів та смислів буття соціуму з переважанням у ньому технократичної свідомості задля збереження гуманістичних засад суспільства та його подальшого сталого розвитку в нову інформаційну епоху [224].

При обґрунтуванні концептуальної моделі бібліотеки, що функціонує в умовах переходу від індустріального суспільства до суспільства знань, Л. Й. Костенком визначена необхідність освоєння бібліотекою інтегрованого технологічного циклу, який включає

всі наукоємні процеси обробки документних масивів, починаючи з бібліографування й закінчуючи екстракцією зі сховищ даних нових знань [79]. Т. Ю. Гранчак висвітлено можливості бібліотечних установ як центрів знань демократичного суспільства, живильного інформаційного джерела суспільного розвитку [45]. О. М. Кобелевим розвинуто когнітивно-комунікаційний підхід до сучасної діяльності бібліотек у напрямі посилення аналітичного компонента в обробці інформації, систематизації отриманих даних та наданні більш широкого спектра інформаційних послуг [72]. О. В. Воскобойніковою-Гузєвою висунуто світоглядну ідею перетворення бібліотечної сфери на найважливішу ланку інформаційної індустрії, яка сприятиме глобальному покращенню інформаційного забезпечення усіх сфер життєдіяльності людини та вибудові загальносвітового гуманізму й толерантності [32]. К. В. Лобузіню охарактеризовано нову модель діяльності бібліотеки, яка передбачає активну участь у соціальних комунікаціях як посередника в суспільних інформаційно-знанневих процесах; підкреслено потребу в семантичному опрацюванні та інтелектуального доступу до інформації, необхідність опанування семантичного інструментарію для напрацювання змістового складника [92]. Авторськими колективами монографічних праць «Інтеграція України у світове співтовариство в контексті розвитку бібліотечних інформаційних технологій» та «Електронні інформаційні ресурси бібліотек у піднесенні інтелектуального та духовного потенціалу українського суспільства» запропоновано розв'язання проблем функціонування бібліотечних установ у системі сучасних інформаційних комунікацій через включення в глобальні інформаційні обміни на базі структуризації міжнародних бібліотечних систем та інших великих центрів концентрації інформаційних ресурсів [57, 64].

Російська науковиця Р. А. Гільміянова зазначила, що в умовах формування інформаційного суспільства бібліотеки трансформуються, освоюючи не тільки нові технології, а й нові завдання, значення: це перш за все пов'язано з гуманістичним призначенням бібліотек як інституту інкультурації [37] та соціалізації – забезпеченням суспільства актуальною, якісною інформацією, розвитком

медіа та інформаційної грамотності, читацької культури, піднесенням духовних потреб особистості, формуванням на основі комунікативних практик культурної ідентичності людини.

За прогнозом Є. Ю. Генієвої, у найближчому майбутньому бібліотека втратить свій традиційний вигляд, а її функції істотно зміняться [35]. Книги на традиційних носіях будуть поступово замінені електронними аналогами, і паперова книга як носій інформації зникне або перетвориться на раритет. Водночас ті бібліотеки, що вдаються до формальної технічної модернізації, без еволюції філософії роботи з користувачами, у першу чергу – переходу від обслуговування до співпраці, найімовірніше, втрачатимуть позиції у інформаційному обслуговуванні, тому що на цьому полі у них вже є потужні конкуренти: агрегатори інформації, мережеві магазини, віртуальні видавництва і т. ін.

Таким чином, у працях означених вчених наукового обґрунтування набули провідні ідеї розвитку бібліотечно-інформаційної сфери, окреслені різноманітні підходи до визначення соціальних функцій бібліотечного соціального інституту. Науковцями майже однотайно зазначено – під впливом зовнішніх чинників, породжених процесами становлення інформаційного суспільства та започаткування його знанневої парадигми, місія бібліотек постійно змінюється, що, у свою чергу, призводить до внутрішніх техніко-технологічних, організаційних, управлінських трансформацій бібліотечних установ.

Проте сьогодні процеси формування, упорядкування та керування інформаційними активами соціуму в мережевому просторі започаткували дискусії навколо визначення нових функцій, напрямів діяльності та розвитку ресурсного потенціалу бібліотек. Отже, особливий інтерес з точки зору актуальності монографічного дослідження становлять теоретичні та практичні підходи представлення бібліотечних установ у електронному технологічному просторі, активно досліджувані та пропоновані вітчизняними та зарубіжними науковцями. Зокрема, важливим блоком є праці щодо вивчення проблем репрезентації та просування бібліотек у контексті соціальних медіа.

Особливостям адаптації, упровадження та використання новітніх мережевих технологій у повсякденній практиці бібліотечних установ протягом останніх років присвячено значну кількість публікацій, в яких автори обґрунтовували:

– доцільність започаткування та розвитку різноманітних електронних інформаційних бібліотечних ресурсів – баз та банків даних, електронних бібліотек, інформаційно-аналітичних систем, комунікаційних навігаторів тощо (А. Б. Антопольський [3], І. П. Антоненко [2], Л. Й. Костенко [79], О. В. Баркова [6], В. О. Копанєва [78], К. В. Лобузїна [92], О. Ю. Мар'їна [103], Г. В. Шемаєва [224], Я. Л. Шрайберг [230] та ін.);

– особливості організації відкритого доступу до наукової інформації (Т. О. Колесникова [74], Т. М. Костирко [82], С. Назаровець [114], Т. О. Ярошенко [235]);

– можливості оновлення спектра нових інформаційних продуктів та послуг (О. Ю. Мар'їна [100], Н. Е. Кунанець [146], А. В. Ржеуський [146], В. Е. Пальчук [121], Л. В. Присяжна [133], Л. Ф. Трачук [211], Л. А. Чуприна [221, 222] та ін.);

– шляхи організації мережевого обслуговування користувачів (В. І. Бондаренко [18], Ю. М. Марчук [105], Є. В. Кулик [86], Д. В. Соловяненко [156] та ін.);

– питання організації інтернет-представництв бібліотек (А. Ключок [71], Л. Й. Костенко [80], Т. В. Симоненко [152], В. К. Степанов [161], С. С. Ростовцев [150] та ін.);

– необхідність розробки інструментарію орієнтації професійної взаємодії в мережевому середовищі (О. Л. Лаврик [88], Ю. М. Половинчак [131], О. Ю. Мар'їна [96], Т. О. Ярошенко [234, 235] та ін.).

У зарубіжному бібліотекознавстві, у роботах М. Агості [238], С. Брентлі [256], А. Армстронг [256], К. Льюїс [256], А. Тамаро [331], І. Верохель [331], С. Вітт [331], велика увага приділяється проблемам цифрових або віртуальних бібліотек. Авторами зазначається, що завдяки їх створенню реальні бібліотеки отримають нагоду залучити тих користувачів, які ніколи їх не відвідували. Раніше показник дистантного обслуговування був низьким.

У наш час подібний прогноз стає більш обґрунтованим, чому сприяє зміна поколінь користувачів. Особливе місце в діяльності цифрових бібліотек посідає дистантне довідкове обслуговування в мережевому режимі. Цей напрям, під впливом нових інформаційних технологій, може розглядатися як найкоротший шлях виходу бібліотек на новий якісний рівень обслуговування. Все більший віртуалізації бібліотечного обслуговування сприяє зміна поколінь користувачів бібліотек. У практиці як зарубіжних, так і вітчизняних бібліотек також розширюється віртуальна робота з читачем. На своїх сайтах бібліотеки розміщують різні матеріали, щоб допомогти читацькому вибору, наприклад списки рекомендованих творів, та організовують читацькі форуми. Віртуальний пошуковий механізм дає змогу користувачеві вибрати певний жанр, а потім методом уточнюючих запитань підшукати книгу або список рекомендованої літератури.

Найбільшого розгляду на фаховому рівні, паралельно з осмисленням процесів активного опанування бібліотеками мережевих технологій, набули питання якісно нового етапу їх розвитку, пов'язаного з розгортанням та глобальним поширенням новітніх технологічних концепцій Веб та пристосуванням бібліотечних установ до ландшафту соціальних медіа. Особливості окремих напрямів просування бібліотек у соціальних медіа та якісні зміни бібліотечно-інформаційної сфери, пов'язані з їх використанням, досліджували вітчизняні та зарубіжні вчені: О. С. Онищенко [158], В. І. Попик [158], В. М. Горовий [43], Т. Ю. Гранчак [46], Ю. М. Половинчак [131], К. В. Лобузїна [93], Л. А. Чуприна [222], О. І. Горошко [44], В. І. Бондаренко [19], Н. Г. Іванова [61], Є. О. Кулик [85], Т. О. Колесникова [74], О. Л. Лаврик [89], О. Ю. Мар'їна [96], В. К. Степанов [161], А. Каплан [294], Д. Кінг [296], С. Кунц [297], Л. Мон [297], М. Хенлейн [294], Т. Свонсон [330], С. Агаєй [237], М. Кейсі [260], Ж. Девіс [268], Д. Фіхтер [274], Дж. Фурнер [276], С. Пандей [316], Р. Холлі [289], П. Холланти [303], У. Хаушке [303], С. Лохре [303], Н. Улманн [303], Н. Варієр [334] та ін. [240, 245, 247, 249, 251, 252, 254, 269, 288, 290, 310, 332, 337, 340]. У працях цих авторів окреслено основні напрям-



ми, успіхи та проблеми, з якими зіткнулись бібліотеки, опановуючи соціальні медіа; питання специфіки бібліотечної діяльності в їх контенті; висвітлювався аспект репрезентації бібліотечних установ у соцмережах; розглядалась проблематика комунікації з аудиторією через бібліотечні акаунти; викладались дослідження щодо розробки стратегій просування в соціальному ландшафті; пропонувались практичні рекомендації позиціонування бібліотек у соціальному контенті тощо. Так, монографічна робота О. Ю. Мар'їної «Бібліотека в цифровому просторі» присвячена теоретичному обґрунтуванню концепції розвитку бібліотек в електронному технологічному медіасередовищі [98]. Цінні наукові висновки, зроблені згаданими вченими, було взято до уваги для з'ясування специфіки бібліотечної діяльності в соціальних медіа. Утім, вивчення бібліотекознавчої літератури стосовно розвитку бібліотек у соціальних медіа дало змогу виокремити ряд проблем, які належним чином не розкрито та не узагальнено. Зокрема, це стосується питання поняттєвого апарату із вказаної проблематики, розвитку бібліотеки в соціальних медіа, дослідження ефективності та вироблення стратегії бібліотечного представництва у соціальних медіа тощо.

Дослідниками було відзначено, якщо спочатку Мережа розглядалася, насамперед, як спосіб зв'язку елементів інформації, то нині на перший план виходить здатність Мережі пов'язувати людей. Багато в чому це забезпечується технологічними розробками, які прийнято узагальнювати терміном Веб 2.0 – другим поколінням інтернет-технологій та наступними. Науковці наголошують, якщо перший Веб був націлений на публікацію та зберігання інформації, то технології другого Веб уможливили інтерактивну взаємодію користувачів між собою за допомогою соціальних мереж, блогів, вікі-сервісів і т. ін. [335, с. 2]. При цьому не тільки зросла інтенсивність взаємодії людей один з одним, а й збільшилася кількість форм комунікації людей між собою. Так, О. Ю. Мар'їною було зазначено, що технологічний феномен Веб 2.0 став не лише потужним поштовхом для адаптації бібліотек до реалій мережевого простору, він поклав початок веб-орієнтованої концепції їх розвитку, яка покликана фор-

мувати тісну та взаємовигідну взаємодію зі споживачами. Складові цифрового вебпростору та очікування користувачів фактично зобов'язали бібліотечні установи використовувати у своїй діяльності вебплатформи та інструментарій нового покоління, задіяти потенціал відкритих мобільних платформ і комунікацій, застосувати сучасні засоби та системи створення, збереження інформаційних активів й організації доступу до них у цифровому форматі широкого загалу [99]. Це якісно змінило спектр інформаційної продукції бібліотек, трансформувало їх характер та жанрову палітру; забезпечило залучення користувачів до процесів її підготовки.

Концепція Веб 3.0, яка запропонувала інноваційні шляхи налагодження комунікації й обміну знаннями в суспільстві, для бібліотек надала якісно новий рівень гнучкості, сумісної діяльності у мережевому медіасередовищі. Д. Аскей, К. Арлітч зазначили, що застосування вебтехнології третього покоління передбачає для бібліотек появу вузькоспеціалізованих ресурсів, де буде здійснюватись агрегація всіх необхідних користувачеві сервісів та інструментів професійної складової і публікація контенту, що модерується експертами [244].

К. В. Лобузін, досліджуючи еволюцію функціональних можливостей бібліотечних технологій, яка відбувається в напрямках, що відповідають найважливішим інформаційним завданням бібліотек у сучасному суспільстві, зазначила: «Сьогодні Веб 3.0 пропонує технологічні моделі реалізації високоінтелектуальних сервісів, призначених для ефективного представлення знань та реалізації концепції семантичної бібліотеки (Бібліотека 3.0)». Науковиця наголосила на тому, що технології Веб 3.0 мають потенціал спрямувати інтерес на бібліотечні технології, оскільки саме в них накопичений великий досвід упорядкування знань. Ідеї моделі Веб 3.0 повністю збігаються з основною функцією бібліотек – бути посередником між інформаційною сировиною та користувачем. «Все це має підняти роль бібліотекаря як інформаційного експерта та менеджера знань, який буде професійно описувати електронні ресурси, формувати інтелектуальне історико-культурне та наукове електронне середовище» [92].

Означена теза переконливо підтверджується працями зарубіжних теоретиків та практиків бібліотекознавчої сфери К. Арлітчем [243, 244], Н. Верієром [334], М. Кейсі [260], Дж. Девісом [268], Д. Фітчером [274], Дж. Фурнером [276], Р. Холлі [289], С. Пандеєм [316] та ін. Так, К. Арлітч визначив семантичні технології як основний інструмент зі створення структурованих даних та оптимізації цифрового контенту, який ефективно оптимізує можливості інформаційного пошуку різноманітних інформаційних об'єктів [244]. Використання семантичних технологій у цифрових бібліотеках, на думку С. Пандея, дасть змогу на якісно новому рівні реалізувати сумісність даних та позначити шляхи підвищення ефективності обміну знаннями [316]. Н. Верієр, Дж. Шиварама, М. Ангаді крізь призму семантичних вебтехнологій визначають нові ролі інформаційних та бібліотечних професіоналів в еру Веб 3.0 [334].

Крім того, як зазначають фахівці, технологічні переваги семантичних вебтехнологій сприятимуть значному підвищенню якості персоналізованих інформаційних продуктів та послуг бібліотек на основі врахування індивідуальних характеристик користувачів, їхніх можливостей, особливих потреб, які стають необхідними при обслуговуванні осіб з обмеженими можливостями. Перспективним також стає впровадження бібліотечними установами технологій третього покоління у процеси реалізації освітніх функцій [92, 99].

Дослідження доводять, що вебтехнології нового покоління дали бібліотекам змогу використовувати колаборативні технології, які вивчаються як у загальнотеоретичному зрізі [267, 289, 339, 342], так і в практичній площині [262, 302, 304, 18, 28, 117, 158]. Зокрема, краудсорсингові бібліотечні проекти опинились у сфері уваги Е. Кроскі [298] та М. Беджина [250], О. Ю. Мар'їної [101], Т. О. Ярошенко [233], Н. В. Тарасенко [206]. Науковцями обґрунтовується перспективність використання колаборативних технологій, прогнозується зростання участі бібліотек у колаборативних проектах різного рівня та активізація використання ними відповідних соціальних технологій, що актуалізує дослідження, спрямовані на систематизацію і наукове осмислення відповідного досвіду бібліотек.

Зокрема, аналізуючи найбільші краудсорсингові проекти зарубіжних бібліотек, існування яких стало можливим з настанням ери Веб 2.0, О. Ю. Мар'їна пропонує використовувати потенціал «колективного розуму» користувачької аудиторії в різних процесах та напрямках діяльності бібліотечних установ – від транскрипції окремих цифрових зображень, виправлення помилок, тегування до практики колективних перекладів текстів та пошуку інформаційних об'єктів або інформації про них; від напрацювання рейтингу надійності інформації до експертної оцінки інформаційних об'єктів; від пов'язання бібліотечних ресурсів з мережевими осередками до геолокації даних; від попереднього рецензування видань до створення електронних книг, презентацій, буктрейлерів; від тестування окремих бібліотечних мережових та мобільних сервісів та додатків до обґрунтування нових продуктів та послуг бібліотек тощо [101].

Підсумовуючи аналіз різних авторських концепцій, можна констатувати, що новітні версії вебтехнології зміцнили потенціал бібліотек у опрацюванні інформаційних потоків [92, 242], розкрили нові можливості для організації збереження культурного та соціального капіталу [271]; призвели до трансформації традиційної ієрархії ЗМІ [291]; сприяли налагодженню соціокомунікаційної взаємодії бібліотек та суспільства [242]; долучили користувачів до процесів бібліотечної діяльності, надали нові можливості організації колективної соціальної співпраці на благо бібліотечних установ і т. ін. [321, 345, 101].

Вельми важливою для представленого монографічного дослідження є проблематика бібліотечного вебпредставництва в інформаційному інтерактивному просторі. По-перше, вона пов'язана з тим, що сьогодні надзвичайно зростає популярність інтернет-представництв, які опосередковують взаємодію різних учасників системи соціальних комунікацій. У контексті соціокомунікаційних тенденцій вельми актуальними постають питання інтеграції, консолідації, агрегації, формування, упорядкування та керування інформаційними активами суспільства в межах різноманітних бібліотечних ресурсів та вебпроектів [168].

По-друге, з невпинним розгортанням мережевого простору бібліотеки поступово втрачають пріоритет у галузі інформаційного забезпечення, оброблення та репрезентації інформації та знань, які акцентували їх статус у структурі суспільства за часів до електронної ери [92, 161]. У цифровому просторі бібліотечні установи стають все більш залежними від інформаційного мейнстріму, який формують великі «гравці» інформаційного суспільства – технокорпорації, видавництва та постійно збільшувана аудиторія користувачів, яка за теперішніх часів самостійно формує контент, бере активну участь у процесах розробки й підготовки широкого спектра інформаційних продуктів і послуг, займається самообслуговуванням [97].

По-третє, як наголошують науковці, сьогодні виявляється певна невідповідність рівня розвитку мережевого середовища та можливості актуалізації в його межах консолідованої інформаційної, інформаційно-аналітичної ресурсної бази бібліотек – сайтів, порталів, різноманітних цифрових проєктів, які на сьогодні є віртуальним представництвом бібліотечних та інших соціокомунікаційних установ, а також точкою ефективного необмеженого доступу до наукової, аналітичної, культурологічної, освітньої, дозвільлевої інформації та консолідованих знань у вебсередовищі [161].

По-четверте, ситуація поки що малоефективної репрезентації бібліотек у мережевому середовищі ускладнюється через зростання популярності інтернет-представництв, які опосередковують взаємодію різних учасників системи соціальних комунікацій. Негативно на образі та функціональності бібліотек позначається загальний прогрес та широке застосування соціально-комунікаційних та інтернет-маркетингових технологій різноманітними учасниками інформаційного суспільства, що надає можливість та значно підсилює просування останніх у мережевому просторі. Точніше, на заваді ефективної та конкурентоспроможної онлайн-діяльності бібліотечних установ як повноправних суб'єктів інформаційного ринку мережевого його сегмента стає невикористання комплексу необхідних онлайн-інструментів, відсутність виваженої стратегії просування, яка повинна забезпечуватись системним

застосуванням інтернет-маркетингу, вебаналітики, вірусного та smm-маркетингу, інших технологій в усіх напрямках мережевої бібліотечної діяльності [150]. На тлі цього вельми актуальним стає дослідження суспільного використання соціальних медіа та функціонування бібліотечної складової в їхньому контенті й обґрунтування подальшого розвитку бібліотек.

Зазначимо, що окремі аспекти налагодження комунікації бібліотек з користувачами через соціальні мережі в різних аспектах досліджуються як зарубіжними – П. Бредлі, Л. Хіл [255, 287], так і вітчизняними науковцями Ю. М. Половинчак, О. Ю. Мар'їною та ін. [130, 175, 180, 197, 96]. Представники бібліотечної сфери здійснюють постійний пошук механізмів, інструментів, способів та можливостей удосконалення діяльності бібліотечних установ у контенті соціальних мереж. Зокрема, А. В. Вітушко, А. В. Струнгар та О. Ю. Мар'їна визначають спектр вебсервісів, які підвищують комунікативну спроможність бібліотечних сайтів [29, 99]. Г. І. Булахова та М. М. Самсонов вивчають особливості застосування соціальних мереж як інструментів рекламної діяльності бібліотечних установ [22, 151]. Л. А. Чуприна викладає теоретичні та практичні напрацювання щодо використання соціальних мереж як джерел оперативної інформації для бібліотек [222]. Л. Ф. Трачук розглядає бібліотечний блог як прояв концепції «Бібліотека 2.0» [211]. О. Д. Мартинюк та І. П. Перенесієнко здійснили огляд основних можливостей застосування соціальних мереж у бібліотечній справі [104, 123]. Особливості використання останніх на користь вітчизняних університетських та наукових бібліотек викладено З. В. Романухою та С. М. Головахою [149, 39].

Досить вагомим з огляду на предмет представленої монографії є науковий доробок С. С. Соколова, який у своєму дослідженні щодо проблеми формування системи інтернет-маркетингу визначив комплекс методик та інструментів, спрямованих на забезпечення безперервного багатоканального зворотного зв'язку бібліотек із віддаленими користувачами для з'ясування ступеня їх задоволеності рівнем бібліотечно-інформаційного сервісу, та запропонував комплексне застосування бібліотечними установа-

ми інструментарію просування інформаційної продукції, зокрема: SEO-просування, маркетинг у соціальних мережах, контекстна реклама, email-маркетинг, вірусний маркетинг [150].

Науковий колектив Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського системно досліджує соціальні інформаційні мережі, їхній зміст, особливості розвитку в системі соціальних комунікацій сучасності, чинники розвитку громадянського суспільства [158].

Т. Ю. 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 [46].

Т. О. Ярошенко та Т. О. Якушко розкривають теоретичні засади сучасного розвитку Інтернет і вебтехнологій, зокрема сутність та основні принципи функціонування Веб 2.0, а також сприяють практичному опануванню та знайомству з основними його сервісами та можливостями їх використання в бібліотеках [235].

Треба зазначити, що практики бібліотечної сфери також активно здійснюють шляхи нарощування бібліотечної складової в системі суспільного використання соціальних медіа, що знаходить відображення в різноманітних методичних розробках. Так, колектив Харківської обласної універсальної наукової бібліотеки (ОУНБ) розробив методичний посібник «Технології веб 2.0 для бібліотек і користувачів» [207], Львівська ОУНБ видала методичні поради «Віртуальна “реальність” публічних бібліотек» [228]. Рівненська ОУНБ підготувала методичні матеріали «Бібліотечна блогосфера: досвід, критерії оцінки, рекомендації».

На відміну від вітчизняних теоретиків та практиків бібліотечної сфери, які здійснюють пошук шляхів реалізації бібліотек у соціальних медіа, зарубіжні вже зосереджені на аналізі діяльності бібліотечних установ у соціальному медіаконтенті. Так, К. Махмуд та Дж. Річардсон у своєму дослідженні визначили найбільш популярні в бібліотечній сфері соціальні мережі – це Facebook та Twitter. Науковці підкреслили, що Facebook сприяє розвитку

професійних зв'язків бібліотекарів і за межами віртуального середовища. Проте, незважаючи на зростаючий інтерес до прийняття бібліотеками соціальних медіа, рівень залучення користувачів на акаунти бібліотек досить низький [306]. Американський бібліотекознавець Г. Ван, досліджуючи діяльність 115 академічних бібліотек у соціальних медіа, встановив, що 90,4 % з них володіють принаймні одним акаунтом у мережі Facebook. При цьому науковець також засвідчив досить низьку зацікавленість користувачів вебсервісами бібліотек. Згідно з отриманими даними лише 4 акаунти бібліотек мають понад 1000 передплатників, а 60 % бібліотечних профілів мають менш ніж 200 читачів [333]. На основі аналізу акаунтів у соціальних медіа 40 великих академічних та громадських бібліотек англomовних країн групою науковців було визначено основні типи взаємодії користувачів із профілями бібліотечних установ та їх співвідношення: 53,41 % – поширення інформації, 28,34 % – обмін знаннями, 15,46 % – комунікація між бібліотеками та користувачами, 2,79 % – отримання знань [261]. Фахівці університетської бібліотеки штату Монтана (США) досліджували ефективність реклами у соціальній мережі Facebook, враховуючи різноманітні типи ставок за просування публікацій – ціна за клік, ціна за показ [344].

Варто підкреслити визначну ознаку сьогодення: теоретичні напрацювання вітчизняних і зарубіжних науковців, дослідницьких колективів найтіснішим чином поєднуються з практикою. Фактично процеси обґрунтування необхідності прогресування бібліотек у Мережі та ландшафті соціальних медіа і практика є взаємообумовленими, тобто це той випадок, коли вони не дисонують одне з одним. Так, нині теоретичні ідеї втілюються у формуванні горизонтальних, корпоративних зв'язків з використанням мережевих технологій у сфері бібліотекознавства. Вони відбуваються як на базі соціальних мереж (універсальних і спеціалізованих), блогосфери, віртуальних спільнот, так і через створення спеціалізованих науково-освітніх мереж. Розглядаючи місце соціальних медіа у формуванні горизонтальних зв'язків у сфері бібліотекознавства, можна констатувати, що вже сьогодні вони відіграють важливу



роль у поширенні знань, стають засобом інтернаціонального обміну оперативною науковою інформацією, пропонують інструментарій для вдосконалення соціальних комунікацій, який наближає наукову спільноту до рівня відносин і взаємозв'язків, характерних для громадянського суспільства.

Сьогодні бібліотеки дедалі більше нарощують присутність у інтерактивному середовищі мас-медіа – у блогосфері, соціальних мережах, на інших інтерактивних майданчиках, причому роблять це настільки активно, що вже можна говорити про формування системи представлення бібліотек у соціальних медіа. Відповідно, цей процес потребує детального аналізу. Представленість і досвід активності бібліотек у соціальних медіа дають змогу говорити про формування бібліотечної діяльності в соціальних медіа, її планування, здійснення й узагальнення потребує спеціальних методик досліджень контенту, технологій подачі публікацій, аудиторії бібліотечних сторінок у соціальних медіа.

Таким чином, і вітчизняні, і зарубіжні вчені визначають соціальні медіа як потужну платформу, яка сприяє розвитку різних напрямів діяльності бібліотек. Поряд із цим науковці називають проблемні моменти розвитку бібліотечної складової в соціальних медіа, зокрема це:

- створення малоінформативних проєктів (сайтів, блогів, акаунтів у соціальних мережах та в контенті інших вебмайданчиків тощо);
- несвоєчасне оновлення контенту вебпредставництв;
- недостатньо обґрунтоване ставлення до вибору техніко-технологічних рішень налагодження комунікаційної взаємодії в мережевому просторі;
- випадковий вибір технологій та онлайн-додатків для відтворення й репрезентації бібліотечних ресурсів, продуктів, послуг тощо;
- непов'язаність вебпроєктів однієї бібліотеки між собою [96].

Проблемним також є й повільне та епізодичне опанування потужного потенціалу інтернет-маркетингу вітчизняними бібліотеками, що призводить до незатребуваності значних обсягів

інформації та незадоволеності користувачів рівнем бібліотечно-інформаційного обслуговування [150]. Це підтверджується результатами окремих досліджень, які унаочнюють показники активності користувачів бібліотечної сторінки в соціальних мережах. Так, М. А. Назаровець зазначає, що лише чверть проаналізованих акаунтів українських бібліотек можна вважати високоактивними [113].

Відаючи належне численним дослідженням та практичним напрацюванням бібліотечної сфери, водночас можна констатувати відсутність загально визнаного підходу до системного функціонування вітчизняних бібліотек у соціальних медіа. Публікації та результати досліджень поки не пропонують на рівні розв'язання наукової проблеми концептуального визначення інструментів, методів, функцій бібліотечних представництв у соціальних медіа. Така ситуація потребує узагальнювального дослідження сучасного досвіду діяльності зарубіжних та вітчизняних бібліотек у соціальному контенті; аналізу понятійного апарату досліджуваної теми з позиції інтерактивного простору та окреслення специфіки бібліотечної діяльності; визначення основних сучасних тенденцій розвитку бібліотечної складової в системі суспільного використання соціальних медіа; напрацювання виваженої стратегії репрезентації бібліотечного представництва у соціальних медіа; окреслення перспектив розвитку бібліотечної складової в системі суспільного використання соціальних медіа.

Для вирішення завдань в дослідженні було опрацьовано значний масив джерел, зокрема: документи, статuti, вебсайти та соціальні медіа бібліотек та ін. [73, 76, 77, 134–139, 141, 160, 166, 167, 213, 232, 241]. Важливими складовими джерельної бази виступають документи, що стосуються стратегій, політик і рекомендацій використання бібліотечним представництвом соціальних медіа. Політика Бібліотеки Конгресу щодо коментарів та публікацій у соціальних медіа (Comment & Posting Policy) [263], стратегія соціальних медіа Національної бібліотеки Австралії (Social media strategy) [328]; політика соціальних медіа Національної бібліотеки Австралії (Social media policy) [327], Публічної

бібліотеки Глісона (США) (Social media policy) [326], Публічної бібліотеки Роанок (США) (Social Media Policy) [325], Публічної бібліотеки Квінсленда (Австралія) (SLQ Staff Social Media Policy) [322], бібліотеки Джеррі Фалвелла Університету Ліберті (США) (Jerry Falwell Library Social Media Policy) [324]; рекомендації бібліотеки університету Каліфорнії Сан Маркос (США) (Social Media Guidelines) [292] містять інформацію про основні напрями діяльності бібліотек щодо використання соціальних медіа. Також були досліджені вебсайти та соціальні медіа провідних бібліотек світу й України (див. дод. А), які дали змогу зібрати фактографічний матеріал стосовно особливостей визначення бібліотеками своїх завдань, стратегічних напрямів функціонування в інтерактивному медіасередовищі.

## **1.2. Понятійний апарат медійної складової бібліотекознавчих досліджень**

Техніко-технологічні трансформації цифрової ери, розширення комунікаційного простору глобалізованого соціуму, поява новітніх практик комунікаційної взаємодії соціальних суб'єктів у різних сферах життєдіяльності суспільства та соціальне замовлення на інтернет-комунікацію актуалізують дослідження інтерактивного простору та окреслення понятійного апарату, який вживається для позначення різних явищ, пов'язаних із соціальними медіа.

Насамперед потрібно зазначити, що детермінантою соціальних медіа є електронні мережі, які розглядаються науковцями як основні універсальні засоби соціальної комунікації [109, с. 9]. Дослідники наголошують на винятковій ролі мережевих технологій, що нині сприяють розвитку громадянського суспільства [158]; залученості людей у мережевий простір, використанню сукупного творчого потенціалу соціуму для вирішення суспільно значущих, наукових та інших проблем [125]. На думку Т. О. Галіч, мережі починають відігравати ключову комунікативну роль у соціальній взаємодії, вони сприймають та самостійно виробляють нові кому-

нікативні конфігурації, недоступні традиційним інститутам; створюють нові форми мережевої комунікації – соціальні інтернет-мережі [34]. При цьому мережеві соціальні спільноти формуються з будь-якими заданими характеристиками – демографічними, професійними, освітніми тощо [1]. Критично важливими аспектами у розвитку мереж стають можливості генерації ідей та опрацювання великих обсягів інформації, створення інтелектуального контенту, що є новим типом інформаційних ресурсів і становить частину національного інтелектуального капіталу [158].

Багатозначність поняття «соціальні медіа» та розширення сфери їх використання сьогодні викликає суперечливі оцінки, дискусії та великий інтерес у науковців. Водночас недостатньо розробленим залишається визначення понятійного апарату соціальних медіа. Неоднозначність термінології ускладнює наукове дослідження участі бібліотек у системі суспільного використання соціальних медіа. Інтенсифікація досліджень бібліотечних соціальних медіа, особливостей їх розвитку, шляхів удосконалення, функцій актуалізує завдання розробки терміносистеми, використання якої стане підґрунтям для представленої наукової розвідки та подальших. Зупинимось на цьому докладніше.

Поняття «медіа», «мас-медіа» та «соціальні медіа» посідають значне місце в емпіричних узагальненнях і теоретичних розробках у галузі соціальних комунікацій, останнім часом – бібліотекознавчих студій, як складової комунікаційних досліджень.

Сьогодні медіа можна розглядати як динамічний центральний елемент культури, що стрімко розвивається. У теорії медіа та медіакомунікацій можна виокремити кілька підходів до визначення дефініції «медіа»:

- визначення медіа через опис конституюючих ознак;
- розгляд медіа через канал комунікацій;
- дослідження через футуристичні теорії (акцентуація новітніх технологій).

В основному під терміном «медіа» сьогодні розуміють засіб комунікації, в якому присутні як відправник, так і користувач інформації. Існує переконання, що медіа – це «соціокультурні ін-

ституції», які характеризуються формалізацією, постійністю та надійністю [320]. Фахівці медійного середовища переконливо вказують на суспільне формування медійної техніки та говорять про «подвійну соціальну природу» медіа. Тобто йдеться не лише про усуспільнення, соціальне вираження, а й про виникнення навколо комунікації певних соціальних систем, які інституціоналізуються. Мається на увазі, що способи дії щодо медій організуються за правилами та принципами, які постійно перебувають у процесі еволюції, і особи, які ними займаються, співпрацюють між собою на принципах розподілу праці та об'єднуються в силу суспільних інтересів.

Досить часто фахівці соціальних комунікацій ототожнюють поняття медіа і мас-медіа. Класичне визначення мас-медіа, або масової комунікації дав Г. Малецке: це «технічні інструменти або апарати, за допомогою яких висловлювання відкритим, непрямим чином і в односторонньому порядку передаються дисперсній аудиторії» [307]. Під дисперсною аудиторією автор має на увазі окремих індивідів або невеликі групи осіб, між якими відсутні прямі міжособистісні відносини і яких пов'язує лише спільне користування тими самими медійними пропозиціями.

У багатьох дослідженнях як ключові елементи медіа розглядаються характерні риси комунікаційної взаємодії «один до багатьох», передача від постачальника інформації до аудиторії, розосередженої у просторі й часі, а також соціальна спрямованість.

Мас-медіа включені в складні взаємозв'язки, виробляються та споживаються за певними соціальними правилами. Смісл їх існування полягає у сприянні формуванню самоусвідомлення суспільства щодо актуальних питань у сфері громадської думки. Отже, мас-медіа – це єдине середовище, яке використовується для зберігання, передачі та подання інформації або даних за певними правилами та принципами, які є значущими для суспільства, з метою суспільної комунікації.

Для виокремлення соціальних медіа у структурі медіа, цінними видаються підходи, запропоновані німецькими дослідниками

Г. Проссом і Х. Кубічком, що виходять із технологічного характеру медіа. За Г. Проссом, медіа поділяються на такі типи:

- первинний – це усна комунікація, яка представляє володіння загальною знаковою системою, але не передбачає користування жодними технічними приладами;

- вторинний – це медіа, для яких техніка потрібна при виготовленні, але не для користування та сприйняття (брошура, книга, газета, журнал);

- третинний – це медіа, які передбачають наявність технічних пристроїв для виробництва і користування (електронні мас-медіа, сучасні засоби індивідуальної комунікації, а також цифрові медіа, зокрема Інтернет) [317].

Логічним продовженням такого розмежування може вважатись спроба Х. Кубічека визначити медіа за рівнем інтерактивності:

- «першого порядку» – це технології, оснащені відповідним потенціалом до дії (вторинні в термінології Просса);

- «другого порядку» – це медіа, які виникають лише тоді, коли інституціоналізуються комунікатори, які орієнтують свої функції на аудиторію (третинні в термінології Просса).

Отже, Інтернет можна розглядати як різновид медіа як першого порядку (технічна інфраструктура, яка використовується для комунікації), так і другого (у значенні класичних мас-медіа) [299].

Інтеграція описаних підходів дає змогу акцентувати увагу на інтеракції медіа як новій принциповій характеристиці, що дозволяє Р. Буркарту виділяти «четвертинні медіа» [258], тобто цифрові медіа та онлайн комунікацію, для яких характерний високий рівень інтерактивності. Конституючою ознакою таких «четвертинних медіа» пропонується розглядати рівень інтерактивності, тобто можливості зворотного зв'язку, коли технології дають змогу створювати, споживати, а також змінювати медіа з боку реципієнтів.

Таким чином, технологічний підхід у комплексі з вихідною тезою про соціальну природу медіа дозволяє виокремити новий тип медіа, в якому сучасні комунікаційні технології забезпечують вищий рівень соціальної взаємодії аж до розмивання меж між транслятором і реципієнтом.

Зазначимо, у результаті трансформації мережево-інформаційних ресурсів виникають нові медіа, щодо яких не сформовано, як видно з вищенаведених досліджень, понятійний апарат. У відповідь на необхідність позначити медіапродукцію, яка є інтерактивною і поширюється цифровими методами, дослідниками паралельно використовуються терміни: «нові медіа», «соціальні медіа», «цифрові медіа» та «електронні медіа». Деякі з них є синонімічними й існують для позначення одного і того ж явища в силу неусталеності терміносистеми, інші – відзначають специфіку різних медіаявищ. У широкому сенсі «новими медіа» (четвертинними у визначенні Р. Буркарта) можна назвати всі розміщені в Інтернеті засоби масової інформації, основною характеристикою яких є інтерактивність, що дає змогу користувачеві здійснювати підбір матеріалів, а також додавати власний.

Деякі науковці схильні ототожнювати поняття цифрових та нових медіа, виділяючи як важливу характеристику цих медіа їх взаємозв'язок і утворення мереж, що дозволяє охопити з легкістю великий географічний простір і кардинально змінити сам принцип поширення інформації [273]. Цей підхід цілком відповідав раннім етапам концептуалізації нових медіа, однак у ньому не вистачає взаємозв'язку цифрових медіа із соціальними змінами. Слід зауважити те, що зовсім не всі «нові медіа» є соціальними. Вони можуть мати деякі інструменти, які будуть зближувати їх із соціальними медіа, але цього не досить, щоб віднести їх до соціальних.

Теоретичні узагальнення досліджень феномену нових медіа свідчать про широкий спектр думок, проте визначають загальні ознаки – інтерактивність та цифровий формат існування. Термін «нові медіа» найчастіше застосовується при визначенні різноманітних видів інтерактивної електронної медіапродукції, мережевих форм комунікації виробників контенту з користувачами та для позначення відмінності від традиційних медіа [307]. Він у певному сенсі відбиває особливості розгортання електронних, мережевих інформаційних технологій та комунікацій, зміну традиційної моделі комунікаційної взаємодії «один до багатьох» на «багато до багатьох» [266]. Нові медіа уможливають розмежування семантики та

інтерфейсу [309]. Найчастіше їх пов'язують з технологічним аспектом, але нині це поняття має розглядатись як найважливіший чинник соціальних перетворень, комунікаційних практик, моделей, як засіб зміни життєдіяльності людей, їхніх способів інформаційного споживання та мислення [102]. Отже, нові медіа є гіперонімом щодо соціальних медіа на термінологічному та концептуальному рівні.

Зарубіжні теоретики та практики розглядають феномен соціальних медіа як багатозначний термін, що використовують для опису нових форм комунікації виробників контенту з його споживачами і для яких визначальне значення має чинник виробництва контенту самими користувачами [281]. Вітчизняні науковці визначають соціальні медіа як набір онлайн-технологій, що забезпечують спілкування користувачів між собою в різноманітних формах – налагодження контактів, взаємодія один з одним, обмін думками, досвідом і знаннями, а також новинами, відео, фото, музикою та посиланнями [158, с. 106].

Інші дослідники визначають соціальні медіа як вид мас-медіа, що має низку переваг над іншими різновидами та апелює до певної соціальної спільноти [279]. Водночас соціальні медіа належить розглядати і як чинник формування суспільних зв'язків нової якості. Вони стають одним з інструментів горизонтального структурування суспільства, даючи підстави ідентифікувати це як один з виявів формування громадянського суспільства.

П. Гілін визначає соціальні медіа як багатозначний термін, що об'єднує різні онлайн-технології в Інтернеті, які дають змогу користувачам спілкуватися, взаємодіяти між собою. Характерна риса всіх соціальних медіа, на його думку, полягає в тому, що творцями контенту є самі користувачі [280].

Американський дослідник Б. Соліс у своїй статті «Визначення соціальних медіа» дає кілька дефініцій соціальним медіа. Одна з них така: «соціальні медіа – це злиття соціальної складової і високіх технологій, що трансформують монолог (від одного до багатьох) в діалог (багато до багатьох)» [155].

Дж. Торнлєсєм соціальні медіа визначені як онлайн комунікація, в якій індивідуум плавно та гнучко змінює свою роль, висту-



паючи то в якості аудиторії, то в якості учасника. Це забезпечується на основі використання соціального програмного забезпечення, що дозволяє будь-кому, без спеціальних знань у галузі кодування, розмішувати, коментувати, переміщати, редагувати інформацію і створювати спільноти навколо спільних інтересів [338].

Зазначимо, що термін «соціальна мережа» вперше було введено до наукового обігу в 1954 р. Дж. Барнсом [246], проте його масове поширення пов'язане із розгортанням мережевих осередків у середині 1990-х – на початку 2000-х рр. Класичні теорії соціальних мереж розроблені А. Бейвласом [248], С. Берковіц [336], Я. Морено [110], Б. Уллманом [336] та ін. Власне сама ідея існування явища соціальної мережі як комунікаційної структури була обґрунтована ще раніше Дж. Морено, який представив її у вигляді «соціограми» – схематичного зображення міжособистісних відносин у соціальній групі [110]. Дж. Мітчелл визначив соціальну мережу як специфічний набір зв'язків людини з певними людьми, що впливають на соціальну поведінку цієї людини [313]. Еволюція означеного феномену як самоорганізованої гнучкої системи соціальних взаємин представлена А. Л. Яценком [236, с. 8–9]. Вивченню соціальної мережі як суб'єктивного образу міжособистісних взаємодій, визначенню якісних та кількісних характеристик присвячено праці Н. В. Матрьохіної [108, с. 3–4]. О. М. Лещенком соціальні мережі було досліджено як феномен соціальної реальності, який відбиває специфіку мережевої взаємодії в інформаційному суспільстві [91].

Науковці окреслили феномен сучасних соціальних мереж через такі характеристики: глобальність, періодичність, доступність, соціабельність, демократичність, можливість встановлення зворотного зв'язку, мультифункціональність. Вчені зазначили, що соціальні мережі підвищують ефективність мережевої взаємодії на основі формування інформаційної культури особистості, інформаційних компетенцій; породжують ціннісні імперативи; сприяють мобільності соціального капіталу. Соціальні мережі проявляють себе як механізм конструювання комунікативного простору сучасного суспільства за рахунок накопичення і реалізації соціоме-

режевого капіталу і дифузії інновацій, які охоплюють освітню, науково-інноваційну, політичну та економічну сфери сучасного суспільства [91, с. 8].

Отже, термін «соціальна мережа» позначає потужне соціокомунікаційне явище, яке є складовою феномену соціальних медіа. До слова, виникнення сервісів соціальних медіа розпочалося саме із започаткування в 1995 р. соціальної мережі Classmates. Згодом з'явилися інші сервіси, наприклад LiveJournal у 1999 р. Але офіційним початком соціальних мереж прийнято вважати 2003–2004 рр., коли в США були запущені LinkedIn, MySpace і Facebook [58]. У російськомовному сегменті Інтернету соціальні мережі стали набирати популярність із 2006 р., коли з'явилися соціальні мережі «Однокласники» і «ВКонтакте», які мали сайти російською мовою (у Facebook російська версія сайту з'явилася тільки у 2008 р.). За своєю сутністю та за способом функціонування вони були пов'язані насамперед з появою та динамічним розгортанням нового культурологічного феномену Веб 2.0, мова про який йтиме далі.

Розвиток соціальних медіа та мережі Інтернет, інформатизація соціального простору постали передумовами формування і становлення нових соціальних медіа, зовсім нового типу культури, зі своїми правилами, термінологією. Важливою частиною цієї культури є нові можливості, які сприяють використанню певних інструментів взаємодії, формуванню горизонтальних зв'язків у суспільстві. Нові можливості, створені цифровими технологіями, дають змогу говорити про нову якість медіа з їх надвисоким соціальним ресурсом. Отже, існуючі в науковій літературі дефініції «нові», «новітні» «соціальні» медіа дозволяють зробити висновок про їх синонімічність або використання визначення «нові соціальні медіа». Водночас слід виокремити точку зору тих дослідників, які «новизну» ототожнюють не з новою якістю соціальних характеристик, а з новими технологіями. Пропонуємо новими (соціальними) називати медіа, що набувають нової соціальної якості.

Підкреслимо, соціальні медіа – це новий соціальний інститут сучасного суспільства, основними характеристиками якого є:

– доступні інтерактивні комунікації;

- безпосередня участь користувачів у генерації та ретрансляції медійного контенту;
- високий ступінь залученості користувачів у процес інтерактивної комунікації;
- максимальна швидкість зворотного зв'язку між користувачами;
- персоналізація користувача.

Основними характерними властивостями нових соціальних медіа виступають:

- універсальність,
- інтерактивність,
- доступність,
- мобільність,
- комунікативність.

Універсальність нових соціальних медіа виявляється в тематичній різнобічності інформації, її глобальності, всеосяжності та багатофункціональності, що само по собі є новим, більш якісним рівнем розвитку засобів масової інформації сучасного суспільства [226]. Іноді визначають також специфічні та цілком універсальні можливості соціальних медіа – можливість роботи з аудіо- або відеоматеріалами, зі статичними або динамічними відеодокументами; з макро- або мікрооб'єктами, а також текстами [311].

Інтерактивність поступово стає головною складовою розвитку сучасного суспільства. Технологічна конвергенція робить інтерактивність однією з найважливіших складових процесів сучасної комунікації. Інтерактивність соціальних медіа вирізняє їх за критеріями доступності й різноманітності способів комунікації та доставки споживачеві контенту. Фактично вона позначає характер і ступінь взаємодії між об'єктами або суб'єктами, дає змогу користувачам швидко та зручно взаємодіяти в контенті, встановлювати зв'язок, обмінюватися інформацією, думками з іншими відвідувачами [220, с. 118]. Інструментами інтерактивності в соціальних медіа можна вважати: зворотну форму, особистий кабінет, поштові розсилки, опитування, форуми, блоги, аудіо- та відеопідкастинг, плагіни рекомендації, форми обміну миттєвими повідомленнями

тощо. Інтерактивні можливості соціальних медіа сприяють переміщенню різних видів соціальної діяльності та соціокомунікаційної взаємодії у мережеве середовище.

Доступність у соціальних медіа – це інформаційна величина, характеристика та кількісний показник інформаційного наповнення медіасередовища.

Мобільність визначається часом, витратеним на пошук необхідних фактів, їх організацію та розуміння в електронному середовищі соціальних медіа. Нині вона стає найважливішим показником продуктивності інформаційної праці [226].

Під комунікативністю нових соціальних медіа слід розуміти сукупність характеристик, які дають змогу здійснювати процес комунікації між людьми, спільнотами та передачі інформації за допомогою інтерактивних форм [226]. Розгортання й посилення комунікативності сприяє подоланню часової та просторової ізоляваності окремих індивідів, націй та їхніх культур.

Іншими специфічними характеристиками соціальних медіа є:

- надвисока динамічність розвитку та поширення в соціумі;
- демократичність залучення різних учасників інформаційного суспільства;
- інтероперабельність, що забезпечує взаємодію та функціонування з іншими продуктами (або системами) без будь-яких обмежень доступу або реалізації набору функцій, які відповідають указаним або ймовірним потребам користувачів;
- реактивність технологічного розвитку та соціалізації у суспільстві;
- кон'юнктурність їх розвою щодо соціальних процесів;
- гібридність, що уможливорює використання традиційних та новітніх технологій обробки, презентацію та просування інформації.

За технологічною складовою соціальні медіа являють собою інтернет-сервіси, засновані на ідеологічній та технологічній базі Веб 2.0, які дають змогу користувачам створювати контент і обмінюватися ним. Отже, технології Веб 2.0 є визначальними для соціальних медіа, у тому числі таких, що мають бібліотечну спрямованість.

Термін «Веб 2.0» був запропонований Тімом О'Рейлі, засновником і генеральним директором американської компанії O'Reilly Media. У статті «Що таке Веб 2.0. Шаблони дизайну та бізнес-моделі для нового покоління програм» він заявив про новий напрям у розвитку Інтернету, за яким бачить майбутнє. Щоправда, свою концепцію він описує досить розпливчато: «Як багато інших важливих концепцій, Веб 2.0 не має чітких ознак (кордонів)». Це, скоріше, центр тяжіння, і в статті немає чітких теоретичних визначень Веб 2.0, разом з тим, наведено умови та стандарти Веб 2.0, зокрема: недорогі продукти та сервіси, що масштабуються (тобто відкриті для доопрацювання), а не завершені продукти; контроль за унікальними джерелами даних, які збагачуються коштом залучення значного числа користувачів; ставлення до користувача як до співробітника; використання колективних інтелектуальних ресурсів; самообслуговування користувачів; спрощення користувачького інтерфейсу, розробок і т. ін. [235].

Характеризуючи свою концепцію, пояснюючи її потім у безлічі статей, Т. О'Рейлі підкреслює, що головний принцип Веб 2.0 – підвищення ефективності інтернет-технологій за рахунок використання «колективного» розуму, залучення користувачів до наповнення і багаторазової перевірки контенту. За визначенням Т. О'Рейлі, Веб 2.0 – це методика проектування систем, за яких вони стають тим кращими, чим більше людей ними користуються. Тобто це системи, інформаційне наповнення яких забезпечують користувачі [315].

Аналізуючи статтю «Що таке Веб 2.0. Шаблони дизайну та бізнес-моделі для нового покоління програм», основним критерієм Веб 2.0 можна назвати інтерактивність або нелінійну взаємодію. Сервіси, які забезпечують спільну роботу кількох користувачів, наприклад: блогосфера, концепція вікі, сервіси типу Flickr, YouTube, – усі вони засновані на нелінійній взаємодії, тобто, взаємодії, що не обмежується порядком надходження інформації на сервер. Наприклад, можна порівняти запис у гостьовій книзі і блозі. У першому випадку записи суворо йдуть один за одним, у другому – є можливість коментувати конкретні записи, записува-

ти власні із запізненням. У статті О'Рейлі не згадані сервіси типу MySpace і Facebook, проте вони також належать до концепції Веб 2.0, оскільки відповідають критерію інтерактивності. Таким чином, усі сервіси соціальних медіа можна віднести до другого покоління Веб 2.0.

Отже, можна зробити висновок, що поняття «Веб 2.0» охоплює як мінімум два аспекти:

– власне ідеологію чи концепцію, яка в основному є новим підходом до розуміння ролі користувача в інтернет-комунікації та до організації самих засобів комунікації в мережі Інтернет;

– технічні засоби, які використовуються для реалізації означених функцій [235].

Головною особливістю Веб 2.0 є покращення та пришвидшення взаємодії вебсайтів з користувачами, що зумовило стрімке зростання активності користувачів. Це виявилось в участі в інтернет-спільнотах (зокрема у форумах); розміщенні коментарів на сайтах; веденні персональних журналів (блогів); розміщенні посилань у Світовому павутинні. Веб 2.0 запровадив активний обмін даними, зокрема експорт новин між сайтами; активну агрегацію інформації з сайтів. Отже, основу Веб 2.0 становить, передусім, ідеологія, коли змінюється центр тяжіння, в основі якого – користувач, його знання та інформація, яку він приносить у Мережу. Таким чином, Інтернет вже нині є складними та багаторівневими комунікаціями користувачів (міжособистісними, професійними, тематичними, географічними, політичними тощо) [235].

Очевидно, що в сучасному інформаційно-мережевому середовищі трансформується і бібліотека. Технології та сервіси Веб 2.0, які значною мірою орієнтовані на колективну функціональність, взаємодію з користувачами, соціальні мережі і колективний доступ, пропонують бібліотекам вже готові інструменти для побудови горизонтальної моделі взаємодії з користувачами, яка носить взаємний, рівноправний характер і заснована на гуманістичних позиціях загальнолюдського характеру.

Мережеві комунікації та технології Веб 2.0 займають належне місце і в бібліотечній діяльності, охоплюють все більше і більше

бібліотечних послуг та сервісів, утворюючи новий етап розвитку бібліотечної справи, який називають «Бібліотека 2.0».

Феномен «Бібліотека 2.0» на сьогодні дуже актуальний (станом на вересень 2020 р. – понад 6 млн посилань у пошуковій системі Google, понад 18 тис. посилань у спеціалізованій системі пошуку наукової інформації Google Scholar).

Уперше термін «Бібліотека 2.0» у 2005 р. представив М. Кейсі, який охарактеризував його у вигляді передових технологій бібліотечного сервісу [259]. Міркування М. Кейсі полягали в тому, що за допомогою основних положень Веб 2.0 бібліотеки зможуть досягти якісно нового рівня забезпечення інформаційних потреб користувачів. У 2006 р. М. Кейсі і Л. Савастинюк опублікували статтю, в якій акцентували на тому, що це модель бібліотечного обслуговування, орієнтована на постійний і цілеспрямований розвиток, запрошуючи користувача брати участь у створенні фізичних і віртуальних послуг [260].

П. Міллер зазначає, що «Бібліотека 2.0» – це «поняття абсолютно іншого бібліотечного обслуговування», вона діє згідно з очікуваннями сьогоденних користувачів. У цій концепції бібліотека представляє всюдоступну інформацію цілодобово [312].

М. Хабіб, відштовхуючись від того, що між термінами «Бібліотека 2.0» і «Веб 2.0» є тісний взаємозв'язок, припустив, що термін повинен описувати унікальну бібліотечну модель, яка активно використовує сервіси Інтернету нового покоління в бібліотечному обслуговуванні [284].

Існування Бібліотеки 2.0 А. В. Пурнік описує таким чином: є фонд бібліотеки; є ресурси, доступні через Інтернет (продовження фонду); є користувач з його інформаційними потребами; є бібліотекар. Будується діалог, спрямований на пошук ресурсу для задоволення потреб користувача. До цього моменту серйозних відмінностей від традиційної Бібліотеки 1.0 не спостерігається. Відмінності з'являються тоді, коли діалог перетворюється на ресурс [145, с. 6].

Тому логічним є визначення «Бібліотеки 2.0», яке сформоване на основі аналізу праць провідних бібліотекознавців: це модель

модернізованих форм бібліотечних послуг як результат, еволюції їх становлення та надання користувачам послуг нової якості.

Необхідно зауважити відсутність єдності в описі науковцями структурних елементів «Бібліотеки 2.0». Деякі дослідники вважають, що вона інтегрує блоги, вікі, миттєві повідомлення, RSS і мережеві соціальні сервіси в традиційне бібліотечне обслуговування. Інші описують шлях залучення читачів/користувачів у діяльність, що дає їм змогу робити внесок у розвиток сервісів.

Д. Мейнес виділяє чотири основні елементи теорії «Бібліотеки 2.0»:

- орієнтація на користувача – користувачі беруть участь у формуванні змісту та послуг, що знаходяться у сфері їх вебприсутності;

- забезпечення мультимедійного досвіду – колекції і послуги «Бібліотеки 2.0» мають містити відео-, аудіо-, мультимедіакомпоненти;

- соціальне збагачення – використання синхронних (системи миттєвих повідомлень) і асинхронних (форуми, вікі) шляхів для спілкування користувачів;

- інноваційність – це найважливіший аспект Бібліотеки 2.0, тому що вона постійно прагне розвивати і змінювати свої послуги, щоб надавати суспільству нові можливості для пошуку і використання інформації [308].

Поняття «Бібліотека 2.0» і «соціальні медіа» не можна ототожнювати. Особливості концепції «Бібліотека 2.0» надають представлені нижче широкі можливості: відкритий доступ до книг; користувач може запропонувати книгу для поповнення фонду бібліотеки; послуги доступні повсюди і повсякчас; каталог з можливістю долучення коментарів та створення добірок книг; інформацію як засіб спілкування; віртуальне довідкове обслуговування; широкий спектр послуг; участь у корпоративних проектах; бібліотека представляє свій простір у соціальних медіа, віртуальних світах. Бібліотека 2.0 – це бібліотека, сервіси якої орієнтовані на Веб 2.0, тобто на контент, який генерований користувачами і створений у результаті діалогової взаємодії користувача з бібліотекою.



Концепція «Бібліотека 2.0» орієнтована на користувача, вона концентрується навколо нього, його життя і його потреб, а технології допомагають у реалізації концепції, а не створюють її.

Бібліотека в епоху Веб 2.0 руйнує бар'єри (фізичні, географічні, часові, просторові), стає «всюдисущою» для користувачів і потрібною користувачам. Користувач бібліотеки – центр тяжіння, для нього – всі сервіси, ресурси, технології. Не електронний каталог сам по собі, не колекція сама для себе, не усні довідки чи консультації в стінах бібліотеки тощо, а реально потрібні сучасному користувачеві ресурси та сервіси, все більш і більш електронні та в режимі онлайн. До того ж користувач – не просто об'єкт бібліотечного впливу, а й часто і співавтор бібліотечних сервісів та інформаційних ресурсів (через відгуки та пропозиції в соціальних мережах, у блозі бібліотеки тощо).

У представленому інформаційно-комунікаційному середовищі бібліотеки легко і зручно надають інформацію, ресурси, знання користувачеві, незалежно від того, де він перебуває, у зручний для нього час. Соціальні медіа пропонують бібліотекам нові можливості для кращого обслуговування своїх користувачів та залучення нових і є чинником стимулювання розвитку бібліотечної сфери.

На відміну від класичної Бібліотеки 1.0, для Бібліотеки 2.0 характерне постійне оновлення і переоцінювання сервісів, а також прагнення залучити читачів до їх розробки і реалізації, для чого схвалюється і підтримується зворотний зв'язок та участь. Оскільки будь-яка бібліотечна організація може бути представлена в соціальних медіа, можна стверджувати, що сервіси Бібліотеки 2.0 у кінцевому рахунку замінять традиційні, односпрямовані послуги.

Отже, Бібліотеку 2.0 можна характеризувати, з одного боку, як технологічний прорив, з іншого – як першу спробу соціалізації процесу обслуговування користувачів шляхом залучення їх у цей процес, що забезпечує одночасно, як зазначає Г. Пальгуєва, і «презавантаження нашої свідомості» [120, с. 11].

У результаті проведеного аналізу досліджень можна сказати, що бібліотечні соціальні медіа – це відкриті горизонтальні структури, які створені в бібліотеці та/або присвячені бібліотечній проб-

лематиці, що використовують сучасні комунікативні технології та є новою складовою частиною засобів масової інформації і яким притаманні такі особливості: інтерактивність, багатоканальність, мультимедійність.

Соціальні медіа бібліотеки можна уявити як унікальне електронне видання, яке читають фахівці бібліотеки та користувачі. Вони надають можливість представляти інформаційні продукти та послуги, стають популярним інструментом поширення інформації з питань бібліотекознавства, розвитку інформаційно-бібліотечних технологій та є чинником стимулювання розвитку бібліотечної сфери й налагодження якісно нової комунікації з користувачами.

Таким чином, у пропонованій науковій праці частково вирішується проблема термінології, адже сьогодні відбувається досить інтенсивний розвиток галузі соціальних комунікацій, бібліотекознавчих студій, як складової комунікаційних досліджень, що впроваджує в діяльність бібліотек нові соціальні медіа, що і ускладнює дослідження цієї проблематики. Ситуація ускладнюється через те, що поряд з терміном «соціальні медіа» (як особливий вид медіа та мас-медіа) (С. Голдер, А. Джентлей, П. Гілін, Б. Соліс, А. Каплан, М. Хенлейн, А. В. Віцентій, Р. Буттерн, К. Фукс) використовуються такі поняття як «третинні медіа» (Г. Просс), «медіа “другого порядку” за рівнем інтерактивності» (Х. Кубічек), «четвертинні медіа» (Р. Буркарт), «нові медіа» (Л. Манович, В. Кросбі), «цифрові медіа» (Т. Фельдман), «новітні медіа» (О. Ю. Мар'їна). Крім того, на позначення філософії діяльності бібліотеки в інтерактивному просторі (з технологією) використовується термін «Бібліотека 2.0» (М. Кейсі), що не є тотожним участі бібліотек у соціальних медіа, але є дотичним до теми. Слід зазначити, що єдиного терміна для позначення понять, які би були загальноприйнятими усіма науковцями в усіх країнах, не існує. Одні дослідники не диференціюють більшість відомих термінів, уживаючи їх як синоніми, інші надають перевагу одному. У роботі пропонується «новими» («соціальними») називати медіа, що набувають нової соціальної якості.

### 1.3. Соціальні медіа як джерела бібліотекознавчих досліджень

Стрімкий прогрес у сфері поширення та розвитку соціальних медіа стає дедалі вагомішим чинником впливу на суспільство. З початку створення соціальні медіа зазнали істотних змін і на сьогодні відіграють роль конгломерату різноманітних сервісів та ресурсів. Динамічне зростання нових медіа приваблює широкі верстви населення незалежно від віку, освіти та соціального статусу; формує науковий, політичний, бізнесовий та інші сегменти простору соціальних медіа. Відтак соціальні медіа є об'єктом досліджень у різних галузях, зокрема і бібліотекознавчих.

Методична основа дослідження визначається міждисциплінарним характером і спирається на науковий арсенал теорії соціальних комунікацій, бібліотекознавства, теорії соціальної взаємодії, концепцій мережевого суспільства та інших наукових напрямів. Міждисциплінарність представленої теми обумовлена, з одного боку, потребою обґрунтування нових напрямів та нової якості діяльності бібліотек як соціально-комунікаційних структур, основним завданням яких є сприяння обігу соціальної інформації; з іншого – нагальністю змін бібліотечної професійно-діяльнісної сфери відносно викликів електронно-технологічного простору сучасності, зокрема мережевого медіасередовища, а саме щодо інтенсифікації зусиль по репрезентації та позиціонуванню бібліотечних установ у контенті соціальних медіа.

Інтерактивні медіа вже досить глибоко інтегровані у бібліотечну роботу; бібліотечна аудиторія соціальних медіа, як користувачка, так і професійна, збільшується досить активно. Виникає потреба аналізу й оцінки динаміки, напрямів, тенденцій і перспектив зазначених процесів. Такі переваги соціальних медіа як оперативність, доступність, інтерактивність та потужність масивів інформації обумовлюють цінність їх як джерела бібліотекознавчих досліджень: як прикладних інструментів вимірювання ефективності, оцінки якості бібліотечної діяльності, так і теоретичних узагальнень у галузі інфології.

Особливості використання соціальних медіа в роботі бібліотек досліджуються як у загальнотеоретичному зрізі [21, 130, 170, 174, 179, 182, 187, 200], так і в практичній площині [158]. Зокрема, бібліотечні проекти опинились у сфері уваги Т. О. Ярошенко [235], О. Ю. Мар'їної [101], Н. В. Тарасенко [206]. Однак аналіз бібліотечних проєктів у соціальних медіа як джерельній бази бібліотекознавчих досліджень лишається спорадичним. При цьому наявні емпіричні матеріали дають змогу виходити на теоретичні узагальнення, що й актуалізує це дослідження. Його метою є виявлення критеріїв вивчення соціальних медіа як джерельної бази бібліотекознавчих наукових рефлексій, формування комплексу маркерів бібліотекознавчих досліджень у соціальних медіа. Пропоноване дослідження передбачає аналіз можливостей соціальних медіа, використання яких визначає специфіку застосування бібліотеками мережевих інформаційно-комунікаційних технологій.

Алгоритм роботи з соціальними медіа як джерелом бібліотекознавчих досліджень передбачає на підготовчому етапі формування вибірки сторінок бібліотек, що підлягають вивченню. Принципи вибірки визначатимуть сформовані завдання зрізу, тому перелік об'єктів може бути різним: найбільш популярні і розроблені сторінки у соціальній мережі; представленість найбільших бібліотек, незалежно від їхньої активності в соціальних мережах, регіональна вибірка тощо.

Для того, щоб виявити загальні тенденції, які характеризують підходи до створення бібліотечних сторінок у соціальній мережі, необхідно провести загальний огляд сторінок. За показники можна обрати складові елементи динамічної платформи та її основні характеристики і функції. Таким чином, обрані сторінки аналізуватимуться за критеріями: *представлення, централізованості/дисперсності, змістовності, інтенсивності зворотного зв'язку*. Необхідно враховувати можливість похибки і загальну приблизність показників соціальних медіа, що зумовлена їхньою мінливістю, динамічністю, реактивністю, гібридністю та інтерактивністю, відтак – принципову неможливість абсолютно точних розрахунків.

Перший критерій – *представлення бібліотеки на сторінці* соціальної мережі, тобто рівень надання інформації про неї. Тут показовими будуть назва сторінки – чи відповідає ім'я офіційній назві бібліотеки чи пропонується неформальна назва сторінки; чи завантажені аватар<sup>1</sup> і обкладинка сторінки (рис. 2.1).

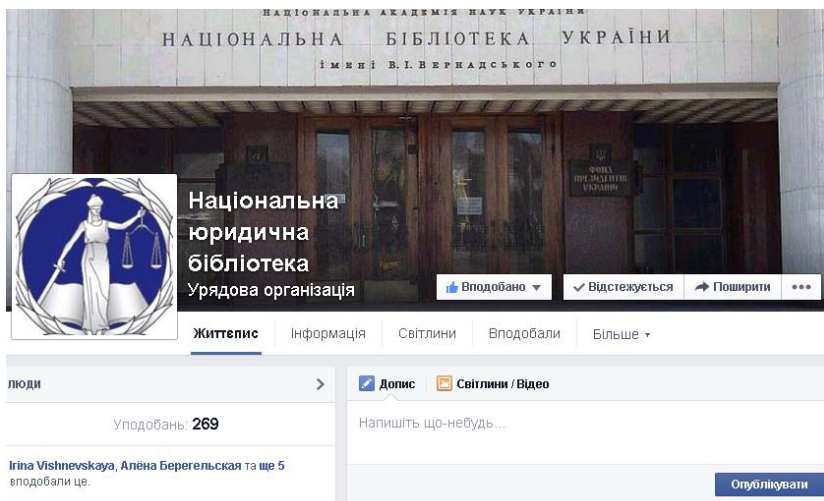


Рис. 2.1. Аватар і обкладинка сторінки Національної юридичної бібліотеки (НЮБ) Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського (НБУВ) у соціальній мережі Facebook. *Джерело:* <https://www.facebook.com/nllofua>

Важливим елементом представлення бібліотеки у соціальній мережі є опис сторінки. Наскільки він детальний і вичерпний, визначається за такими позиціями: чи висвітлено інформацію про бібліотеку або сторінку у соціальній мережі; чи відображено рік заснування; чи наявна локація бібліотеки; чи надається гіперпоширення на офіційний сайт, що спонукатиме користувачів пере-

<sup>1</sup> Аватар – це графічне представлення, яке використовується для персоналізації користувачів соціальних мереж, форумів, блогів, мікроблогів, віртуальних лабораторій, бібліотечних проєктів, сервісів спецконтенту тощо.

ходити на ресурс бібліотеки; як описана інформація про сторінку бібліотеки – від контактів до розширеного опису, із визначенням окремим пунктом місії сторінки соціальної мережі включно. Загальний огляд сторінок бібліотечних проєктів, які представлені в соціальних мережах, дасть уявлення про те, якими правилами і якою політикою керується бібліотека при їх створенні і функціонуванні. Так, в описі сторінки Національної юридичної бібліотеки (НЮБ) Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського (НБУВ) зазначено рік заснування НЮБ – 2001, контактні дані (адреса, телефон, електронна пошта), режим роботи, висвітлюються її функції та завдання, є гіперпосилання на сайт, де представлена офіційна сторінка НЮБ – Центр досліджень соціальних комунікацій (<http://nbuviar.gov.ua/>), та інформація про «власників» сторінки – адміністратор і співробітник НЮБ.

Інший критерій – **централізованість/дисперсність** – дає змогу виявити, як представлені бібліотеки у мережі – однією чи кількома спорідненими сторінками. У цьому разі оцінюється пов'язаність бібліотечних сторінок, що передбачає визначення такої групи показників: наявність зв'язків з іншими соціальними медіа; оригінальність кожної сторінки чи навпаки, дублювання інформації; присутність дочірніх сторінок.

Наступний критерій – **змістовність** бібліотечної сторінки у соціальній мережі (рис. 2.2), що визначається інформативним наповненням контенту. Доцільним вважаємо визначення таких показників: представлення мультимедійного і текстового контенту, їх співвідношення. Важливими критеріями можуть бути наступні: чи наявна галерея та як вона представлена (чи зазначені назви, чи є описи, гіперпосилання в описах, тип гіперпосилання за джерелом, до якого воно веде); чи представлено аудіо- та відеозаписи. Аналіз текстового контенту передбачає дослідження постів і коментарів. Специфіка соціальних мереж дозволяє використовувати, а отже і досліджувати, контент різного рівня інтерактивності – постів із можливістю (чи без такої опції) коментування, створення подій, опитувань тощо.

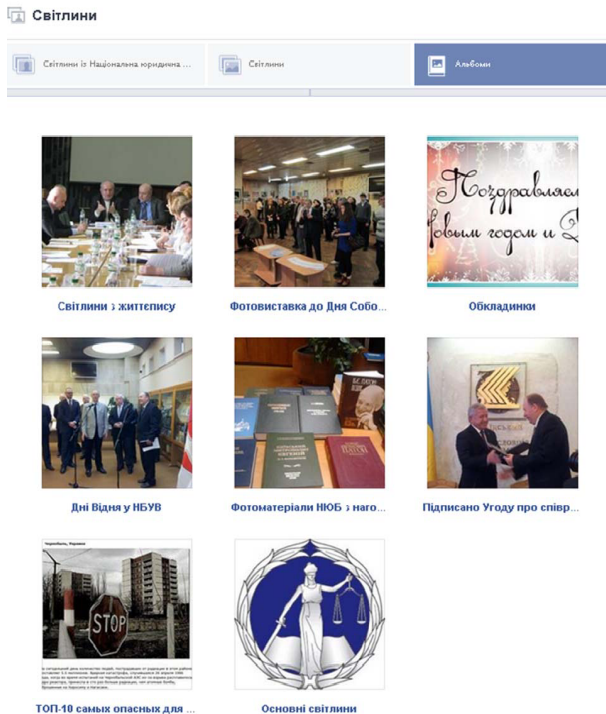


Рис. 2.2. Змістовність сторінки Національної юридичної бібліотеки НБУВ у соціальній мережі Facebook. Джерело: <https://www.facebook.com/nllofua>

Важливим показником аналізу бібліотечної сторінки може бути *інтенсивність зворотного зв'язку* з користувачами, що визначається низкою критеріїв: кількістю уподобань (Likes) сторінки та вподобань сторінкою бібліотеки (інших публікацій, коментарів, акаунтів); наявність рейтингу сторінки<sup>2</sup>, який графічно представлений у вигляді п'ятикутної зірки (рис. 2.3).

<sup>2</sup> Рейтинг сторінки – система оцінювання, яка дає змогу аналізувати ефективність бібліотечних проєктів у соціальних мережах за допомогою відгуків і коментарів.

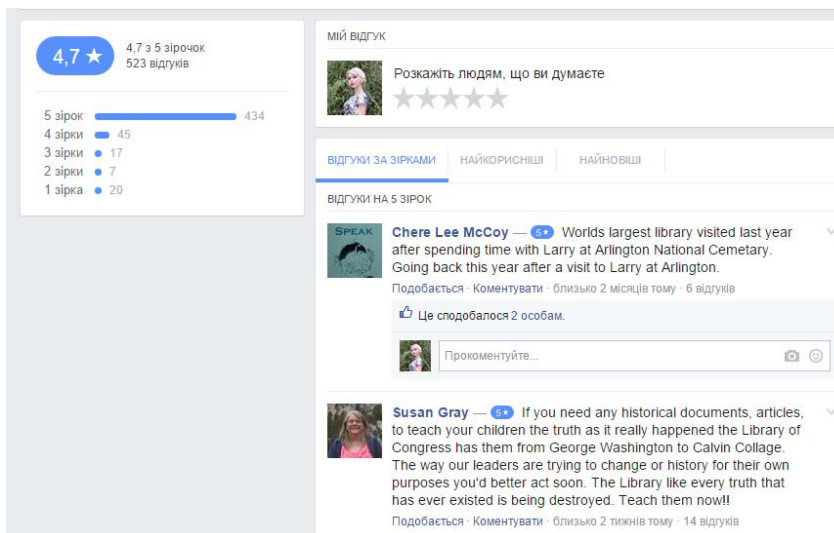


Рис. 2.3. Рейтинг сторінки Бібліотеки Конгресу у соціальній мережі Facebook.

Джерело: <https://www.facebook.com/libraryofcongress?sk=reviews>

Наступним етапом дослідження бібліотечної сторінки у соціальних медіа є виявлення специфічних особливостей використання соціальної мережі у професійній діяльності бібліотек. Це передбачає аналіз бібліотечних сторінок за двома напрямками: **публікованого контенту** та **інтерактивності**. **Публікація (пост)** – це основний елемент контенту сторінки бібліотечного проекту, який можна досліджувати за допомогою загального і контекстного аналізу. Загальний аналіз публікації полягає у визначенні наступних показників.

Авторство (бібліотека, бібліотечний працівник, користувач, колеги, науковці, політики, організації). За потреби можна проаналізувати, чи використовується можливість «позначати» людей і інші організації, йдеться про опцію, що дозволяє через гіперпосилання пов'язувати повідомлення із іншими сторінками.

За типом публікації можна виокремити: загальний текстовий контент, мультимедійний контент (фотографії, відео, аудіо), лін-



ки (гіперпосилання на власні, спільні та національні бібліотечні продукти та послуги, традиційні засоби масової інформації, інші посилання), такі специфічні тексти як опитування чи події. Також піддається аналізу частота оновлення сторінки і періодичність, що дасть змогу простежити зв'язок цих показників з інтерактивністю та загальною популярністю сторінки.

Важливими показниками загального аналізу публікації на сторінці бібліотеки є тематична спрямованість та спрямованість за аудиторією. Наприклад, за тематикою публікації можна поділити на бібліотечні, наукові, літературні, мистецькі, суспільні чи сформувати інший рубрикатор, виходячи із мети дослідження. За аудиторією усі публікації можна поділити на три рівні інформаційної спрямованості: для користувачів, їх комплекс формує систему контенту «бібліотека-користувач»; для широкого кола працівників бібліотечної галузі – система «бібліотека-бібліотекар»; нарешті, актуальні матеріали для обох аудиторій. Відповідно, за цими критеріями можна систематизувати анонси подій, новини, релізи, інтерв'ю, «цікавинки» бібліотечної діяльності, нові надходження, експозиції виставок, семінари, продукти і послуги бібліотеки, ресурси, електронні репозитарії, конференції, доповіді, дискусії, книжкові рекомендації (художньої та наукової літератури), рецензії, довідкову інформацію тощо.

Визначальною у загальному аналізі публікації є інформаційно-комунікаційна складова: інформування – надання безпосередньої інформації «з перших рук»; посередництво – надання інформації через інше джерело та цитування; продукування – формування актуальних подій, новин, завантаження світлин, аудіо та відео; акумуляція – збирання інформації для подальшого використання, наприклад, за допомогою опитування задля отримання необхідної інформації; комунікативність – здійснення обміну коментарями, створення діалогу і вираження емоції; сприяння – створення нового знання в результаті обговорення, надання комунікативної платформи.

Контекстний аналіз публікації передбачає її характеристику за певними показниками: чи відкрита проблема для обговорення;

чи присутня критика (різка, доброзичлива); резонансність; вибір стилю публікації (літературний, офіційний, розмовний, науковий, публіцистичний, іронічний, мішаний); представлення типу лексики: літературної, сленгової, використання спеціального інтернет-жаргону і емотиконів (смайликів), використання іноземної мови.

Важливим складовим елементом мережі є **інтерактивність**, що характеризує ступінь взаємодії бібліотеки у соціальній мережі з користувачами. Критеріями можуть виступати вподобання (Likes), поширення (репости, ревіти, інші форми інтеракції залежно від мережі) та коментарі. **Коментарі** є найбільш інтерактивними, а тому перспективними для аналізу елементами контенту сторінки бібліотечного проєкту. Пропонуємо аналізувати коментарі за такими показниками: кількість до окремої публікації як похідний показник середньої кількості; авторство (користувач, бібліотека, бібліотечний працівник та інші (науковці, політики, організації); тип (текст, фотографії, лінки, відео, аудіо, різне); тематика (загальна інформація, вираження емоцій і почуттів, вираження думок і роздумів, оцінка дійсності в цілому, оцінка окремих сторін дійсності, реакція на репліку іншого користувача, інформаційний шум, деструктивні коментарі у разі відсутності модерації); спрямованість (монолог, діалог, мішана форма, чітко не визначається) і тематична або ситуаційна пов'язаність (не пов'язані, кожний є окремим текстом; пов'язані, які утворюють тематичний дискурс); вид (конструктивні, особисті); кількість вподобань (Likes), що дає змогу виявити, які коментарі мають найбільшу підтримку; інформаційно-комунікаційні функції коментарів (інформування, посередництво, продукування, акумуляція, комунікативність, сприяння); тональність (позитивна, негативна, нейтральна).

Незважаючи на певні обмеження в силу суб'єктивності, окремі критерії дають змогу виміряти показники, що характеризують інтенсивність та ефективність використання бібліотекою соціальної мережі, серед яких виокремимо наступні: **охоплення аудиторії** (кількість підписників сторінки, друзів підписників, користувачів, які відписалися від сторінки, перегляди сторінки), **активність аудиторії** (кількість уподобань, коментарів, шейрів

або перепостів; відношення кількості вподобань і/або перепостів до загальної кількості постів; відношення кількості вподобань, коментарів і шейрів до загальної кількості учасників спільноти) та ***популярність окремої публікації*** (кількість: вподобань, репостів, коментарів).

Отримані результати дають змогу порівняти, як використовують контент соціальної мережі у різних бібліотечних проєктах, виявити основні тенденції у роботі з демократичними платформами. Наведені критерії не можуть вважатися вичерпними, оскільки є робочим інструментом і значним чином залежать від мети і завдань досліджень. Окрім цього, суб'єктивність, адаптивність, динамічність соціальних медіа як інформаційного феномену визначає високий рівень лабільності показників у контексті досліджень, тобто пропонувані критерії актуалізуватимуться чи втрачатимуть пізнавальну цінність залежно від дослідницької ситуації.

Отже, систематизовані у науковій праці критерії вивчення соціальних медіа як джерельної бази бібліотекознавчих наукових рефлексій дають змогу формувати комплекс маркерів бібліотекознавчих досліджень у соціальних медіа, що потребують подальшої апробації на практиці та уточнення в ході наступних досліджень та наукових дискусій із окресленого питання.

## РОЗДІЛ 2

# СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ ОРГАНІЗАЦІЇ БІБЛІОТЕЧНОГО КОМУНІКАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ

### 2.1. Типологічна класифікація соціальних медіа у бібліотечній діяльності

Сучасний етап формування інформаційного суспільства характеризується активним розвитком соціальних медіа, розширенням їх використання в різних сферах, зокрема і в бібліотечній, та, відповідно, активізацією наукових досліджень, пов'язаних з функціонуванням соціальних медіа. Дослідження сучасного стану та перспектив використання соціальних медіа в бібліотечній діяльності потребує створення класифікації соціальних медіа як інструменту наукового осмислення роботи в них бібліотечних представництв. Таке осмислення є важливою передумовою їх ефективного функціонування, вироблення політик та стратегій бібліотечного представництва в соціальних медіа, особливо зважаючи на різноманітність напрацьованих відповідних бібліотечних практик: продукування, акумулювання, поширення унікальної інформації в різних типах соціальних медіа – соціальних мережах, блогах, колаборативних проєктах, рекомендаційних сервісах, геосоціальних системах, файлообмінних спільнотах, медіахостингах, віртуальних світах тощо.

Питання у своїх дослідженнях торкалися різні науковці, серед яких можна відзначити напрацювання А. Каплана [294], М. Хенлейна [294], Т. Айхнера [239], Ф. Джейкоба [239], А. В. Віцентія [27], К. Фукса [275], Ч. Кумара [300], Т. Ю. Гранчак [46], Ю. М. Половинчак [126], О. П. Пінчук [125], О. В. Курбана [87]. Водночас існуючі дослідження, попри їх чисельність, не виключають доцільності нових спроб класифікації. По-перше, через різноманітність соціальних медіа та їх динамічність; по-друге, через складність інфраструктури соціальних медіа, їх «модульність» –

здатність поєднувати різні інструменти, що призводить до взаємоперетину декількох інформаційних майданчиків.

Таким чином, незважаючи на низку наукових публікацій, присвячених різним питанням використання соціальних медіа в бібліотечній діяльності, досі за межами наукового інтересу залишається типологічна класифікація соціальних медіа, що їх активно використовують бібліотеки. Отже, мета дослідження – здійснити типологічну класифікацію соціальних медіа, що є об'єктом діяльності бібліотек, та визначити перспективи розвитку бібліотечного представництва в інтерактивному медіасередовищі.

Зважаючи на згадану вище складність інфраструктури соціальних медіа, у дослідженнях сучасного інформаційного простору слід враховувати, як пише Ю. М. Половинчак, постійне розширення видів контенту, зростання, відповідно, кількості конфігурацій його поєднання, аж до інтеграції різних типів медіа чи їхніх елементів. Така інтегрованість медіа (технологій і контенту) описується через поняття конвергентності як процесу злиття засобів традиційних масової інформації та комунікації в єдиний інформаційний ресурс [126]. Тому різні типи соціальних медіа перетинаються або ж накладаються один на одного, і чітке їх розмежування досить ускладнене.

У сучасному світі чітко розділити медіа на «соціальні» і «не соціальні» також досить складно. Наприклад, багато сучасних інтернет-ЗМІ мають інструменти, характерні для соціальних медіа-ресурсів (можливість коментувати, оцінювати, доповнювати і редагувати статті тощо) [126]. Іноді для кращого розуміння сутності досліджуваного явища, «соціальні медіа» поділяють на «технології» і «різновиди інтернет-ресурсів». Однак такий розподіл не має сенсу з практичної точки зору. Адже сервіси соціальних медіа є сукупністю технологій і віртуального простору, що надається цим сервісом, то найчастіше неможливо відокремити одне від іншого, не зруйнувавши їх цілісність [27].

Слід також зазначити те, що в багатьох дослідженнях існує підміна більш широкого поняття «соціальні медіа» вузьким терміном «соціальні мережі». Їх використання як синонімів взагалі

не сприяє термінологічній визначеності та якості досліджень. Найбільш ґрунтовне узагальнення досліджуваного явища запропонувала О. П. Пінчук, яка визначила соціальну мережу як елемент соціального середовища, який пов'язує дві системи: людину і суспільство; як основний об'єкт, який функціонує поверх та поза глобальною мережею Інтернет; структурними і функціональними характеристиками, у якій для людини мають слугувати: обсяг контактів, об'єкти взаємодії [люди (вік, стать, освіта), організації/установи, групи/круги], зміст взаємодій, емоційна забарвленість, інтенсивність міжособистісних взаємодій; як егоцентрична мережа, у якій усі її члени «обертаються» навколо однієї людини [125].

Отже, термін соціальна мережа позначає потужне соціокомунікаційне явище, що є складовою феномену соціальних медіа. За своєю сутністю та за способом функціонування вони були пов'язані насамперед з появою та динамічним розгортанням нового культурологічного феномену Веб 2.0. Окреслюючи феномен сучасних соціальних медіа, науковці окреслюють такі його характеристики: глобальність, періодичність, доступність, соціабельність, демократичність, можливість встановлення зворотного зв'язку, мультифункціональність.

Треба зазначити, що дослідження останніх років пов'язані з технологічними аспектами розвитку соціальних мереж та інтернет-сервісів, що надають користувачеві можливість стандартизувати особисту вебсторінку, розмістити в певному розділі, який призначений для користувача, особисті дані, а також встановити і формалізувати зв'язки з іншими користувачами сервісу тощо. Науковцями зазначається, що з розгортанням «віртуальних» мереж соціальна комунікація набуває нових якостей, таких як: глобальність, оперативність, системність. Проте, як зазначають дослідники, змін зазнає лише форма, зміст – базові комунікаційні закони – залишається незмінним [87, с. 41].

Відповідно, різними дослідниками можуть акцентуватися різні класифікаційні ознаки, що призведе до віднесення одного й того ж соціального медіа до різних груп. Так, згідно з А. Капланом та М. Хенлейном, можна виокремити такі категорії соціальних медіа:

віртуальні співтовариства; блоги; соціальні мережі; співтовариства з виробництва спільного контенту; вікі-сервіси; геосоціальні сервіси тощо [294]. Інші науковці до представленого переліку додають: форуми, мікроблоги, фотохостинги, сайти відгуків, соціальні закладки, соціальні ігри, відеохостинги і віртуальні світи [239, 27]. Очевидно, що цей перелік буде постійно доповнюватися за рахунок появи новітніх форм та видів соціальних медіа, особливо «якщо врахувати проникнення соціальних медіа в професійні сфери діяльності і взаємодії громадян з державою» [257].

К. Фукс і Ч. Кумар виокремлюють соціальні медіа за функціональним принципом [275, 300]:

- сервіси публікації закладинок;
- соціальні медіа, орієнтовані на поширення новинної інформації;

- соціальні мережі;
- різноманітні медіахостинги;
- вікі-сервіси.

Т. Ю. Гранчак пропонує систематизувати соціальні мережі за типом контенту [46]:

- соціальні мережі, орієнтовані на представлення мультимедійного контенту: текстових повідомлень, графічного матеріалу, відео- та аудіодокументів (наприклад, Facebook, «ВКонтакте», Twitter);

- соціальні мережі, орієнтовані на представлення візуального – графічного та відеоконтенту (Flickr.com, Pinterest, Instagram, YouTube.com);

- соціальні мережі для аудіоконтенту (iTunes).

Вважаємо, що таку різноманітність класифікацій можна вважати закономірною, як робочого інструменту наукових досліджень, що визначається, у першу чергу, завданнями цих досліджень. Водночас узагальнення існуючих підходів важливе для систематизації питання використання соціальних медіа в комунікаційних процесах.

У контексті розглянутих класифікацій у цьому дослідженні пропонується узагальнювальна класифікація соціальних медіа.

Пропонуємо класифікувати соціальні медіа за типом контенту та комунікативною стратегією (див. рис. 2.1). До соціальних медіа за типом контенту можна віднести:

- соціальні медіа, орієнтовані на представлення мультимедійного контенту: текстових повідомлень, світлин, відео- та аудіодокументів (наприклад, соціальні мережі (Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, Tumblr), віртуальні світи (Second Life));

- соціальні медіа, орієнтовані на представлення моноформатного контенту: відео- (наприклад, відеохостинг YouTube), фотоконтенту (наприклад, соціальна мережа Pinterest), слайд-шоу (наприклад, слайд-хостинг SlideShare)). Також до цього виду соціальних медіа можна віднести соціальні медіа, орієнтовані на представлення візуального, відео- та аудіоконтенту (наприклад, соціальні мережі (Flickr, Instagram, iTunes)), як розширений вид моноформатного контенту.

До соціальних медіа за конституюючою, тобто такою, яка виділяє одні соціальні медіа від інших, комунікативною стратегією можна віднести:

- колаборативні проекти, які передбачають співпрацю та взаємодію з користувачами – до найпоширеніших серед таких проектів слід віднести ті, що розробляються на основі вікі-технології, за допомогою якої користувач (читач) стає учасником виробництва інформації, автором, споживачем, редактором і дистриб'ютором в одній особі [192];

- геосоціальні системи – сервіси на основі геоінформаційних систем та інструментів акумуляції користувацького контенту (відгуків, фото, оцінок тощо). Бібліотеки можуть використовувати у якості застосування соціальних геосервісів задля представлення установи, тобто, для забезпечення ефективності своєї роботи (наприклад, Wikimapia (<http://www.wikimapia.com>), Google Maps (<http://maps.google.com/>), OpenStreet Map (<http://www.openstreetmap.org>) та ін.) та як інструменти користувацької взаємодії, наприклад, Foursquare;

- рекомендаційні сервіси (рекомендаційні системи), створені на основі системи колаборативної фільтрації інформації, яка про-



понує поради та рекомендації з урахуванням подібності вподобань декількох користувачів. Бібліотеки можуть використовувати рекомендаційні сервіси як додатковий інструмент інтерактивного каталогу, як це, наприклад, роблять Нью-Йоркська та Бостонська публічні бібліотеки, Публічна бібліотека в Оквіллі (Канада) та ін. Також бібліотеки можуть працювати в загальнокористувачьких рекомендаційних сервісах, зокрема Goodreads (<https://www.goodreads.com/>), LiveLib (<https://www.livelib.ru/>), Букмікс (<http://bookmix.ru/>), WattPad (<https://www.wattpad.com/>), Rubuki (<http://rubuki.com/>), Readrate (<https://readrate.com/rus/>), Riffle Books (<https://www.rifflebooks.com/>), Librarything (<https://pl.librarything.com/>), Книгаза (<https://knigaza.com/>) та ін.;

- файлообмінні спільноти, орієнтовані на спільне використання файлів, засновані на рівноправності учасників обміну (наприклад, торрент-толока «Гуртом» (<https://toloka.to/>)). Бібліотеки можуть використовувати файлообмінні спільноти задля спільного використання файлів з користувачами. За допомогою таких спільнот бібліотеки можуть надавати доступ до матеріалів всім користувачам, метою яких є обмін файлами;

- медіахостинги, які передбачають розміщення матеріалів користувачами (наприклад, монохостинги (слайд-хостинги (SlideShare), відеохостинги (YouTube), фотохостинги (Pinterest)); відео-, фото- та аудіо- хостинги (Flickr, Instagram, iTunes). Бібліотеки використовують медіахостинги задля розміщення матеріалів як бібліотекою, так і користувачами. У цих мережах бібліотеки представляють свою діяльність за допомогою графічного та відеоконтенту;

- соціальні медіа, які забезпечують комунікацію користувачів [наприклад, соціальні мережі (Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, Tumblr); блоги (LiveJournal.com, Blog.net.ua, Blox.ua); віртуальні світи (Second Life)].

Отже, розроблена автором типологічна класифікація показала наявність різних типів мас-медіа, де відзначається присутність бібліотек: за контентом – орієнтовані на представлення мультимедійного контенту (текстових повідомлень, світлин, відео- та аудіо-документів) та моноформатного контенту (відео-, фотоконтенту,

слайд-шоу); за комунікативною стратегією – соціальні медіа, які забезпечують комунікацію користувачів; колаборативні проекти, які передбачають колаборативну співпрацю та взаємодію з користувачами; рекомендаційні сервіси, орієнтовані на базові уподобання користувача; геосоціальні системи, базуються на колективній співпраці з користувачами; файлообмінні спільноти, орієнтовані на спільне використання файлів, засновані на рівноправності учасників обміну; медіахостинги, які передбачають розміщення матеріалів користувачами.

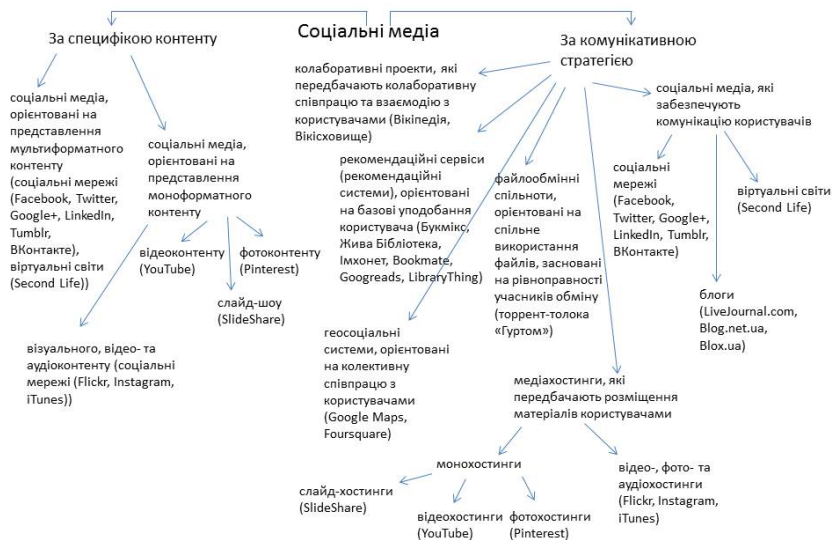


Рис. 2.1. Типологічна класифікація соціальних медіа, де відзначається присутність бібліотек <sup>3</sup>

<sup>3</sup> Не розглядалися бібліотеки, які розташовані на тимчасово окупованій території України, оскільки або тимчасово недоступні, або перебувають поза українським бібліотечним дискусом.

Запропонована класифікація соціальних медіа не є вичерпною та завершеною, вона може доповнюватись та мати широке обговорення.

Враховуючи те, що сьогодні соціальні медіа досить швидко розвиваються і надалі можна прогнозувати, що класифікація буде змінюватись і доповнюватись.

Варто також наголосити на важливості для бібліотек створення інструкції або політики використання соціальних медіа бібліотеками задля ефективного їх використання, яка може містити загальні рекомендації, процедури та обов'язки, керівні принципи контенту, захист конфіденційної інформації, авторське право. На основі вивчення провідного зарубіжного досвіду визначено, що важливим аспектом розвитку бібліотечного представництва є диференціація політик у різних типах соціальних медіа – якщо бібліотека планує використовувати ті чи інші соціальні медіа, то насамперед розроблення має стосуватися тієї мережі.

Слід також підкреслити, що використання соціальних медіа є перспективним напрямом діяльності бібліотеки, який інтенсивно розвивається у зв'язку з розвитком інформаційно-комунікаційних технологій та потребує детального дослідження. Розроблена авторкою типологічна класифікація соціальних медіа покликана сприяти розвитку бібліотечної діяльності в інтерактивному медіа-середовищі.

Отже, на основі формування системи представлення бібліотек у соціальних медіа, акумулювання унікальної інформації в різних типах соціальних медіа – соціальних мережах, блогах, колаборативних проектах, геосоціальних системах, рекомендаційних сервісах, файлообмінних спільнотах, медіахостингах, віртуальних світах, формується система використання бібліотеками соціальних медіа – складна й впорядкована множина елементів (суб'єктів – бібліотеки, користувачів; та об'єктів – сукупності інформаційних онлайн-ресурсів) та зв'язків між ними.

## 2.2. Особливості репрезентації бібліотек в інтерактивному просторі соціальних медіа

Сучасний етап розвитку інформаційного суспільства характеризується активним розвитком соціальних медіа, популярність яких постійно зростає серед користувачів. Сьогодні соціальні медіа стали повноцінними платформами для розвитку та ведення бібліотечної діяльності. Представленість бібліотек в інтерактивному середовищі мас-медіа постійно інтенсифікується: ідеться як про збільшення кількості бібліотек у соціальних медіа, у тому числі появу бібліотек, що мають по декілька сторінок в одній чи різних мережах, так і про активізацію саме мережевої діяльності – зростання генерованого контенту, розширення її видів (публікації, опитування, створення форумів тощо).

Питання специфіки бібліотечної діяльності в соціальних медіа, представленості бібліотек у соціальних мережах, комунікації з аудиторією через бібліотечні сторінки в соціальних медіа в різних аспектах досліджувалося такими зарубіжними та вітчизняними науковцями, як О. С. Онищенко [157], В. М. Горовий [157], В. І. Попик [157], Ю. М. Половинчак [129], Т. Ю. Гранчак [157], Л. А. Чуприна [157], Н. Г. Іванова [157], Є. В. Кулик [157], О. Ю. Мар'їна [96], В. І. Бондаренко [19, 63], О. І. Горошко [44], Д. Кінг [296], С. Кунц [297], Л. Мон [297], Т. Свонсон [330] та інші [158, 171, 181, 191, 194, 195]. Водночас фактична представленість і наявний досвід активності бібліотек у соціальних медіа дає змогу говорити про формування системи бібліотечної діяльності в соціальних медіа, що потребує спеціального дослідження специфіки бібліотечної діяльності з використанням соціальних медіа, виявлення характерних рис відповідної діяльності вітчизняних і зарубіжних бібліотек. Для розв'язання поставлених завдань було використано статистичний метод дослідження, покликаний з'ясувати рівень представленості вітчизняних та зарубіжних бібліотек у соціальному просторі, охопленості бібліотечними представництвами соціальних медіа.

На етапі відбору бібліотек для аналізу було виявлено, що далеко не всі великі бібліотеки представлені у соціальних медіа. Із

81 розглянутих зарубіжних бібліотек сім бібліотек не мають акаунтів, принаймні про них немає відомостей на їхніх сайтах. Це, наприклад, Національна бібліотека Мексики, Національна бібліотека Лівії, Національна бібліотека Ісламської Республіки Іран, Національна бібліотека Алжиру, Національна бібліотека Йорданії, Національна бібліотека Кабо-Верде, Національна бібліотека святих Кирила і Мефодія (Болгарія); не представлені в інтерактивному просторі і деякі ОУНБ та бібліотеки закладів вищої освіти України.

Для дослідження було відібрано 74 зарубіжних та 14 вітчизняних бібліотек, які використовують соціальні медіа. У вибірку було включено найбільші зарубіжні (за фондами, охопленням користувачів, виконанням функцій сучасних інформаційних центрів, такі як Бібліотека Конгресу, Бібліотека та архів Канади, великі університетські бібліотеки США, національні бібліотеки Великобританії, Франції, Іспанії, Хорватії, Норвегії, Угорщини, Шотландії, Ізраїлю, Кореї, Грузії тощо) та вітчизняні бібліотеки (ті, що мають статус бібліотек загальнодержавного значення). Відзначимо також, що для зарубіжних бібліотек характерна наявність даних про представленість у соціальних медіа на офіційних сайтах, тоді як не всі вітчизняні бібліотеки дають таку інформацію, маючи при цьому акаунти. І хоча така інформація не є обов'язковою, її публікація на сайті полегшувала б комунікацію з користувачем.

Паралельно проводилося дослідження специфіки представленості вітчизняних бібліотек різного типу в соціальних медіа. Для дослідження було відібрано 56 бібліотек та науково-інформаційних центрів України, які використовують соціальні медіа, серед них – бібліотеки загальнодержавного значення (14), обласні універсальні наукові (21), закладів вищої освіти (21)<sup>4</sup>.

Для дослідження рівня представленості бібліотек в інтерактивному медіасередовищі; охопленості бібліотечними представництвами соціальних медіа; контенту бібліотечних представництв в

---

<sup>4</sup> Якість бібліотечної сторінки – сукупність показників сторінки, які визначають наскільки вона відповідає запитам користувачів.

інтерактивному медіасередовищі було використано статистичний метод та контент-аналіз, зокрема задля з'ясування технологічних та змістових умов ефективності контенту та визначення показових критеріїв бібліотечного представництва в соціальних медіа, серед яких – ефективність сторінки, рівень взаємодії сторінки, змістове наповнення сторінки.

Аналіз вибірки за визначеними показниками дає змогу виявити найпопулярніші соціальні медіа та активність бібліотек. Серед згаданих показників якості сторінки <sup>5</sup>, за якими здійснюється аналіз, важливим видається аудиторія. Для її позначення (зв'язок автор – користувач) різні соціальні медіа використовують поняття «читачі», «фоловери» тощо, причому ці вирази часто сленгові. У силу існуючих розбіжностей очевидно є потреба запровадити в обіг наукових досліджень соціальних медіа єдиного поняття. Пропонуємо використовувати термін «читачі» як узагальнювальний для визначення зв'язків користувач/автор у соціальних медіа.

Водночас формальна кількість читачів не дає вичерпної інформації про якість сторінки, оскільки не відображає зворотного зв'язку, тоді як інтерактивність належить до конституюючих ознак соціальних мереж. Про якість зворотного зв'язку свідчить вся активність читачів (репости, вподобання, коментарі тощо). Під активністю акаунту матимемо на увазі оновлюваність бібліотечної сторінки, кількість публікацій за певний період часу.

Як вже згадувалось, сучасні бібліотеки не обмежуються акаунтом в одній мережі. Аналіз кількості таких акаунтів дасть змогу з'ясувати рівень охоплення соціальних мереж бібліотеками. Найпопулярніші соціальні медіа, які використовують зарубіжні бібліотеки, це соціальні мережі Facebook, Google+, LinkedIn; відеохостинг YouTube; мікроблог Twitter. Водночас спостерігається тенденція представленості бібліотек у національних соціальних медіа. Так, Національна бібліотека Франції активно працює

---

<sup>5</sup> Загальна інтернет-аудиторія на всій території України, без урахування Криму, зросла до 59 %. Водночас у США показник перевищив 89 % користувачів мережі, Японії – 86 %, Китаю – 50 % за даними на 2015 р., ідеться в дослідженні Watcher.

у відеохостингу Dailymotion, Національна бібліотека Латвії – у соціальній мережі Draugiem, Національна бібліотека Китаю – у мікроблогах – Sina Weibo та Tencent Weibo, Національна і університетська бібліотека Св. К. Охридського (Македонія) – у соціальній мережі Github, Російська державна бібліотека – у соціальній мережі «ВКонтакте».

Окремо слід наголосити на специфіці Національної бібліотеки Китаю, що не має акаунтів у глобальних медіа, лише в національних, що, очевидно, пов'язано із специфікою інформаційної політики Китаю: у КНР заблоковано Twitter, Facebook, YouTube, Wordpress та ряд інших подібних ресурсів, сервери яких розташовані за кордоном. Таким чином китайський уряд примушує своїх користувачів використовувати місцеві сервіси, які легше контролювати та фільтрувати публікований у них небажаний контент. Тому використання національних соцмедіа дає змогу уряду в Китаї отримати більший контроль над комунікацією і користувачами та одночасно посилити попит населення на власні віртуальні лабораторії.

Що ж до охоплення соціальних мереж українськими бібліотеками, всі медіа, у яких представлено вітчизняні бібліотеки, є зарубіжними. Вітчизняні бібліотеки віддають перевагу Facebook, Google+, YouTube та Twitter. Щодо специфіки охоплення соціальних мереж вітчизняними бібліотеками, то слід зазначити, що попередній аналіз дає змогу говорити, що використання тих чи інших соціальних медіа корелюється з типом бібліотек. У найбільшій кількості соціальних медіа представлені бібліотеки загальнодержавного значення. Найпопулярніші соціальні медіа, які використовують ці бібліотеки, це соціальні мережі Facebook, Google+, Pinterest, LinkedIn; відеохостинг та фотохостинг YouTube, Flickr; слайд-хостинг Slideshare; мікроблоги: Twitter, Tumblr; фото- і відеододаток з елементами соціальної мережі Instagram. Наприклад, Українська бібліотечна асоціація, як незалежна всеукраїнська громадська організація, що об'єднує на добровільних засадах осіб, які професійно пов'язані з бібліотечною справою, представлена у Facebook, Google+, Pinterest, LinkedIn, YouTube, Flickr, Twitter.

Досить активно використовують соціальні мережі бібліотеки вищих навчальних закладів, віддаючи перевагу Facebook, Google+, Pinterest, LinkedIn; відеохостингу та фотохостингу YouTube, Flickr; мікроблогу Twitter; фото- і відеододатку з елементами соціальної мережі Instagram. Представленість ОУНБ в інтерактивному просторі соціальних медіа вже дещо вужча: соціальні мережі Facebook, Google+; відеохостинг YouTube та мікроблог Twitter.

Практична відсутність українських бібліотек у національних мережах (WeUA, UaModna, «Українці», «Друзі» тощо) пояснюється відвертою слабкістю цих мереж, зумовленою цілим рядом причин, одна з основних, на нашу думку – деформованість українського простору соціальних мереж у силу інкорпорованості його з російським, що, із певною корекцією, зберігається і до нинішнього часу, не зважаючи на російську агресію і її інформаційну складову. Тобто «ВКонтакте» і «Однокласники» сприймаються як «свої», будучи по суті російськими. Відповідно, українські мас-медіа не розвиваються. Утім це специфіка всього українського мережевого простору, не лише його бібліотечного сегмента.

Зроблений аналіз представляє загальну картину і не виключає додаткових досліджень окремих аспектів представлення бібліотек у соціальних медіа. Таким аспектом, цікавим з точки зору бібліотечної діяльності, є охоплення. Відповідно, середня кількість акаунтів бібліотек у глобальних медіа становить три для зарубіжних та два для вітчизняних. При цьому, якщо говорити про присутність у національних медіа, то доводиться констатувати, що для зарубіжних бібліотек цей показник значний, а для національних – відсутній. Тому в глобальних мас-медіа наша присутність із врахуванням пізнішого включення, нижчого рівня інформатизації, може вважатись порівнюваною із зарубіжними, а у національних (у силу їх специфіки) – неприйнятно низькою.

Оскільки 69 зарубіжних бібліотек із 74 проаналізованих представлено в соціальній мережі Facebook (93,24 % бібліотек), то можна стверджувати, що інтерактивний простір саме цієї мережі є найпопулярнішим. У Facebook представлено 85,7 % великих вітчизняних бібліотек. Це говорить про те, що зарубіжні бібліоте-



ки активніші в мережі Facebook і загалом у соціальних медіа. Особливості результатів представленості зарубіжних та вітчизняних бібліотек у соціальних медіа можна простежити за графіком, який пропонується на рис. 2.2.

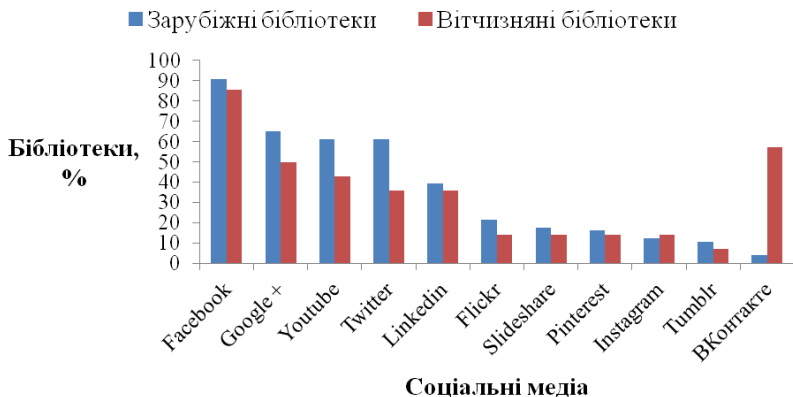


Рис. 2.2. Представленість вітчизняних та зарубіжних бібліотек у соціальних медіа

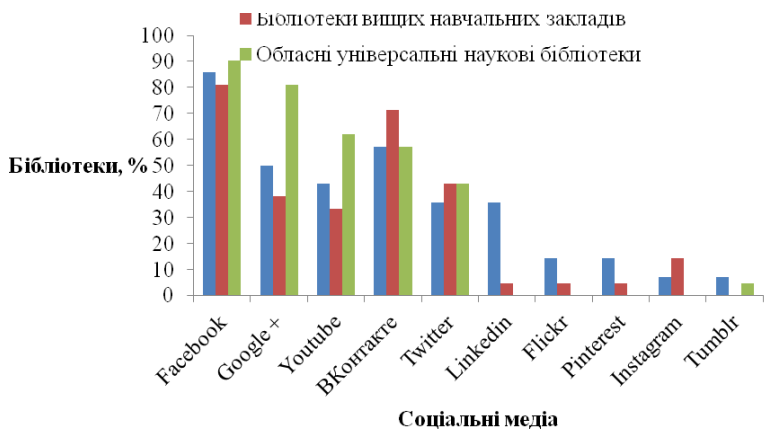


Рис. 2.3. Представленість вітчизняних бібліотек у соціальних медіа

Також особливості представленості різних типів вітчизняних бібліотек у соціальних медіа можна простежити за графіком (див. рис. 2.3).

Аналізуючи результати, можна стверджувати: глобальні медіа використовуються всіма бібліотеками за однаковим списком – по суті, найбільші у світі. При цьому зарубіжні бібліотеки досить активно розвивають присутність у національному глобальному просторі, вітчизняні – такої можливості позбавлені. Згаданий інформаційний ізоляціонізм КНР є, швидше, винятком, зумовлений політичною специфікою.

Охоплення соціальних медіа бібліотеками можна визначити за кількістю медіа, у яких бібліотеки мають сторінку. Загалом кількість соціальних медіа, у яких представлена кожна зарубіжна та вітчизняна бібліотека (з наявних у соціальних медіа), різна і коливається від однієї до дев'яти. Оскільки, як вже згадувалось, більшість аналізованих бібліотек у соціальних медіа не обмежуються веденням одного акаунту, а поширює свою активність на декілька соціальних мереж, вважаємо за доцільним виявити усереднені показники такої представленості, що дасть змогу оперувати оцінками «вище»/«нижче» охоплення соціальних мереж (щодо виявлених середніх показників). Виходячи із середнього значення – чотири мережі, вважатимемо охоплення соціальних медіа більше п'яти – високим, відповідно, менше – низьким. Аналізуючи вибірку бібліотек у соціальних медіа, можна констатувати, що високий рівень охоплення соціальних медіа мають 24,32 % зарубіжних бібліотек і 35,7 % вітчизняних, які є найактивнішими у соціальному просторі. Необхідно зазначити, що більшість вітчизняних бібліотек комунікують із читачами, використовуючи одну соціальну мережу, тоді як зарубіжні – декілька. Специфіка охоплення вітчизняними та зарубіжними бібліотеками соціальних медіа представлена у графіку (рис. 2.4).

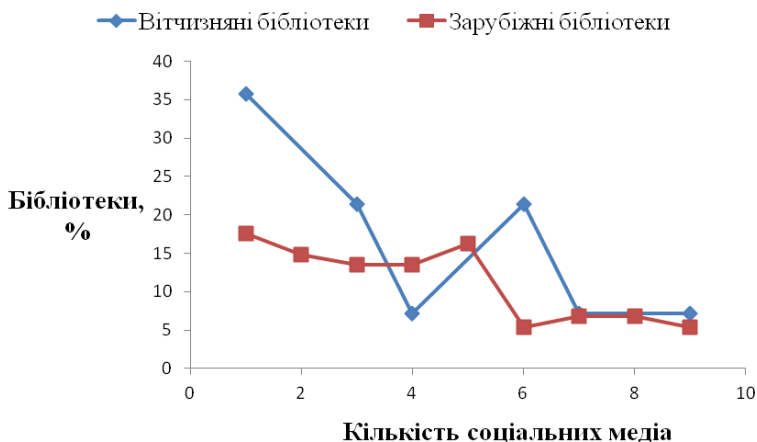


Рис. 2.4. Охоплення вітчизняними та зарубіжними бібліотеками соціальних медіа

Щодо специфіки охоплення різними типами вітчизняних бібліотек соціальних медіа, необхідно зазначити, що простежується тенденція зосередженості найбільшої кількості бібліотек загальнодержавного значення та бібліотек закладів вищої освіти в одному та ОУНБ – у п’яти мас-медіа. Порівнюючи ОУНБ із бібліотеками загальнодержавного значення, слід зазначити, що в других діапазон охоплення соціальних медіа ширший, але у перших – більша кількість бібліотек охоплює середню кількість мас-медіа. У бібліотек закладів вищої освіти спостерігається результат, близький до показників бібліотек загальнодержавного значення, тобто широкий діапазон охоплення соціальних медіа, але кількість бібліотек, які там представлені – незначна. Специфіка охоплення вітчизняними бібліотеками соціальних медіа представлена у графіку (див. рис. 2.5).

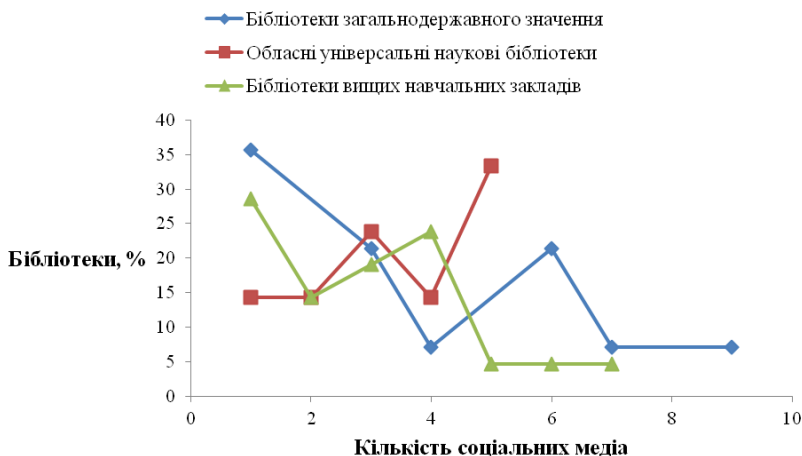


Рис. 2.5. Охоплення вітчизняними бібліотеками соціальних медіа

Високе охоплення соціальних медіа серед наукових бібліотек мають: Українська бібліотечна асоціація, Державна бібліотека України для юнацтва, Національна бібліотека України для дітей, Національна історична бібліотека України, Національна наукова медична бібліотека України, Вінницька обласна універсальна наукова бібліотека ім. К. А. Тімірязєва, Дніпропетровська обласна універсальна наукова бібліотека, Запорізька обласна універсальна наукова бібліотека імені О. М. Горького, Івано-Франківська обласна універсальна наукова бібліотека ім. І. Я. Франка, Публічна бібліотека ім. Лесі Українки м. Києва, Рівненська державна обласна бібліотека, Херсонська обласна універсальна наукова бібліотека імені О. Гончара, Наукова бібліотека Національного університету «Києво-Могилянська академія», Науково-технічна бібліотека Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна, Науково-технічна бібліотека Національного аерокосмічного університету ім. М. С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут».

Візуалізація результатів аналізу охоплення соціальних медіа зарубіжними і вітчизняними бібліотеками представлена на «Карті бібліотечних соціальних медіа» (рис. 2.6). Країни на карті розфарбовано від світлого до темного кольору залежно від показника кількості мас-медіа, який варіюється від шести до дев'яти. У цій вибірці лідерами виступають: Бібліотека Конгресу (США), Британська бібліотека та Національна бібліотека Ізраїлю.

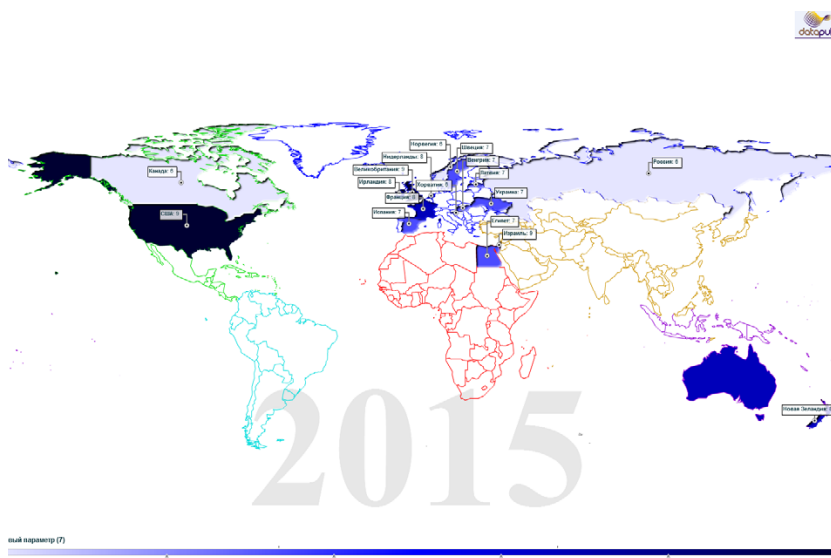


Рис. 2.6. Рівень охоплення соціальних медіа зарубіжними і вітчизняними бібліотеками

Активність бібліотек у соціальних медіа можна визначати для кожної бібліотеки за сумою показників у всіх охоплених соціальних медіа або для найпоширенішої мережі. Тому для конкретної соціальної мережі, колаборативного проєкту, блогу, наукової лабораторії можна визначати активність бібліотеки в ній за наповненістю та комунікативним потенціалом її сторінки або профілю.

Проілюструємо активність бібліотек на прикладі соціальної

мережі Facebook, як найпопулярнішої серед інших соціальних медіа. За основу аналізу активності бібліотечних сторінок було обрано три критерії: кількість читачів, їх активність, що в соціальній мережі Facebook представлена опцією «це обговорюють»<sup>6</sup>, та оновлюваність акаунту.

Очевидно, що кількість читачів вітчизняних бібліотечних сторінок буде невеликою, порівняно з акаунтами політиків<sup>7</sup>, урядових установ, оскільки останні головним чином орієнтовані на зв'язки з громадськістю. Водночас показники великих зарубіжних бібліотек також істотно випереджають розміри аудиторії вітчизняних. Так, аудиторія Facebook-сторінки Бібліотеки Конгресу – 242 тис., Національної бібліотеки Великобританії – 205 тис., Національної Французької бібліотеки – 53 тис., Національної парламентської бібліотеки Грузії – 37 тис., Російської національної бібліотеки – 16 тис. читачів. Для Facebook-сторінок бібліотек України істотною може вважатися аудиторія від 600 читачів, тоді як для зарубіжних бібліотек – від 4246 читачів. Відповідно, аудиторія вважатиметься великою чи малою порівняно з цими середніми показниками. Аналізуючи вибірку сторінок бібліотек у соціальній мережі Facebook за кількістю читачів, можна стверджувати, що значну аудиторію мають 58,33 % вітчизняних і 47,83% зарубіжних (порівнювано із усередненими показниками окремо для зарубіжних і вітчизняних).

Щодо показника активності читачів бібліотечної сторінки в соціальній мережі Facebook, то високу активність (відповідно, вище середньої, що за показником «це обговорюють» становить 93 і 50 читачів для зарубіжних та вітчизняних бібліотек) мають 37,7 % зарубіжних і 25 % вітчизняних бібліотек. Результати за цим показником пов'язані з оновлюваністю сторінки – фахівці із соціальних медіа вважають, що щотижневе оновлення в соціальній

---

<sup>6</sup> Показник у соціальній мережі Facebook, який обчислюється через маркер «це обговорюють». Так називається програма, вмонтована в мережу, що автоматично підраховує вподобання, публікації, коментарі, відповіді на запитання, відгуки про заходи, згадування сторінки за певний період.

<sup>7</sup> Наприклад, кількість читачів у сторінки українського політика А. П. Яценюка становить 330 тис., В. В. Кличка – 108 тис., Ю. В. Тимошенко – 87 тис.

мережі – це найменше, що дає змогу зберігати інтерес до сторінки, у середньому популярні фейсбукери пишуть три-чотири дописи щодня. Для зарубіжних і вітчизняних бібліотек поширеним є щоденне оновлення, а отже, середнім можна вважати показник шість і більше публікацій на тиждень. Згідно з цим критерієм високу оновлюваність сторінки мають 41,67 % вітчизняних і 30,44 % зарубіжних бібліотек.

Тобто найбільшу аудиторію, найчастіше оновлювані сторінки та, відповідно, високий показник активності читачів у соціальній мережі Facebook з переліку аналізованих (вказані ті, що є лідерами хоча б за двома з наведених показників) мають бібліотеки, які представлено на графіку (рис. 2.7). Провідними в цьому аналізі виступають: Бібліотека Конгресу (США), Британська бібліотека, Національна бібліотека Чилі, Національна бібліотека Ізраїлю, Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського.

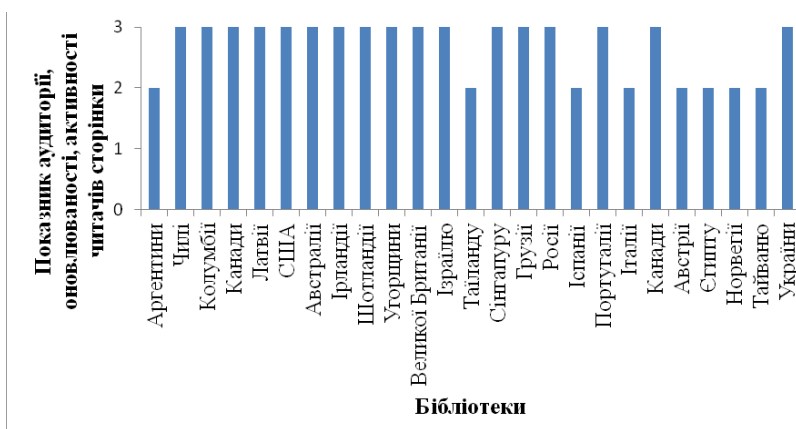


Рис. 2.7. Активність бібліотечних сторінок на прикладі соціальної мережі Facebook

Щодо специфіки активності бібліотечних вітчизняних сторінок, то найбільшу аудиторію, найчастіше найбільш оновлювані сторінки та, відповідно, високий показник активності читачів у

соціальної мережі Facebook з переліку аналізованих (вказані ті, що є лідерами хоча б за двома з наведених показників) мають: Українська бібліотечна асоціація, Державна бібліотека України для юнацтва, Національна бібліотека України для дітей, Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського, Державна наукова архітектурно-будівельна бібліотека імені В. Г. Заболотного, Вінницька обласна універсальна наукова бібліотека ім. К. А. Тімірязєва, Дніпропетровська обласна універсальна наукова бібліотека, Закарпатська обласна універсальна наукова бібліотека, Полтавська обласна універсальна наукова бібліотека імені І. П. Котляревського, Публічна бібліотека ім. Лесі Українки м. Києва, Рівненська державна обласна бібліотека, Наукова бібліотека Національного університету «Києво-Могилянська академія».

Відзначимо, що, оскільки характерною ознакою соціальних медіа є персоналізованість, доцільно досліджувати не лише бібліотечні сторінки, а й сторінки окремих підрозділів бібліотек, які представлено в соціальній мережі Facebook, тому що важливі не стільки масштаби організації, а саме зацікавленість, активність та особистості бібліотекарів, що представляють свої заклади в мережі. Так, яскравим прикладом можуть слугувати сторінки відділів НБУВ: Національна юридична бібліотека (<https://www.facebook.com/nllofua>), Репортер Сіаз (<https://www.facebook.com/ufhvjysz?fref=photo>), Служба інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади (<https://www.facebook.com/siazua>), Фонд Президентів України (<https://uk-ua.facebook.com/fondprezudentiv>), Центр науково-бібліографічної інформації ([https://www.facebook.com/cnbinbuv?fref=pb&hc\\_location=profile\\_browser](https://www.facebook.com/cnbinbuv?fref=pb&hc_location=profile_browser)), Відділ музичних фондів (<https://www.facebook.com/mus.fond>), Австрійська бібліотека у Києві (<https://www.facebook.com/pages/Цsterreich-Bibliothek-Kiew-Австрійська-бібліотека-у-Києві/450199155072622?fref=ts>). Деякі сторінки відділів є навіть активнішими в соціальних мережах, ніж акаунти бібліотек, тому доцільно визначати активні відділи в цій вибірці. Наприклад, оновлюваність сторінок підрозділів НБУВ – Національної юридичної бібліотеки і Служби інформаційно-аналітичного забезпечення



органів державної влади становить понад 25 публікацій на тиждень, що можна назвати досить високими показниками. Водночас у сторінки Юридичної бібліотеки Конгресу (США) щотижнева оновлюваність становить 6 публікацій, Музичної Бібліотеки Стенфордського університету – 6 постів.

Таким чином, можна говорити про дві тенденції представлення зарубіжних та вітчизняних бібліотек у соціальних медіа: централізоване, за принципом «одна бібліотека – один акаунт у мережі»; або ж дисперсне, тобто за принципом «одна бібліотека – акаунти різних підрозділів у мережі». Висловимо припущення, що, у силу вказаної вище персоналізованості як характерної риси соціальних мереж, друга тенденція з часом розширюватиметься, і, окрім «основного» акаунту бібліотеки створюватимуть додаткові, умовно «спеціалізовані» сторінки в цій же мережі.

Водночас спостерігаються різні підходи до комунікації бібліотек через соціальні медіа – від відсутності чи формальної представленості, до активного нарощування присутності в соціальних мережах. Глобальними соціальними медіа, у яких представлені вітчизняні та зарубіжні бібліотеки, було визначено: соціальні мережі Facebook, Google+; відеохостинг YouTube; мікроблог Twitter. Найпопулярнішою соціальною мережею для бібліотечних представництв є Facebook, що закономірно, оскільки найбільша їх кількість представлена в ній. Характерними рисами представлення зарубіжних бібліотек у соціальних медіа є: «видимість» (наявність даних про представленість у соціальних медіа на офіційних сайтах), поліпредставленість, велика активність читачів бібліотечної сторінки. Щодо вітчизняних бібліотек, то конституюючими ознаками представленості в соціальному просторі є: монопредставленість, високий рівень охоплення соціальних медіа, висока оновлюваність сторінок. Проведене дослідження дає змогу говорити, що використання тих чи інших соціальних медіа змінюється з типом бібліотек: для бібліотек загальнодержавного значення це – монопредставленість, масовість аудиторії, висока оновлюваність сторінок. Конституюючими ознаками представленості ОУНБ у соціальному просторі є: поліпредставленість, велика активність

читачів бібліотечної сторінки. Водночас бібліотекам закладів вищої освіти характерна монопредставленість у соціальних медіа. У результаті дослідження виявлено спільні риси щодо представленості зарубіжних і вітчизняних бібліотек у мас-медіа: глобальність, дисперсність, конвергентність.

За результатами дослідження можна стверджувати, що як вітчизняним, так і зарубіжним бібліотекам необхідно взаємно враховувати досвід щодо представлення в інтерактивному просторі, тому що специфіка бібліотечної діяльності у соціальних медіа в них різна. Вітчизняні не відстають від зарубіжних та досить інтенсивно розвиваються і налагоджують активну комунікацію з користувачем у соціальних медіа і мають великі й потужні ресурси та можливості для того, щоб стати лідерами в інтерактивному середовищі мас-медіа. Також вважаємо за доцільне доповнити представлений статистичний аналіз дискурс-аналізом бібліотечних сторінок, що і є метою наступних досліджень.

### **2.3. Інформаційно-комунікаційна 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 проєктах, рекомендаційних сервісах, файлообмінних спільнотах, медіахостингах, віртуальних світах [199], так і про активну взаємодію бібліотек та соціальних медіа.

Визначення й характеристика бібліотечного сегмента соціальних медіа, розкриття специфіки його формування й 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. М. Столярова [164], М. С. Слободяника [153], В. П. Леонова [90], Г. В. Шемаєвої [225] та ін.

Наприклад, Ю. М. 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 [164].

М. С. 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 [153]. 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. С. 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. П. 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 [90].

Г. В. 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 [225].

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. рис. 2.8). Треба наголосити на тому, що модель передбачає не тільки інформування, звичне для статичних вебсайтів, 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 проєктах, 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.

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 імені В. І. Вернадського в 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 «Кієво-Могилянська академія» в соціальній мережі Facebook (<https://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.

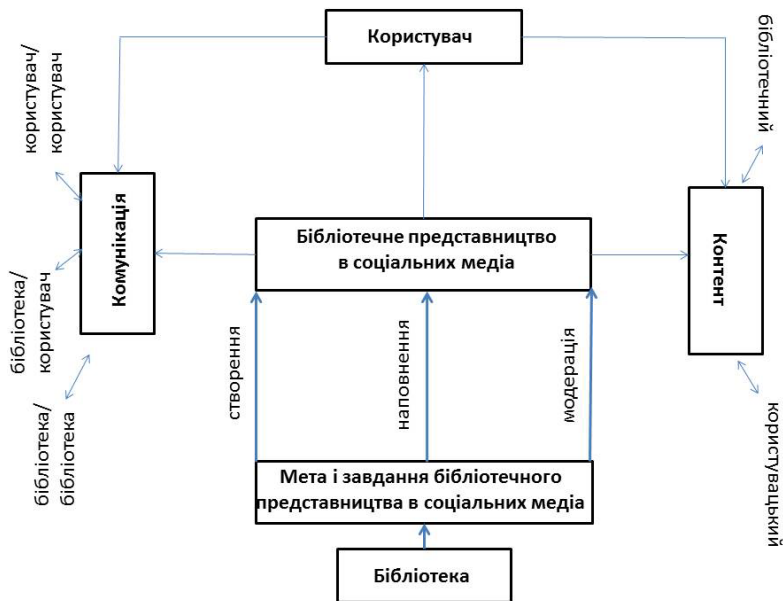


Рис. 2.8. Інформаційно-комунікаційна модель бібліотечного представництва в соціальних медіа

Отже, описаний елемент моделі – мета та завдання бібліотечного представництва в соціальних медіа – визначає його створення, наповнення, модерацію. Тобто, відповідно до пропонованої 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; визначення аудиторії бібліотечного представництва в соціальних медіа; передбачення фінансових ресурсів для створення та підтримки бібліотечного представництва в соціальних медіа; оцінку витрат часу для створення та підтримки бібліотечного представництва в соціальних медіа; визначення технологічних



ресурсів задля створення та підтримки бібліотечного представництва в соціальних медіа; вироблення професійних навичок для створення та підтримки бібліотечного представництва в соціальних медіа; вироблення контенту бібліотечного представництва в соціальних медіа; забезпечення комунікації за такими векторами: «бібліотека – бібліотека», «бібліотека – користувач», «користувач – користувач»; визначення ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа.

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 медіасередовищі.

## РОЗДІЛ 3

### ДІЯЛЬНІСТЬ БІБЛІОТЕК В ІНТЕРАКТИВНОМУ МЕДІАСЕРЕДОВИЩІ: РЕСУРСНО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

#### 3.1. Представленість та робота бібліотек у вікі-проектах

Сьогодні з інтенсивним розвитком інформаційно-комунікаційних технологій бібліотеки нарощують представлення своєї діяльності в інтерактивному вебсередовищі, що створює нову реальність у галузі соціальних комунікацій, зокрема бібліотекознавчих студій як складової комунікаційних досліджень. Серед перспективних напрямів роботи в інтерактивному інфопросторі – колаборативні проєкти, соціальні мережі, базовані на технологіях, що пропонують бібліотекам нові можливості для кращого обслуговування своїх користувачів та залучення нових і є чинником стимулювання розвитку бібліотечної сфери. Вони надали бібліотекам нові можливості щодо співпраці та взаємодії з користувачами, спільного використання ресурсів бібліотечної мережі та інших інформаційних інституцій.

Розвиток традиційних форм бібліотечного обслуговування потребує спеціалізованого рекурсивного процесу для створення споріднених зв'язків між суб'єктами діяльності при вибудові консенсусу в досягненні результативності поставлених завдань.

Особливості колаборативних проєктів досліджуються як у загальнотеоретичному зрізі, так і в практичній площині. Найбільш розробленим можна вважати напрям використання вікі-проєктів в освіті: досліджено відкриті освітні ресурси та їх роль у навчальній діяльності [30], зокрема вікі-технології у сучасній освіті [111, 56, 50, 162]. Коротке порівняння вікі-ресурсу та інституційного репозитарію, з наголосом на важливості використання та взаємодоповнення обох цих ресурсів в інформаційному забезпеченні діяльності вищого навчального закладу здійснює Г. Я. Онисько [118].

Певні напрацювання є і в питаннях використання вікі-технології в бібліотечній сфері. В. І. Бондаренко узагальнює досвід упровадження в систему інтернет-обслуговування інтерактивних інформаційних технологій та окреслює перспективні напрями розвитку форм інтернет-обслуговування в контексті сучасної трансформації бібліотек в універсальні інформаційно-комунікаційні центри в умовах глобалізації [18]. О. Ю. Мар'їна аналізує найбільші краудсорсингові проекти зарубіжних бібліотек та розглядає перспективи застосування технології краудсорсингу в бібліотечній сфері України [101]. Т. О. Ярошенко, Т. О. Якушко розробили навчальний курс, підготували посібники, метою яких є розкриття сутності, основних принципів функціонування Веб 2.0, а також практичне ознайомлення слухачів з основними його сервісами, можливостями їх використання в бібліотеках [235]. Е. Кроскі досліджує використання бібліотеками технології Веб 2.0 [293].

Сьогодні можна говорити і про дослідження, що спрямовані на теоретичні узагальнення відповідних інформаційно-комунікаційних практик: науковий колектив НБУВ системно досліджує участь бібліотек в інтерактивній комунікації соціальних медіа [16, 157, 158, 189, 201]; Ю. М. Половинчак розглядає колаборативні проекти в системі соціальних комунікацій та досліджує тенденції їх активізації в розбудові вітчизняного комунікативного простору [158].

Водночас перспективність використання досліджуваних технологій дозволяє прогнозувати зростання участі бібліотек у колаборативних проектах різного рівня та активізацію використання ними відповідних соціальних технологій, що актуалізує дослідження, спрямовані на систематизацію і наукове осмислення відповідного досвіду бібліотек.

Колаборація як спільна діяльність кількох суб'єктів у будь-якій сфері реалізовується через краудфандинг та краудсорсинг. Перший термін використовується при описі колективного надання фінансових ресурсів в організаційній формі пожертвування тощо у відповідь на відкритий заклик, як правило через Інтернет, для підтримки ініціативи людей або організацій. У випадку з краудсо-

рсингом ідеться про технологію соціальної взаємодії, що передбачає вихід за межі внутрішнього середовища організації в пошуках креативного потенціалу для вирішення завдань, поставлених перед структурою, і полягає у передачі певних виробничих функцій невизначеному колу осіб без укладання трудового договору [158]. Важливо відзначити, що краудсорсинг, як інноваційний інструмент взаємодії бібліотеки та користувачів [267], став можливим завдяки розвитку технологій Веб 2.0 <sup>8</sup>.

Отже, досліджуючи цю інновацію в бібліотечному середовищі, можна стверджувати, що бібліотечний краудсорсинг – це технологія, що реалізується на основі Веб 2.0 та представляє систему керування зворотним зв'язком бібліотеки і соціуму, використання якого значно розширяється з вдосконаленням розвитку соціальних медіа. До таких технологій, що надають нові можливості комунікації в бібліотечній сфері, можна віднести вікі-технології як інструмент користувацької співпраці в мережі. З позиції колаборативного процесу написання, вікі-технологія як спеціальна редагувальна модель дає змогу учасникам створювати колективний документ, при цьому редагувати, обговорювати і ділитися інформацією щодо спільних інтересів [339].

Треба зазначити, що спеціальна редагувальна модель бібліотеки може виступати або об'єктом (наприклад, енциклопедичні статті про бібліотеку), або суб'єктом колаборації (бібліотекарі можуть бути авторами статей чи проєктів бібліотечної чи іншої дотичної тематики; модераторами; організаторами співпраці тощо).

Термін «вікі» походить з гавайської мови, що означає «швидкий» і був запозичений У. Каннінґемом, розробником першої вікі-системи (WikiWikiWeb) «Портлендського сховища зразків», яка була створена для збору фрагментів програмного коду [302]. Він спочатку описав цей термін як найпростішу онлайн-базу даних, яку може редагувати кожен користувач. Взаємозв'язок сторінок

---

<sup>8</sup> Технології Веб 2.0 надають можливість інтерактивної взаємодії користувачів між собою за допомогою соціальних мереж, блогів, вікі-проєктів та ін. При цьому не тільки збільшується інтенсивність взаємодії користувачів один з одним, але й зростає кількість форм комунікації користувачів між собою.

та колективні зусилля – саме ці риси виділяють вікі серед інших соціальних сервісів.

Сьогодні з технологічної точки зору, термін «вікі» використовується щоб описати вікі-сайти і їх програмне забезпечення. Вікі-сайти представляють колекції пов'язаних документів, які можна легко розвивати, модифікувати і доповнювати читачами. У вигляді програмного забезпечення вікі продукує колаборативні інструменти, що дають змогу об'єднуватись авторам і спільно розвивати вікі-сайт. Досить часто під терміном «вікі» розглядають безпосередньо комплекс елементів: взаємодію між програмним забезпеченням, авторами і вікі-сайтами.

Досить цікавою є думка, що вікі нагадує простір вільних знань, який заснований на колективній комунікації. Спільне написання передбачає участь одного або декількох учасників, що роз'яснюють, модерують, за допомогою редагування та/або перегляду тексту з одного або декількох користувачів, які беруть участь у процесі [342].

Перевагами вікі є колаборація серед територіально розподілених робочих груп учасників та легкість, з якою користувачі можуть стати авторами. Цінність вікі виходить за рамки простого створення інформаційних ресурсів та представляє нову парадигму спільного використання інформації, одну з найбільш динамічних систем колаборативного збору інформації [253].

М. Фаркаш, бібліотекар дистантного навчання в Норвічському університеті, зазначає, що можливості використання вікі в бібліотеці нескінченні. Щонайменше вони представляють собою простори для швидкої і легкої колаборативної роботи, а у своїх кращих проявах можуть стати громадськими ресурсами, які позиціонуватимуть бібліотеку як інтерактивний центр місцевої громади [272].

Загалом можна виокремити дві форми використання вікі-технології бібліотеками: внутрішньоорганізаційна та участь у загальноінформаційних проєктах (не пов'язаних безпосередньо з бібліотекою, але їх може використовувати чи працювати в них бібліотека) (рис. 3.1).



Рис. 3.1. Використання вікі-технології бібліотеками

На основі вікі-технології розробляються вікі-проєкти, за допомогою якої читач перестає бути читачем у бібліотеці, він стає учасником виробництва інформації, автором, читачем, редактором і дистриб'ютором в одній особі.

Бібліотеки можуть використовувати вікі-технології внутрішньоорганізаційно, тобто за допомогою вікі-проєктів, що мають на меті надання інформації користувачам та представляючи загальну інформацію про бібліотеку. Загалом такі проєкти мають обмежений доступ редагування та/або доступ серед користувачів та їх модерують бібліотекарі. Щодо таких вікі-проєктів, то їх можна умовно поділити на два види: вікі-проєкти, які створюють для користувачів бібліотеки, та вікі-проєкти, які створюють, щоб підтримати свою власну роботу.

Так, бібліотеки проявляють різні підходи щодо доступу до вікі-проєктів серед користувачів бібліотеки. Деякі бібліотеки обмежують використання вікі-проєктів серед користувачів, водночас інші дозволяють відвідувачам створювати сторінки. До вікі-проєктів, які бібліотеки створюють для користувачів, можна віднести

проекти, що представляють собою довідники ресурсів, тематичні довідники. Наприклад, Публічна бібліотека округу Сейнт-Джозеф в Індіані (США) почала створювати свої тематичні довідники на основі вікі-технології – SJCPL's Subject Guides ([http://www.libraryforlife.org/subjectguides/index.php/Main\\_Page](http://www.libraryforlife.org/subjectguides/index.php/Main_Page)). Водночас тільки бібліотекарі мають дозвіл редагувати вікі-сторінки.

Також до проектів, які створюють для користувачів бібліотеки, можна віднести комунікаційні майданчики для запису інформації, думок і спогадів, спрямовані на поліпшення комунікації та розвиток спільноти студентів, викладачів, співробітників і друзів університету щодо університетських бібліотек, архівів та колекцій; проекти, які містять корисну інформацію для викладачів та студентів. Так, Бібліотека Карла Е. Мундта в державному університеті Дакоти (США) використовує вікі-проекти, щоб покращити комунікацію серед штату бібліотеки. Тому фахівці бібліотеки використовують технологію вікі.

До інших вікі-проектів, які створюють для користувачів, можна віднести проекти для поширення інформації про бібліотечні технології. Наприклад, відділ бібліотечного обслуговування інформаційними технологіями в Бібліотеці Жан і Александер Херд у Нешвіллі (США) використовує вікі-проект LITS (<http://wiki.library.vanderbilt.edu/lits/>) щоб генерувати довідники про бібліотечні технології для користувачів бібліотеки. Вікі-проект містить інформацію про стан електронного каталогу бібліотеки, керівні принципи безпечних обчислень для покращення надійності та безпеки комп'ютерних систем і програм та звіти. Так, вікі-проект Library Success: A Best Practices Wiki ([https://www.libsuccess.org/Library\\_Success:\\_A\\_Best\\_Practices\\_Wiki](https://www.libsuccess.org/Library_Success:_A_Best_Practices_Wiki)) є найкращим практичним застосуванням, що дає змогу поділитися передовим досвідом та допоміжними матеріалами. Він призначений для бібліотекарів, для того щоб вони могли поділитись своїм досвідом і знаннями. Проект містить десять основних категорій, що охоплюють професійні та управлінські питання бібліотечної діяльності та технологій. У межах основних категорій є 75 підкатегорій, кожна з яких відповідає вікі-сторінці або статті. Різні категорії та сторінки відрі-

зняються рівнем вкладу членів спільноти Library Success. Професійна категорія, наприклад, містить вісім статей щодо конференцій та підвищення кваліфікації, які мають гіперпосилання.

Бібліотеки можуть створювати співтовариство вікі, у якому члени фіксуватимуть інформацію, що корисна для місцевої громади, наприклад, інформування щодо спортивних змагань, дозвілля або дефіцитних послуг певного фахівця [272].

У цьому контексті особливого значення набувають нові підходи до розкриття бібліотечного обслуговування, які дають змогу розширити доступ суспільства саме до якісної, корисної, оперативної інформації та спонукають бібліотеки надавати послуги методами і каналами, зручними для читача. Бібліотеки почали використовувати вікі-технологію як нову форму комунікації з користувачами, представляючи продукти і послуги: процедури абонементного столу, які можуть слугувати головним матеріалом; допомогу в питаннях абонементу і процедур звернення – за умов відсутності чи недоступності співробітника бібліотеки, це найкраща можливість для консультації; базу знань з різних питань (у тому числі тих, що стосуються організаційних проблем, таких як друк у бібліотеці, комп'ютерних додатків тощо); простір для плану дій у надзвичайні ситуації бібліотеки; будь-яку документацію, що гарантує продуктивність і безперервність; матеріали, що потребують колективної участі, наприклад, проєкти; організацію спільної науково-дослідної роботи; інформування щодо бібліотечних новин; доступ до бібліотечного синтезованого наукового та інформаційно-аналітичного продукту – бюлетенів, наукових праць та монографій бібліотечних співробітників тощо.

Бібліотеки також створюють вікі-проєкти, щоб підтримати свою власну роботу: як заміну групової електронної пошти для колективного написання документів, збереження інтранету і документів, наприклад, інформування щодо політики керівництва, путівника конференції. Так, бібліотека Міннесотського університету в США використовує вікі-модель як інтранет. Вікі-проєкт University of Minnesota Libraries Staff Website (<http://wiki.lib.umn.edu>) містить офіційну інформацію щодо штату бібліотеки, почи-



науці від організаційної структури до університетської політики подорожей. Водночас співробітникам пропонується зробити свій внесок у вікі-проект. Так само інші вікі-проекти створюють, щоб розвивати і підтримувати бібліотеку та проекти, які пов'язані з підготовкою до презентацій звітів.

Р. Уїзерс описує вікі-проект у бібліотеках на прикладі інформаційної служби Університету Маямі (США) [341]. Автор зауважує, що інформаційна служба університету використовує технологію вікі для представлення інформації в бібліотеках Університету Маямі. Проект містить інформацію щодо бібліотечних послуг та графік роботи бібліотеки. Головний розділ вікі-проекту відображає запитання, щодо яких надаються відповіді.

Також серед вікі-проектів умовно можна виділити комбінований вид вікі-проектів, який бібліотеки створюють для користувачів та підтримки своєї власної роботи. Наприклад, це вікі-проекти для інформування та обговорення каталогу бібліотеки. Такі проекти у відкритому доступі для користувачів представляють будь-яку інформацію, окрім конфіденційної, та оновлюються користувачами.

Іншим напрямом використання вікі-технології бібліотеками можна назвати участь чи організацію бібліотеки в загальноінформаційних проектах, тобто, створених для всіх користувачів інформаційного простору без участі бібліотек, проте вони можуть приєднуватись до них чи використовувати. Варто зауважити, що такі проекти мають необмежений доступ редагування серед користувачів. Водночас обмеження можуть бути зумовлені за рахунок політики проекту, тоді як бібліотека на це не впливає.

Найбільш поширеними серед загальноінформаційних вікі-проектів є енциклопедії – сайти довідкового характеру, наповнення яких здійснюється спільними зусиллями великої кількості учасників. Найвідоміший вікі-проект – загальнодоступна і вільна для використання енциклопедія «Вікіпедія», була створена у 2001 р. як англomовний проект онлайн-енциклопедії за вікі-технологією. З часом з'явилися розділи «Вікіпедії» іншими мовами, у тому числі й українською (<http://uk.wikipedia.org/wiki>). Українська енциклопедія продовжує залишатися однією з двадцяти найбільших мовних

розділів Вікіпедії. Незважаючи на дискусії про надійність і точності інформації, що надається в ній, «Вікіпедія» – один з найбільш відвідуваних сайтів у світі, найбільший і популярний універсальний довідник в мережі Інтернет, джерело актуальної інформації (постійно оновлюваний ресурс), який надає інформацію різними мовами. Статті індексуються пошуковими системами і відображаються в перших результатах пошуку, що також є безперечною перевагою цього ресурсу.

До інших прикладів вікі-проектів можна віднести: веб-енциклопедію Києва (<http://wek.kiev.ua>); Вікізнання (<http://www.wikiznanie.ru>) – гіпертекстову електронну енциклопедію російською мовою; Вікісловник (<http://uk.wiktionary.org>) – україномовний розділ проекту Wiktionary, який представляє тлумачення й переклади українських слів, переклади слів і висловів з інших мов; Вікіпідручник (<http://uk.wikibooks.org>) – відкриту бібліотеку навчальної літератури; Вікіцитати (<http://uk.wikiquote.org>) – збірку цитат і афоризмів; Вікіджерела (<http://uk.wikisource.org>) – україномовний розділ мережевої бібліотеки Wikisource, в якому розміщуються художні твори, історичні та інші документи, статті, вихідні тексти програм тощо, тобто будь-які тексти, у тому числі з мультимедійними ілюстраціями; Віківиди (<http://species.wikimedia.org>) – відкритий і вільний каталог біологічних видів, що містить класифікацію тварин, рослин, грибів і решти форм життя; Вікіновини (<http://uk.wikinews.org>) – відкрите новинне інтернет-видання, яке створюється неоплачуваними дописувачами; Вікісховище (<http://commons.wikimedia.org>) – централізоване сховище для вільно розповсюджуваних зображень, звукозаписів, відеороликів та інших файлів, які можна використовувати на сторінках проектів фонду Вікімедіа; Мета-Вікі – сайт міжнародної спільноти учасників проектів Фонду Вікімедіа та споріднених проектів, який призначений для найрізноманітніших завдань – від координації та документування, до планування та аналізу; Віківерситет (<http://beta.wikiversity.org>) – нову форму інтерактивної освіти і ведення відкритих наукових проектів; Вікідані (<http://www.wikidata.org>) – загальне централізоване сховище для різних типів даних, таких

як Інтервікі, метричні параметри, чисельність населення та інша статистична інформація, що може бути використана на сторінках проєктів фонду Вікімедія; Вікімандри (<http://uk.wikivoyage.org>) – інтернет-портал, присвячений туризму тощо.

Загальноінформаційні вікі-проєкти підтримують роботу фахівців у галузі інформації, у тому числі тих, які працюють у сфері загального керування інформацією, а також у бібліотеках.

Так, до них можна віднести проєкти, які представляють собою колекції матеріалів; енциклопедичні проєкти, які розробляють, щоб збирати і ділитися знаннями у формі енциклопедії; колабораційні бази знань для інформаційної архітектури; бази знань для фахівців з управління контентом, які інформують про інформаційні бюлетені щодо системи управління контенту, книги, конференції та навіть повідомляють про робочі місця в управлінні контентом; проєкти професійної асоціації або спеціальної групи інтересів, які загалом надають інформацію про інформаційні технології бібліотеки, щоденники подій та інші ресурси щодо використання інформаційних технологій у бібліотеці та керування інформацією. Такі проєкти може редагувати та доповнювати будь-який користувач.

Окремо слід наголосити на використанні інформаційних вікі-проєктів в освітній діяльності. Галузі використання включають розробку інформаційних ресурсів для студентів; сховищ і атракцій матеріалів, таких як есе та портфелі, які створюються студентами; колаборативних просторів для групової та класної роботи. Наприклад, вікі-проєкт Info Teach (<http://www.infoteach.org/wiki>) розроблений у Нортгемптонському університеті (Великобританія) як інформаційний ресурс для викладачів. Метою проєкту є створення інтерактивного співтовариства практики для бібліотекарів та викладачів, щоб охопити всі сектори розвитку читача: запити роботи, навчання, а також групове та індивідуальне навчання.

Б. Маттіс описує використання вікі-проєктів в Університеті Батлера (США) [19]. Автор наголошує на тому, що студенти працюють у командах з метою визначення ресурсів предметної галузі, посягають на ресурс і оцінюють його на відповідній вікі-сторінці. Водночас колаборативна діяльність заохочує студентів і викладачів

більше, ніж стандартні лекції. Крім того, це стимулює створення репозиторію студентської роботи, що може використовуватись іншими студентами для порівняння результатів команди та для оцінювання їхньої роботи викладачами.

Інші вікі-проекти представляють репозиторії для бібліотечних навчально-методичних матеріалів і більш загальні ресурси для бібліотекарів, які зацікавлені в навчанні, включно з роздатковими матеріалами та навчальними посібниками, тут є навчальні поради, гіперпосилання на вебсайти, глосарій і бібліографію.

У результаті аналізу роботи бібліотек у загальноінформаційних вікі-проектах, варто виділити таку форму роботи, як створення та редагування матеріалів, наприклад, створення або редагування статей, спрямованих на представлення бібліотеки (довідкові дописи про установи, історичні будівлі, документи і колекції; дописи з бібліотекознавчих і дотичних тем; статті про бібліотекознавців). Наприклад, в українській «Вікіпедії» в категорії «Бібліотеки» станом на липень 2017 р. представлено 538 статей. Зокрема: статті про 13 бібліотек (за алфавітом, за країною, бібліотеки-музеї, приватні бібліотеки, університетські бібліотеки, національні бібліотеки, онлайн-бібліотеки, бібліотеки за містом, бібліотеки для дітей, зниклі бібліотеки та ін.). Також у цій категорії представлено 20 статей про книги за місцем збереження, тобто, книги з фондів Британської бібліотеки, Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського, Російської національної бібліотеки, Національної бібліотеки Франції. Так, щодо книг НБУВ, то тут представлено «Апостол», «Архітектор Йосип Каракіс», «Києво-Печерський патерик», «Київські глаголичні листки», «Пересопницьке Євангеліє». Що стосується публікацій про вчених, то в категорії «Бібліотекознавці» представлено дев'ять статей про вітчизняних та зарубіжних учених. Водночас категорія «Українські бібліотекарі» містить 58 публікацій про українських бібліотекарів, серед яких статті про науковий колектив НБУВ, а саме: О. С. Онищенко, В. І. Попика, Л. А. Дубровіну, Т. В. Добко та ін.

Водночас в англійській «Вікіпедії» у категорії «Бібліотеки» (Libraries) станом на липень 2017 р. представлено 2523 статті,

серед яких – бібліотеки за роком створення (Libraries by year of establishment), бібліотеки за типами (Libraries by type), бібліотеки за предметом (Libraries by subject), бібліотеки за регіоном (Libraries by region), бібліотечні організації (Library-related organizations); статті за категоріями «Бібліотечна справа» (Library science), «Бібліотечне співробітництво» (Library cooperation) та ін. Категорія «Бібліотекознавці» (Academic librarians) англійської «Вікіпедії» містить 58 статей, серед яких науковці Кембриджського, Гарвардського, Принстонського університету, Національної бібліотеки Ізраїлю, Триніті Коледжу (Дублін). Слід зазначити, що в категорії «Бібліотекарі за національністю» (Librarians by nationality) відсутня категорія й статті про українських бібліотекарів.

Наведена статистика наводить на думку, з одного боку, про відставання в представленості українських бібліотек і бібліотекознавства (ширший тематичний діапазон, системність), з іншого – окреслює перспективи роботи та актуальність цього напрямку.

Серед відібраних для дослідження 56 бібліотек та науково-інформаційних центрів України, які активно використовують соціальні медіа, було виявлено, що 25 % бібліотек (14,3 % закладів вищої освіти (ЗВО), 8,9 % обласних та 1,8 % загальнодержавного значення) надають інформацію щодо представлення їхньої сторінки у «Вікіпедії» на офіційному сайті бібліотеки. Загалом на сторінках вікі-проєкту надається інформація щодо історії та сучасного стану, фондів, користувачів, послуг, видавничої роботи, вебпроєктів бібліотеки. Також на сторінках повідомляють рік заснування, контакти, тип, зібрання (обсяг фондів), доступ та користування (видача книг, кількість читачів, вебсайт), публікують фотографію будівлі бібліотеки. Подання інформації у статтях вікі стандартизоване, публікується за єдиним шаблоном. Наприклад, візуальний супровід сторінки Рівненської обласної універсальної наукової бібліотеки у «Вікіпедії» представлено нижче (див. рис. 3.2).

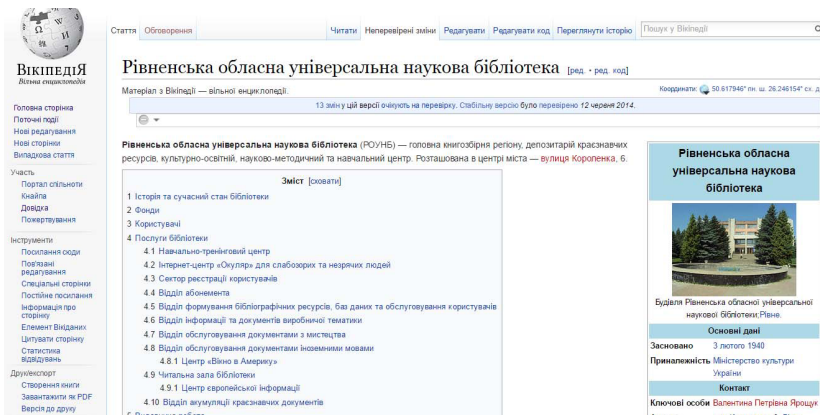


Рис. 3.2. Представлення Рівненської обласної універсальної наукової бібліотеки у «Вікіпедії». Джерело: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D1%96%D0%B2%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0\\_%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%B0\\_%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0\\_%D0%BD%D0%B0%D1%83%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0\\_%D0%B1%D1%96%D0%B1%D0%BB%D1%96%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BA%D0%B0](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D1%96%D0%B2%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%B0_%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0_%D0%BD%D0%B0%D1%83%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%B1%D1%96%D0%B1%D0%BB%D1%96%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BA%D0%B0)

Водночас зарубіжні бібліотеки не надають інформацію на офіційному сайті щодо сторінки у «Вікіпедії», хоча й представлені у вікі-проекті. Треба зазначити, що бібліотечні статті більш інформативні в тому випадку, коли йдеться про зарубіжні бібліотеки. Наприклад, надається розширена інформація про історію, сучасний стан, фонди бібліотеки. Також на сторінках вікі є відомості щодо бюджету, керівництва та співробітників бібліотеки. Наприклад, наведемо візуальний супровід сторінки Бібліотеки Конгресу у «Вікіпедії» (рис. 3.3).

Під час дослідження було проведено аналіз щодо редагування сторінок українських та зарубіжних бібліотек у «Вікіпедії», який показав, що це різні користувачі, наприклад, бібліотеки, бібліоте-



вікі-марафону фахівці бібліотеки доповнили сторінки дослідників КПІ посиланнями на повні тексти їхніх праць у відкритому доступі.

Значним прикладом сприяння розвитку вікі-проектів в Україні, є те, що у свій час Прем'єр-міністр України В. Б. Гройсман підтримав пропозиції громадськості, спрямовані на розвиток українського розділу «Вікіпедії», та доручив органам виконавчої влади вжити у 2017 р. заходів для їх реалізації. Серед запропонованих громадськістю заходів треба відмітити: сприяння проведенню конкурсу з розміщення наукових робіт в українському розділі «Вікіпедії» та створення електронного інформаційного ресурсу культурної спадщини і культурних цінностей. Реалізація запропонованих заходів надасть, наприклад, більшу свободу та можливості для освітян, учнів і студентів, поліпшить ситуацію з популяризацією та збереженням історико-культурної спадщини та музейних цінностей, а також сприятиме розвитку найбільшого українського енциклопедичного та інформаційного проекту, яким є «Вікіпедія» [31].

Можна зробити висновок, що сьогодні за допомогою вікі-технологій створюється новий інформаційний центр, заснований на принципах співтворчості. Адже користувачі мають можливість дати оцінку інформації, отриманій за допомогою вікі-сайту, обговорити актуальні проблеми, дізнатися думки інших користувачів. Для бібліотеки і користувачів вікі є інструментом зворотного зв'язку та платформою для вироблення нового, актуального й затребуваного знання.

Досліджуючи зарубіжні бібліотечні вікі-проекти, можна стверджувати, що бібліотеки адаптують інноваційні технології для своїх цілей. Найкращим прикладом може слугувати колективна вікі – Library Success Wiki, де бібліотеки поділяють своє спільне знання про успішні програми та інші новаторські ідеї, корисні для бібліотечної спільноти в цілому [298]. Цей проєкт був створений, щоб представити універсальний простір для чудових ідей та інформації для бібліотекарів. Існує досить велика кількість блогів у бібліотекарів, які там надають і споживають інформацію, але не-



має жодного місця, де вся ця інформація зібрана і організована. Це і є головною метою цього колаборативного проєкту.

Зауважу, що зарубіжні бібліотеки досить широко використовують вікі-технології у своїй діяльності. Вони полегшують співробітництво в бібліотеках, залучаючи користувачів в електронне середовище. Бібліотеки представляють колективне середовище, у якому бібліотекарі співпрацюють з користувачами.

Підсумовуючи результати аналізу практичного застосування вікі-проєктів, можна виокремити три основні напрями цієї діяльності: співробітництво між бібліотеками; співробітництво бібліотеки і користувачів; співробітництво серед користувачів.

Співробітництво між бібліотеками може відбуватися за допомогою вікі-проєктів, які представляють колаборативні ресурси для бібліотекарів: роздаткові матеріали, навчальні посібники; методики викладання, поради та прийоми; вебсайти; глосарій і енциклопедію; бібліографію та тематичні вікі-ресурси.

Умовно серед співробітництва між бібліотеками варто виділити використання вікі-проєктів бібліотекарями як локальної мережі, яке відбувається завдяки колаборативним базам знань. Загалом такі вікі-проєкти представляють собою простори для динамічної колаборації співробітників бібліотеки і платформи спільного використання ресурсів (новини і оголошення; проєкти; навчальні ресурси; робочі документи та допоміжні матеріали; інформація про громадську, наукову діяльність, конференції та публікації).

Щодо співробітництва бібліотеки і користувачів, то воно відбувається завдяки вікі-проєктам, які представляють колекції ресурсів для допомоги відвідувачам. Загалом такі проєкти оновлюються бібліотекою для загальнодоступного використання.

Співробітництво між користувачами відбувається завдяки вікі-проєктам, які дозволяють, наприклад, додавати рецензії на книги.

У результаті аналізу було визначено мету представлення бібліотек у вікі-проєктах: спільне використання інформації; збір документації; підтримка конференцій; сприяння бібліотекарів і користувачів до колаборації; створення цифрових депозитаріїв; створення інтранету, бази знань, тематичних путівників; збір відгуків читачів.

Отже, бібліотекам необхідно активніше представляти свою діяльність та працювати у вікі-проектах, незважаючи на ряд проблем, які перед ними стоять, адже вікі-технології надають великі можливості щодо колаборації бібліотек з користувачами.

Однією з проблем, чому бібліотеки не використовують вікі-проекти, може бути бюджетний клімат. Занадто часто недостатність коштів, штату і ресурсів перешкоджають установам пропонувати бажаний рівень обслуговування. Іншою проблемою може виступати необхідність переосмислення бібліотекою ролі бібліотекарів та відвідувачів. На жаль, сьогодні відносини між бібліотекарем та відвідувачем сприймаються як односторонні, тобто потреба в допомозі бібліотекаря, а не навпаки. Ще однією проблемою може бути можливість негативного авторитету вікі-проекту, навіть бібліотеки, якщо користувачам дозволено редагувати бібліотечний вікі-проект. Однією з причин того, чому установи не представляють свою діяльність у вікі-проектах, може бути й те, що вікі – все ще нові технології. Можливо, бібліотекарі експериментують у безпечніших контекстах, у такий спосіб набуваючи досвіду створення проєктів, де їх експертні знання будуть необхідні. Якщо це припущення правильне, то можна прогнозувати тільки збільшення представленості бібліотек у вікі-проектах. Таким чином, якщо на початку своєї діяльності бібліотеки лише надавали доступ до створеної в процесі розвитку суспільства інформації, то сьогодні завдяки соціальним медіа бібліотека не лише перейшла до вироблення власної продукції та надання доступу до неї, а й досліджує можливості використання мережевої платформи бібліотек для створення нової інформації спільно з користувачами. Отже, у сучасному комунікативному просторі важливими для розкриття потенціалу бібліотечних установ є такі характерні риси функціонування краудсорсингових вікі-технологій, як ефективний зворотний зв'язок із користувачем, періодичність, оперативність, інформаційність та доступність. Тобто читач перестає бути читачем у бібліотеці, він стає учасником виробництва інформації, автором, читачем і коментатором в одній особі.

Можливості використання колаборативних технологій у процесі оптимізації бібліотечного обслуговування створили умови

для співавторства бібліотеки та користувача, що дає змогу говорити про формування інтелектуального бібліотечного та користувацького ресурсів.

### **3.2. Блог як інструмент забезпечення комунікації бібліотеки з користувачами**

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, розширення видів соціальних медіа, збільшення кількості бібліотек у соціальних медіа викликають потребу налагодження активної комунікації з користувачами через інструментарій «соціальні медіа». Сьогодні соціальні медіа надали нові можливості щодо представлення, роботи та комунікації бібліотеки і користувача в соціальному медіасередовищі. Одним з важливих та дієвих інструментів забезпечення комунікації «бібліотека – користувач», «бібліотека – бібліотека», «користувач – користувач» є блоги, а саме – представлення та специфіка роботи бібліотек у них.

З огляду на ряд наукових публікацій, присвячених різним питанням використання бібліотеками блогів [131, 219, 84, 100, 211, 218], актуальним є узагальнення специфіки представлення та роботи бібліотек через блогосферу. Актуальним залишається як саме бібліотеки представляють свою діяльність та використовують блоги з виявленням специфіки роботи в них.

На етапі відбору бібліотек для аналізу було виявлено, що далеко не всі великі бібліотеки представлено в блогосфері. Для дослідження було відібрано 19 зарубіжних та 19 вітчизняних бібліотек, які використовують блоги. У вибірку було включено найбільші зарубіжні (за фондами, охопленням користувачів, виконанням функцій сучасних інформаційних центрів, такі як Бібліотека Конгресу, Бібліотека та архів Канади, національні бібліотеки Великобританії, Іспанії, Хорватії, Угорщини, Шотландії, Аргентини, Молдови, Польщі, Кенії, Нідерландів, Австралії тощо) та вітчизняні бібліотеки (ті, що мають статус бібліотек загальнодержавного значення, обласні універсальні наукові, вищих навчальних закла-

дів). Зазначимо також, що не всі зарубіжні та вітчизняні бібліотеки дають інформацію щодо представленості в блогах на офіційних сайтах. І хоча така інформація не є обов'язковою, її публікація на сайті, особливо на видному місці, полегшувала б комунікацію з користувачем.

Представленість бібліотек у блогосфері можна визначити за кількістю блогів (сторінок), які ведуть бібліотеки або їх представники. Загалом кількість блогів, у яких представлена кожна зарубіжна та вітчизняна бібліотека, різна і коливається від одного до дев'ятнадцяти. Необхідно зазначити, що більшість вітчизняних і зарубіжних бібліотек комунікують із читачами, використовуючи декілька блогів. У результаті аналізу було виявлено, що серед вітчизняних бібліотек найбільшу кількість блогів ведуть ОУНБ. Лідером у цій вибірці виступає Волинська обласна універсальна наукова бібліотека ім. Олени Пчілки з 11 блогами. Водночас серед зарубіжних бібліотек – Британська бібліотека, яка використовує 19 блогів задля спілкування з користувачами.

Простежується тенденція представленості зарубіжних бібліотек у блогах на офіційних сайтах, які представлені як окремі сторінки порталів. Водночас вітчизняні установи надають перевагу безкоштовним платформам для ведення блогів, таким як [blogspot.com](http://blogspot.com) та [wordpress.com](http://wordpress.com).

Для аналізу та характеристики представлення бібліотек у соціальних медіа використаємо критерії дослідження соціальних медіа як джерельної бази бібліотекознавчих наукових рефлексій, а саме: представлення (рівень надання інформації про бібліотеку), централізованість/дисперсність (наявність/відсутність декількох акаунтів бібліотек і структурних підрозділів в одній мережі), змістовність (інформативне наповнення сторінки), інтенсивність зворотного зв'язку (враховує користувачькі реакції) [193].

Результати аналізу представлення бібліотечних представництв у блогах показали, що всі бібліотеки приділили увагу критерію представлення інформації про бібліотеку. Представлення є важливою характеристикою будь-якого представництва бібліотеки в соціальних медіа, оскільки дає змогу його ідентифікувати та

отримати інформацію для ознайомлення з акаунтом. Також представлення бібліотечних представництв у соціальних медіа відіграє важливу роль щодо залучення користувачів. І ще варто зазначити, що блоги надають величезні функціональні можливості щодо представленості інформації про бібліотеку.



Рис. 3.4. Представленість блогів Державної бібліотеки України для юнацтва.

Джерело: <https://nbukids.wordpress.com/>; <https://nbu4kids.wordpress.com/>

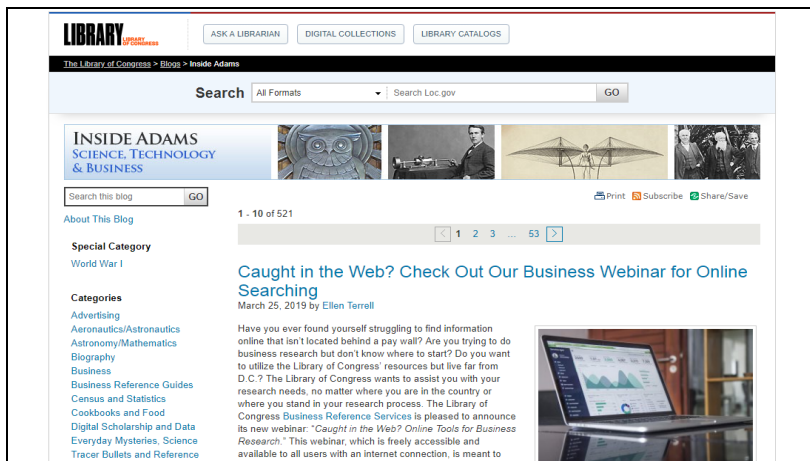
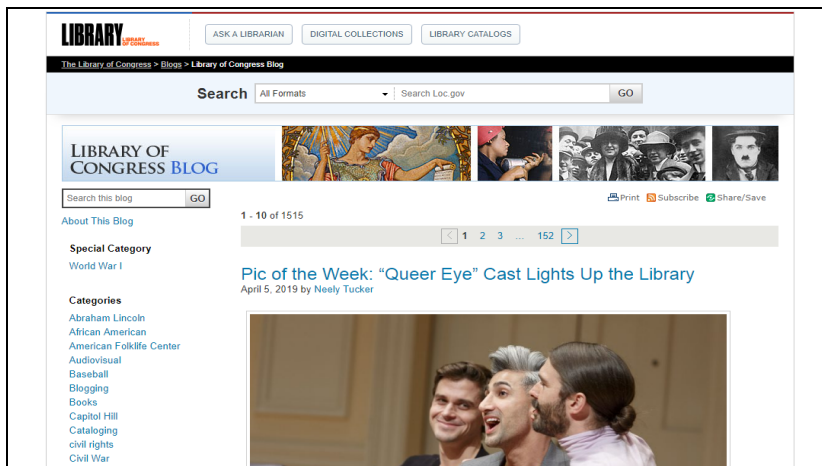


Рис. 3.5. Представленість блогів Бібліотеки Конгресу.

Джерело: <https://blogs.loc.gov/loc/>; [https://blogs.loc.gov/inside\\_adams/](https://blogs.loc.gov/inside_adams/)

Загалом вітчизняні бібліотечні представництва використовують різні фонові світлини та обкладинки бібліотечного представництва (рис. 3.4). Так, загалом у зарубіжних бібліотек блог

є сторінкою офіційного вебсайту, тому фоновна світлина сторінок однакова, а от обкладинки різні (рис. 3.5).

Важливим елементом представлення бібліотек у блогах є профіль сторінки (основна інформація про бібліотеку на сторінці соціальних медіа). Слід зазначити, що не всі бібліотеки в блогах надають інформацію про бібліотеку чи проєкт, хоча це б полегшувало комунікацію з читачами бібліотеки та залучало нових користувачів. Вітчизняні бібліотеки надають перевагу інформації про бібліотеку та проєкти. Водночас зарубіжні – загалом інформують про проєкти.

Наприклад, Запорізька ОУНБ у блозі «Громадський інформаційний центр» (<http://zounb.blogspot.com/>) повідомляє про те, що метою проєкту є поширення інформації про наявні послуги електронного урядування національного, регіонального та місцевого рівнів серед різних груп населення. Також у блозі йдеться про те, що на сторінці можна отримати доступ до достовірної та неупередженої публічної інформації, інформаційні та адміністративні послуги юридичним і фізичним особам електронними засобами в інтегрованому вигляді за допомогою мережі Інтернет. Бібліотека надає допомогу з таких питань: пошук роботи; реєстрація дитини в ДНЗ; заповнення документів на отримання візи; бронювання транспортних квитків, номерів у готелях; зв'язок з органами влади. Також бібліотека інформує щодо надання консультацій, зокрема: як і де оформити документи на отримання земельних ділянок; як зареєструватися на ЗНО; як звертатися до органів місцевого самоврядування, щоб отримати відповіді на свої питання.

Наукова бібліотека Національного університету «Києво-Могилянська академія» у профілі сторінки блогу «Могилянська Бібліотека» (<https://kmalibrary.wordpress.com/>) повідомляє про бібліотеку та проєкт. Щодо бібліотеки, то вона інформує про те, що Наукова бібліотека Національного університету «Києво-Могилянська академія» заснована 1 лютого 1992 р. та нині є однією з кращих за рейтингами університетів у країні. Також вона інформує про те, що на час заснування бібліотеки фонду не було, друкована колек-

ція становить понад 650 тис. томів та електронна – понад 50 тис. назв е-журналів, е-книг, баз даних. У блозі зазначається, що Могилянська бібліотека складається з дев'яти бібліотек, розміщених на території університетського містечка, найбільші з яких Дослідницька, Філологічна бібліотеки та Бакалаврська бібліотека ім.Тетяни та Омеляна Антоновичів. Також вона інформує щодо штату бібліотеки, книговидачі, кількості користувачів, заходів та ін.

Водночас у рубриці «Про блог» бібліотека повідомляє про те, що вона серце академії, її найголовніша творча лабораторія, місце студій, навчання, зустрічей, подій, ресурсів і т. ін. Також вона запрошує до знайомства з офіційним сайтом. Крім того, бібліотека наголошує, що в блозі розміщує додаткову поточну інформацію: новини та події, нові корисні ресурси, нові надходження, інформацію від партнерів і колег та запрошує до обговорення.

Національна бібліотека України для дітей у блозі «НБУшка» (<https://nbukids.wordpress.com/>) інформує про тематичні напрями, які представлено в блозі. Наприклад, повідомляє про те, що в рубриці «Калейдоскоп подій» можна дізнатися про анонси цікавих культурних подій, які відбуваються у світі, а в підрубриці «Вітрина-НБУ для дітей» – про новини з життя бібліотеки. Також вона закликає реагувати на новини, ділитися своїми враженнями від прочитаних книжок, побаченого та почутого. Крім того, публікується інформація щодо історії бібліотеки, фондів, послуг і видавничої роботи.

Водночас Бібліотека Конгресу в блозі «Авторське право: креативність на роботі» (Copyright: Creativity at Work) (<https://blogs.loc.gov/copyright/>) надає інформацію про те, що в блозі досліджується широкий спектр питань, пов'язаних з авторським правом, включно з спеціальним оновленням проєкту, цікаві судові справи про авторські права та прецедентне право, поточні питання авторського права, події, історичні факти, міфи авторського права, повідомлення про поточні послуги, цікаві факти та відповіді на запитання щодо авторського права, які пропонуються користувачам. Також установа надає інформацію про авторів блогу та публікує їхні світлини.



Як показало дослідження, гіперпосилання на інші соціальні медіа в профілі бібліотечних представництв відсутні в більшості бібліотек.

Щодо іншого критерію присутності бібліотеки в соціальних медіа – централізованості/дисперсності, то аналіз передбачив виявлення пов'язаності сторінок: наявність окремих сторінок кожного підрозділу, або ж за принципом рубрикації сторінки формують єдиний розгалужений блог.

Лідером щодо дисперсності бібліотечних представництв виступає Британська бібліотека, яка представлена 19 блогами, зокрема: «Американські дослідження» (Americas studies, <https://blogs.bl.uk/americas/>), «Азіатські та африканські дослідження» (Asian and African studies, <https://blogs.bl.uk/asian-and-african/>), «Догляд за колекцією» (Collection care, <https://blogs.bl.uk/collectioncare/>), «Цифрова грамотність» («Digital scholarship, <https://blogs.bl.uk/digital-scholarship/>), «Архіви, які знаходяться під загрозою зникнення» (Endangered archives, <https://blogs.bl.uk/endangeredarchives/>), «Англійська та Драматургія» (English and drama, <https://blogs.bl.uk/english-and-drama/>) та ін., які надають уявлення щодо проєктів бібліотеки.

Водночас Чернівецька ОУНБ ім. Михайла Івасюка представлена дев'ятьма блогами в інтерактивному медіасередовищі, а саме: відділ інформаційних технологій та електронних ресурсів «Світ інформації» (<http://chounb.blogspot.com/>), відділ наукової інформації та бібліографії «Парк бібліографічної культури» (<http://parkbibcult.blogspot.com/>), відділ каталогізування «Каталогізатор CV» (<http://katalogizatorcv.blogspot.com/>), науково-методичний відділ «Бібліометодистка» (<http://bibmetodystka.blogspot.com/>), відділ документів з економічних, технічних та природничих наук «Крокуємо разом» (<http://krokuemorazom.blogspot.com/>), відділ мистецтв «Мистецтво – те, що нас надихає» (<http://moezahoplennia.blogspot.com/>) та ін., у яких представлено діяльність підрозділів бібліотеки.

Отже, простежується тенденція дисперсного представлення бібліотек у блогосфері. Також варто наголосити, що бібліотечні

представництва в блогах не дублюють контент офіційного сайту бібліотеки, вони створюють свій власний унікальний контент. Наприклад, бібліотечне представництво в блозі «INVA-гурт» Вінницької ОУНБ ім. К. А. Тімірязєва (<https://inva-gurt.blogspot.com/>) має на меті згуртувати особистості, які попри труднощі та проблеми, прагнуть вести цікаве і повноцінне життя; зібрати якомога більше актуальної корисної інформації, цікавих новин, відкриттів, що покликані внести в життя людей з особливими потребами нові, несподівані можливості. Тому доцільно та цікаво досліджувати не лише бібліотечні представництва, а й представництва окремих підрозділів бібліотек, які представлено в блогах, а також різні тематичні проекти, створені бібліотекою.

Ще один критерій – змістовність бібліотечної сторінки в соціальних медіа, що визначається інформативним наповненням контенту. Змістовність бібліотечної сторінки надасть уявлення про те, якими правилами керуються бібліотеки при формуванні контенту, створюючи галереї чи завантажуючи світлини. Також буде виявлено, чи використовують бібліотеки інструменти соціальних медіа.

Бібліотеки в блогах інформують користувачів щодо різноманітної тематичної спрямованості, а саме: повідомляють про бібліотеку, надають юридичні консультації, запроваджують бібліотечне обслуговування людей з особливими потребами, інформують про політичні, суспільні, економічні, правові новини, повідомляють про читацькі книги й фільми.

Бібліотека Конгресу в блозі «Юридична бібліотека» (Law Library, <https://blogs.loc.gov/law/>) представляє поточні тенденції в законодавстві, розробки та удосконалення Congress.gov, питання збору законодавчої бази, історію права, а також ряд міжнародних перспектив, включно з Новою Зеландією, Великобританією, Ізраїлем, Еритреєю, Китаєм і Мексикою. Загалом бібліотека інформує про колекції, юридичні новини, інтерв'ю, події та ін. Також тут представлено такі категорії: «Юридична бібліотека», «Колекції», «Конгрес», «Новини», «Події», «Інтерв'ю», «Перша світова війна», «Допис користувача» та інші, що говорить про змістове наповнення блогу.

Привернув увагу допис Волинської ДОУНБ ім. О. Пчілки щодо поповнення новою колекцією фільмів у «Кіноклубі» Docudays UA (<http://chutalniku.blogspot.com/2019/04/docudays-ua.html>) (повідомлення від 8 квітня 2019 р.). У блозі зазначається, що фільми колекції торкаються різних актуальних тем: вибору жінки, коли вона дізнається що вагітна дитиною із синдромом Дауна (А. Бединська «В іншому світі»); соціальної адаптації колишніх ув'язнених («Нове життя Гогіти» режисера Л. Когуашвілі); важливості реалізації права на сім'ю, щасливе дитинство (А. Коваленко «Домашні ігри»); подолання стереотипів (Д. Сухолиткий-Собчук «Інтерсекція»); проблеми «євро сирітства» («Я-Куба» Осе Свенгайм Дрівенес); про перший в історії Північної Кореї концерт рок-гурту («День звільнення» Угіса Олте, Мортена Траавіка) та ін.

Наступний важливий показник аналізу бібліотечного представництва та роботи в соціальних медіа – інтенсивність зворотного зв'язку з користувачами, що може визначатися кількістю вподобань (Likes) сторінки та вподобань сторінкою бібліотеки (інших публікацій, коментарів, акаунтів); наявністю рейтингу сторінки; вподобаннями (Likes), коментарями та репостами публікацій представництва бібліотеки.

Також не менш важливим показником є кількість переглядів сторінки. Лідерами серед кількості переглядів блогів є науково-методичний відділ Публічної бібліотеки ім. Лесі Українки м. Києва («Методична служба публічних бібліотек Києва», кількість переглядів – 722 484), Миколаївська державна обласна універсальна наукова бібліотека ім. О. Гмирьова («Книжковий континент», кількість переглядів – 426 971).

Доволі цікавою рубрикою в блогах бібліотеки є «Популярні повідомлення», де систематизовано найзатребуваніші дописи, наприклад, за кількістю коментарів, переглядів та ін. Лідерами серед бібліотек, які сформували цю рубрику в блогах, виступають: Кіровоградська ОУНБ («Блог Кіровоградської ОУНБ», <http://blog.library.kr.ua/>), науково-методичний відділ Публічної бібліотеки ім. Лесі Українки м. Києва («Методична служба публічних бібліотек Києва», <https://olga-methodlibkyiv.blogspot.com/>), СОУНБ

ім. Н. К. Крупської («Сумська обласна універсальна наукова бібліотека», <http://sumyounb.blogspot.com/>), відділ сільськогосподарської літератури Тернопільської ОУНБ («101 ідея для вашого саду і городу», <http://vsl.library.te.ua/>), Чернігівська ОУНБ ім. В. Г. Короленка («Центр правової інформації», <https://cpi-cher.blogspot.com/>), «Відділ наукової інформації та бібліографії», <https://secinfchounbk.blogspot.com/>), Наукова бібліотека Національного університету «Киево-Могилянська академія» («Могилянська Бібліотекарка», <https://kmalibrary.blogspot.com/>).

Наприклад, найпопулярнішою публікацією КОУНБ («Блог Кіровоградської ОУНБ», <http://blog.library.kr.ua/>) виявилось професійне повідомлення про електронні книги (допис від 11 жовтня 2010 р.), а саме тези конференції про те, що наразі бібліотеки на порозі глобальних змін, про небезпечні перспективи або чи готові бібліотеки до перевтілення книги. Ця публікація отримала від користувачів 12 коментарів, які можна охарактеризувати так: текстові; тематичні (вираження емоцій і почуттів); монологів; пов'язані (що утворюють тематичний дискурс); за тональністю – позитивні. Загалом користувачі в коментарях схвально відгукуються про доповідь. Водночас користувач Ігор зауважує, що виникає проблема в залученні читача в бібліотеку для проведення дозвілля і саморозвитку, для людського спілкування «очі в очі», а не в соціальних мережах; як створити комфортне середовище перебування в бібліотеці; як перебудувати психологію бібліотечних працівників, щоб вони не мріяли про «бібліотеку без читачів» [13].

Також варто звернути увагу на доволі привабливий інструмент інтерактивної взаємодії з користувачами в блогах, де під кожним повідомленням надається функція різноманітної участі користувачів, а саме: «весело», «цікаво», «сучасно», «корисно». Цей інструмент своїм читачам активно пропонує відділ інформаційних технологій та електронних ресурсів ЧОУНБ ім. Михайла Івасюка («Світ інформації», <http://chounb.blogspot.com/>), а відділ каталогізування цієї ж установи («Каталогізатор CV», <http://katalogizatorcv.blogspot.com/>) дає змогу ставити оцінку повідомленням – 1, 2, 3, 4, 5. «Весело», «цікаво», «сучасно» пропонує відділ обробки

літератури і організації каталогів ВОУНБ ім. Олени Пчілки («БІБЛІОЛОГИ», <http://indentkn.blogspot.com/>) та Наукова бібліотека Національного університету «Києво-Могилянська академія» («Могилянська Бібліотекарка», <http://kmalibrary.blogspot.com/>); зірковий рейтинг і репости в інших мережах надає Наукова бібліотека Національного університету «Києво-Могилянська академія» («МОГИЛЯНСЬКА БІБЛІОТЕКА», <https://kmalibrary.wordpress.com/>).

Наприклад, Наукова бібліотека Національного університету «Києво-Могилянська академія» в блозі «Могилянська Бібліотекарка» (<http://kmalibrary.blogspot.com/>) інформує щодо двох наукових статей про Індекс Хірша і наукометрію. Автор пропонує обговорити, чи потрібна Україні власна національна система науково-технічної інформації і яка роль держави в її управлінні (допис від 1 листопада 2011 р.). Ця публікація отримала від користувачів такі показники – «весело» (3), «цікаво» (2), «сучасно» (2) та 14 коментарів.

Коментарі до публікацій можуть бути найголовнішим показником аналізу контенту бібліотечного представництва в соціальних медіа. Наприклад, Бібліотека Конгресу повідомляє в блозі «Юридична бібліотека» (Law Library, <https://blogs.loc.gov/law/>) (допис від 24 квітня 2019 р.) щодо інтерв'ю з З. Махмудом, спеціалістом з інформаційних технологій Бібліотеки Конгресу. Ця публікація отримала від користувачів чотири коментарі, які можна охарактеризувати так: текстові; тематичні (вираження емоцій і почуттів); монологів; пов'язані (що утворюють тематичний дискурс); за тональністю – позитивні. Загалом користувачі та співробітники бібліотеки в коментарях схвально відгукуються про фахівця.

Водночас науково-методичний відділ Публічної бібліотеки ім. Лесі Українки м. Києва інформує (допис від 24 січня 2019 р.) (<https://olga-methodlibkyiv.blogspot.com/2019/01/aleph.html>) про те, що бібліотека впроваджує нові технології у свою діяльність з 1996 р., відколи за рахунок грантів, отриманих на конкурсній основі від Міжнародного фонду «Відродження» та Інституту

відкритого суспільства, придбала інтегровану бібліотечну систему ALEPH 500 фірми ExLibris (Ізраїль). Також міститься інформація про те, що з 2007 по 2015 р. щорічна оплата бібліотекою послуг супроводу, підтримки та оновлення програмного забезпечення, прописана в угоді між Ex.Libris.Ltd та Публічною бібліотекою ім. Лесі Українки від 20 серпня 2002 р., не здійснювалася через відсутність фінансування на ці роботи.

Небайдужим виявилось обговорення публікації, користувачі залишили вісім коментарів: чи є альтернативні варіанти щодо автоматизованої бібліотечної інформаційної системи? Наприклад, користувач [pan.bibliotekar.org](http://pan.bibliotekar.org) запропонував використовувати відкрити систему Koha. На що автор публікації відповів, що відстоює систему ALEPH, обґрунтовуючи це тим, що вона найзручніша й найефективніша для пошуку та ін. [219].

Використання запропонованих критеріїв дослідження соціальних медіа, а саме: представлення, централізованість/дисперсність, змістовність, інтенсивність зворотного зв'язку дало змогу виявити загальні тенденції, що характеризують підходи до створення бібліотечних представництв у блогах.

Отже, вітчизняним та зарубіжним бібліотечним установам характерна поліпредставленість (зосередженість бібліотеки в більшості соцмедіа) в блогах. У результаті аналізу було виявлено, що серед вітчизняних бібліотек лідером поліпредставленості в блогах виступають ОУНБ.

Щодо формування профілю сторінки блогу, то треба зазначити, що вітчизняні бібліотеки надають перевагу представленню інформації про бібліотеку й проекти. Водночас зарубіжні – загалом інформують про проекти в профілі бібліотечного представництва блогу.

У результаті аналізу бібліотечних представництв виявлено, що більш дисперсними щодо представленості в соцмедіа виступають зарубіжні бібліотеки в блогах.

Варто підкреслити, що вітчизняні бібліотеки мають чимало блогів, але не всі з них оновлюються. Необхідно, щоб була відповідальність за представлення та ведення сторінки в блогах, тому

має розроблятися політика чи стратегія бібліотечного представництва в соціальних медіа з визначенням відповідних посадових обов'язків фахівців.

Дослідження бібліотечних представництв у блогах показало, що бібліотеки, крім інформування про професійні питання, також повідомляють користувачів про різні важливі питання для суспільства, виступаючи при цьому центрами громадянського суспільства.

У процесі аналізу виявлено, що важливою видається персоналізованість, тобто доцільно досліджувати бібліотечні представництва підрозділів бібліотек. У порівнянні з використанням бібліотеками соціальних мереж, у блогах спостерігається незначна кількість коментарів, що говорить про низьку зацікавленість користувачів до обговорення питань та вибір більш динамічних платформ для спілкування, хоча блог є однією з інтерактивних медіаплатформ із потужними функціональними можливостями, що забезпечує комунікацію «бібліотека – користувач», «бібліотека – бібліотека», «користувач – користувач».

Отже, блог можна розглядати як один із дієвих засобів комунікації бібліотеки з користувачами. Проте через розширення видів контенту, й відповідно зростання кількості конфігурацій його поєднання, аж до інтеграції різних типів медіа чи їхніх елементів, перспективою подальших наукових досліджень є аналіз напрямів діяльності вітчизняних і зарубіжних бібліотек щодо використання рекомендаційних сервісів, файлообмінних спільнот, медіахостингів, віртуальних світів.

### **3.3. Використання бібліотеками соціальних мереж та медіахостингів**

Інтенсивний розвиток інформаційного простору та інформаційно-комунікаційних технологій сприяє розвитку мережевої комунікації між суб'єктами взаємодії, розширенню використання соціальних медіа у сфері соціокультурних комунікацій, зокрема –

інтегрованості соціальних медіа в бібліотечну діяльність. Соціальні медіа надають нові можливості щодо представлення, діяльності та комунікації бібліотеки в інтерактивному медіапросторі. Поширення процесів мережевізації на комунікаційну активність бібліотек інтенсифікувало взаємодію на рівні соціальних медіа за різними напрямками: «бібліотека – користувач», «бібліотека – бібліотека», «користувач – користувач».

Незважаючи на наявність наукових публікацій, присвячених різним питанням використання бібліотеками соціальних мереж [131, 227, 98, 46, 157], досі за межами наукового інтересу залишається специфіка представлення та робота бібліотек у соціальних медіа різних типів. Актуальним є питання, як саме бібліотеки представляють свою діяльність та використовують різні типи соціальних медіа з виявленням специфіки окремих типів соціальних мереж і роботи в них.

Для реалізації дослідницьких завдань було зроблено вибірку з восьми бібліотек, що активно використовують соціальні медіа. Визначальними підходами для такої вибірки було обрано активність бібліотеки в соціальних медіа і впливовість (статус, розмір, охоплення аудиторії) бібліотек. Крім того, було важливо дослідити активність бібліотек різних видів, що дає змогу простежити залежність між стратегією ведення бібліотечного представництва в соціальних мережах, читацьким контингентом, масштабами обслуговування, завданнями та місією бібліотек. Отже, у вибірку для аналізу було включено: бібліотеки загальнодержавного значення (Бібліотека Конгресу США, Британська бібліотека, Національна бібліотека Шотландії, Національна бібліотека Ізраїлю, Державна бібліотека України для юнацтва); ОУНБ (Дніпропетровська обласна універсальна наукова бібліотека (ДОУНБ) ім. Первоучителів слов'янських Кирила і Мефодія); бібліотеки ЗВО (Наукова бібліотека Національного університету «Киево-Могилянська академія», Науково-технічна бібліотека ім. Г. І. Денисенка Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»).

Для виявлення загальних тенденцій функціонування бібліотечних представництв у соціальних медіа проаналізуємо їх за



такими критеріями: представлення інформації про бібліотеку, централізованість/дисперсність, змістовність, інтенсивність зворотного зв'язку.

За результатами проведеного аналізу найпопулярніші соціальні медіа, які використовують вітчизняні та зарубіжні бібліотеки, можна систематизувати в дві групи. Першу групу представляють соціальні мережі, що забезпечують комунікацію з користувачами (наприклад, Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, Tumblr). До другої групи можна віднести медіахостинги, які насамперед є інструментами публікації матеріалів (наприклад, YouTube, Pinterest, SlideShare, Flickr, Instagram, iTunes).

Було виявлено, що найбільша кількість зарубіжних і вітчизняних бібліотек представлена в соціальних мережах, які забезпечують комунікацію користувачів. Найпопулярнішою серед соціальних мереж є Facebook, у якій представлено найбільшу кількість бібліотек [197].

Результати аналізу активності бібліотечних представництв у соціальних мережах показують, що всі розглянуті бібліотеки активні за критерієм «представлення інформації». Цей напрям інформування є важливим інструментом залучення користувачів. Як аватар бібліотечні представництва використовують зазвичай офіційний логотип у всіх соціальних мережах, урізноманітнюючи водночас обкладинку бібліотечного представництва.

Під час пошуку бібліотечного представництва в соціальній мережі користувачі насамперед використовують офіційну (повну або скорочену) назву бібліотеки – LibraryNaUKMA, «Бібліотека НТУУ КПІ», Library of Congress, NATL Library Israel. Якщо назва представництва відмінна від відомої офіційної назви, це викликає проблеми під час пошуку. Наприклад, офіційне бібліотечне представництво ДОУНБ ім. Первоучителів слов'янських Кирила і Мефодія для назви сторінки в соціальній мережі Twitter використовує побутовий варіант, до того ж російськомовний – «Кирилло-Мефодиевка», що ускладнює пошук сторінки в мережі. Сторінка Державної бібліотеки України для юнацтва в соціальній мережі Twitter названа Library for youth, що створює аналогічні проблеми. До

цього ж списку можна включити Національну бібліотеку Швейцарії, яка надає назву бібліотечного представництва в соціальній мережі Twitter – National Library. Можна припустити, що такий неймінг передбачає зв'язок з бібліотеками передусім через офіційний сайт, і вже з нього – перехід на сторінки соціальних мереж. Автономний пошук бібліотечного представництва безпосередньо в соціальних медіа за таких умов обмежених, тому бажано, щоб назва бібліотечного представництва в соціальних медіа і офіційна назва бібліотеки збігалися.

Важливим елементом інформування бібліотечного представництва в соціальній мережі є профіль сторінки (основна інформація про бібліотеку на сторінці соціальних медіа). Майже всі бібліотечні представництва надають опис бібліотеки або її послуг у профілі представництва соціальних мереж – короткий або ж більш інформативний. Прикладом детального інформування можна вважати позиціонування в соціальних мережах Бібліотеки Конгресу. Так, в описі профілю бібліотечного представництва Бібліотеки Конгресу в соціальній мережі Facebook (<https://www.facebook.com/libraryofcongress/>) зазначається рік заснування, режим роботи, контактні дані включно з маршрутами громадського транспорту, загальна інформація про бібліотеку, посилання на офіційний сайт, місія бібліотеки та інформація про політику коментування та публікацій, рубрика «Запитайте бібліотекаря» (Ask a Librarian).

У соціальній мережі Twitter (<https://twitter.com/librarycongress>) Бібліотека Конгресу в профілі сторінки запрошує до вивчення колекцій, послуг, а також дає посилання на сторінку директора Карлі Гейден (@ LibnOfCongress), яка закликає користувачів до «вивчення офіційного представництва Бібліотеки Конгресу у Twitter та створення історії разом», використовуючи в описі хештег #makehistory». Таке перехресне цитування покликане, очевидно, як розширювати мережу користувачів, так і підвищувати системність зв'язків.

У профілі відеохостингу Youtube Бібліотека Конгресу (<https://www.youtube.com/user/LibraryOfCongress>) зазначає, що представляє заходи й сучасні презентації бібліотеки. Також демонструє,

що є спонсором заходів, лекцій і концертів, які є безкоштовними й відкритими для громадськості, та запрошує на сайт бібліотеки. На сторінці бібліотечного представництва надаються гіперпосилання на всі соціальні медіа, де представлена бібліотека.

У Instagram Бібліотека Конгресу (<https://www.instagram.com/library-congress/>) у профілі представництва інформує про його мету – представлення подій та «багатих історичних колекцій», запрошує досліджувати цікаві й потрібні користувачам зображення «з найбільшою бібліотекою у світі» та надає гіперпосилання на офіційний сайт бібліотеки.

Водночас Бібліотека Конгресу у своєму профілі у Flickr ([https://www.flickr.com/photos/library\\_of\\_congress/](https://www.flickr.com/photos/library_of_congress/)) подає загальну інформацію про бібліотеку, наголошуючи на тому, що, крім книг, у них є фотографії, карти, бази даних, фільми, звукозаписи, ноти, рукописи та інформація в багатьох інших форматах. У цьому профілі бібліотека інформує про те, що відділ друкованих видань і фотографій займається 14 млн фотографій бібліотеки та представляє понад один млн через онлайн-каталоги, повідомляє про місію бібліотеки, надає посилання на інші соціальні медіа. Бібліотека зазначає, що надання історичних колекцій фотографій через Flickr – це прекрасна можливість більш широко розповсюджувати її найпопулярніші зображення. Вона пише про те, що пропонує публічний доступ до широкого спектра інформації, попереджає, що деякі історичні матеріали можуть містити образливу мову або негативні стереотипи й зазначає, що такі матеріали повинні розглядатися в контексті відповідного періоду часу та вона не підтримує погляди, виражені в таких матеріалах.

У свою чергу, рубрика «Поширені запитання» на офіційному сайті бібліотеки (Library of Congress Photos on Flickr: Frequently Asked Questions) ([http://www.loc.gov/rr/print/flickr\\_pilot\\_faq.html?loclr=flik](http://www.loc.gov/rr/print/flickr_pilot_faq.html?loclr=flik)) надає інформацію про доступ до фотографій у Flickr, користувацькі можливості в цій мережі (додавання тегів, заміток і коментарів до фотографій), технічну інформацію. У кожному розділі є запитання та відповіді, наприклад, щодо розміщення, вибору й кількості фотографій, створення облікового запису

для перегляду зображень, пошуку матеріалів, участі користувачів у завантаженні та оцифрування фотографій тощо.

Аналогічно Британська бібліотека також надає гіперпосилання на соціальні медіа та офіційний сайт і закликає користувачів писати про те, що вони хотіли б побачити на бібліотечній сторінці.

Щодо вітчизняних бібліотек, то серед них лідером є Наукова бібліотека НаУКМА (Національного університету «Києво-Могилянська академія») як щодо представленості в найбільшій кількості соціальних медіа, так і якості представленості. Бібліотека надає повний опис представленості у всіх соціальних медіа. Наприклад, у соціальній мережі Facebook бібліотека (<https://www.facebook.com/NaUKMA.Library>) інформує про години роботи, історію, контактні дані, місію бібліотеки та повідомляє загальну інформацію про бібліотеку. Так, у LinkedIn бібліотека НаУКМА надала відомості про те, що вона є постачальником високоякісних наукових інформаційних ресурсів і послуг для спільноти НаУКМА та представила гіперпосилання на офіційний сайт бібліотеки. У Flickr наукова бібліотека НаУКМА в профілі представництва публікує історію бібліотеки та загальну інформацію про бібліотеку. Щодо Youtube, бібліотека НаУКМА в профілі відеохостингу також знайомить користувачів із загальною інформацією про бібліотеку, а саме про те, що університетська бібліотека НаУКМА – координувана мережа з 10 бібліотек, які надають широкий вибір ресурсів для забезпечення наукової та академічної місії університету. В описі профілю бібліотечного представництва зазначено, що для них важливим є створення якісного інформаційного забезпечення для підготовки бакалаврів і магістрів, підтримка наукових студій аспірантів, докторантів та викладачів. На жаль, гіперпосилання вказане тільки на сторінку бібліотеки в соціальній мережі Google+.

Отже, в результаті аналізу представленості бібліотек у соціальних медіа виявлено два підходи щодо формування профілю: представлення інформації про бібліотеку (фактично дублювання загальної інформації про бібліотеку, наявної на офіційному сайті) та представлення інформації про представництво бібліотеки в соціальних медіа, для такої стратегії характерна орієнтація на діалог

з користувачами. Корисним, хоча далеко не завжди реалізованим, є надання гіперпосилання на інші соціальні медіа в профілі бібліотечних представництв. Під час дослідження виявлено широкий діапазон інформування бібліотеками в соціальних медіа та диференціацію повідомлень у соцмережах – надання різноманітної інформації бібліотеками для різних мереж і сервісів залежно від призначення мереж.

Підвищення кросмедійності (встановлення перехресних зв'язків між офіційними сторінками і сторінками окремих осіб та сайтами бібліотек) у поєднанні з функціональною спеціалізацією представництв у різних соціальних медіа, тобто відмовою від уніфікованої інформації для всіх типів соціальних медіа, видається найбільш оптимальною стратегією. Така стратегія хоч і трудомістка, але виправдана, оскільки підвищує ефективність бібліотечного представництва в соціальних медіа.

Соціальні медіа є альтернативним каналом комунікації, тому доречно було б відмовитися від дублювання загальної інформації про бібліотеку, якою аудиторія вже володіє. Розраховуючи на залучення аудиторії, також варто використовувати унікальність соціальних медіа як засобу спілкування з користувачами.

Щодо критерію централізованості/дисперсності, то аналіз передбачив виявлення неосновних сторінок, які існують паралельно з основними [175]. Цікавою в цьому контексті є політика ДОУНБ ім. Первоучителів слов'янських Кирила і Мефодія. Бібліотека представлена в соціальній мережі Facebook десятима сторінками: власне офіційною, а також «дочірніми»: «Встречи с искусством Let's talk about art», «Историческое Приднепровье», «Книжковий сомельє онлайн», «Скринька захоплень», «День за днем», «Italianissimo Dnipropetrovsk (Ukraine)», «TreffPUNKT (Dnipropetrovsk)», «Daile Dnepropetrovska», «Narakka Ry – Dnipropetrovsk (Ukraine)». Розглянуті бібліотечні представництва не дублюють контент офіційного сайту бібліотеки, вони створюють унікальне тематичне наповнення сторінок. Така політика викликає інтерес і як приклад диференціації бібліотечної діяльності в соціальних медіа для підвищення її адресності й персоніфікації контенту, так і з точки зору

методики досліджень бібліотечних представництв, у якій видається за доцільне рекомендувати аналіз усієї сукупності сторінок бібліотек, представлених у соціальних медіа.

Щодо змістовності бібліотечної сторінки в соціальних медіа, то вона визначається інформативним наповненням контенту [175]. Насамперед детальніше розглянемо змістове наповнення сторінки бібліотеки в соціальних мережах, які забезпечують комунікацію користувачів: Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, Tumblr. У цих мережах бібліотеки представляють себе за допомогою текстових повідомлень, світлин, відео- та аудіодокументів.

Facebook надає можливість представляти основний новинний потік інформації, що називається новинною стрічкою, систематизувати фотографії в альбоми та публікувати відео. Загалом як зарубіжні, так і вітчизняні бібліотеки в соціальній мережі Facebook інформують про колекції, події та заходи, фонди, новини, графік роботи та популяризують книгозбірню й читання. Бібліотеки активно публікують світлини та відеоматеріали, що ілюструють події культурного життя та активності установи, репрезентують фонди й колекції. Британська бібліотека у Facebook (<https://www.facebook.com/britishlibrary>), крім традиційного для більшості бібліотек контенту, публікує рекламні повідомлення про брендові товари бібліотечної крамниці. Наприклад, запрошує відвідати чарівну крамницю роману «Гаррі Поттер» з гіперпосиланням на офіційний сайт бібліотеки, де можна придбати різні товари, серед яких – чарівні палички, мітли, книги, сувеніри тощо.

Інструменти соціальної мережі дають змогу систематизувати візуальний матеріал, об'єднуючи його в «альбоми». Типовими для більшості бібліотек є альбоми «будівлі бібліотеки», «події бібліотеки» та «колекції бібліотеки». Ефективним видається прийом, який використовує Наукова бібліотека НаУКМА, називаючи деякі альбоми за допомогою хештегів, це загалом заходи, наприклад, #LibraryShelfie Day, #kmalibrarychallenge. Варто підкреслити професійний підхід до створення такого контенту, наприклад, Національна бібліотека Шотландії (<https://www.facebook.com/NationalLibraryOfScotland/>) текстові повідомлення супроводжує

оригінальними світлинами, що зроблені вебдизайнером бібліотеки. Слід зазначити, що бібліотечне представництво у Facebook дає змогу використовувати інструмент «події» та «замітки» як окремі підсторінки [159], що ефективні для залучення користувачів до участі в заходах та надання розширеної інформації, головним чином текстової.

Щодо використання бібліотеками соціальної мережі Twitter, то треба зауважити, що бібліотеки, як зарубіжні, так і вітчизняні, у цій соціальній мережі інформують про цифрові колекції, виставки, новини бібліотеки, вікторини, події, курси, вікторини; републікують дописи користувачів чи інші новини, що стосуються бібліотеки; публікують розважальний контент; популяризують бібліотеку. Змістове наповнення сторінок бібліотек у медіахостингах, які передбачають розміщення матеріалів користувачами (наприклад, YouTube, Flickr, SlideShare, Pinterest, Instagram). У цих мережах бібліотеки представляють свою діяльність за допомогою графічного та відеоконтенту.

У Flickr бібліотеки представляють візуальний контент за допомогою так званого потоку та альбомів, у яких зібрані зображення певної тематики. Кожен альбом представляє загальний опис; кількість зображень в альбомі; кількість переглядів альбому; можливість закачати альбом, пропонуючи архівацію зображень та наголошуючи на тому, що авторські права належать користувачу спільноти; функцію перепостити альбом в інші мережі. Всі зображення, які представлено в альбомах, містять загальний опис; замітки; формат файлу, наприклад, світлини, малюнки та ін.; інформацію про права; повідомлення про репозиторій бібліотеки, де зберігаються матеріали, пропонуючи додаткову інформацію про колекції матеріалів за адресою офіційного сайту бібліотеки; інформацію щодо перегляду зображень із кращою якістю, надаючи гіперпосилання на офіційний сайт бібліотеки; інформацію щодо тегів, які полегшують пошук зображень у мережі та можуть додаватись як користувачем, так і спільнотою Flickr за допомогою технології розпізнавання зображень, якщо користувач вже надав до 75 тегів, при цьому одні теги відрізняються від інших за кольором; повідо-

млення щодо додаткової інформації, а саме, перегляду конфіденційності та рівню безпеки. Крім того, під кожним зображенням в альбомі бібліотеки надається можливість подивитися кількість переглядів, вподобань і коментарів та підписатися на сторінку. Простежується також зв'язаність зображень у різноманітних групах, альбомах та галереях користувачів.

Наприклад, Бібліотека Конгресу створила у Flickr колекцію «Історичні фотографії (пілотний Flickr проєкт бібліотеки Конгресу)» ([https://www.flickr.com/photos/library\\_of\\_congress/collections/72157601355524315/](https://www.flickr.com/photos/library_of_congress/collections/72157601355524315/)), яка містить 23 альбоми. Бібліотека Конгресу запрошує вивчити історію візуально, дивлячись на цікаві фотографії з колекцій, і закликає користувачів до коментування й написання тегів, щоб допомогти знаходити та використовувати зображення. Бібліотека також зазначає, що співробітники створюють цифрові версії популярних колекцій зображень в Інтернеті якнайшвидше, спираючись, насамперед, на ідентифікаційну інформацію, що постачається з оригінальними фотографіями, тому цей текст може бути неповним, а іноді навіть неточним. Вона вітає будь-який внесок у роботу: внесок описів, місць розташування, тегів, а також загальні реакції. Показовим є приклад створення Бібліотекою Конгресу у Flickr колекції «Історичні газети» ([https://www.flickr.com/photos/library\\_of\\_congress/collections/72157619370519453/](https://www.flickr.com/photos/library_of_congress/collections/72157619370519453/)), яка містить три альбоми. Читачеві пропонується вивчити «перший проєкт історії», подивившись ілюстровані сторінки в старих газетах, відібраних з онлайн-колекцій. Бібліотека Конгресу у співпраці з Національним фондом гуманітарних наук працює з багатьма партнерами в США, щоб забезпечити доступ до цифрових копій американських газет через Національну цифрову газетну програму. Вона зазначає, що газети зазвичай оцифровуються з мікрофільмів з основною структурною інформацією, яка допомагає поміщати їх онлайн вільно доступним способом.

Сьогодні Бібліотека Конгресу – єдина бібліотека, яка має широкий вибір галерей у Flickr – 15 галерей щодо бібліотечних будівель, бібліотечних фондів, читальних залів тощо. Цікавим є те, що



наповнюють галереї фотографіями користувачі. Також важливо, що Бібліотека Конгресу входить у чотири групи, серед яких – «Палата громад Флікр» (Flickr Commons), «Урядовий Флікр» (Flickr Gov), «Тімоті Х. О'Салліван» (Timothy H. O'Sullivan), «Офіційні американські державні фотопотоки» («USA.gov – Official U. S. Government Photostreams»). Групи – це мікроспільноти, які створюються навколо світлин, об'єднаних за якимось принципом. Кожна група специфічна за ідеєю, бувають й абстрактні групи, скажімо, у які надсилають світлини тільки тоді, якщо на них є елементи червоного кольору. Бібліотека Конгресу є лідером і за кількістю завантажених світлин – 30 млн 105 тис. з 2007 р.

Наукова бібліотека НаУКМА у Flickr (<https://www.flickr.com/people/librarynaukma/>) представлена 11 колекціями, серед яких альбоми подій та заходів у житті бібліотеки, фондів, архітектури бібліотеки. Серед колекцій важливою є «Архітектура та інтер'єр», яка представлена трьома альбомами «Бібліотека Тетяни та Омеляна Антоновичів» (будівля до реконструкції), «Наукова бібліотека – Стара академічна будівля» (Research Library – Old Academic Bulding), «Бібліотека Тетяни та Омеляна Антоновичів» («Будівля під час реконструкції. 2004–2005 рр.»), що формує фотоімідж бібліотеки в інтерактивному просторі.

Щодо соціальної мережі Pinterest: завантажені світлини в Pinterest називаються пінами, водночас альбоми, до яких вони належать, – дошками. Результати аналізу галерей бібліотек у соціальній мережі Pinterest показав, що вони цілком відповідають їх тематичному спрямуванню. Тобто листівки, світлини, малюнки об'єднані однією тематикою. Наприклад, Бібліотека Конгресу в соціальній мережі Pinterest (<https://www.pinterest.com/LibraryCongress/>) представляє 63 альбоми, серед яких 1734 світлини щодо представлення своїх фондів – листівки, світлини, ілюстрації, плакати; популяризації бібліотечних продуктів з гіперпосиланнями на офіційних сайт бібліотеки та реклами товарів із зображенням бібліотеки та фонду: «Афроамериканський місяць історії» (African American History Month), «Весь той джаз» (All That Jazz), «Мистецтво хорошої їжі» (The Art of Good Eating),

«Птахи Одюбона» (Audubon Birds), «Журнал Бібліотеки Конгресу» (Library of Congress Magazine), «Крамниця бібліотеки» (Shop the Library) тощо. Найбільше ця установа представляє в соціальній мережі Pinterest свої фонди. Цікавим є альбом «Журнал Бібліотеки Конгресу» (Library of Congress Magazine), у якому представлено видання про історію бібліотеки. Він публікується двічі на місяць і розповідає про багатьох її талановитих співробітників. Не менш цікавим є альбом «Крамниця бібліотеки» (Shop the Library), де читач знайде книги, браслети, ручки та інші товари із зображенням бібліотеки та фонду, що можна придбати, з гіперпосиланнями на офіційний сайт бібліотеки.

Британська бібліотека в соціальній мережі Pinterest (<https://www.pinterest.co.uk/britishlibrary/>) представляє 32 альбоми та 1958 світлин про фонди бібліотеки, заходи та події бібліотеки, будівлі бібліотеки, реклами товарів. Наприклад, «Аліса в Країні Чудес» (Alice in Wonderland), «Блоги Британської бібліотеки» (British Library Blogs), «Подарунки Британської бібліотеки» (British Library Gifts), «Зроблено з Британською бібліотекою» (Made with the British Library) тощо. Оригінальним є альбом Британської бібліотеки «Зроблено з Британською бібліотекою» (Made with the British Library), який містить світлини з гіперпосиланнями на статті та відеосюжети успіху користувачів, якого вони досягли завдяки користуванню бібліотечним фондом. Наприклад, Е. Стюарт використала онлайн-колекцію для того, щоб подивитися на «Пригоди Аліси під землею», яка надихнула її створити ілюстрований посуд. Д. Ньюол використала дивовижну колекцію карт, щоб відтворити втрачене місто Кандія, столицю Криту XV ст. [305]. Альбом «Подарунки Британської бібліотеки» (British Library Gifts) містить світлини бібліотечної крамниці з гіперпосиланнями на офіційний сайт, де їх можна придбати. В альбомі «Будівля Британської бібліотеки» (British Library building) представлено 50 чудових світлин будівель Британської бібліотеки.

Національна бібліотека Ізраїлю представлена в Pinterest (<https://www.pinterest.com/nliisrael/>) 41 альбомом та 384 світлинами, серед яких представлено фонди бібліотеки, події, бібліотечні

будівлі. Наприклад, альбом «Список бібліотекаря» (The Librarian's List) містить 8000 світлин найулюбленіших книг бібліотеки, книжкових цитат, створених бібліотекарями для користувачів. З його сторінок бібліотека закликає до співпраці користувачів у соціальній мережі. В альбомі «Будівля Національної бібліотеки» (The National Library Building) представлено 17 світлин установи, серед яких загалом світлини читальних залів та бібліотеки.

Сьогодні бібліотеки активно нарощують свою присутність у соціальній мережі Instagram. Тут світлини можна переглядати за допомогою потоку. Потік світлин нагадує новинний потік офіційного сайту. У такому випадку бібліотекам доцільно використовувати хештеги, які дають змогу створити внутрішню бібліотечну базу за певною тематикою контенту. Загалом зображення в Instagram містять загальний опис та хештеги. Зарубіжні бібліотеки представляють в Instagram бібліотечні події та заходи, фонди. Водночас вітчизняні бібліотеки в Instagram надають перевагу висвітленню подій та заходів, популяризації установи, інформуванню про графік роботи. Наприклад, Британська бібліотека (<https://www.instagram.com/britishlibrary/>) започаткувала проєкт «Відкриття літератури: 20 ст.» (Discovering Literature: 20 th Century), у якому розповідає про поетів та письменників минулого століття, пропонуючи ще й на офіційному сайті ознайомитись із спадщиною світової літератури, її кращих представників ХХ ст., твори яких можна знайти безпосередньо в бібліотеці [143].

Представництво бібліотеки університету Сан-Франциско (<https://www.instagram.com/unilibrary/>) налічує понад три з половиною тисячі читачів. Студенти в процесі підготовки викладають свої фото, відгукуються про бібліотеку, і це допомагає керівництву стежити за інтересами, запитам, відгуками студентів [143].

Щоб підвищити інтерес аудиторії до бібліотечного представництва в Instagram та виділитися на фоні інших бібліотек, бібліотека Мельбурнського університету (<https://www.instagram.com/unilibrary/>) запустила онлайн-провідника, який допоможе аудиторії розібратись із постами. Таким чином, у бібліотечного представництва з'явився Кен – інтелектуал, який приваблює увагу, але тільки

в ляльковому виконанні. Керівництво бібліотечного представництва вигадало хештег – #libraryken [143].

YouTube – мережа, яка призначена для розміщення відео, що можна систематизувати в списки відтворення – плейлисти. Це третя за популярністю мережа серед зарубіжних та вітчизняних бібліотек [197]. Наприклад, Бібліотека Конгресу в YouTube представлена 41 плейлистом (<https://www.youtube.com/user/LibraryOfCongress>), серед яких відеоматеріали щодо подій і заходів бібліотеки, фондів. Найпопулярнішим відеоконтентом є матеріали про фільми бібліотеки.

Британська бібліотека в YouTube представлена 27 плейлистами (<https://www.youtube.com/user/britishlibrary>), серед яких відеоконтент про події та заходи бібліотеки, фонди. Цікавими є відеоматеріали щодо реєстрації в бібліотеці, користування читальними залами й колекціями (Registering with the Library, Using the Reading Rooms, Exploring the collections: the researcher) та ін. Найпопулярнішими виявилися матеріали щодо популяризації бібліотеки. Треба зауважити, що на сторінці бібліотеки в YouTube присутнє дублювання інформації зі сторінкою бібліотеки у Pinterest.

Наукова бібліотека НаУКМА представлена в YouTube (<https://www.youtube.com/user/LibraryNaUKMA/feed>) 12 плейлистами щодо подій та заходів, популяризації бібліотеки. Цікавим є плейлист бібліотеки «Відео, які сподобалися», серед них 11 відеоматеріалів щодо семінарів, флешмобів, різних консультативних відеоматеріалів на допомогу користувачеві.

ДОУНБ ім. Первочителів слов'янських Кирила і Мефодія в YouTube (<https://www.youtube.com/user/dounbkm/featured>) представлена двома плейлистами, серед яких відеоматеріали щодо бібліотеки та буктрейлерів бібліотеки. Наприклад, плейлист «Конкурс буктрейлерів\_Тарас Шевченко в кадрі\_» містить 40 відеоматеріалів, серед яких відеоматеріали про золоті вірші великого Кобзаря, зібрання творів, вибрану поезію тощо.

Інтенсивність зворотного зв'язку з користувачами може визначатися кількістю уподобань (Likes) сторінки та вподобань сторінкою бібліотеки (інших публікацій, коментарів, акаунтів); наяв-

ністю рейтингу сторінки; вподобаннями (Likes), коментарями та репостами публікацій представництва бібліотеки [175].

Щодо кількості вподобань представництв, то першість серед проаналізованих зарубіжних бібліотек займає Бібліотека Конгресу у Facebook (376 995 вподобань), Британська бібліотека у Twitter (1,08 млн читачів), Британська бібліотека в Google+ (62 894 читачів), Бібліотека Конгресу у Flickr (69,3 тис. фоловерів), Британська бібліотека в Pinterest (237 649 читачів), Британська бібліотека в Instagram (138 тис. читачів), Бібліотека Конгресу у YouTube (67 626 читачів). Серед вітчизняних бібліотек лідером виступає Наукова бібліотека НаУКМА, яка має кількість читачів у Facebook – 4918, Twitter – 557, YouTube – 139, Flickr – 15 (станом на 9 листопада 2017 р.).

Щодо рейтингу бібліотечних представництв, то його мають Британська бібліотека, Бібліотека Конгресу США, Національна бібліотека Шотландії, Наукова бібліотека НаУКМА, Бібліотека НТУУ КПІ, Дніпропетровська обласна універсальна наукова бібліотека. Бібліотеки можуть мати вищий оціночний бал сторінки, але менше відгуків і навіпаки. Лідером у цій вибірці серед зарубіжних бібліотек виступає Британська бібліотека, яка має 9369 відгуків та оцінку 4,6 (із 5) від користувачів (станом на 9 листопада 2017 р.). Загалом відгуки залишені користувачами про виставки, колекції, бібліотеку, персонал. Їх можна охарактеризувати як позитивні, текстові, монологічні, тематично – вираження емоцій і почуттів. Проте користувачі висловлюють і критичні зауваження щодо організаційних питань бібліотеки, а саме щодо переповненості приміщень виставок відвідувачами, відсутності достатньої кількості навушників на виставці тощо.

Щодо вітчизняних бібліотек, то в бібліотечних представництв загалом присутній тільки оціночний бал, а відгуків майже немає. Є поодинокі відгуки, наприклад, на сторінці Бібліотеки НТУУ КПІ є два дописи: один позитивний про бібліотеку, інший із запитанням про програму курсу та методичний склад. Щодо сторінки ДОУНБ ім. Первоучителів слов'янських Кирила і Мефодія, то там присутні декілька відгуків, один негативний щодо монографії, яку

користувач давно надіслав у фонд, однак вона відсутня в каталогах. На що бібліотека через два тижні відповіла, що монографія вже є в каталозі.

Коментарі окремої публікації представництва бібліотеки в соціальних мережах можуть бути найголовнішим показником аналізу контенту бібліотеки. Наприклад, Бібліотека Конгресу повідомляє в соціальній мережі Facebook (допис від 3 листопада 2017 р.) щодо бібліотечної новини, а саме про те, що вона одержала архіви виступів ведучого Д. Каветта. Ця публікація отримала від користувачів 323 вподобання, 40 перепостів та 17 коментарів. Представлені коментарі до публікації мають такі ознаки: текстові; тематичні (вираження емоцій і почуттів); монологіві; зв'язані (які утворюють тематичний дискурс); за тональністю – позитивні. Загалом користувачі в коментарях схвально відгукуються про виступи ведучого.

Водночас Бібліотека НТУУ КПІ в соціальній мережі Facebook (допис від 27 жовтня 2017 р.) анонсує тренінг «Зі статтями у “Вікіпедії” не все так просто» від Д. Столяренка. Користувачі оцінили публікацію шістьома вподобаннями, зробили три перепости та залишили один коментар щодо того, чи буде відеозапис тренінгу, на який не отримали відповіді. Отже, було виявлено, що одні бібліотеки дублюють контент у різних соцмережах, інші подають унікальний контент залежно від типу мережі. Але більшість установ подає унікальний контент відповідно до мережі, що є надзвичайно важливим для бібліотеки. Бібліотеки представляють події, заходи, фонди тощо в різних соціальних мережах за допомогою повідомлень, світлин, відеоматеріалів. Доведено ефективність використання візуального й відеоконтенту та таких інструментів, як «подія» та «опитування». Підтверджено перспективність використання соціальної мережі Pinterest щодо візуального представлення фондів та діяльності бібліотек. У результаті аналізу виявлено, що вітчизняним бібліотекам доцільно активніше вивчати перспективи використання різних соціальних мереж, вивчаючи провідний зарубіжний досвід.

Інтенсивність зворотного зв'язку – важливий показник аналізу бібліотеки в соціальних медіа. Обґрунтовано, що коментарі – про-

відний показник аналізу зворотного зв'язку бібліотеки в соціальних медіа. Треба також наголосити на оперативності реагування адміністратора бібліотечного представництва на коментарі користувачів, що вказує на високий рівень комунікації з користувачами. На відміну від зарубіжних, на сторінках вітчизняних бібліотечних представництв виявлено незначну кількість коментарів, на які здебільшого немає відповіді, що свідчить про низький рівень зворотного зв'язку з користувачами.

Перспективами розвитку бібліотечного представництва в інтерактивному медіасередовищі визначено: створення системи як представлення, так і використання бібліотеками соціальних медіа, тобто акумулювання унікальної інформації в різних соціальних медіа – соціальних мережах, колаборативних проєктах, віртуальних світах, блогах; інтеграцію соціальних медіа та вебсайтів бібліотек в універсальні мережеві інформаційно-комунікаційні центри з акумуляції та забезпечення доступу до інформаційних ресурсів.

Підсумовуючи викладене вище, зазначимо, що необхідно визначити підходи до аналізу представництва бібліотек у соціальних медіа, що здатні стати ефективними інструментами оцінювання роботи бібліотек в інтерактивному просторі, та окреслити способи формування стратегії й тактики ведення бібліотечного представництва в соціальних медіа.

#### **3.4. Рекомендаційні сервіси як ефективний інструмент користувачької активності**

Трансформаційні процеси сучасного медіасередовища та інформаційно-комунікаційних технологій, стрімке збільшення масивів інформації, що циркулюють в інформаційному просторі сприяють розширенню використання рекомендаційних сервісів у сфері соціальних комунікацій. Рекомендаційні сервіси надали нові можливості для представлення та просування продуктів і послуг бібліотек, колаборативної співпраці з користувачами, створення

простору для спілкування користувачів зі схожими вподобаннями, забезпечення ефективного зворотного зв'язку з користувачами.

Особливості рекомендаційних проєктів досліджуються як у загальнотеоретичному зрізі, так і в практичній площині. Найбільш розробленим можна вважати напрям використання рекомендаційних сервісів у сфері інформаційних систем та технологій, зокрема технологічні аспекти щодо розроблення рекомендаційних систем [66, 122, 20]. Також варто відзначити розвідки щодо використання рекомендаційних систем в економічній сфері, зокрема використання рекомендаційних сервісів як інструментів інтернет-маркетингу [163, 5, 83]. Певні напрацювання існують і щодо використання рекомендаційних сервісів у бібліотечній сфері, а саме використання інноваційних технологій у діяльності бібліотек [18, 101, 235, 158, 131].

Водночас перспективність використання досліджуваних технологій дає змогу прогнозувати зростання участі бібліотек у рекомендаційних проєктах та активізацію використання ними відповідних соціальних технологій, що актуалізує дослідження, спрямовані на систематизацію і наукове осмислення відповідного досвіду бібліотек.

До сервісів, що надають нові можливості комунікації в бібліотечній сфері, можна віднести рекомендаційні сервіси як інструмент користувацької діяльності в мережі. Рекомендаційні сервіси – це сервіси, створені на основі системи фільтрації інформації, яка представляє рейтингові списки, що можуть зацікавити користувачів. Представлені сервіси загалом використовують колаборативну фільтрацію інформації, яка пропонує поради та рекомендації з урахуванням подібності вподобань декількох користувачів.

Для аналізу та характеристики рекомендаційних сервісів бібліотек використаємо критерії дослідження соціальних медіа, а саме: представлення (рівень надання інформації про бібліотеку), централізованість/дисперсність (наявність/відсутність декількох акаунтів бібліотек і структурних підрозділів в одній мережі), змістовність (інформативне наповнення сторінки), інтенсивність зворотного зв'язку (враховує користувацькі реакції).



Серед напрямів бібліотечного використання рекомендаційних сервісів варто виділити два: по-перше, вбудовування рекомендаційних інструментів у традиційні бібліотечні сервіси і, по-друге – долучення бібліотеки як суб'єкта комунікації до загальнокористувачьких рекомендаційних спільнот (рис. 3.6).

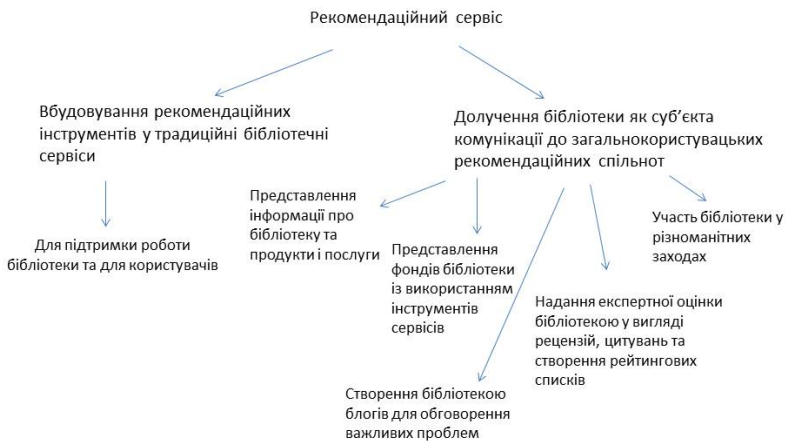


Рис. 3.6. Використання рекомендаційних сервісів бібліотеками

Перший напрям може бути проілюстрований використанням рекомендаційних сервісів як додаткового інструменту інтерактивного каталогу, що має на меті надання інформації користувачам та обговорення каталогу бібліотеки. Загалом такі проекти мають обмежений доступ редагування та/або доступ серед користувачів та їх модерують бібліотекарі.

Так, бібліотеки можуть технологічно по-різному розробляти інструментарій інтерактивного каталогу: використовувати інтегрований рекомендаційний сервіс на сайті, надавати посилання на автономний рекомендаційний сервіс на сайті бібліотеки.

Інтерактивні каталоги виступають комунікаційними бібліотечними базами даних, що дають змогу користувачам залишати відгуки та рекомендації на книги, відеоматеріали, оцінювати нада-

ну інформацію за допомогою різних рейтингів. Перевагою є те, що користувачі створюють та розширюють контент інтерактивного каталогу за допомогою коментарів, вподобань, рейтингів, оглядів тощо в інформаційному просторі.

Для дослідження було відібрано 24 зарубіжних та 22 вітчизняні бібліотеки, які ініціативні в інтерактивному медіасередовищі. У вибірку було включено найбільші зарубіжні (за фондами, охопленням користувачів, виконанням функцій сучасних інформаційних центрів, такі, як Бібліотека Конгресу, Бібліотека та архів Канади, національні бібліотеки Великобританії, Іспанії, Хорватії, Угорщини, Шотландії, Аргентини, Молдови, Польщі, Кенії, Нідерландів, Австралії тощо) та вітчизняні бібліотеки (ті, що мають статус бібліотек загальнодержавного значення, обласні універсальні наукові, вищих навчальних закладів). Зазначимо також, що не всі зарубіжні та вітчизняні бібліотеки надають «видимість» щодо представленості бібліотечного каталогу на сайті бібліотеки. І хоча це не є обов'язковим, його публікація на видному місці сайту, полегшувала б комунікацію з користувачем.

Щодо представленості документів у бібліотечних каталогах вітчизняних та зарубіжних бібліотек, то бази даних загалом поділяються за типами видань. Для пошуку документів у вітчизняних каталогах пропонується вибірка за автором, назвою документа, анотацією, мовою, видом, роком та ін.

Водночас в інтерактивних каталогах вибірку можна сформувати за всіма критеріями відразу, зокрема і за типами видань. Тому пошук у зарубіжних інтерактивних каталогах можна здійснити за більш широкою вибіркою, наприклад за ширшим форматом представлених документів (аудіокнигами, музикою, іграми, іншими вебсайтами), новинками бібліотеки, доступом (можливістю забрати документ додому або ж подивитися його в бібліотеці та отримати електронний доступ), змістом, аудиторією, жанром, мовою, рейтингом, тегами, рівнем читання (від початківця до 1200 і вищий рівень), можливістю придбати книгу та ін. Також можуть надаватися додаткові рекомендації за представленим запитом. Наприклад, пошукову систему в інтерактивному каталозі Бостонської публічної бібліотеки представлено на рис. 3.7.



Search the Catalog ▾ by Keyword ▾  X Q

Advanced Search

[About ▾](#) [Visit ▾](#) [Books & More ▾](#) [Services ▾](#) [Support the BPL](#) [Events](#)

## Keyword search: media

Save search

Broaden search

Search Metro Boston Library Network Catalog ▾

Filter your results by...

Sort by: Relevance ▾

1 to 10 of 32,892 results ◀ ▶

Available Now ▾

Format

Books ▾

- Book (5,794)
- Graphic Novel (3,042)
- eBook (2,171)
- Downloadable Graphic Novel (8)
- Board Book (7)



### How Could She

by Mechtling, Lauren

Book - 2019  
FICTION MECHLING, L.  
All copies in use [View details](#)  
Holds: 49 on 10 copies

For Later ▾

Place a Hold

While You Wait ▸

Board Book (7)

Large Print (6)

Audiobooks ▾

- Downloadable Audiobook (13,925)
- Audiobook CD (136)
- Streaming Audiobook (43)



### Green Book

★★★★★

DVD - 2019  
DVD GREEN BOOK  
[View cover art](#)

For Later ▾

Place a Hold

Movies & TV ▾

- Streaming Video (4,814)
- DVD (2,998)
- Blu-ray Disc (14)
- Video Cassette (2)
- Downloadable Video (1)

Blu-ray Disc - 2019  
BLU GRE  
All copies in use [View details](#)  
Holds: 0 on 1 copy

For Later ▾

Place a Hold

Music & Sound ▾

- Streaming Music (324)
- Printed Music (19)
- Music CD (15)



### Crank 2

High Voltage

★★★★☆

DVD - 2009  
DVD CRANK 2  
Available [View details](#)

For Later ▾

Place a Hold

Games & Software ▾

CD-ROM or DVD-ROM (1)

Magazines & Journals ▾

Magazine or journal (202)

Accessible Formats ▾

Large Print (6)

Other ▾

- Website or Online Data (282)
- Microform (253)
- Kit (17)
- Map (13)
- Photographs (4)
- Unknown (2)

New at the library... ▾

Titles I can... ▾

Content ▾

Audience ▾

Form/Genre ▾



★★★★☆

DVD - 2019 | Chinese  
DVD ASH (5 PUREST)  
All copies in use [View details](#)  
Holds: 13 on 2 copies

For Later ▾

Place a Hold



### Media

The Impact on Our Lives

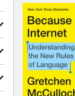
by Petley, Julian

Book - 2001  
PRM1013-247-2001  
All copies in use [View details](#)  
Holds: 0 on 1 copy

For Later ▾

Place a Hold

While You Wait ▸



### Because Internet

Understanding the New Rules of Language

by McCulloch, Gretchen

★★★★★

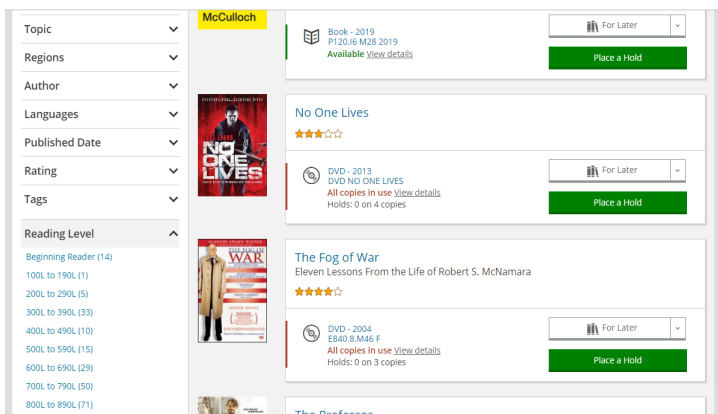


Рис. 3.7. Пошукова система в інтерактивному каталозі Бостонської публічної бібліотеки (США).

*Джерело:* [https://www.bpl.org/?\\_ga=2.202549009.1885230702.1567436000-1941-620998.1567436000](https://www.bpl.org/?_ga=2.202549009.1885230702.1567436000-1941-620998.1567436000)

Щодо централізованості/дисперсності, то аналіз передбачав виявлення пов'язаності сторінок. Доволі цікавим у цій вибірці виступає приклад Нью-Йоркської публічної бібліотеки (США) (<https://www.nypl.org/>): у пошуковій системі інтерактивного каталогу бібліотека надає можливість перейти та переглянути цю ж саму книгу в традиційному каталозі.

Не менш корисним є приклад Національної бібліотеки Ірландії (<http://www.nli.ie>), яка в каталозі пропонує переглянути схожі документи з бази даних ірландських досліджень бібліотеки.

Щодо самого опису документів в інтерактивних каталогах бібліотек, то на протигагу традиційним каталогам, у перших надається більш розгорнутий опис книг, а саме: можливість перевірити та замовити всі формати книги; ключові слова; анотація; ISBN; основні терміни; додаткова інформація (замітки автора, біографія автора, зміст, відгуки на книгу від професійної спільноти, анотації, перегляд книги в Google Preview) та ін.

Наприклад, представленість книги в інтерактивному каталозі Бостонської публічної бібліотеки (США) пропонується на рис. 3.8.

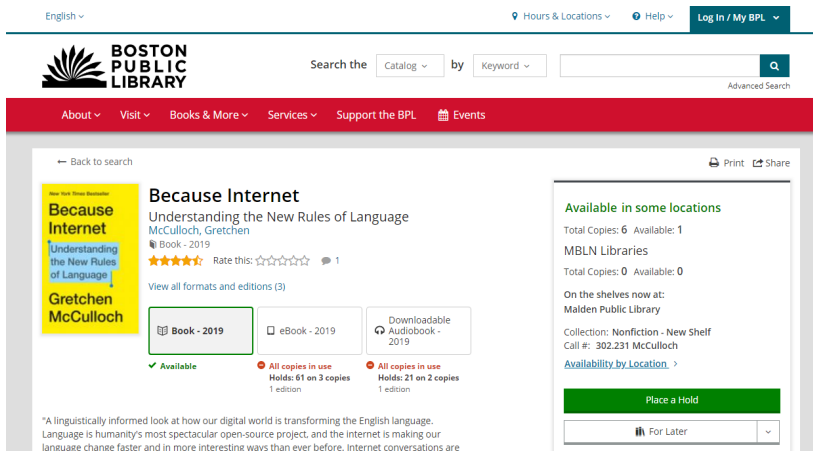


Рис. 3.8. Представленість книги в інтерактивному каталозі Бостонської публічної бібліотеки (США).

Джерело: <https://bpl.bibliocommons.com/item/show/7444249075>

Не можна залишити без уваги приклад Національної бібліотеки Австралії (<http://www.nla.gov.au>), яка в описі книг каталогу надає відеоматеріали про те, як замовити книгу в бібліотеці (<https://www.youtube.com/watch?v=plnMnaUhQjg>). Це неабияк допомагає користувачеві та покращує з ним комунікацію.

Щодо інтенсивності зворотного зв'язку з користувачами бібліотеки в інтерактивному каталозі, то вона може визначатися функцією участі користувачів, зокрема рекомендаціями, коментарями, цитатами, тегами, відеоматеріалами та ін. Так, Наукова бібліотека Національного університету «Києво-Могилянська академія» (<http://www.library.ukma.edu.ua/>), Національна бібліотека Фінляндії (<https://www.kansalliskirjasto.fi/en/>), Національна бібліотека Ірландії (<http://www.nli.ie>) пропонують у каталозі «переглянути схожі документи»; вподобання надають Національна бібліотека Нової

Зеландії (<http://natlib.govt.nz>) і Національна бібліотека та архів Квебека (Канада) (<http://www.banq.qc.ca/accueil/>); Національна бібліотека Нової Зеландії (<http://natlib.govt.nz>) представляє репости; Британська бібліотека (<https://www.bl.uk/>), Національна бібліотека Фінляндії (<https://www.kansalliskirjasto.fi/en/>), Національна бібліотека Молдови (<http://www.bnrm.md/>), Бостонська публічна бібліотека (США) (<https://www.bpl.org/>), Районна бібліотека Енн-Арбор (США) (<https://aadl.org/>), Публічна бібліотека в Оквіллі (Канада) (<https://www.opl.on.ca/>) пропонують «зірковий» рейтинг (оцінки від одного до п'яти).

У процесі аналізу виявлено, що загалом зарубіжні бібліотеки надають рекомендаційні поради щодо вибору книг. Варто зауважити, що такі рекомендації може надавати безпосередньо бібліотека за двома напрямками: по-перше, на сайті, використовуючи при цьому свої технологічні та кадрові рішення або ж застосовуючи технологію посилань на рекомендаційні сервіси; по-друге, бібліотека використовує технологію інтегрованих рекомендаційних сервісів, надаючи рекомендації від користувачів.

Привертає увагу рубрика «Рекомендації» в каталозі на сайті Нью-Йоркської публічної бібліотеки (США) (<https://www.nysl.org/>), у якій експерти представляють різноманітні списки книг: від новинок видань до сортування книг за аудиторією, тематикою та жанром. Крім того, надається можливість вибрати період та фільтрувати книги за тегами. Бібліотека також пропонує переглянути рубрику «Популярний вибір» книг, де зазначається, що якщо користувачам цікава певна тематика книги, то можуть зацікавити ще й інші видання.

Також зарубіжні бібліотеки радять користувачам персоналізовані пропозиції, зокрема рекомендують створити рекомендаційний список книг на основі надання відповідей на запитання. У такому випадку необхідно надати ім'я, номер бібліотечної карти, email; відповісти на запитання щодо інтересів, формату книги; назвати книги, які подобаються і не подобаються та чому, вказати улюблені фільми, телепередачі і/або подкасти, також є можливість надати ще інформацію про вподобання в читанні. Наприклад,

Публічна бібліотека Принстона (США) пропонує персоналізовані пропозиції, які представлено на рис. 3.9.

**Reading Services**

Book Groups  
Personalized Suggestions  
Library by Mail  
Interlibrary Loans  
Suggest a Purchase  
Adult Summer Reading  
Youth Summer Reading

**Connect**

Phone, Email, Chat, Location, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube

**Donate**

**Read the blog**

September top 5 under 5  
September 1, 2019  
Old school/new school  
August 28, 2019  
A universe of sci-fi films  
August 19, 2019  
Community partner spotlight:  
McCarter Theatre Center  
August 16, 2019  
Listen local  
August 8, 2019  
Educated against all odds  
August 1, 2019  
The library book drop: always  
here for you  
July 18, 2019  
Community partner spotlight:  
Professional Services Group  
July 12, 2019  
PPL's Scientist in Residence:  
Robert Vanderbei  
July 6, 2019

## Book It: Personalized Suggestions

Whether you are looking for your next favorite book or a holiday gift suggestion, let us help. We will use our magic (and our book-loving readers' advisors) to create a personalized list of titles based on your answers to the questions below. The more information you provide, the better our suggestions will be. If you are interested in gift ideas, tell us anything you know about the recipient's interests, along with their gender and age.

Name \*

First Last

Library card number \*

Email \*

Interests \*

Fiction  Non-Fiction

Format \*

Book  Large print  Audiobooks on CD  
 Ebook  Downloadable audiobook

Name a few books you've loved (or liked, a lot) and why \*

Name a few books you've hated (or disliked) and why \*

Name a few of your favorite movies, TV shows, and/or podcasts \*

Рис. 3.9. Персоналізовані пропозиції Публічної бібліотеки Принстона (США).  
*Джерело:* <https://princetonlibrary.org/>

Крім рекомендаційних списків, бібліотеки можуть використовувати технологію посилань на рекомендаційні сервіси на своєму офіційному сайті. Цікавим прикладом залучення користувачів на каталог сайту бібліотеки може бути представлення інформації щодо автономних рекомендаційних сервісів саме в каталозі. Наприклад, Нью-Йоркська публічна бібліотека (США) у своєму

каталогі на офіційному сайті, представляючи книгу, надає гіперпосилання на рекомендаційний сервіс Goodreads та публікує 88 відгуків та рейтинг читачів – 4 (рис. 3.10).

The screenshot shows the New York Public Library website interface. At the top left is the library's logo. Navigation links include 'LOG IN', 'LOCATIONS', 'GET A LIBRARY CARD', 'GET EMAIL UPDATES', 'DONATE', and 'SHOP'. A secondary navigation bar lists 'Books/Music/Movies', 'Research', 'Education', 'Events', 'Connect', 'Give', 'Get Help', and 'Search'. A search bar contains the text 'all the real indians died off'. Below the search bar, there are links for 'Back to results' and 'Advanced Search'. The main content area displays a book cover for 'All the real Indians died off' by Dunbar-Ortiz, Roxanne, 1939- author. It indicates it is an E-BOOK from Beacon Press, 2016, and is currently unavailable (0 of 6 copies available; 31 on hold). To the right of the book title is a 'PLACE HOLD WITH OVERDUE' button and 'Additional actions' (share, email, print). A 'Browse Results' section shows a 'Previous result' with a small book cover. Below the book information is a 'Reader Reviews and Ratings' section, which states that Goodreads is the largest social network for readers and provides a 'Reader Rating' of 4.5 stars based on 88 reviews. At the bottom of this section, it mentions 'Catalog enrichment powered by NoveList, with additional content provided by our partners: Goodreads.'

Рис. 3.10. Представленість інтерактивного каталогу Нью-Йоркської публічної бібліотеки (США).  
Джерело: <https://www.nypl.org/>

Також Нью-Йоркська публічна бібліотека (США) на сайті використовує сервіс NoveList Recommendations. За його допомогою вона пропонує рекомендації за назвою та автором книги, які ще й можна оцінити – подобаються чи не подобаються. При цьому фахівці бібліотеки описують, чому назва книги залучає читачів, представляючи контекстний опис, а саме: сюжет, тональність, темп та стиль написання, надаючи повний опис термінам та пропонуючи переглянути книги зі схожими вподобаннями на сервісі NoveList. Крім того, бібліотека ще надає рекомендації на



книги і статті та рекомендаційні списки сервісу, виступаючи при цьому інтелектуальним утримувачем ресурсів та залучаючи користувачів у каталог бібліотеки (рис. 3.11).

Novelist Recommendations

---

You Might Also Like These...

▼ Titles

Myths, lies, and downright stupidity

Myths, lies, and downright stupidity

Myths, lies, and downright stupidity  
by Stow, John  
(4) Why this match?

▼ Authors

Ehrenreich, Barbara  
(4) Why this match?

Hoxie, Frederick E., 1947-  
(4) Why this match?

Jacobs, Margaret D., 1963-  
(4) Why this match?

(more)

Why This Title Appeals to Readers

Appeal terms describe the "feel" of the book. Click to find more titles with these appeal terms.

**Tone** Thought-provoking

**Writing Style** Persuasive

Fabolaevan  
by Mull, Brandon  
(4) Why this match?

Midnight for Charlie Bone  
by Nimmo, Jenny  
(4) Why this match?

The magic thief  
by Pinkas, Sarah  
(4) Why this match?

Alata witch  
by Clowfor, Nined  
(4) Why this match?

The lightning thief  
by Roodin, Rick  
(4) Why this match?

The alchemist  
by Scott, Michael  
(4) Why this match?

(more)

▼ Authors

Sage, Angie  
(4) Why this match?

Funke, Cornelia, 1958-  
(4) Why this match?

Jinks, Catherine  
(4) Why this match?

(more)

Why This Title Appeals to Readers

Appeal terms describe the "feel" of the book. Click to find more titles with these appeal terms.

**Storyline** Plot-driven, World-building

**Pace** Fast-paced

**Tone** Suspenseful

**Writing Style** Compelling

Recommended Lists & Articles from Novelist

- ▶ Award Winners
- ▶ Book Discussion Guides
- ▶ Grab and Go Book Lists
- ▶ Recommended Reads

Рис. 3.11. Використання технології посилань на рекомендаційні сервіси на сайті Нью-Йоркської публічної бібліотеки (США).  
Джерело: <https://www.nypl.org/>

Водночас Публічна бібліотека в Оквіллі (Канада) (<https://www.orl.on.ca/>) використовує технологію інтегрованих рекомендаційних сервісів на сайті, представляючи користувачські рекомендаційні списки (рис. 3.12).


- › VaughanPL: TIFF People's Choice Award
- › What We're Reading- San Rafael Public Library
- › Very Popular Adult Movies (2019)
- › A Star Is Born
- › BostonPL Top Ten DVDs for July 2019

Show more ▾

#### LISTS THAT INCLUDE THIS TITLE

- › DVDs - Now Available for Request / Maintenant disponible pour les demandes
- › @janmarrow1225 of The Hamilton Public Library's Teen Review Board
- › DVD new releases - previous list
- › Films that won at the 91st Academy Awards (2018) (DVD)
- › Winners of the Academy Award for Best Picture (DVD, Chronological)

Show more ▾


GENERAL RECOMMENDATIONS By:  SanRafaelStaff Adult  
MARINet

## What We're Reading- San Rafael Public Library

Staff-created list

Ever wanted to know what the staff at your local library were reading, listening to, or watching, but were too shy to ask? Now you can find out! We'll be periodically changing these titles, so keep coming back.


1-25 of 86 ITEMS < >




**Station Eleven**

A Novel

by Mandel, Emily St. John

 Audiobook CD - 2014



Wonderfully read.

Рис. 3.12. Користувацькі рекомендаційні списки  
Публічної бібліотеки в Оквіллі (Канада).

*Джерело:* <https://www.opl.on.ca/>

Крім того, зарубіжні бібліотеки надають можливість співробітникам бібліотеки в інтерактивних каталогах залишати оцінку книгам, фільмам та ін. Також користувачі можуть залишати

коментарі, визначати вікову категорію, додавати цитати, надавати резюме, залишати замітки, надавати відеоматеріали, додавати теги та подібні назви до книг.

Наприклад, в інтерактивному каталозі Бостонської публічної бібліотеки (США) представлено опис фільму «Зелена книга» (Green Book) (рис. 3.13). Ця публікація отримала від співробітників бібліотеки чотири оцінки та один коментар, зокрема фільм віднесли до рекомендаційних списків кращих фільмів за квітень–липень 2019 р. та в список переможців премії «Оскар» у 2019 р. Коментар до публікації можна охарактеризувати так: текстовий; монологовий; тональність – позитивна. Співробітник бібліотеки в коментарі позитивно відгукується про фільм, наголошуючи на тому, що це найкращий оригінальний сценарій та відмінна роль актора М. Аллі [282].

The screenshot shows the Boston Public Library website interface. At the top, there are navigation links for 'English', 'Hours & Locations', 'Help', and 'Log In / My BPL'. The main header features the Boston Public Library logo and a search bar with 'Search the Catalog by Keyword'. Below the header is a red navigation bar with links for 'About', 'Visit', 'Books & More', 'Services', 'Support the BPL', and 'Events'. The main content area displays the details for the DVD 'Green Book'. It includes a cover image, the title 'Green Book', the format 'DVD - 2019', and a star rating of 4.0. There are two 'Available' buttons, one for 'DVD - 2019' and one for 'Blu-ray Disc - 2019'. A description of the film is provided, along with a 'Place a Hold' button and 'Electronic Resources' section.

Рис. 3.13. Представлення інтенсивності зворотного зв'язку з користувачами на прикладі фільму «Зелена книга» Бостонської публічної бібліотеки (США).

Джерело: [https://www.bpl.org/?\\_ga=2.202549009.1885230702.1567436000-1941-620998.1567436000](https://www.bpl.org/?_ga=2.202549009.1885230702.1567436000-1941-620998.1567436000)

Оцінка спільноти щодо фільму визначається 77 коментарями, трьома коментарями щодо вікової категорії та двома цитатами.

Загалом надана оцінка фільму за рейтингом – 4,5. Коментарі до публікації характеризуються зв’язаністю, які утворюють тематичний дискурс, тональність – позитивна. Користувачі дуже позитивно відгукуються про фільм, акторів та дуже вдячні бібліотеці за те, що вони змогли переглянути фільм за допомогою бібліотечної карти [282].

Щодо вікової категорії до запропонованого фільму користувачі залишили три коментарі: на їхню думку ця картина підходить для глядачів від 12–13 років.

Водночас Нью-Йоркська публічна бібліотека (США) надає відгуки та рейтинги від читачів, використовуючи читацьку соціальну мережу Goodreads. Наприклад, у каталозі цієї бібліотеки рейтинг книги «Гаррі Поттер і філософський камінь» склав 4,5 бали згідно з обробкою 96 551 відгуків (рис. 3.14). Загалом залишені про книгу відгуки позитивні, в них наголошується, що вона чарівна та дуже цікава. [286]. Корисним є те, що бібліотека технологічно надає частину відгуків на сайті з подальшим переходом на інші відгуки соціальної мережі Goodreads, які представлено на рис. 3.15–3.16.

The screenshot shows the Boston Public Library website interface. At the top, there is a navigation bar with 'English', 'Hours & Locations', 'Help', and 'Log In / My BPL'. Below this is a search bar with the text 'Search the Catalog by Keyword'. The main content area features a red navigation bar with 'About', 'Visit', 'Books & More', 'Services', 'Support the BPL', and 'Events'. The central focus is the item page for 'Green Book', a DVD from 2019. It displays a 4.5-star rating, a 'Rate this' section, and a 'View all formats and editions (2)' link. Two format options are shown: 'DVD - 2019' (marked as available) and 'Blu-ray Disc - 2019' (marked as available). A summary box on the right indicates 'Total Copies: 41 Available: 28' and 'MBLN Libraries Total Copies: 0 Available: 0'. Below this, it shows 'On the shelves now at: BPL - Central' and 'Collection: DVD, Call #: DVD GREEN BOOK'. A green 'Place a Hold' button is visible. At the bottom, there is a section for 'Electronic Resources' with a link to 'View cover art'.

Рис. 3.14. Представлення інтенсивності зворотного зв’язку з користувачами на прикладі книги «Гаррі Поттер і філософський камінь» Нью-Йоркської публічної бібліотеки (США). Джерело: <https://www.nypl.org/>

Write a review

(you'll need to sign in to your Goodreads account or sign up)

Showing 1

By Miranda ★★★★★ August 23, 2019



Can you hear me screaming?

As expected, the illustrations brought this book to a **whole new level**. I legitimately want to buy another copy, solely to take it apart and **frame it**.

Each page is just bursting with new life. Honestly, how could you *not* love such beautiful images?

I think at this po... ..more

By Lora ★★★★★ August 20, 2015

I'm going to keep this brief since there isn't much to say that hasn't already been said. "clears throat"

I think the reason I waited so long to read this series is because I just couldn't imagine myself enjoying reading about an eleven-year-old boy and his adventures at a

### Рис. 3.15. Представленість відгуків на сайті Нью-Йоркської публічної бібліотеки (США).

*Джерело:* <https://www.nypl.org/>

Дуже цікавим рекомендаційним інструментарієм, який використовують зарубіжні бібліотеки у своїх інтерактивних каталогах, можна назвати рівень читання, який дозволяє знайти списки книг за допомогою інших рекомендаційних сервісів за таким же рівнем читання, як у представлених. Рівень читання вираховується за допомогою освітнього інструмента Lexile, який дозволяє визначити рівень читання в балах, що відображає градацію від «простого» до більш складнішого читання книг. Наприклад, Нью-Йоркська публічна бібліотека (США) (<https://www.nypl.org/>), використовуючи рекомендаційний сервіс NoveList, пропонує пошук книг за представленим рівнем читання. Так, у книги «Гаррі Поттер і філософський камінь» рівень читання за Lexile складає 880 балів. Рекомендаційна система відразу ж пропонує знайти книги за цим показником у діапазоні від 730 до 880 балів, а саме: «Гаррі Поттер і келих вогню» (рівень читання 880 балів), «Код да Вінчі» (рівень читання 800 балів) та ін.

Discover new books on Goodreads  
Meet your next favorite book [Join Goodreads](#)

### Miranda Reads's Reviews > Harry Potter and the Philosopher's Stone



Want to Read  
Rate this book  
☆☆☆☆☆

**Harry Potter and the Philosopher's Stone (Harry Potter, #1)**  
by J.K. Rowling; Jim Kay (illustrator) Dec 15, 2017  
Miranda Reads's review  
★★★★★  
bookshelves: absolute-favorites, che-103-suggested-reads-fall-2018  
Read 3 times. Last read September 25, 2018 to October 8, 2018.



*Can you hear me screaming?*

As expected, the illustrations brought this book to a whole new level. I legitimately want to buy another copy, solely to see it sweet and from it.

Ad closed by Google  
[Stop seeing this ad](#)  
[Why this ad?](#)

[Like](#) Sign Up to see what your friends like.  
[Share on Facebook](#)

ook. Just look at these images - they're magnificent:



Hogwarts, Hogwarts. Hoggy Hoggy warty warts.



Рис. 3.16. Представленість відгуку користувача Miranda в читацькій соціальній мережі Goodreads.

Джерело: <https://www.nypl.org/>

Також бібліотеки, використовуючи рекомендаційні сервіси, можуть запропонувати користувачеві створити сторінку на сайті бібліотеки, на якій він може розробити полиці для групування книг, полиці «завершено», «в процесі», «на потім» для управління та упорядкування процесу читання; надавати рекомендаційні списки; підписуватися на спільноти. Крім того, користувач може надати та представити опис профілю сторінки, спеціалізацію, сферу інтересів. На сторінці також відображається недавня активність читача, кількість підписок та підписників. Також можна переглянути новинну стрічку користувача за створеними списками; списками, які сподобались; наданим коментарем; коментарем, який сподобався; додаванням на полицю книги тощо; переміщенні на полицю книги та ін.; оцінкою книги тощо.

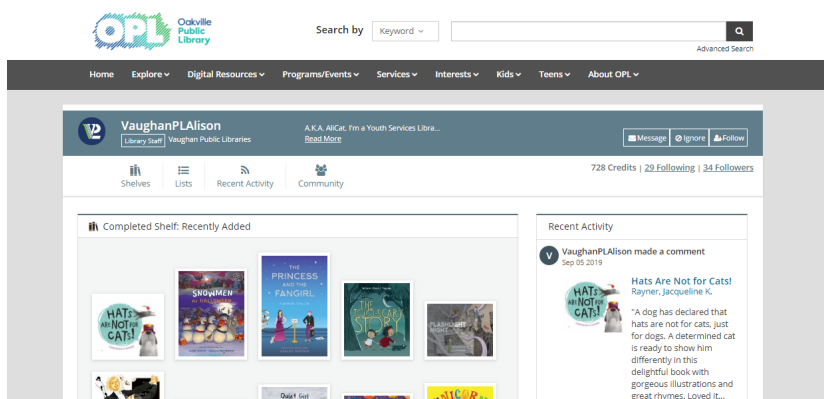


Рис. 3.17. Сторінка користувача на сайті Публічної бібліотеки в Оквіллі (Канада). Джерело: <https://www.opl.on.ca/>

Іншим напрямом використання рекомендаційних сервісів бібліотеками можна назвати участь бібліотеки в загальнокористувацьких рекомендаційних сервісах. Варто зазначити, що такі проекти надають необмежений доступ користувачам до редагування.

Найбільш поширеними серед таких проєктів, базованих на рекомендаційних сервісах, є книжкові соціальні мережі, орієнтовані на комунікацію читачів щодо книг і читання, рейтинги книг на основні вподобань користувачів. До таких проєктів можна зарахувати Goodreads (<https://www.goodreads.com/>), LiveLib (<https://www.livelib.ru/>), Букмікс (<http://bookmix.ru/>), WattPad (<https://www.wattpad.com/>), Rubuki (<http://rubuki.com/>), Readrate (<https://readrate.com/rus>), Riffle Books (<https://www.rifflebooks.com/>), Librarything (<https://pl.librarything.com/>), Книгаза (<https://knigaza.com/>) та ін.

У цих книжкових соціальних мережах бібліотеки можуть працювати задля популяризації бібліотечних фондів, залучення нових читачів та налагодження й розширення ефективної комунікації з користувачами.

Щодо представленості бібліотек у книгосоціальних мережах, то можна зауважити, що вони створюють представництво, надаючи опис про бібліотеку, історію бібліотеки та інші відомості.

Наприклад, у книгосоціальній мережі LiveLib представлено вітчизняні бібліотеки, зокрема: Центральна міська бібліотека ім. В. Г. Короленка, Вінницька обласна універсальна наукова бібліотека імені А. К. Тімірязєва, Державна бібліотека України для юнацтва, Національна бібліотека України для дітей, Харківська державна наукова бібліотека ім. В. Г. Короленка, Харківська спеціалізована музично-театральна бібліотека ім. К. С. Станіславського.

Приміром, у книгосоціальній мережі LiveLib представлена Національна бібліотека України для дітей (<https://www.livelib.ru/group/281-natsionalnaya-biblioteka-ukrainy-dlya-detej>), яка надає інформацію щодо бібліотеки, її історії, цікаві факти, наводить контактні дані та гіперпосилання на офіційний сайт. Також назва сторінки відповідає офіційній назві бібліотеки, але, на жаль, відсутній аватар представництва.

У соціальній мережі Goodreads Бібліотека округу Гарланд (США) представляє сторінку для читачів, аби вони могли переглядати та оцінювати матеріали колекцій (рис. 3.18). В описі профілю



сторінки бібліотека зауважує, що тут читачі можуть розповідати про свої інтереси, розвивати їх, виявити схожі вподобання та знайти однодумців. Також бібліотека повідомляє, що оскільки система рейтингів Goodreads найперше стосується літератури, то читачі можуть використовувати дискусійну дошку, щоб переглянути будь-що в колекції.

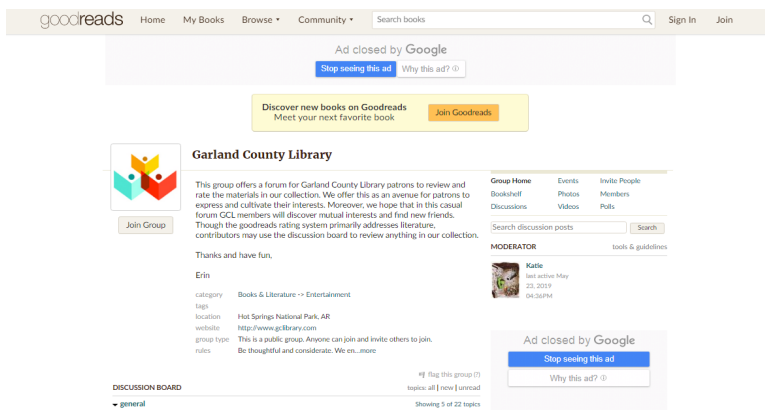


Рис. 3.18. Представленість Бібліотеки округу Гарланд (США) у соціальній мережі Goodreads.

*Джерело:* <https://www.goodreads.com/group/show/31402-garland-county-library>

На дошці обговорень Бібліотека округу Гарланд (США) представила 22 теми дискусій, серед яких: «Персональний книжковий клуб», «Які книги Вас зацікавили, що недавно вийшли або скоро вийдуть?», «Улюблені читання 2014 року», «Програма зимового читання» та ін. Наприклад, у дискусії «Персональний книжковий клуб» користувачі обговорюють чи є в місті або бібліотеці персональні книжкові клуби та чи можна вступити в один із клубів залежно від типу книг, охоплених у групі [278].

Щодо книжкових полиць цієї бібліотеки варто зауважити, що полиця під назвою «читати» рекомендує 19 книг. Їх можна вибрати за назвою, автором, полицею, рейтингом, датою, зокрема

це «Куточок відпочинку» (В. Стегнер, 1971 р.), «Я, Ерл і та, що помирає» (Д. Ендрюс, 2016 р.) та ін. Також у книжковій спільноті зазначено, що тільки учасники групи можуть додавати книги до полиць.

Щодо централізованості/дисперсності, то бібліотеки надають гіперпосилання у рекомендаційних проєктах на каталоги для зв'язаності сторінок.

Дуже важливою функцією книжкових мереж є можливість переглянути наявну книгу в каталогах інших бібліотек світу. Причому, шукаючи книгу «Гаррі Поттер і Смертельні реліквії» в інших каталогах, було з'ясовано, що книга представлена з гіперпосиланнями на неї в каталогах Публічної бібліотеки Роджерсвіля (США), Публічної бібліотеки Демополісу (США), Публічної бібліотеки Боуї (США), Публічної бібліотеки Хантсвіля (США) та ін. Представлення книги в каталозі Публічної бібліотеки Демополісу (США) показано на рис. 3.19.

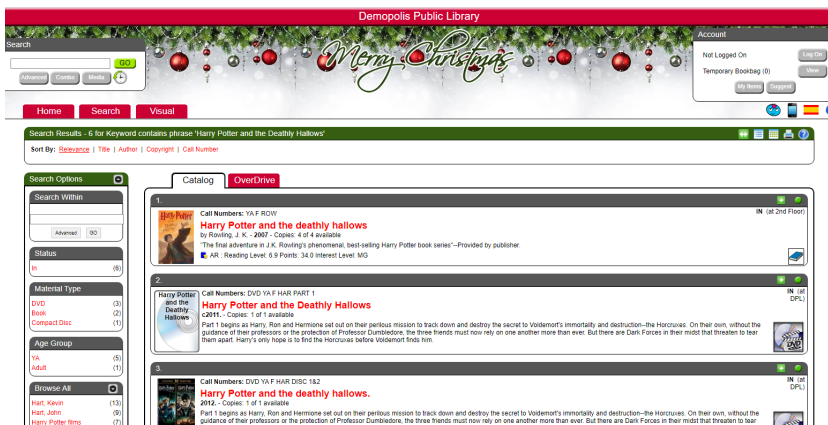


Рис. 3.19. Представлення книги «Гаррі Поттер і Смертельні реліквії» в каталозі Публічної бібліотеки Демополісу (США). Джерело: <https://demopolisal.booksys.net/opac/dpl/index.html#search:ExpertSearch?ST0=Z&SortDescend=0&SF0=Harry%20Potter%20and%20the%20Deathly%20Hallows&timestamp=1607535630544>

Щодо змістовності, то дуже цікавою за функціональними можливостями для бібліотеки є книгосоціальна мережа Goodreads, яка надає користувачеві можливість детально та інтерактивно представляти книги, анотації, огляди та оцінювати і рецензувати їх. Наприклад, книга «Гаррі Поттер і Смертельні реліквії» в мережі Goodreads отримала оцінку від користувачів 4,62 бала по 5-бальній шкалі та 59 407 відгуків (рис. 3.20) [285]. Читачі залишили 133 запитання, найбільше їх цікавить коли ж знову вийде книга про Гаррі. Також на сторінці надаються рекомендаційні списки з цією книгою, а саме, книга належить до списків: «Кращі книги десятиліття: 2000-ті роки», «Книги, які кожен повинен прочитати хоча б один раз», «Кращі фантастичні книги XXI століття» та ін. Крім того, на сторінці подано рекомендаційний список перегляду схожих книг, представлено дев'ять відеоматеріалів щодо книги, подано жанри книги з переходом на списки книг за цим жанром, надається інформація про автора книги, інші серії книги, книги автора, пропонуються вікторини щодо книги, цитати із книги та відгуки користувачів.



Рис. 3.20. Представленість книги «Гаррі Поттер і Смертельні реліквії» в мережі Goodreads. Джерело: [https://www.goodreads.com/book/show/136251.Harry\\_Potter\\_and\\_the\\_Deathly\\_Hallows?from\\_search=true&qid=9fwuRF3irE&rank=7](https://www.goodreads.com/book/show/136251.Harry_Potter_and_the_Deathly_Hallows?from_search=true&qid=9fwuRF3irE&rank=7)

Важливим аспектом використання книгосоціальних мереж є можливість для користувачів встановлювати щорічне завдання з читання, яке передбачає кількість книг для читання в кожному році.

Привертає увагу проведення конкурсів та книжкових заходів у книжкових мережах. Наприклад, серед конкурсів та заходів у книгосоціальній мережі «Букмікс» представлено «Книжковий марафон 2020», «Роздача “Генетичного детектива” від лауреата Нобелівської премії з хімії», «“Вбивства в десятикутному будинку”»: розігруємо таємничий японський детектив-хонкаку!», «Конкурс заміток» та ін. Щодо «Книжкового марафону 2020» у мережі «Букмікс», то читачам необхідно обрати дистанцію – прочитавши певну кількість книг: лайт – 10, медіум – 21, хард – 42, суперхард – 50, залишити заявку на участь, надати відгуки та рецензії, відвітувати про прочитані книги та отримати нагороду. Згідно зі статистикою, яку оприлюднено на сайті «Букмікс», у межах марафону було прочитано 971 книгу, написано 765 відгуків і 206 рецензій. Також було визначено авторів місяця та популярні книги місяця [159].

Привабливою є рубрика на сайті Librarything, що представляє статистичні дані сайту, у якій розглянуто рейтинги книг (25 книг з найвищим рейтингом, 25 книг з найнижчим рейтингом, 25 книг з найбільшою кількістю рецензій тощо); популярність книг за місяцями, кварталами, роками; рецензії; рейтинги авторів (50 найпопулярніших авторів, 50 найменш популярних авторів тощо); рекомендації та ін.

Доволі оригінальною для користувачів є рубрика «Вікторини» на сайті мережі Rubuki, у якій необхідно дати відповіді на запитання, що пов'язані безпосередньо з книгами. Наприклад, серед вікторин є такі: «Велика літня подорож», «Гаррі Поттер. Повна колекція», «Євгеній Онегін» та ін.

Щодо інтенсивності зворотного зв'язку, то бібліотеки можуть створювати простір для спілкування однодумців, надавати рекомендації, цитати та ін.

Викликає інтерес рубрика «Нагороди за вибір» у книгосоціальній мережі Goodreads. Тут представлено переможців премій

Goodreads, яких визначили саме читачі. Наприклад, переможцем 10-ї щорічної премії Goodreads Choice Awards серед історичної белетристики стала книга «З життям наодинці» (Х. Крістін, 2018 р.), яка набрала 61 702 голоси від користувачів.

Не менш цікавою є рубрика «Запитайте автора» на сайті Goodreads, у якій користувачі можуть звернутися до будь-якого автора. У цій рубриці наведено список авторів, які відповідають на запитання читачів протягом тижня. Якщо відвідати сторінку кожного письменника, то можна ознайомитися з оцінками, відгуками читачів; прочитати біографічну довідку про автора; відповіді на запитання; дізнатися про книги автора; книги, що читає автор; книги, які автор хоче прочитати; оцінки книг, з якими письменник ознайомився; цитати автора та цитати інших літераторів, які подобаються автору; теми, у яких згадуються автори; групи авторів; коментарі друзів автора.

The screenshot shows the Goodreads author profile for Alexia Gordon. At the top, there is a navigation bar with the Goodreads logo, home, my books, browse, community, and search options. A yellow banner for 'Romance Week' is visible. Below the navigation bar, there is a section for 'Discover new books on Goodreads' with a 'Join Goodreads' button. The author's profile includes a photo of Alexia Gordon, her name, and a 'Goodreads Author' badge. Her bio states she was born in the United States, has a website at alexiagordon.net, and is a member since June 2011. Her bio also mentions her medical career and her transition to writing fiction. There is a section for 'Ad closed by Google' with a 'Stop seeing this ad' button. The profile also features a 'ASK THE AUTHOR' link and a 'Learn more' link.

Рис. 3.21. Книжкове представництво автора в Goodreads.

Джерело: [https://www.goodreads.com/author/show/15274355.Alexia\\_Gordon?from\\_search=true&from\\_srp=true](https://www.goodreads.com/author/show/15274355.Alexia_Gordon?from_search=true&from_srp=true)

Привертає увагу рубрика в мережі Readrate «Зараз на сайті». Вона дає змогу ознайомитися з активністю читачів, зокрема користувачів, які читають, хочуть прочитати, прочитали, оцінюють (вподобаннями та зірковими рейтингами від 1 до 5 балів), обговорюють, цитують [318].

Дуже цікавим є те, що в книжкових мережах є також рубрика «Блоги», у якій можна подивитись інтерв'ю з письменниками, ознайомитися з книжковими новинками, книжковими оглядами тощо. Наприклад, у мережі «Букмікс» можна систематизувати для перегляду блоги за кількістю підписників, алфавітом, останнім записом. Водночас безпосередньо записи блогу можна структурувати за датою публікації, кількістю коментарів, популярністю.

Описані книжкові соціальні мережі з точки зору бібліотечної діяльності є додатковим інтерактивним майданчиком популяризації бібліотечних фондів, дослідження читацьких практик та запитів, залучення нових користувачів до бібліотеки та налагодження і розширення ефективної комунікації з ними. Серед ефективних форм роботи бібліотек із використанням потенціалу рекомендаційних сервісів варто виділити: створення представництва бібліотеки задля поширення інформації про бібліотеку та продукти і послуги; представлення фондів бібліотеки з використанням інструментів сервісів; створення бібліотекою блогів для обговорення важливих проблем; надання експертної оцінки бібліотекою у вигляді рецензій, цитувань та створення рейтингових списків; участь бібліотеки в різноманітних заходах.

Треба зазначити, що книгосоціальні мережі – це одні з найдинамічніших мереж, які надають і зосереджують у собі величезні можливості для бібліотек, зокрема, використання бібліотечного представництва книжкових соціальних мереж як окремого каналу комунікації в діяльності бібліотеки; бібліотечне представництво може виступати як експертне середовище, надаючи відгуки та рецензії на доробок користувачів. Важливим є й те, що в книгосоціальних мережах з надвисокою динамічністю переважає комунікаційна складова, тож вони можуть виступати осередками, де можна знайти однодумців та спілкуватися з ними.

Перевагами застосування книжкових соціальних мереж у бібліотечній діяльності можна назвати: доступність, мультиформатність, динамічність та надвисока інтерактивність (оціночний зміст).

Як перспективні напрями використання рекомендаційних сервісів у бібліотечній діяльності варто виділити: інтеграцію рекомендаційних сервісів і порталу в інтерактивний каталог; посилення комунікаційної функції, що зумовлює інтенсивну взаємодію з користувачами й перехід від функції збору та організації колекцій до інтерактивної взаємодії; трансформацію статичних каталогів бібліотек в інтерактивні бази даних на основі простої та зручної пошукової системи каталогу; представлення каталогу мультимедійно – за допомогою використання різних платформ, зокрема і через мобільну версію, де користувачі зможуть додавати теги, рецензування та ін.

## РОЗДІЛ 4

### СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БІБЛІОТЕКИ В ІНТЕРАКТИВНОМУ МЕДІАСЕРЕДОВИЩІ

#### 4.1. Інструментарій і контент соціальних медіабібліотек для суспільного використання

Участь бібліотек у соціальних мережах текстового, візуального, відео- та аудіоконтенту, взаємодії із 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. Актуальним є питання, як саме бібліотеки використовують інструменти й контент соціальних медіа для реалізації своїх завдань. На вирішення поставлених завдань спрямовано 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 абсолютну більшість вітчизняних і зарубіжних бібліотек представлено в соціальній мережі Facebook [46, 197], то можна стверджувати, що інтерактивний простір саме цієї мережі є найпопулярнішим та може бути включений до переліку найоптимальніших засобів для інтерактивної комунікації бібліотеки й користувача у вітчизняних реаліях. 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 медіасередовища [172] призводить до конвергентних процесів, що проявляються в злитті засобів традиційних масової інформації та комунікації (Інтернет і засоби мобільної телефонії) у єдиний інформаційний ресурс – від переведення змісту в цифрову форму до асиміляції в мережі різних рис телебачен-



ня, друкованих видань, радіо та кінематографу. Має місце також взаємопроникнення технологій впливу: маніпулятивних, журналістських, публіцистичних, психологічних, рекламних, піару. І це зближення різних медіапрактик створює новий дискурсивний простір із своїми особливостями [208].

Соціальні медіа можуть виступати одним з додаткових інструментів реалізації функцій бібліотек, що в бібліотекознавчих дослідженнях досить ґрунтовно описані різними авторами. Треба зауважити, що функції бібліотеки визначаються різними науковцями по-різному. Як відомо, більшість учених серед багатьох функцій бібліотеки виділяють сутнісні – меморіальну, кумулятивну, комунікативну, інформаційну та похідні – культурно-освітню, соціалізуючу, ідейно-виховну [45]. Однією з базових або сутнісних функцій бібліотеки як соціокультурного інституту, на думку вітчизняних бібліотекознавців, є меморіальна (функція пам'яті). Вона полягає у збереженні документованих знань та інформації і обумовлює функціонування бібліотек як важливих інформаційних центрів суспільства, що забезпечують доступ людей до інформаційних та знанневих ресурсів.

Комунікаційна функція забезпечує доступ до документів та оперативне їх отримання користувачами [112]. Водночас з точки зору дослідження впровадження інформаційно-комунікаційних технологій, що є предметом дослідження, представленого в цій праці, важливим видається уточнення Т. Ю. Гранчак про те, що, використовуючи нові електронні технології, бібліотека забезпечує не лише комунікацію між користувачем та потрібним йому документом, а й між користувачем і потрібною йому інформацією [45].

Для забезпечення комунікації між користувачами й необхідними їм документами ці документи необхідно для початку зібрати, що є змістом кумулятивної функції [112]. Розширення кумулятивної функції може відбуватися через розширення роботи бібліотек із соціальними медіа: бібліотеки виступають як інститут, що акумулює, зберігає та надає доступ до інформації, продукованої, зокрема, і в інтерактивному просторі [132].

Наступна функція – інформаційна – надання сучасних інформаційних послуг, результатом яких є «новий інтелектуальний про-

дукт, підготовлений співробітником бібліотеки» [231], і задоволення запитів користувачів на різні види інформації.

Щодо соціалізуючої функції, то, здійснюючи її, сучасна бібліотека підкреслює принцип рівності всіх користувачів. Сьогодні робота бібліотек у напрямі підвищення рівня суспільно-політичних знань та політико-правової культури суспільства стає складовою їхніх освітньої та культурної функцій. Ідейно-виховна функція полягає в реалізації певних ідеологем шляхом формування стійких світоглядних цінностей [45].

У контексті дослідження діяльності бібліотек у соціальних медіа скористаймося систематизацією функцій соціальних мереж, представленою, наприклад, в останніх дослідженнях наукового колективу НБУВ [158]. Комунікативна функція відображає специфіку інформаційних обмінів у формі спілкування, з відповідною стилістикою використовуваного інформаційного ресурсу, з урахуванням напрямів комунікативної мотивації – спілкування зі знайомими й розширення кола спілкування за мотивацією. Певною мірою функцію самопрезентації (самовираження) можна ув'язати з відомою «пірамідою Маслоу», згідно з якою саме самовираження є вищою потребою людини, випереджаючи навіть визнання й спілкування. При цьому кожен користувач отримує можливість не тільки спілкуватися і творити, а й ділитися плодами своєї творчості з багатомільйонною аудиторією того чи іншого соціального ресурсу. Розважальна (рекреаційна, дозвіллева) функція розкривається в тому, що багато користувачів розглядають ведення своїх сторінок, читання чужих і дискусії в коментарях як розважальний процес. Функція соціалізації спрямована на те, що соціальні мережі дають можливість підтримувати соціальні зв'язки. Ідеться про зростаючу соціалізацію сучасних людей, що отримали у своє розпорядження можливості для широкого спілкування в мережі. Кумулятивна функція: як і традиційний паперовий щоденник, блог, соціальні мережі можуть усвідомлюватися і як такі, що виконують функцію зберігання, місця для записів особистого характеру, які можуть стати в нагоді в майбутньому, стати способом упорядкування особистісної інформації, що має значення для розвитку

конкретної особи, її самовдосконалення. Такі бази індивідуальної інформації в процесі розвитку сучасного суспільства матимуть зростаюче значення.

Наведені огляди функцій бібліотек і соціальних медіа дають підстави стверджувати, вони значним чином перетинаються, у чому і виявляється їхня спільна інформаційна природа. Завдання в межах цих функцій можуть відрізнятися, але ця генетична спорідненість дає змогу розглядати соціальні медіа 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 йдеться про особисті сторінки бібліотекарів; використання інструменту «створення події», який надає можливість продукувати опитування за допомогою функції «створити опитування» з наданням варіантів відповідей (це безпосередньо стосується офіційних бібліотечних сторінок); можливість використання інструменту «опитування», який дає можливість створювати запитання з представленими варіантами відповідей, якщо йдеть-

ся про бібліотечну групу або групу, що зацікавлена бібліотечною тематикою. У цьому випадку допис включає як інформаційну «основу», створену бібліотекою, так й 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, яку розміщено на вебсторінці 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 вебсторінці бібліотеки можуть бути присутні дописи й коментарі користувачів, що не є бібліотечним контентом, але бібліотека в такому випадку виступає модератором цих дописів. Треба зазначити, що це наповнення бібліотечної сторінки в соціальних медіа. Щодо бібліотечного контенту, то він може бути як бібліотечний, користувацький, так і спільний.

Стрічку новин бібліотечної сторінки в соціальних медіа пристосовано для публікації подій, заходів, новин, продуктів і послуг, фондів, матеріалів ЗМІ про бібліотеку й бібліотечну тематику. Треба зазначити, що, 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 і 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, хештеги [186].

Загалом можна виділити два підходи до подання 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 в 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 з іноземних мов, кіноклуби, читацькі клуби, тинейджерські 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 із цього приводу (тактичний) та представляє тематичний ресурс власних фондів (рекламування й наповнення фондів). Наприклад, бібліотеки, інформуючи про подію, водночас висві-

тлюють 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 декілька разів повідомляє про одну подію в певний період часу: спочатку вона надає коротке повідомлення про подію, яка має відбутися найближчим часом; 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, то інформаційним приводом для таких публікацій може бути, власне, поповнення фондів – користувачів інформують про нові надходження; можливе прив'язування до дати – свята, ювілею, увічнення пам'яті, пропонується рекомендаційний список; такі ж рекомендаційні списки використовуються для прив'язування 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 посилан-

ня 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 “Улліса” від видавництва О. Жупанського та насолоджуйтеся». Більше того, сторінка публікує цей допис у контексті світового флешмобу 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 [23]. 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 <sup>11</sup>, добірки 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

---

<sup>11</sup> 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.



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 НЮБ (<https://www.facebook.com/nllofua>) 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 (освітні, інформаційні, соціальні, правові, урядові, бібліотечні, наукові, літературні, видавничі вебпортали тощо), таким чином формує інтегрований електронний ресурс, виступаючи агрегатором якісної та актуальної інформації.

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. Важливою складовою цього інформаційного блоку є позиціонування бібліотеки як інформаційного й культурного центру громади: повідомлення про участь у національних чи регіона-

льних 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 й 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. Потушняка, 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 працевлаштування 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 фахівців 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» представляє 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. Варто відмітити, що система «бібліотека – користувач» може працювати як двостороння, коли зміст спрямовано на бібліотеку: загалом це інформування користувачів і зворотний зв'язок. Треба зауважити, що тут може йтися як про колективних користувачів, так і про індивідуальних. 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» охоплює 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 треба зазначити змістове наповнення бібліотечної сторінки, а важливим напрямом дослідження контенту бібліотечних представництв у соціальному медіасередовищі можна назвати аналіз сторінок, покликаний з'ясувати зміст контенту. Такі дослідження можуть стати перспективним інструментом оцінювання роботи бібліотек в інтерактивному медіапросторі, а також необхідним інструментарієм у формуванні стратегії ведення бібліотечно-го представництва в соціальних медіа.

#### **4.2. Оцінка ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа**

Представленість і досвід активності бібліотек у соціальних медіа дають змогу говорити про формування бібліотечної діяльності в соціальних медіа; її планування, здійснення й узагальнення потребує спеціальних методик досліджень контенту, технологій подання публікацій, аудиторії бібліотечних сторінок у соціальних медіа.

Попри науковий інтерес до проблеми, поле досліджень настільки широке й динамічне, що на сьогодні в науковому просторі ще не склалася ані системна практика аналізу бібліотечних сторінок, ані вироблені методики, навіть понятійний апарат. Відповідно, виявлення ефективних методик аналізу бібліотечних сторінок у соціальних медіа (як адаптація методів, що використовуються в маркетингових дослідженнях, так і вироблення власних бібліотекознавчих) є сьогодні нагальною науковою та практичною проблемою.

Напрацьовані на нинішньому етапі в практиці методи й підходи, які використовуються в інформаційному дослідженні контенту соціальних медіа бібліотек, можуть бути узагальнені. На нашу думку, можна говорити про затребуваність формування методології дослідження контенту бібліотечних сторінок у соціальних медіа, що є необхідною передумовою розвитку ряду напрямів для якісних і глибоких досліджень бібліотечного представництва в сучасних соціальних комунікаціях, зокрема визначення технологічних умов ефективності й дискурсивні дослідження смислів, продукуваних і трансльованих бібліотеками.

Вирішенню поставлених завдань сприятиме використання контентного та змістовного підходу до аналізу бібліотечних сторінок у соціальних медіа, що покликані з'ясувати технологічні умови їхньої ефективності та проаналізувати зміст контенту.

Отже, у процесі вимірювання ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа для бібліотечних фахівців об'єктом дослідження виступатиме бібліотечна сторінка в соціальних медіа, система таких сторінок і окремі публікації, інтеракції, сукупність яких формує контент досліджуваної сторінки.

Доцільним видається оцінити публікації, що розміщено на сторінці бібліотеки в соціальній мережі, за інтерактивністю. Це дає можливість оцінити ступінь взаємодії бібліотечної публікації в соціальній мережі з користувачами. Оскільки різні соціальні мережі мають різні можливості для інтерактивної взаємодії, цей критерій охоплюватиме вподобання (Likes), коментарі та репости (шейри, поширення, ретвіти, інші форми інтеракції залежно від мережі). При цьому інтерактивність може бути оцінено як для окремої публікації, так і визначений усереднений похідний показник, за потреби може бути визначено показник окремих взаємодій, так і їхнє співвідношення (уподобання як відмітка «прочитав, підтримую»; поширення – «рекомендую до ознайомлення своїм друзям / читачам»; коментар – «маю власну думку із цього приводу»).

За отриманими показниками як окремі публікації в соціальній мережі, так і сторінки можуть бути ранжовані як такі, що мають високу / низьку інтерактивність. Для обґрунтування відповідних

оціночних суджень доцільно визначати середньостатистичний показник, відносно якого описуватиметься рівень інтерактивності. У випадку дослідження бібліотечних сторінок варто враховувати, що доволі часто йдеться про офіційне інформування, що за визначенням не передбачає бурхливої комунікації. Водночас визначення тих типів комунікацій та тематики, що здатні активізувати зворотний зв'язок, видається перспективним для вибудовування комунікації в соціальних мережах. Наприклад, у результаті аналізу контенту представництва Бібліотеки Конгресу у Facebook (за жовтень 2017 р.) було визначено, що високий показник інтерактивності – 400 вподобань, 38 коментарів, 280 репостів – має публікація щодо бібліотечної новини (допис від 17 жовтня 2017 р.): бібліотека повідомила про те, що вона оголошує експериментальну програму для бібліотекарів, щоб запропонувати фахівцям можливість розвивати свій досвід і сприяти створенню, керуванню та спільному використанню колекцій установи. Публікація набула чимало коментарів від користувачів, які можна охарактеризувати: тематично – вираження емоцій і почуттів, вираження думок та роздумів; спрямованість змішана (монолог і діалог); зв'язані, які утворюють тематичний дискурс; особисті; кількість уподобань коментарів – від одного до двох, це стосується коментарів, які підтримують бібліотеку щодо програми; позитивна тональність. Загалом коментарі стосуються підтримки бібліотеки щодо програми та виявлення великої зацікавленості користувачів щодо новини бібліотеки.

Популярною за показником інтерактивності на сторінці Бібліотеки Конгресу у Facebook також виявилася публікація щодо повідомлення бібліотекою про зйомки творцями проекту «Відьма з Блейр: Курсова з того світу» (The Blair Witch Project) фільму жахів 1999 р.; дискусії під час святкування Хелловіну в бібліотеці (допис від 28 жовтня 2017 р.). Вона набула 110 уподобань, 31 коментар і 47 репостів. Коментарі були позитивними та стосувалися обговорення фільму та бібліотеки. Також не менш популярним видається повідомлення Бібліотеки Конгресу у Facebook – 552 вподобання, 26 коментарів, 92 репости – щодо реклами товарів: бібліотека пропонує придбати ексклюзивну бібліотечну карту з бібліотечної

крамниці та надає гіперпосилання на офіційний сайт бібліотеки (допис від 17 жовтня 2017 р.). Тональність коментарів визначена позитивною, стосуються вони товарів бібліотечної крамниці та бажанням їх придбати.

Проаналізувавши контент Бібліотеки Конгресу в соціальній мережі Twitter (за жовтень 2017 р.), було виявлено, що високий рівень інтерактивності – 274 вподобання, 199 ретвітів, 13 коментарів – має повідомлення (допис від 19 жовтня 2017 р.) про те, що в цей день відбулася капітуляція в Йорктауні. У повідомленні бібліотека надає гіперпосилання на статтю, що на офіційному сайті бібліотеки, та просуває цифрову колекцію щодо цієї події. Коментарі до публікації позитивні та загалом стосуються події.

Щодо контенту Бібліотеки Конгресу в YouTube, то найпопулярнішими відеоматеріалами (за жовтень 2017 р.) – за такими показниками, як кількість переглядів, уподобань, коментарів, – можна визначити: повідомлення про бібліотечну новину (відео від 30 жовтня 2017 р.) щодо святкування бібліотекою та Бостонською громадською телекомпанією WGBH 50-ї річниці прийняття Закону «Про публічне радіомовлення» в 1967 р.; також є анонс про симпозіум та запрошення відвідувачів до бібліотеки. Це повідомлення набрало 2 тис. 052 перегляди від користувачів. Також набув популярності відеоматеріал бібліотеки (відео від 27 жовтня 2017 р.) щодо представлення бібліотекою відеолекції з юриспруденції, який набрав 764 перегляди від користувачів.

Водночас аналіз контенту Бібліотеки Конгресу в Instagram показав, що найпопулярнішим за рівнем інтерактивності – 415 уподобань, 11 коментарів – виявилася публікація документів Улісса С. Гранта (допис від 12 жовтня 2017 р.). Щодо коментарів, то користувачі позитивно відреагували на повідомлення, підтримуючи бібліотеку, але користувач *tin\_a\_im\_august* написав зауваження про те, що йому шкода, що німецькі листи кінця XIX ст. було не настільки легко прочитати. Також набуло значної уваги користувачів – 479 уподобань, 8 коментарів – повідомлення бібліотеки (допис від 9 жовтня 2017 р.) щодо вдячності всім користувачам, що вони відвідали Національний центр збереження аудіовізуальної інформації

(м. Калпепер, США). Коментарі до публікації загалом позитивні щодо підтримки бібліотеки.

Результат таких досліджень дасть змогу розробити методики аналізу, за якими бібліотеки змогли б виявити успішні стратегії, недоліки та, відповідно, коригувати тактику комунікації. При порівнянні різних бібліотечних сторінок найбільш перспективним видається структурувати публікації за усередненим коефіцієнтом інтерактивності, тому що цей показник, на нашу думку, є найбільш показовим. У публікаціях бібліотечних сторінок мало обговорень і репостів, порівняно з дописами блогерів, політиків, на що було вказано вище, тому для показовості вибірки доцільно, на наш погляд, визначити доволі тривалий термін, наприклад місяць.

Іншими важливими показниками аналізу публікації на сторінці бібліотеки є тематична спрямованість і спрямованість за аудиторією, які також можна аналізувати на предмет кореляції між собою. Наприклад, за тематичною спрямованістю серед публікацій можна виділити бібліотечні, наукові, літературні, мистецькі, суспільні чи сформувані інший рубрикатор, виходячи з мети дослідження. За аудиторією всі публікації можна поділити на три рівні інформаційної спрямованості: для користувачів, які формують систему контенту «бібліотека – користувач»; для широкого кола фахівців бібліотечної галузі, переважно в контексті професійної комунікації, яка створює систему «бібліотека – бібліотекар»; нарешті, актуальні матеріали для обох аудиторій. Виходячи із цих критеріїв, можна систематизувати анонси подій, новини, релізи, інтерв'ю, «цікавинки» з бібліотечної, читацької тематики; повідомлення про нові надходження, експозиції виставок, семінари, продукти та послуги бібліотеки, ресурси, електронні репозитарії, конференції, доповіді, дискусії; книжкові рекомендації (художньої та наукової літератури), рецензії, довідкову інформацію тощо [175]. Наприклад, публікації сторінки НЮБ (<https://www.facebook.com/nlofua>) у соціальній мережі Facebook за тематикою логічно систематизувати як бібліотечні, наукові, літературні, мистецькі, суспільні, економічні тощо. Тобто публікації сторінки орієнтовано як на широке коло фахівців бібліотечної галузі, так і на користувачів.



Виходячи з тематичної різноманітності публікацій бібліотек у соціальних медіа та враховуючи різноманітність функцій, що їх бібліотеки реалізують в інтерактивному просторі, доволі затребуваними й перспективними в бібліотекознавчих дослідженнях виявляється аналіз змістового наповнення бібліотечних сторінок.

Визначальною в загальному аналізі публікації бібліотечної сторінки в соціальних медіа є інформаційно-комунікаційна складова, що описує її наповнення, виходячи із завдань сторінок: інформування, посередництва, продукування, акумуляції, сприяння, комунікації. Тому можна ранжувати публікації бібліотечної сторінки в соціальних медіа за представленими завданнями, що надасть уявлення про стратегію формування та представлення контенту бібліотеки в соціальній мережі, тобто від інформаційного забезпечення до творення чи сприяння комунікації.

У подальшому пропонуємо аналізувати бібліотечні сторінки за використовуваними технологіями та змістом. У першому випадку визначальними виступатимуть показники ефективності просування контенту та установи в інтерактивному середовищі мас-медіа. Змістовий аналіз дає змогу зрозуміти, які смисли та ідеї транслює бібліотека. Тобто необхідно чітко розмежувати завдання: з'ясувати технологічні умови ефективності (тип, посилання, розміри, тематика) та проаналізувати зміст контенту (з'ясувати завдання, функції та інфостратегію сторінок). Аналіз дасть можливість з'ясувати, яку стратегію й тактику використовує бібліотечне представництво в соціальній мережі, утім не виключено, що виявить стихійність і ситуативність у веденні бібліотечної сторінки. Тому нинішній етап – це пошуки шляхів ефективності в існуванні бібліотечного представництва в соціальній мережі.

За типом контенту публікації можуть характеризуватися як загальний текстовий контент, мультимедійний контент (фотографії, відео, аудіо), лінки (гіперпосилання на власні, спільні та національні бібліотечні продукти та послуги, традиційні засоби масової інформації, інші посилання), такі специфічні тексти, як опитування чи події. Наприклад, аналіз публікацій сторінки Бібліотеки Конгресу у Facebook (станом на жовтень 2017 р.) за типом показав,

що бібліотека використовує різний тип контенту, серед них домінуючими є світлини та лінки.

Як наслідок, можна досліджувати, чи існує залежність вибору того чи іншого типу контенту та змісту з його ефективністю, що цілком статистично визначається через таку характеристику інтерактивного контенту, як взаємодія, а на підставі зроблених висновків й узагальнень надавати рекомендації співробітникам, що адмініструють бібліотечні сторінки.

Змістовий аналіз публікацій можна здійснити за допомогою автоматичного та ручного моніторингу. Останній доцільно проводити, коли пріоритетними є точність результатів, при цьому йдеться про обмежену кількість матеріалу для аналізу. Змістовий аналіз публікацій можна проводити, виявивши ключові слова й частоту їх використання, для того щоб виявити трансльовані смисли публікацій та описати політику просування їх в інтерактивному середовищі мас-медіа. Визначивши ключові слова, які вживаються в бібліотечній публікації, їх можна співвіднести з інтерактивністю: за сформованим списком ключових слів доцільно перевірити показники взаємодії, з'ясувавши таким чином, які саме теми, трансльовані сторінкою, спричиняють дієвий (виражений в інтеракціях) інтерес користувачів.

Отримана інформація дасть можливість виявити «активні», «неактивні» меседжі та проаналізувати причини, чому вони не виявляють необхідної реакції в читачів. Важливо, щоб такий аналіз не виявився формальним: інформаційні публікації не завжди потребують реакції чи зворотного зв'язку, отже, говорити про їхню низьку ефективність за критерієм кількості взаємодій нелогічно. Відповідно, цей аналіз, як, власне, інші дослідження, повинні враховувати, з якою метою публікувалися аналізовані дописи. Загалом, на нашу думку, досягнення мети може вважатися основним критерієм ефективності публікації. Статистичні ж розрахунки є лише одним з інструментів перевірки, наскільки її досягнуто.

Наприклад, завданнями представлення бібліотеки в соціальних медіа може бути підвищення інформованості про бібліотеку; висвітлення нових ресурсів і послуг; демонстрація бібліотечних

ресурсів і послуг; активізація зворотного зв'язку; забезпечення читачів через рекомендацію корисною та надійною інформацією; забезпечення зв'язку з користувачами бібліотеки; залучення нових користувачів за допомогою створення спільноти й налагодження взаємозв'язку із читачами; взаємодія з користувачами за допомогою інструментів, які вони використовують для комунікації; забезпечення інтерактивного або привабливого контенту, який має на меті негайне використання користувачем та ініціювання комунікації з ним; розвиток бібліотечної спільноти; підтримка й просування бібліотечних цілей; допомога спільним науковим дослідженням; демонстрація потенціалу використання соціальних медіа для бібліотечної спільноти.

Залежно від мети та завдань бібліотеки щодо представлення в соціальних медіа ефективність може бути визначена за допомогою таких показників: кількість і темп зростання читачів представництва бібліотеки в соціальних медіа; кількість та зміст дописів сторінки бібліотеки; контентна взаємодія бібліотечної спільноти (через описаний вище показник взаємодій); взаємодія сторінки бібліотеки тощо. Визначення кількості читачів та їхній темп зростання в різних типах соціальних медіа і є ефективністю для бібліотеки в тому разі, якщо це було її завданням.

Якщо завдання бібліотечного представництва в соціальних медіа – залучення читачів на сторінку бібліотеки, формування лояльності аудиторії, включення в комунікацію, то саме взаємодія є показником досягнутої мети. Відповідно, ефективність бібліотечної сторінки в соціальних медіа має визначатися ефективністю дописів.

Так, якщо просування бібліотечних подій, послуг або ресурсів є завданням бібліотеки, то визначення відвідування подій, пропорованих через соціальні медіа, та порівняння їх з результатами, які не було рекламовано через соціальні медіа, або збір статистичних даних щодо використання рекламної послуги після її просування й буде ефективністю для бібліотеки.

Так, іншим показником ефективності може бути збільшення кількості відвідувачів сайту бібліотеки за допомогою використання соціальних медіа.

Вибір необхідних показників ефективності має важливе значення, оскільки вони допомагають перевірити досягнення бібліотеки в інтерактивному просторі. Після того як показники проаналізовано, можна проводити коригування стратегії й тактики представлення бібліотеки в соціальних медіа.

Наприклад, якщо кількість користувачів не зростає або зростає повільно, необхідно змінити вектори, за допомогою яких бібліотека прагне досягти ефективності. Якщо рівень зацікавленості менший, ніж очікувався, необхідно обрати нову тактику та стратегію публікацій; змінити відповідального за роботу в соціальних медіа; змінити контент або інші параметри публікації контенту бібліотекою.

Бібліотека повинна бачити результати й досягти хоча б частини поставленої мети та завдань, тобто повинні бути визначені мета та завдання. Наприклад, якщо спільнота бібліотеки в соціальних медіа не зростає більше ніж на 1 % після шести місяців постійного розміщення дописів, вона повинна переглянути мету, завдання та виявити причини, чому встановила цей напір.

Визначення ефективності бібліотеки в соціальних медіа це досить складний процес, тому що відсутні стандартні способи вимірювання ефективності, оскільки в кожній бібліотеці свої мета та завдання в соціальних медіа. Будь-яка робота бібліотеки в соціальних медіа потребує часу та залучення співробітників, а також чіткої мети та завдань бібліотечного представництва в соціальних медіа, визначення його ефективності. Можливо, найкращим показником ефективності бібліотеки в соціальних медіа може бути створення бібліотекою змістовного бібліотечного представництва в соціальних медіа.

За змістом бібліотечні публікації можна аналізувати за наявністю хештегів, які найбільш часто вживаються бібліотекою. Виявлення хештегів у публікаціях бібліотечної сторінки можна здійснювати за допомогою автоматичного та ручного пошуку. У цьому разі вибірка може визначатися з тегуванням або без нього представленої публікації. Нагадаємо, що хештег – це ключове слово або словосполучення, перед якими ставиться символ # і

які використовуються в публікаціях у соціальних мережах. Використання хештегів полегшує загальний і тематичний пошук у соціальних мережах. Тому логічним є висновок, що інтенсивний розвиток соціальних медіа породжує зручність у використанні інтерактивних медіаресурсів – вищу операбельність. Застосування та правильний підбір хештегів – це один з ефективних способів залучення читачів на бібліотечну сторінку. Як наслідок аудиторія не обмежена наявними читачами, а контент можуть знайти користувачі, яким цікаві певні тематики дописів. Досвідчені фейсбукери стверджують, що найбільш вдалі хештеги – це унікальні та найпростіші слова, які не повинні перевищувати більше двох-трьох на одну публікацію.

Наприклад, сторінка НБУВ у соціальній мережі Facebook використовує сім хештегів у своїх публікаціях: #НБУВ, #Ресурси\_НБУВ, #НБУВ\_в\_соціальних\_медіа, #Поштові\_листівки, #відзнаки\_НБУВ, #наукові\_видання\_НБУВ, #Всесвітній\_день\_пошти. Найбільше бібліотека застосовує в цій вибірці хештег #НБУВ, але найбільшу увагу читачів привернули «#наукові\_видання\_НБУВ та #відзнаки\_НБУВ». Це дає змогу припустити, що інформативні хештеги на основі конкретних словосполучень, надаючи повну інформацію як індикатора публікації, є ефективними. Водночас необхідно звернути увагу на те, що використання бібліотекою лаконічного хештега #НБУВ розширює можливості тематичного пошуку в соціальній мережі Facebook і залучає більше читачів на сторінку.

Водночас бібліотекам доцільно використовувати хештеги, які дають змогу створити внутрішню бібліотечну базу за певною тематикою контенту. Наприклад, Бібліотека Конгресу в соціальній мережі Instagram використовує чимало хештегів, серед них найбільше – #libraryofcongress, #librariesofinstagram, #LCHalloween, #collections, #halloween, #conservation, #behindthescenes, #librarylove, #LibraryOpenHouse, #youngreaders.

Оскільки в соцмережах користувачі публікують не лише власні дописи, а й зовнішню, створену іншими користувачами або ЗМІ інформацію, користуючись технологією гіперпосилань, створений

гіпертекст (сукупність текстів і посилань) є, на нашу думку, доволі перспективним простором для аналізу. Виявлення та аналіз посилань дає можливість простежити коло зв'язків з іншими ресурсами, зацікавлень бібліотеки. Густота посилань бібліотечної сторінки говоритиме про сильні зв'язки з іншими установами, водночас спорадичні посилання – про слабкі, як мінімум, у соціальних мережах. Також для кожної бібліотечної сторінки можна виявити найефективніші посилання. Характеристика таких зв'язків може бути елементом аналізу, які завдання бібліотека вирішує через інтерактивний простір. Наприклад, якщо найпопулярнішими посиланнями є лінки на власний сайт бібліотеки, то Facebook-сторінка використовується для поширення та популяризації офіційного ресурсу. Так, Бібліотека Конгресу у своїх публікаціях використовує два гіперпосилання: на офіційний сайт бібліотеки ([loc.gov](http://loc.gov)) та сторінку блогів на офіційному сайті бібліотеки ([blogs.loc.gov](http://blogs.loc.gov)). Було визначено, що найпопулярніші посилання Бібліотеки Конгресу на офіційний сайт бібліотеки, тобто представництво використовується для поширення та популяризації власного ресурсу. Тому з вищесказаного випливає висновок, що Facebook-сторінкам характерна поліфункціональність, яка пов'язана з актуалізацією в соціальних мережах різних функціональних установок.

Фейсбукери стверджують, що ідеальна публікація для просування контенту в інтерактивному середовищі мас-медіа – це доволі короткий пост. Такі пости, як правило, отримують більшу кількість уподобань і коментарів, іншими словами, велику реакцію та залученість читачів. Тому можна впевнено стверджувати, що ідеальний пост бібліотечної сторінки – це короткий, чіткий, зрозумілий та простий допис. Отже, можна аналізувати довжину бібліотечних постів залежно від мети дослідження, використовуючи автоматичний або ручний моніторинг. Так, проаналізувавши довжину публікацій сторінки НБУВ і НЮБ у соціальній мережі Facebook, ми виявили, що найчастіше публікуються пости довжиною до 500 символів.

Дуже важливою складовою аналізу сторінки є періодичність оновлення та подальший аналіз зв'язку цього показника з інте-

рактивністю й загальною популярністю сторінки. Це може бути інструментом коригування стратегії наповнення бібліотечної сторінки в соціальних медіа. Наприклад, у сторінки НБУВ у Facebook майже 30 % повідомлень опубліковано в середині робочого тижня, тоді як у вихідні дні майже відсутні публікації. Така особливість цілком узгоджується із специфікою робочого часу бібліотечного співробітника, що відповідає за наповнення сторінки в соціальних медіа. Водночас перевірка ефективності публікацій за показниками вподобань, коментарів, репостів виявила, що найбільшу ефективність мають пости, опубліковані у вихідні дні. Власне, питання ефективності часу та періодичності публікації в бібліотечних соціальних мережах заслуговує на окремий аналіз, у тому числі і в контексті вироблення підходів до організації роботи бібліотекарів – фахівців із соціальних мереж [180].

Дуже цікавим аспектом дослідження бібліотечної сторінки є також аналіз аудиторії за географічною, професійною, віковою (за можливості) складовою та порівняння аудиторій офіційного сайту й інтерактивних представництв.

Було проведено аналіз найактивніших користувачів Бібліотеки Конгресу у Facebook за допомогою ручного моніторингу, який показав, що 20 % – це представники економічної сфери; 13,3 % – представники медичної галузі; 6,7 % – представники міжнародних відносин; 6,7 % – представники інформаційних технологій; 6,7 % – представники авіаційної сфери; 6,7 % – представники педагогічної діяльності; 6,7 % – продюсери. Аналіз читачів представництва Бібліотеки Конгресу показав, що бібліотека орієнтована на широке коло користувачів різних галузей. Припустимо, що залучення суміжного контенту дасть змогу залучити нових читачів.

Також було проведено не менш цікавий аналіз користувачів представництва Бібліотеки Конгресу у Facebook за географічною складовою (за допомогою програми Facebook Insights), який представив такі результати: найбільше користувачів із США (55,3 %), Бразилії (3,6 %), Індії (3,4 %), Єгипту (2,5 %), Мексики (1,7 %), Пакистану (1,6 %), Італії (1,3 %), Філіппін (1,3 %), Канади (1,2 %) та ін. Аналіз аудиторії надав можливість виявити охоплення аудиторії

офіційного представництва бібліотеки. Для наочності наведемо візуалізацію отриманих результатів на рис. 4.23, у яких показник аудиторії Бібліотеки Конгресу в соціальній мережі Facebook варіюється від 1 тис. 036 до 208 тис. 512, графічно – від світлого до темного кольору.

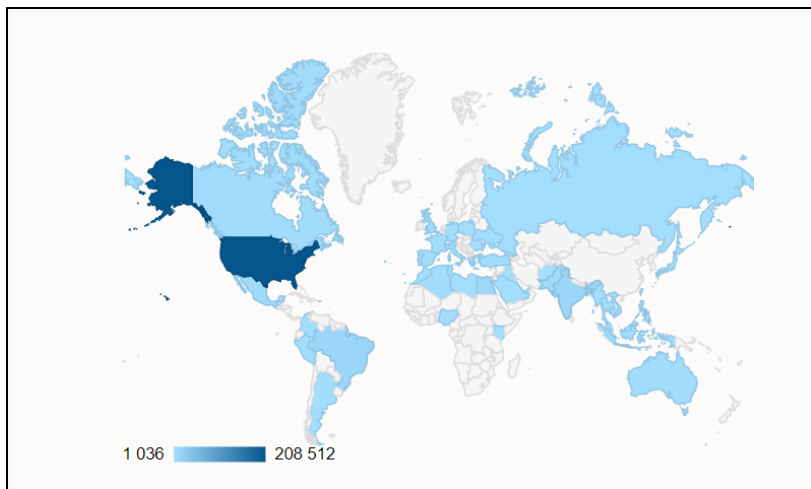


Рис. 4.23. Аудиторія представництва Бібліотеки Конгресу у Facebook

Цікавим видається аналіз дописів читачів за їх наявності на сторінці бібліотеки в соціальній мережі як важливого способу зворотного зв'язку та складової комунікації «бібліотека – користувач». Дописи, у свою чергу, можна аналізувати за реакцією читачів і бібліотеки (уподобаннями, коментарями й репостами). За потреби можна аналізувати коментарі бібліотеки: «надала відгук», «видалила допис» і «не взяла до уваги», час відповіді на заявлений допис читача, а також періодичність написання дописів читачами.

Отже, основними напрямками дослідження контенту бібліотечних сторінок в інтерактивному медіасередовищі можна назвати статистичний, контентний і метод дискурс-аналізу, які покликані з'ясувати технологічні та змістовні умови ефективності контен-



ту. Відповідно, показовими критеріями вивчення бібліотечного представництва в соціальних медіа можна вважати ефективність сторінки, рівень взаємодії сторінки, змістове наповнення сторінки.

Підсумовуючи, зазначимо, що описані підходи до аналізу представництва бібліотек у соціальних мережах є, скоріше, попереднім оглядом перспективних напрямів аналізу, що здатні стати ефективними інструментами оцінювання роботи бібліотек в інтерактивному просторі, формування стратегії й тактики ведення бібліотечного представництва в соціальних медіа. На нашу думку, методологія може бути дуже корисною для науковців, бібліотекарів, практиків у сфері інформатизації та повинна апробуватися на практиці й уточнюватися в подальшому.

#### **4.3. Формування стратегії роботи бібліотечного представництва в соціальних медіа**

Осмислення діяльності та формування стратегій бібліотечного представництва в соціальних медіа актуалізують вироблення практичних рекомендацій щодо бібліотечного представництва в соціальних медіа. Сьогодні існує значна кількість бібліотечних представництв, які не виправдовують зусиль щодо підтримки їх функціонування, головним чином тому, що їхня ефективність залежить від успішного поєднання бібліотечної специфіки та особливостей Веб 2.0. Тому важливим є розроблення практичних рекомендацій для формування стратегії бібліотечного представництва в соціальних медіа, визначення його ефективності.

На сьогодні проблема присутності бібліотек у соціальних медіа перебуває в полі зору наукового бібліотечного співтовариства. Дослідники активно напрацьовують емпіричний матеріал. Узагальнення практичного досвіду окремих бібліотек чи проєктів дало можливість перейти до теоретичного осмислення проблеми. О. Ю. Мар'їна запропонувала контент-стратегію розвитку бібліотек у цифровому просторі, визначила основні тенденції цифрової адаптації бібліотек, напрями та динаміку створення цифрових ак-

тивів, мережевих продуктів і послуг; узагальнила особливості застосування новітнього техніко-технологічного інструментарію та соціокомунікаційних технологій для підвищення ефективності цифрової модернізації бібліотечних установ; окреслила можливості стимулювання залученості користувачів у бібліотечну діяльність [98]. Т. Ю. 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 [46].

Водночас можна стверджувати про затребуваність розроблення методик визначення ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа, прогнозуючи зростання участі бібліотек у соціальних медіа і їх активізацію.

Важко не погодитися з твердженням Е. Ленарца, який, підкреслюючи потенціал відповідної діяльності, наголошує, що формування стратегії бібліотечного представництва в соціальних медіа є «першим і найважливішим кроком бібліотеки» [301] перед початком роботи в соціальних медіа. Бібліотекам необхідно планувати впровадження соціальних медіа і визначати мету реалізації бібліотечного представництва в них, а також визначити політику бібліотечного представництва в соціальних медіа. Така стратегія має сприяти використанню соціальних медіа у створенні спільноти, а керівні принципи мають бути «максимально простими та зрозумілими» [301].

Бібліотеці необхідно спочатку визначитися з *метою бібліотечного представництва*, виходячи з неї – із завданнями, вирішення яких сприятиме реалізації поставленої мети. Мета бібліотечного представництва в соціальних медіа має бути конкретною, вимірною й досяжною. Наприклад, метою може виступати рекламування / активне представлення установи в інфопросторі; взаємодія; розширення аудиторії, нових послуг; підвищення ефективності роботи бібліотеки через дослідження аудиторії; розвиток бібліотечної спільноти; допомога науковим дослідженням; демонстрація потенціалу використання соціальних медіа для бібліотечної спільноти тощо.

Мета та завдання бібліотек у соціальних медіа можуть відрізнятися, залежно від виду, типу й 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 НІОБ у соціальній мережі Facebook (<https://www.facebook.com/nllofua>) відбуваються 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 книжковими сюжетами, у результаті яких переможці можуть отримати призи.

Наукова бібліотека Національного університету «Києво-Могилянська академія» в соціальній мережі Facebook (<https://ukua.facebook.com/NaUKMA.Library>) інформує про заходи й події, серед яких варто відмітити тренінги, лекції для слухачів докторської школи та студентів магістеріуму НаУКМА, англomовні розмовні клуби тощо. Бібліотека Університету Каліфорнії Сан Маркос (США) використовує соціальні медіа для вирішення широкого спектра завдань: залучити студентів, співробітників університету; створити діалог з користувачами; просувати послуги, що пропонуються викладачами та співробітниками бібліотеки університету; інформувати про події; популяризувати поради щодо досліджень і корисних інструментів для науковців [324].

Не менш важливим аспектом щодо формування стратегії бібліотечного представництва в соціальних медіа є *визначення аудиторії*. Бібліотечне представництво може бути орієнтованим на конкретні групи користувачів, наприклад студентів, викладачів, які допоможуть бібліотеці адаптувати контент та спілкування; може визначити реального та потенційного користувача. Наприклад, у результаті ручного моніторингу найактивніших користувачів бібліотечного представництва Бібліотеки Конгресу в соціальній мережі Facebook (<https://www.facebook.com/libraryofcongress>) було визначено, що це користувачі різних сфер – економічної, суспі-

льної, юридичної. Тобто це не тільки фахівці бібліотечної галузі, а й досить значне коло користувачів. Наприклад, бібліотечне представництво Національної юридичної бібліотеки Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського (<https://www.facebook.com/nllofua>) інформує не тільки про новинки бібліотечної галузі, а й публікує повідомлення щодо суспільних, правових новин тощо. У такому випадку бібліотечне представництво Національної юридичної бібліотеки виступає як інформаційний центр для громадянського суспільства, який комунікує з громадою. Аудиторія бібліотечного представництва Національної юридичної бібліотеки теж не обмежена колом фахівців бібліотечної галузі, а орієнтована на широке коло фахівців різних сфер, тому що контент в неї різноплановий, широкий.

Необхідно з'ясувати, яку інформацію потребує користувач, який читає стрічку новин бібліотечного представництва, і 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.

*Оцінка ресурсів для створення й підтримки бібліотечного представництва в соціальних медіа* (фінансові ресурси, часові ресурси, технологічні ресурси, професійні навички) має також враховуватися при створенні стратегії бібліотекою. У бюджет бібліотеки повинні закладатися кошти на закупку техніки, програмного забезпечення, оплати хостингу; просування ресурсів в Інтернеті; залучення фахівців для створення ресурсів, контенту; розроблення дизайну, інформаційної архітектури ресурсів; відстеження дотримання вимог авторського права; підвищення кваліфікації фахівців. Оцінювання витрат часу необхідно для створення й 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; у нормах робочого часу.

Наприклад, у стратегії Національної бібліотеки Австралії [328] зазначається інформація про ряд ключових обов'язків, пов'язаних із плануванням, керуванням і підтримкою діяльності бібліотечного представництва в соціальних медіа. У стратегії надається список посад щодо роботи в соціальних медіа:

1. Координатор соціальних медіа – відповідає за керування корпоративними акаунтами бібліотеки; публікацію повідомлень для корпоративних акаунтів бібліотеки від імені бібліотеки; надання відповідей на запитання, коментарі в представництвах бібліотеки; координацію створення контенту (розроблення планів публікацій, визначення актуального контенту, планування подій); інтегрування соціальних медіа в маркетингову діяльність; навчання та розроблення документації; дослідження, тестування й оцінювання нових платформ та інструментів моніторингу; обговорення небібліотечних каналів і участь у відповідних заходах.

2. Контент-менеджер – відповідає за створення контенту; моніторинг комунікації з користувачами через представництво в соціальних медіа; надання «експертної» консультації.

3. Адміністратор бібліотечного представництва – відповідає за визначення цілей; керування ресурсами; затвердження контенту до публікації; координує моніторинг і звітність, проведення оцінювання, навчання.

4. Експерт – безпосередньо комунікує з користувачами (відповіді на коментарі й надання консультацій); надання технічної підтримки.

5. Стратеги – відповідають за розроблення стратегії; дослідження вебсередовища; затвердження нових бібліотечних представництв.

У випадку активної та різносторонньої діяльності бібліотеки в соціальних медіа видається доцільним створення комітету із соціальних медіа, який спостерігатиме за роботою бібліотечного представництва в соціальних медіа. Наприклад, у політиці соціальних медіа Бібліотеки Д. Фалвелла Університету Ліберті (США) (Jerry

Falwell Library Social Media Policy) [292] зазначається, що в бібліотеки є комітет із соціальних медіа. Керівник відділу комунікацій та обслуговування користувачів очолює комітет (разом із системним бібліотекарем і двома призначеними контент-менеджерами), розміщують контент та представляють бібліотечне представництво в соціальних медіа. Цей комітет дотримується політик, які встановлені університетом, і прагне своєчасно й оперативно надавати відповідну інформацію для користувачів бібліотеки.

Зважаючи на інтенсивний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, постійно існує потреба в навчанні бібліотечних фахівців. Д. Райлі-Хафф і Д. Ролс, обговорюючи технологічні навички та бібліотечну діяльність, відзначають необхідність удосконалення навичок, пов'язаних з «інтеграцією прикладних програмних інтерфейсів Веб 2.0 та платформи соціальних мереж» [319]. Д. Муллінс зазначав: «Набір навичок для бібліотекарів продовжуватиме розвиватися відповідно до потреб і очікувань студентів та викладачів, яких вони обслуговують» [314]. На нашу думку, існує необхідність у формуванні навичок інформаційно-комунікаційної грамотності, яка лежить в основі інформаційно-комунікаційної компетентності, тобто знання про інформаційно-комунікаційні технології, соціальні медіа, їхні типи та функції для вирішення завдань у професійній діяльності.

Наприклад, Центр досліджень соціальних комунікацій НБУВ постійно проводить заходи щодо підвищення кваліфікації фахівців бібліотеки: семінари, індивідуальні заняття, майстер-класи; допомагає знайти онлайн-ресурси, які можна використовувати при навчанні. Для того щоб фахівці бібліотеки мали нагоду та час стати впевненими, компетентними та спроможними користувачами технологій, бібліотека повинна мати кваліфікованих співробітників, які допоможуть розвивати бібліотечне представництво в соціальних медіа.

Задля ефективного функціонування бібліотечного представництва в соціальних медіа необхідно, щоб було визначено три напрями діяльності: технічна робота, контент-менеджмент, юридична робота.

Важливим критерієм у формуванні стратегії є *забезпечення комунікації за векторами «бібліотека – бібліотека», «бібліотека – користувач», «користувач – користувач»*. Соціальні медіа – це розвиток відносин і побудова спільнот, тому стратегії комунікації мають віддавати перевагу спілкуванню. Важливо пам'ятати про те, що спілкування повинно бути діалоговим, відповідно, важливо не давати можливості публікаціям перетворюватися в монолог. Бібліотеці треба визначитися, як вона неформально спілкуватиметься з аудиторією. Необхідно за допомогою бібліотечного представництва ставити запитання, спілкуватися й писати коментарі. Можна запитати аудиторію, якої вона думки про бібліотеку, ресурси бібліотеки тощо. Бібліотечному представництву потрібно залишатися активним і відповідати на коментарі для залучення користувачів та зворотного зв'язку з ними.

*Вироблення контенту бібліотечного представництва в соціальних медіа* – один з найголовніших етапів формування бібліотечного представництва, оскільки контент – це вся інформація, яка транслюється бібліотечним представництвом у соціальних медіа, та основа ефективного просування бібліотечної діяльності в соціальних медіа. Загалом можна виділити два підходи до подання 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 [193]. Також доцільно комбінувати різні типи контенту – візуальний, відео- та аудіоконтент. Важливо підтримувати спілкування, дискусії, конкурси, цікавитися думкою користувачів.

Доцільним видається створення контент-плану, тобто визначення та прогнозування контенту, який бібліотека публікуватиме через соціальні медіа; визначення очікувань (реакція від користувачів, формування обговорень, дискусій тощо) на дописи бібліотечного представництва.

Важливим є оперативне оновлення контенту в соціальних медіа: доцільним, виходячи з практики роботи, видається щонай-

менше щоденне оновлення. Наприклад, оновлюваність сторінок підрозділів НБУВ – Національної юридичної бібліотеки та Служби інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади – становить понад 25 публікацій на тиждень, що можна назвати досить високими показниками. Водночас у сторінки Юридичної бібліотеки Конгресу (США) щотижнева оновлюваність становить шість публікацій, Музичної бібліотеки Стенфордського університету – шість постів. Не менш важливим аспектом ефективності контенту бібліотечного представництва є оперативне реагування бібліотеки на коментарі користувачів.

Щодо технологічних ресурсів задля створення й підтримки бібліотечного представництва в соціальних медіа, то необхідно мати техніку, програмне забезпечення, запроваджувати нові технології. 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 керування, просування соціальних медіа, оцінку ефективності бібліотечного представництва, дотримання вимог авторського права.

Задля ефективного використання соціальних медіа бібліотеці необхідно створити *інструкцію чи політику використання соціальних медіа бібліотеками*, яка може містити загальні рекомендації, процедури та обов'язки, керівні принципи контенту, захист конфіденційної інформації, авторське право.

Варто виділити дві стратегії бібліотечного представництва в соціальних медіа: дотримання єдиної політики та диференціації політик у різних типах соціальних медіа. Якщо бібліотека планує використовувати ті чи інші соціальні медіа, то насамперед розроблення має стосуватися тієї мережі. Наприклад, можна встановити політику щодо використання Twitter, Facebook, YouTube або інших соціальних мереж. Наприклад, Публічна бібліотека Роанок (США) розробила політику соціальних медіа Social Media Policy [325], дотримуючись диференціації політик у різних типах соціальних медіа, виокремлюючи окремими розділами політики блог у Facebook, Twitter, LinkedIn, у яких зазначаються вимоги щодо пуб-



лікування матеріалів, можливості подання апеляції щодо видалення повідомлень, підтримка представництв директором бібліотеки.

Політику найкраще розробляти в межах усього співтовариства, оскільки спільнота потенційно може включати викладачів, студентів, випускників, адміністраторів і бібліотечних фахівців. Члени кожної із цих груп мають бути залучені до створення політики соціальних медіа, оскільки, залучаючи повний спектр зацікавлених сторін, співтовариство відображає користувацьку спільноту. Політика або керівні принципи можуть розглядатися як онлайн-розширення основних правил бібліотеки.

Встановлення керівних принципів допоможе запобігти виникненню проблем і, як наслідок, приведе до збільшення використання й ефективності соціальних медіа в цілому.

Як приклади вироблення керівних принципів можна навести політики соціальних медіа Національної бібліотеки Австралії [327], Бібліотеки Конгресу [263], Публічної бібліотеки Глісону (США) [326], Публічної бібліотеки Роанок (США) [325], Публічної бібліотеки Квінсленду (Австралія) [322], Бібліотеки Університету Каліфорнії Сан Маркос (США) [324], Бібліотеки Д. Фалвелла Університету Ліберті (США) [292].

Названі вище політики є внутрішніми документами бібліотек і фактично розширенням правил бібліотек, що доповнюють нормами та вимогами щодо роботи бібліотек в інтерактивному просторі існуючі норми. У проаналізованих документах звертається увага на користувацькі дописи й коментарі, до яких висунуто вимоги: видалення образливого, вульгарного, расистського, загрозливого контенту або образливих термінів, призначених для конкретних осіб; контенту, який не відповідає тематиці та містить особисту інформацію; плагіату або матеріалів, захищених авторськими правами; спаму й контенту, який просуває продукти та послуги або пов'язаний з політичною кампанією. Зокрема, саме такі вимоги сформульовано правилами політики Бібліотеки Конгресу щодо коментарів і публікацій у соціальних медіа (Comment & Posting Policy) [263].

Також політики унормовують процедуру публікації дописів – як читачам, так і користувачам. Наприклад, політикою соціальних

медіа Національної бібліотеки Австралії [327] визначаються вимоги щодо їх офіційного використання, серед яких: отримання згоди завідувача відділу задля використання соціальних медіа офіційно; заборона коментувати без особливих повноважень діяльність відділу чи підрозділу бібліотеки, крім надання фактичної інформації, яка є в загальнодоступному звіті; вимога уникати будь-яких тверджень, які можуть негативно вплинути на імідж бібліотеки; отримання дозволу на розголошення офіційної інформації; дотримання законів, що стосуються наклепу, конфіденційності та захисту інтелектуальної власності.

Деякі бібліотеки через правила регламентують формат публікацій. Наприклад, робити заголовки дописів і повідомлення короткими; розміщувати контент, який буде корисний, цікавий або привабливий для аудиторії; не відправляти «чисті», без супровідного коментаря гіперпосилання на інші джерела; перед публікацією перевіряти факти, орфографію та граматику, вказувати джерела й перевіряти та не використовувати захищені авторським правом світлини; оновлювати бібліотечне представництво постійно; звертати увагу на комунікацію з користувачами; слідкувати за представництвом і створювати обговорення; захищати конфіденційну інформацію. Такі вимоги, наприклад, визначено в рекомендаціях Бібліотеки Університету Каліфорнії Сан Маркос (США) [324].

*Визначення ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа* необхідно задля розуміння того, наскільки досягнуто мету й завдання бібліотечного представництва в соціальних медіа. Це – оцінка діяльності бібліотечного представництва в соціальних медіа. Якщо завдання бібліотечного представництва в соціальних медіа – залучення читачів на сторінку бібліотеки, формування лояльності аудиторії, включення в комунікацію, то саме взаємодія є показником досягнутої мети. Відповідно, ефективність бібліотечної сторінки в соціальних медіа має визначатися ефективністю дописів. Бібліотеці необхідно відповісти на запитання, що вона хоче отримати в результаті створення й роботи бібліотечного представництва в соціальних медіа та як оцінювати отриманий результат. Визначаючи ефективність бібліотечного представництва,

бібліотека може використовувати ручний моніторинг задля визначення певних показників, які важливі для бібліотеки, або ж скористатися автоматичним моніторингом безпосередньо соціальних мереж та інших сервісів. Визначення ефективності бібліотечного представництва доцільно проводити кожні півроку задля оцінювання роботи бібліотеки і внесення певних корективів, а також передбачати розроблення стандартів звітності.

Аналіз стратегій і політик зарубіжних бібліотек щодо використання соціальних медіа дав можливість окреслити основні напрями діяльності бібліотек у соціальних медіа, що позиціонуються як стратегічні. Зокрема, можна виділити такі: інформування та просування новин, подій, послуг бібліотеки; збирання матеріалів бібліотекою; обмін навчальними й рекламними матеріалами; комунікація у форматах «бібліотека – користувач», «бібліотека – бібліотека», «користувач – користувач»; залучення індивідуальних і корпоративних користувачів; популяризація порад щодо досліджень та корисних інструментів для науковців.

Водночас аналіз стратегій і політик зарубіжних бібліотек дає змогу виокремити такі спільні тенденції, як визначення мети й завдань бібліотечного представництва в соціальних медіа; обґрунтування кадрових, технологічних, часових, фінансових затрат, професійних навичок; диференціація політик у різних типах соціальних медіа; колегіальне вироблення політики соціальних медіа; планування, дослідження ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа; дотримання авторського права під час публікацій; відповідальність бібліотек за опубліковані матеріали, відповідно, фільтрація образливого, вульгарного, расистського, загрозового контенту, контенту, який не відповідає тематиці та містить особисту інформацію, плагіату або матеріалів, захищених авторськими правами, спаму й контенту, який просуває продукти та послуги або пов'язаний з політичною кампанією.

У результаті аналізу наукових публікацій і документів вважаємо за доцільне запропонувати практичні рекомендації для формування стратегії бібліотечного представництва в соціальних медіа, які передбачають: визначення мети та завдань бібліотечного пред-

ставництва в соціальних медіа; визначення аудиторії бібліотечно-го представництва в соціальних медіа; оцінювання ресурсів для створення й підтримки бібліотечного представництва в соціальних медіа; вироблення контенту бібліотечного представництва в соціальних медіа; забезпечення комунікації за векторами «бібліотека – бібліотека», «бібліотека – користувач», «користувач – користувач»; створення інструкції або політики використання соціальних медіа бібліотеками; визначення ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа.

Отже, визначення спільних тенденцій стратегій і політик зарубіжних бібліотек дає змогу використовувати їх у роботі вітчизняними бібліотеками або ж, узявши до уваги досвід зарубіжних бібліотек, створювати власні стратегії та політики. Запропоновані практичні рекомендації для формування стратегії бібліотечного представництва в соціальних медіа покликані підвищити ефективність бібліотечного представництва в соціальних медіа; дадуть змогу регламентувати робочий час фахівця із соціальних медіа з уточненням його посадових обов'язків; визначати фінансові, технологічні та професійні ресурси для підтримання бібліотечного представництва в соціальних медіа; покращити комунікацію за всіма векторами. Їх реалізація дає можливість розраховувати на збільшення відвідуваності бібліотечного представництва; підвищення активності користувачів; у результаті приведе до покращення бібліотечного обслуговування користувачів. Також треба зазначити, що практичні рекомендації для формування стратегії можуть виступати як путівник, який допоможе орієнтуватися бібліотечному представництву в соціальних медіа.

Запропоновані практичні рекомендації для формування стратегії бібліотечного представництва в соціальних медіа можуть змінюватися у зв'язку з активним розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, доповнюватися та мати широке обговорення.

## ПІСЛЯМОВА

Загалом, підсумовуючи, можна зазначити, що інтенсифікація впровадження інтерактивних технологій у бібліотечну діяльність актуалізує питання дослідження бібліотечного сегмента соціальних медіа в інтерактивному медіасередовищі.

Аналіз понятійного апарату досліджуваної теми показав необхідність його уточнення. З огляду на це авторкою запропоновано, з урахуванням соціально-комунікаційного підходу, визначення поняття «бібліотечне представництво в соціальних медіа» з позиції соціально-комунікаційного підходу як технологічної та інформаційної платформи для взаємодії бібліотеки й користувача, бібліотеки та бібліотеки, користувача й користувача (за посередництва бібліотеки), орієнтованої на задоволення інформаційних потреб суспільства в контексті реалізації бібліотеками комунікаційної функції.

У процесі дослідження було використано систему методів і підходів, базовим серед яких став соціально-комунікаційний підхід. Джерелознавчий аналіз, застосування соціологічних та статистичних матеріалів щодо впровадження інтерактивних технологій у бібліотечну діяльність дало змогу обґрунтувати значення соціальних медіа в бібліотечній діяльності як сполучної ланки між соціумом і бібліотекою в умовах глобалізації інформаційного простору для всебічного включення бібліотек в інформаційно-комунікаційні процеси, що є необхідною передумовою їх синхронного розвитку із суспільством, що трансформується. Із цієї позиції присутність бібліотечного представництва в соціальних медіа є характерною ознакою трансформації існуючої системи функціонування бібліотек з метою досягнення відповідності їхньої діяльності новим суспільним потребам.

Узагальнення аналізу бібліотечної діяльності з використанням соціальних медіа засвідчило, що спостерігаються різні стратегії

комунікаційної діяльності бібліотек у соціальних медіа – від формальної представленості до активного нарощування присутності в соціальних мережах. Глобальними соціальними медіа, у яких представлено вітчизняні та зарубіжні бібліотеки, було визначено соціальні мережі Facebook, Google+; відеохостинг YouTube; мікроблог Twitter. Сьогодні залишається актуальним і статистично обґрунтованим висновок про те, що найпопулярнішою соціальною мережею для бібліотечних представництв залишається Facebook. Характерною особливістю представленості зарубіжних бібліотек у соціальних медіа є: «видимість» (наявність даних про представленість у соціальних медіа на офіційних сайтах), поліпредставленість, значна активність читачів бібліотечної сторінки. Щодо вітчизняних бібліотек, то конституючими ознаками представленості в соціальному просторі є: монопредставленість, високий рівень охоплення соціальних медіа, висока оновлюваність сторінок. У результаті дослідження виявлено спільні риси щодо представленості зарубіжних і вітчизняних бібліотек у мас-медіа: глобальність, дисперсність, конвергентність.

Типологічна класифікація показала наявність таких типів мас-медіа, де відзначається присутність бібліотек: за контентом – орієнтовані на представлення мультимедійного контенту (текстових повідомлень, світлин, відео- та аудіодокументів) та моноформатного контенту (відео-, фотоконтенту, слайд-шоу); за комунікативною стратегією – соціальні медіа, які забезпечують комунікацію користувачів; колаборативні проекти, які передбачають колаборативну співпрацю і взаємодію з користувачами; рекомендаційні сервіси, орієнтовані на базові уподобання користувача; геосоціальні системи, базуються на колективній співпраці з користувачами; файлообмінні спільноти, орієнтовані на спільне використання файлів, засновані на рівноправності учасників обміну; медіахостинги, які передбачають розміщення матеріалів користувачами.

Зважаючи на існуючий професійний запит на комплекс діючих методів і критеріїв оцінювання бібліотечних представництв у соціальних медіа, що дають змогу отримати достовірний результат, для дослідження рівня представленості бібліотек в інтеракти-

вному медіасередовищі, охопленості бібліотечними представництвами соціальних медіа, контенту бібліотечних представництв доцільним є використання моніторингу, статистичного методу та контент-аналізу задля з'ясування технологічних і змістових умов ефективності сторінки; методу прогнозування.

З метою виявлення загальних тенденцій функціонування бібліотечних сторінок у соціальних мережах доцільно аналізувати їх за такими критеріями: представлення інформації про бібліотеку, централізованість / дисперсність, змістовність, інтенсивність зворотного зв'язку. Необхідно враховувати можливість похибки і відносність показників соціальних медіа, що зумовлено їхньою мінливістю, динамічністю, реактивністю, гібридністю та інтерактивністю, відтак принципову неможливість абсолютно точних розрахунків.

До критеріїв оцінювання ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа пропонуємо віднести інтерактивність, спрямованість публікацій; тип контенту; гіпертекстуальність; періодичність оновлення; охоплення аудиторії. На основі статистичного методу є сенс застосовувати шкалу оцінювання: високий, середній, низький рівень ефективності.

До перспективних завдань використання соціальних медіа в бібліотеці належать такі: підвищення інформованості про бібліотеку; демонстрація бібліотечних ресурсів та послуг; активізація зворотного зв'язку і взаємодії з користувачами; забезпечення читачів через рекомендацію корисною та надійною інформацією; залучення нових користувачів за допомогою створення спільноти; створення користувацького контенту й залучення користувачів до колаборації; розвиток бібліотечної спільноти; підтримка та просування бібліотечних цілей; допомога спільним науковим дослідженням; демонстрація потенціалу використання соціальних медіа для бібліотечної спільноти.

Що ж до практичних рекомендацій для формування стратегії бібліотечного представництва в соціальних медіа, пропонуємо такі: визначення мети та завдань бібліотечного представництва в соціальних медіа; оцінювання ресурсів для створення та підтри-

мки бібліотечного представництва в соціальних медіа (фінансові ресурси, час, технологічні ресурси, професійні навички); створення інструкції або політики використання соціальних медіа бібліотеками, яка міститиме загальні рекомендації, процедури та обов'язки, керівні принципи контенту, захист конфіденційної інформації, авторське право; визначення ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа.

Запропоновані практичні рекомендації для формування стратегії бібліотечного представництва в соціальних медіа покращать ефективність бібліотечного представництва в соціальних медіа; дадуть змогу регламентувати робочий час фахівця із соціальних медіа з уточненням його посадових обов'язків; визначають фінансові, технологічні та професійні ресурси для підтримки бібліотечного представництва в соціальних медіа; покращать комунікацію за всіма векторами; дадуть можливість збільшити відвідуваність бібліотечного представництва; дадуть змогу підвищити активність користувачів; у результаті приведуть до покращення бібліотечного обслуговування користувачів.

Перспективами розвитку бібліотечного представництва в інтерактивному медіасередовищі пропонуємо вважати:

- створення системи представлення бібліотек у соціальних медіа, тобто акумулювання унікальної інформації в різних соціальних медіа – соціальних мережах, колаборативних проєктах, віртуальних світах, блогах;

- інтеграцію соціальних медіа і вебсайтів бібліотек в універсальні мережеві інформаційно-комунікаційні центри з акумуляції та забезпечення доступу до інформаційних ресурсів;

- удосконалення співпраці бібліотеки в соціальних медіа з користувачами за допомогою впровадження інтерактивних форм комунікації;

- формування інтелектуального користувацького й бібліотечного ресурсу як сукупності знань бібліотечних фахівців та користувачів, які використовуються або можуть бути використані в інформаційній діяльності бібліотеки;

- розвиток присутності українських бібліотек у національно-



му медіапросторі шляхом розвитку форм і методів використання українських соціальних мереж та комунікативних технологій, а також, з іншого боку, бібліотечно-інформаційних засобів популяризації цих мереж;

- визначення ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа;

- створення індивідуальних стратегій і політики щодо використання бібліотекою соціальних медіа.

## СПИСОК СКОРОЧЕНЬ

**ДОУНБ** – Дніпропетровська обласна універсальна наукова бібліотека Первоучителів слов'янських Кирила і Мефодія

**ЗВО** – заклади вищої освіти

**НаУКМА** – Національний університет «Києво-Могилянська академія»

**НБУВ** – Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського  
НАН України

**НТУУ КПІ** – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

**НЮБ** – Національна юридична бібліотека

**ОУНБ** – обласні універсальні наукові бібліотеки

## ДОДАТКИ

Додаток А

### Представленість бібліотек у соціальних медіа

*Державна бібліотека України для юнацтва (Київ)* (<http://www.lib4uth.gov.ua/>) – Facebook ([https://www.facebook.com/lib4uth.gov.ua?\\_rdr](https://www.facebook.com/lib4uth.gov.ua?_rdr)), Google + (<https://plus.google.com/101656140548323802199/posts>; <https://plus.google.com/+4uthGovUa/posts>), YouTube (<https://www.youtube.com/user/lib4uth>), Twitter (<https://twitter.com/Lib4uth>), інші (Linkedin, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://www.flickr.com/people/17648379@N05/>; <http://www.slideshare.net/lib4uth>; <https://www.pinterest.com/lib4uth/>);

*Державна наукова архітектурно-будівельна бібліотека імені В. Г. Заболотного* (<http://www.dnabb.org/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/dnabb.org>), Twitter (<https://twitter.com/DnabbZ>);

*Державна науково-педагогічна бібліотека України імені В. О. Сухомлинського (Київ)* (<http://www.dnpb.gov.ua/>) – Facebook ([www.facebook.com/pages/ДНПБ-України-ім-В-О-Сухомлинського/240019389383740](http://www.facebook.com/pages/ДНПБ-України-ім-В-О-Сухомлинського/240019389383740)), інші (Linkedin, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) ([ua.linkedin.com/pub/днпб-сухомлинського/7b/79a/824](http://ua.linkedin.com/pub/днпб-сухомлинського/7b/79a/824));

*Державна науково-технічна бібліотека України (Київ)* (<http://gntb.gov.ua/ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/Technicallibrary/>), Google + (<https://plus.google.com/102515659834995023506/about?gl=ua&hl=ru>), YouTube (<https://www.youtube.com/embed/WQJ9gHiD8dE>);

*Львівська національна наукова бібліотека України ім. В. Стефаніка* (<http://www.lsl.lviv.ua/>) – Facebook ([www.facebook.com/pages/Львівська-національна-наукова-бібліотека-України-імені-Василя-Стефаніка/1528849674070207](http://www.facebook.com/pages/Львівська-національна-наукова-бібліотека-України-імені-Василя-Стефаніка/1528849674070207)), Twitter (<https://twitter.com/biblioteka1940>);

*Національна бібліотека України для дітей (Київ)* (<http://www.chl.kiev.ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/nbukids/>),

Google + (<https://plus.google.com/110220465903206409634/posts>), YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UCHZIMOCX2tHv33UPVRqsWbQ/playlists>), інші (Linkedin, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<http://nbukids.tumblr.com/>; <http://www.slideshare.net/nbkidskiev/presentations>; [https://instagram.com/nbu\\_for\\_kids/](https://instagram.com/nbu_for_kids/));

**Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського (Київ)** (<http://www.nbu.gov.ua/>; <http://nbuviar.gov.ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/Vernadsky.Library/>; <https://www.facebook.com/siazua>; <https://www.facebook.com/ufhvjsz?fref=photo>; <https://www.facebook.com/nllofua>; <https://uk-ua.facebook.com/fondprezudentiv>; [https://www.facebook.com/cnbinbuw?fref=pb&hc\\_location=profile\\_browser](https://www.facebook.com/cnbinbuw?fref=pb&hc_location=profile_browser); <https://www.facebook.com/mus.fond>; [www.facebook.com/pages/Цsterreich-Bibliothek-Kiew-Aвстрійська-бібліотека-у-Києві/450199155072622](https://www.facebook.com/pages/Цsterreich-Bibliothek-Kiew-Aвстрійська-бібліотека-у-Києві/450199155072622));

**Національна історична бібліотека України (Київ)** (<http://www.nibu.kiev.ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/historicallib>), Google + (<https://plus.google.com/107736712026915200999/posts>), Youtube (<https://www.youtube.com/user/historicallib>), Twitter (<https://twitter.com/historicallib>), інші (Linkedin, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://www.pinterest.com/historicallib/>);

**Національна наукова медична бібліотека України (Київ)** (<http://www.library.gov.ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/NNMBU>), Google + (<https://plus.google.com/115545652306733816078/posts>), YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UC1xnYTVd-IV8FoW0dVcugCQ>), Twitter ([https://twitter.com/MedLib\\_Ukraine](https://twitter.com/MedLib_Ukraine)), інші (Linkedin, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://www.flickr.com/photos/109719424@N05/>; <https://www.linkedin.com/company/national-medical-library-of-ukraine>);

**Національна наукова сільськогосподарська бібліотека (Київ)** (<http://dnsgb.com.ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/nnsqb>);

**Національна бібліотека України ім. Ярослава Мудрого (Київ)** (<http://www.nplu.org/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/nplu.org/>);

**Одеська національна наукова бібліотека** (<http://www.odnb.odessa.ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/odessa.national.gorky.library?ref=hl>), Google + (<https://plus.google.com/114428377219687317998/about>), YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UCHH2KV4iSYryhxLlKRt8htg>), Twitter (<https://twitter.com/OdesaNatLibrary>), інші (Linkedin, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) ([https://www.slideshare.net/ONRL\\_M\\_Gorky/](https://www.slideshare.net/ONRL_M_Gorky/));

**Харківська державна наукова бібліотека ім. В. Г. Короленка** (<http://korolenko.kharkov.com/>) – Facebook ([www.facebook.com/pages/Харьковская-государственная-научная-библиотека-им-ВГ-Короленко/173011756079093](http://www.facebook.com/pages/Харьковская-государственная-научная-библиотека-им-ВГ-Короленко/173011756079093)), Google + (<https://plus.google.com/100219500561174554642/posts>), YouTube (<https://www.youtube.com/user/MsAnngelina/about>), Twitter ([https://twitter.com/hgnb\\_korolenko](https://twitter.com/hgnb_korolenko)), інші (Linkedin, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) ([www.linkedin.com/profile/view](http://www.linkedin.com/profile/view));

**Центральна державна науково-технічна бібліотека гірничо-металургійного комплексу України (Дніпро)** (<http://www.scgntb.dp.ua/>) – немає бібліотечних представництв у соціальних медіа;

**Вінницька обласна універсальна наукова бібліотека ім. К. А. Тімірязєва** (<http://www.library.vn.ua/>) – Facebook ([www.facebook.com/pages/Вінницька-обласна-універсальна-наукова-бібліотека-ім-КАТімірязєва/172595769486153](http://www.facebook.com/pages/Вінницька-обласна-універсальна-наукова-бібліотека-ім-КАТімірязєва/172595769486153)), Google + (<https://plus.google.com/u/0/104797073363832450969>), YouTube (<https://www.youtube.com/user/Timiryazevka>), Twitter (<https://twitter.com/vounb>), інші (Linkedin, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) ([https://www.instagram.com/timiryazevka\\_vn/](https://www.instagram.com/timiryazevka_vn/));

**Волинська обласна універсальна наукова бібліотека ім. Олени Пчілки** (<http://www.ounb.lutsk.ua/>) – Facebook ([www.facebook.com/pages/Волинська-державна-обласна-універсальна-наукова-бібліотека-ім-Олени-Пчілки/187347708128552](http://www.facebook.com/pages/Волинська-державна-обласна-універсальна-наукова-бібліотека-ім-Олени-Пчілки/187347708128552));

**Дніпропетровська обласна універсальна наукова бібліотека** – Facebook (<https://www.facebook.com/libr.dp.ua>; [www.facebook.com/pages/Встречи-с-искусством-Lets-talk-aboutart/155991](http://www.facebook.com/pages/Встречи-с-искусством-Lets-talk-aboutart/155991));

6770938969 open\_in\_new; <https://www.facebook.com/groups/972977736060913/?fref=ts>; <https://www.facebook.com/ist.dnepr.ua?fref=ts>; <https://www.facebook.com/librbooksommelier>; <https://www.facebook.com/skrynja?ref=profile>; <https://www.facebook.com/denzadn>; <https://www.facebook.com/pages/Italianissimo-Dnipropetrovsk-Ucraina/308409852548545?fref=ts>; <https://www.facebook.com/treffpunktInDounb?fref=ts>; <https://www.facebook.com/DaileDnepropetrovska>; <https://www.facebook.com/pages/Harakka-Ry-Dnipropetrovsk-Ukraina/177274865731133?sk=timeline>), Google + (<https://plus.google.com/118422403834586910797/posts>), YouTube (<https://www.youtube.com/user/dounbkm>), Twitter ([https://twitter.com/dounb\\_library](https://twitter.com/dounb_library));

**Житомирська обласна універсальна наукова бібліотека ім. О. Ольжича** (<http://www.lib.zt.ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/lib.zt.ua>), Google + (<https://plus.google.com/104918609164256487013/videos>), YouTube ([https://www.youtube.com/channel/UCTeZ\\_8oFXInBPST-E9gtaTw?feature=em-upload\\_owner](https://www.youtube.com/channel/UCTeZ_8oFXInBPST-E9gtaTw?feature=em-upload_owner));

**Закарпатська обласна універсальна наукова бібліотека (Ужгород)** (<http://www.biblioteka.uz.ua/>) – Facebook [https://www.facebook.com/zak.ounb?hc\\_location=stream](https://www.facebook.com/zak.ounb?hc_location=stream));

**Запорізька обласна універсальна наукова бібліотека** (<http://www.zounb.zp.ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/zounb.zp.ua>), Google + (<https://plus.google.com/116511547701505662206/posts>), YouTube (<https://www.youtube.com/user/zounb>), Twitter (<https://twitter.com/zounb>);

**Івано-Франківська обласна універсальна наукова бібліотека ім. І. Я. Франка** (<http://www.lib.if.ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/ifoynb>), Google + (<https://plus.google.com/+ifoynb/posts>), YouTube (<https://www.youtube.com/user/ifoynb>), Twitter (<https://twitter.com/libifua>);

**Обласна універсальна наукова бібліотека ім. Д. І. Чижевського (Кропивницький)** (<http://library.kr.ua/>) – Facebook ([https://www.facebook.com/KirovohradOUNB/timeline?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/KirovohradOUNB/timeline?ref=page_internal)), Google + (<https://plus.google.com/u/0/+LibraryKrUa/posts>);

**Львівська обласна універсальна наукова бібліотека** (<http://lounb.org.ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/lvivounb>);

**Миколаївська обласна універсальна наукова бібліотека ім. О. Гмирьова** (<http://www.reglibrary.mk.ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/reglibrary.mk/>), Google + (<https://plus.google.com/u/0/101938230999922514938>);

**Одеська обласна універсальна наукова бібліотека ім. М. Грушевського** (<http://biblioteka.od.ua/>) – Facebook ([www.facebook.com/pages/Одесская-областная-универсальная-научная-библиотека-им-М-Грушевского/204831279574349](http://www.facebook.com/pages/Одесская-областная-универсальная-научная-библиотека-им-М-Грушевского/204831279574349) open\_in\_new), Google + (<https://plus.google.com/u/0/101222351369620556978>), YouTube ([https://www.youtube.com/channel/UC\\_6\\_X9XzX1gjQ89as0JLa8AA](https://www.youtube.com/channel/UC_6_X9XzX1gjQ89as0JLa8AA)), інші (LinkedIn, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://www.instagram.com/oounb.grushevsky/>);

**Полтавська обласна універсальна наукова бібліотека імені І. П. Котляревського** (<http://www.library.pl.ua/>) – Facebook ([www.facebook.com/pages/Полтавська-обласна-универсальна-наукова-библиотека-имени-ИП-Котляревского/139597822915752](http://www.facebook.com/pages/Полтавська-обласна-универсальна-наукова-библиотека-имени-ИП-Котляревского/139597822915752));

**Публічна бібліотека ім. Лесі Українки м. Києва** (<http://luc.kiev.ua/>) – Facebook ([uk-ua.facebook.com/pages/Публічна-бібліотека-имени-Лесі-Українки-м-Київ/182756355102010](http://uk-ua.facebook.com/pages/Публічна-бібліотека-имени-Лесі-Українки-м-Київ/182756355102010)), Google + (<https://plus.google.com/101631652710625951884/posts>), YouTube ([https://www.youtube.com/channel/UCCR0\\_0hEif1\\_ELsDJP9\\_L9\\_O7\\_Yw](https://www.youtube.com/channel/UCCR0_0hEif1_ELsDJP9_L9_O7_Yw)), інші (LinkedIn, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<http://lesilib.tumblr.com/>);

**Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека** (<http://www.libr.rv.ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/libr.rv>), Google + (<https://plus.google.com/100970532584118002220>), YouTube ([https://www.youtube.com/user/libr1\\_rv](https://www.youtube.com/user/libr1_rv)), Twitter ([https://twitter.com/libr\\_rv](https://twitter.com/libr_rv)), інші (LinkedIn, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://www.instagram.com/rivnelibrary/>);

**Сумська обласна універсальна наукова бібліотека** (<http://www.ounb.sumy.ua/>) – Google + (<https://plus.google.com/u/0/113394503906524703295>), YouTube (<https://www.youtube.com/user/Sumy-ounb>);

**Тернопільська обласна універсальна наукова бібліотека** (<http://www.library.te.ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com>);

com/ternounb), Google + (plus.google.com/+ТернопільськаОУНБ), YouTube ([https://www.youtube.com/user/wolfe1979\\_vr/videos](https://www.youtube.com/user/wolfe1979_vr/videos)), Twitter (<https://twitter.com/TernopilOUNB>), інші (Linkedin, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://www.instagram.com/ternopilskaoynb/>; [https://www.slideshare.net/Ternopil\\_OUNB](https://www.slideshare.net/Ternopil_OUNB));

**Харківська обласна універсальна наукова бібліотека (<http://library.kharkov.ua/>)** – Facebook ([www.facebook.com/pages/Харківська-обласна-універсальна-наукова-бібліотека/6311463569-71183](http://www.facebook.com/pages/Харківська-обласна-універсальна-наукова-бібліотека/6311463569-71183)), Google + (<https://plus.google.com/103587594374978165335/posts>), YouTube ([https://www.youtube.com/channel/UCPr5\\_0WqdOYgZ1RfeJtKi9g](https://www.youtube.com/channel/UCPr5_0WqdOYgZ1RfeJtKi9g));

**Херсонська обласна універсальна наукова бібліотека імені Олесь Гончара (<http://lib.kherson.ua/>)** – Facebook (<https://www.facebook.com/khersonlibrary>), Google + (<https://plus.google.com/108186400205273494114/videos>), YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UCdlmxfRtLQWOEwuVKHW6F6w>), Twitter ([https://twitter.com/Kherson\\_lib](https://twitter.com/Kherson_lib));

**Хмельницька обласна універсальна наукова бібліотека (<http://www.ounb.km.ua/>)** – Facebook ([www.facebook.com/pages/Читальний-зал-ХОУНБ-ім-М-Островського/237038839814437open\\_in\\_new](http://www.facebook.com/pages/Читальний-зал-ХОУНБ-ім-М-Островського/237038839814437open_in_new); [www.facebook.com/pages/ХОУНБ-ім-Н-Островського-Отдел-производственной-литературы/723998640965432](http://www.facebook.com/pages/ХОУНБ-ім-Н-Островського-Отдел-производственной-литературы/723998640965432)), Google + (<https://plus.google.com/u/0/108441512493017335001/about>);

**Черкаська обласна універсальна наукова бібліотека імені Тараса Шевченка (<http://www.library.ck.ua/>)** – Facebook ([ru-ru.facebook.com/Черкаська-ОУНБ-імені-Тараса-Шевченка-1295775210457482](http://ru-ru.facebook.com/Черкаська-ОУНБ-імені-Тараса-Шевченка-1295775210457482));

**Чернівецька обласна універсальна наукова бібліотека ім. Михайла Івасюка (<http://www.library.cv.ua/>)** – Facebook ([www.facebook.com/pages/ЧОУНБ-імені-Михайла-Івасюка/6976888-00318481](http://www.facebook.com/pages/ЧОУНБ-імені-Михайла-Івасюка/6976888-00318481)), Google + (<https://plus.google.com/113662243164801-017920/posts>), YouTube (<https://www.youtube.com/user/VITbibl?feature=watch>), Twitter (<https://twitter.com/LibraryCV>);

**Чернігівська державна обласна універсальна наукова бібліотека ім. В. Г. Короленка (<http://libkor.com.ua/>)** –



Facebook ([www.facebook.com/pages/Чернігівська-обласна-універсальна-наукова-бібліотека-імені-ВГ-Короленка/279889292111904](http://www.facebook.com/pages/Чернігівська-обласна-універсальна-наукова-бібліотека-імені-ВГ-Короленка/279889292111904)), Google + (<https://plus.google.com/114620149587040292652>), YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UCOdPsuphAMLo-Eebb0Sb1Uw>);

**Бібліотека Запорізької державної інженерної академії** (<http://www.library.zgia.zp.ua/ukr/index.php>) – немає бібліотечних представництв у соціальних медіа;

**Бібліотека Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана** (<http://lib.kneu.edu.ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/library.kneu.edu.ua>;<https://vk.com/kneu2013>), Google + (<https://plus.google.com/1079548497-90828479874/posts>), YouTube ([https://www.youtube.com/channel/UcKa\\_zsQPuXcaewuLVynuC5A](https://www.youtube.com/channel/UcKa_zsQPuXcaewuLVynuC5A));

**Бібліотека Київського національного університету будівництва і архітектури** (<http://library.knuba.edu.ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/library.knuba.edu.ua/>);

**Бібліотека Кременчуцького державного політехнічного університету імені Михайла Остроградського** (<http://www.kdu.edu.ua/LIB1/home.html>) – немає бібліотечних представництв у соціальних медіа;

**Бібліотека Національного транспортного університету (Київ)** (<http://www.library.ntu.edu.ua/>) – немає бібліотечних представництв у соціальних медіа;

**Наукова бібліотека Національного університету кораблебудування** (<http://lib.nuos.edu.ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/libnuk>), Google + (<https://plus.google.com/communities/111914211659059945353>), YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UC0Z2T0SgWZGrhQZukv1wsfg>);

**Бібліотека Тернопільського державного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка** (<http://www.library.tnpu.edu.ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/library.tnpu.edu.ua>), інші (Linkedin, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) ([https://www.instagram.com/naykova\\_biblioteka\\_tnpu/](https://www.instagram.com/naykova_biblioteka_tnpu/));

**Наукова бібліотека ім. М. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка** (<http://www.library.univ.kiev.ua/ukr/title4.php3>) – Facebook (<https://www.facebook.com/MaksymovychScientificLibrary>);

**Наукова бібліотека Львівського національного університету імені Івана Франка** (<http://library.lnu.edu.ua/bibl/>) – Facebook (<https://ru-ru.facebook.com/librarylnu/>);

**Наукова бібліотека Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова** (<http://lib.npu.edu.ua/>) – Facebook ([www.facebook.com/pages/Наукова-бібліотека-НПУ-імені-МП-Драгоманова/496992180396191](http://www.facebook.com/pages/Наукова-бібліотека-НПУ-імені-МП-Драгоманова/496992180396191)), Twitter ([https://twitter.com/lib\\_npu](https://twitter.com/lib_npu)), інші (LinkedIn, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://www.instagram.com/lib.npu.edu.ua/>);

**Наукова бібліотека Національного університету «Києво-Могилянська академія»** (<http://www.library.ukma.edu.ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/NaUKMA.Library>), Google + (<https://plus.google.com/102775363876724183609/posts>), YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UCiXnauHqqCdjjzPPt9xgs4Q/>), Twitter (<https://twitter.com/LibraryNaUKMA>), інші (LinkedIn, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://www.instagram.com/kmalibrary/?ref=badge>; <http://ua.linkedin.com/in/librarynaukma>; <https://www.flickr.com/photos/librarynaukma/>; <https://www.slideshare.net/naukmalibrary>);

**Наукова бібліотека Національного університету «Острозька академія»** (<http://lib.ou.edu.ua/>) – немає бібліотечних представництв у соціальних медіа;

**Наукова бібліотека Одеського національного університету ім. І. І. Мечникова** (<http://library.onu.edu.ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/ScientificLibraryONU/>), Twitter ([https://twitter.com/nb\\_onu](https://twitter.com/nb_onu));

**Наукова бібліотека Радіоастрономічного інституту НАН України (Харків)** (<http://www.ri.kharkov.ua/library/>) – немає бібліотечних представництв у соціальних медіа;

**Наукова бібліотека Тернопільського державного економічного університету** (<http://library.tneu.edu.ua/>) – немає бібліотечних представництв у соціальних медіа;

**Наукова бібліотека Тернопільського державного технічного університету імені Івана Пулюя** (<http://library.tntu.edu.ua/>) – Facebook ([www.facebook.com/pages/Бібліотека-ТНТУ-імені-Івана-Пулюя/543024105729037](http://www.facebook.com/pages/Бібліотека-ТНТУ-імені-Івана-Пулюя/543024105729037));

**Наукова бібліотека Української академії банківської справи (Суми)** (<http://lib.uabs.edu.ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/naukova.biblioteka.uabs.nbu>), Twitter ([https://twitter.com/library\\_uabs](https://twitter.com/library_uabs));

**Наукова бібліотека Фізико-технічного інституту низьких температур НАН України (Харків)** ([http://www.ilt.kharkov.ua/bvi/structure/library\\_r/libr.html](http://www.ilt.kharkov.ua/bvi/structure/library_r/libr.html)) – немає бібліотечних представництв у соціальних медіа;

**Науково-технічна бібліотека Вінницького національного технічного університету** (<http://lib.vntu.edu.ua/>) – Facebook (<https://ru-ru.facebook.com/ntbvntu1960/>), Google + (<https://plus.google.com/101695171428437528148>)([https://www.youtube.com/channel/UCpDDaZ22 рхХ\\_i838 AEeyqIA](https://www.youtube.com/channel/UCpDDaZ22 рхХ_i838 AEeyqIA));

**Науково-технічна бібліотека Головної астрономічної обсерваторії НАН України (Київ)** (<http://www.mao.kiev.ua/index.php/ua/bibliomain>) – немає бібліотечних представництв у соціальних медіа;

**Науково-технічна бібліотека Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна** (<http://library.diit.edu.ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/diitlib>), Google + (<https://plus.google.com/118105989901812898059>), YouTube (<https://www.youtube.com/user/diitlibrary>), Twitter (<https://twitter.com/diitlib>), інші (LinkedIn, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://www.instagram.com/librarydnurt/>);

**Науково-технічна бібліотека Івано-Франківського Національного технічного університету нафти і газу** (<http://library.nung.edu.ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/ntbifntung>);

**Науково-технічна бібліотека Національного авіаційного університету (Київ)** (<http://www.lib.nau.edu.ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/NTBNAU>), Twitter (<https://twitter.com/NtbNau>);

**Науково-технічна бібліотека Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»** (<http://library.khai.edu/>) – Facebook ([https://www.facebook.com/pages/Khai\\_library/100126073491970](https://www.facebook.com/pages/Khai_library/100126073491970)), Google + (<https://plus.google.com/107712570317564305625>), YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UCP8nzBG7aPggECLyAguI3uQ>), Twitter ([https://twittercom/khai\\_library](https://twittercom/khai_library)), інші (LinkedIn, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) ([https://instagram.com/khai\\_library/](https://instagram.com/khai_library/));

**Науково-технічна бібліотека ім. Г. І. Денисенка Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»** (<http://www.library.kpi.ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/LibraryKPI>), Google + (<https://plus.google.com/116957301808903735634>), Twitter ([https://twitter.com/KPI\\_Library](https://twitter.com/KPI_Library)), інші (LinkedIn, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) ([https://instagram.com/kpi\\_library/](https://instagram.com/kpi_library/));

**Науково-технічна бібліотека Національного технічного університету «Харківський політехнічний університет»** (<http://library.kpi.kharkov.ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/librariankhpi?fref=ts>), YouTube (<https://www.youtube.com/user/LibraryKhPI>), Twitter (<https://twitter.com/LibrarianKhPI>), інші (Linedin, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://ru.pinterestcom/aldaliel/>);

**Науково-технічна бібліотека Національного університету «Львівська політехніка»** (<http://library.lp.edu.ua/>) – Facebook (<https://uk-ua.facebook.com/librarynulp>), Google + (<https://plus.google.com/u/0/105849634342620063886>);

**Науково-технічна бібліотека Приазовського державного технічного університету** (<http://ntb.pstu.edu/>) – немає бібліотечних представництв у соціальних медіа;

**Науково-технічна бібліотека Харківського національного автомобільно-дорожнього університету** (<http://www.khadi.kharkov.ua/library/>) – немає бібліотечних представництв у соціальних медіа;

**Херсонська обласна наукова медична бібліотека** (<http://www.khonmb.org.ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/MEDLIB>).

KHERSON/), YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UCsPY-h-20EJfvbMY3VMqnLWA>);

**Центральна наукова бібліотека Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна** (<http://www-library.univer.kharkov.ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/Karazin.library>), Twitter (<https://twitter.com/karazinlibrary>);

**Українська бібліотечна асоціація** (<http://ula.org.ua/ua/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/ula.org.ua>), Google + (<https://plus.google.com/116789217725612685509/posts>), YouTube (<https://www.youtube.com/user/ukrbibl/>), Twitter (<https://twitter.com/ukrainelibrary>), інші (LinkedIn, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://www.flickr.com/photos/51235748@N04/>; <https://www.pinterest.com/ukrlib/>; <https://www.linkedin.com/company/ukrainian-library-association-ula-?trk=prof-following-company-logo/>);

**Книжкова палата України імені Івана Федорова (Київ)** (<http://www.ukrbook.net/>) – немає бібліотечних представництв у соціальних медіа;

**Український інститут науково-технічної та економічної інформації (Київ)** (<http://www.uintei.kiev.ua/main.php>) – (<https://www.facebook.com/UkrISTEI/>);

**Національна бібліотека Аргентини (Biblioteca Nacional)** (<https://www.bn.gov.ar/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/BNMMArgentina/>), YouTube (<https://www.youtube.com/user/bibnal>), Twitter (<https://twitter.com/BNMMArgentina>), інші (LinkedIn, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) ([https://www.instagram.com/biblioteca\\_nacional\\_argentina/](https://www.instagram.com/biblioteca_nacional_argentina/));

**Національна бібліотека Бразилії (Biblioteca Nacional)** (<https://www.bn.gov.br/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/bibliotecanacional.br?fref=ts>), YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UCLOJDjeIojQcPX2wyaUd9Xw>), Twitter (<https://twitter.com/FBN>), інші (LinkedIn, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) ([https://www.instagram.com/fundacao\\_biblioteca\\_nacional/](https://www.instagram.com/fundacao_biblioteca_nacional/));

**Національна бібліотека Чилі (Biblioteca Nacional)** (<http://www.bibliotecanacional.cl/615/w3-channel.html>) – Facebook (<https://www.facebook.com/biblioteca.nacional>);

www.facebook.com/BibliotecaNacionaldeChile), Twitter (<https://twitter.com/BNChile>), інші (Linkedin, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://www.instagram.com/bnchile/>);

**Національна бібліотека Колумбії (*Biblioteca Nacional de Colombia*)** (<http://bibliotecanacional.gov.co/es-co>) – Facebook (<https://www.facebook.com/bncolombia>), Google + (<https://plus.google.com/102936879358182195244>), YouTube (<https://www.youtube.com/user/bnacionaladmin>), Twitter (<https://twitter.com/BibliotecaNalCo>);

**Національна бібліотека Іспанії (*Biblioteca Nacional de España*)** (<http://www.bne.es/es/Inicio/index.html>) – Facebook (<https://www.facebook.com/bne>), Google + (<https://plus.google.com/100853076525300418772>), YouTube (<https://www.youtube.com/user/bibliotecaBNE>), Twitter ([https://twitter.com/bne\\_biblioteca](https://twitter.com/bne_biblioteca)), інші (Linkedin, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://www.flickr.com/photos/bibliotecabne>; <https://www.slideshare.net/bne>);

**Національна бібліотека Мексики (*Biblioteca Nacional de México*)** (<http://bnt.unam.mx/>) – немає бібліотечних представництв у соціальних медіа;

**Національна бібліотека Панами (*Biblioteca Nacional de Panamá*)** (<http://www.binal.ac.pa/binal/>) – немає бібліотечних представництв у соціальних медіа;

**Національна бібліотека Португалії (*Biblioteca Nacional de Portugal*)** (<http://www.binal.ac.pa/binal/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/biblioteca.nacional.portugal/>);

**Національна бібліотека Куби (*Biblioteca Nacional José Martí*)** (<http://www.bnjm.cu/>) – немає бібліотечних представництв у соціальних медіа;

**Національна бібліотека Молдови (*Biblioteca Nationala a Republicii Moldova*)** (<http://www.bnrm.md/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/bibliotecanationala/>);

**Національна бібліотека Румунії (*Biblioteca Nationala a Romaniei*)** (<http://www.bibnat.ro/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/BibNatRo/>);

**Національна бібліотека Італії (Biblioteca Nazionale Centrale di Firenze)** (<http://www.bncf.firenze.sbn.it/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/BNCFirenze/>), Twitter (<https://twitter.com/bncfirenze>);

**Національна бібліотека Албанії (Biblioteka Kombëtare e Shqipërisë)** (<http://www.bksh.al/>) – Facebook (<https://sq-al.facebook.com/bksh.al/>);

**Національна бібліотека Польщі (Biblioteka Narodowa)** (<http://www.bn.org.pl/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/bnbiblioteka/>);

**Бібліотека Александрина (Єгипет) (Bibliotheca Alexandrina)** (<http://www.bibalex.gov.eg/en/default>) – Facebook (<https://www.facebook.com/bibalexOfficial/?fref=ts>), YouTube (<https://www.youtube.com/user/BAchannel>), Twitter ([https://twitter.com/ba\\_news\\_events](https://twitter.com/ba_news_events)), інші (LinkedIn, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) ([goo.gl/D8Ko19](http://goo.gl/D8Ko19));

**Бібліотека та архів Канади (Bibliothèque et Archives Canada)** (<http://www.collectionscanada.gc.ca/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/LibraryArchives>), Google + (<https://plus.google.com/114519841541208989488/videos>), YouTube (<https://www.youtube.com/user/LibraryArchiveCanada/>), Twitter (<https://twitter.com/@LibraryArchives>), інші (LinkedIn, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://www.flickr.com/photos/lac-bac/collections/>);

**Національна бібліотека і архів Квебека (Канада) (Bibliothèque et Archives nationales du Québec)** (<http://www.banq.qc.ca/accueil/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/banqweb20>), Google + (<https://plus.google.com/105994727482993174182/posts>), YouTube (<https://www.youtube.com/user/BAAnQweb20>), Twitter ([https://twitter.com/\\_BANQ](https://twitter.com/_BANQ));

**Національна бібліотека Франції (Bibliothèque nationale de France)** (<http://www.bnf.fr/fr/acc/x.accueil.html>) – Facebook (<https://www.facebook.com/bibliothequebnf>), Google + (<https://plus.google.com/115604915730089359499/posts>), YouTube (<https://www.youtube.com/user/BibliothèqueBnF>), Twitter (<https://twitter.com/ActuBnF>), інші (LinkedIn, Flickr,

Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://instagram.com/bibliothequenbnf/>);

**Люксембурзька національна бібліотека (*Bibliothèque nationale de Luxembourg*)** (<http://www.bnل.public.lu/fr.html>) – Facebook (<https://www.facebook.com/pages/Biblioth%C3%A8que-nationale-de-Luxembourg/137249709735707>);

**Королівська бібліотека Бельгії (*Bibliothèque royale de Belgique*)** (<https://www.kbr.be/>) – Facebook ([www.facebook.com/pages/Koninklijke-Bibliotheek-van-België-Bibliothique-royale-de-Belgique/276661032407218](http://www.facebook.com/pages/Koninklijke-Bibliotheek-van-België-Bibliothique-royale-de-Belgique/276661032407218)), YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UCZ8AN4sq7z2OPS7RHOU5RaQ>), Twitter (<https://twitter.com/kbrbe>);

**Королівська бібліотека (Данія) (*Det Kongelige Bibliotek*)** (<http://www.kb.dk/da/index.html>) – Facebook (<https://da-dk.facebook.com/DetKongeligeBibliotek/>);

**Німецька національна бібліотека (*Deutsche Nationalbibliothek*)** ([http://www.dnb.de/DE/Home/home\\_node.html](http://www.dnb.de/DE/Home/home_node.html)) – Facebook (<https://www.facebook.com/DeutscheNationalbibliothek>), Twitter ([https://twitter.com/DNB\\_Aktuelles](https://twitter.com/DNB_Aktuelles));

**Національна бібліотека Естонії (*Eesti Rahvusraamatukogu*)** (<http://www.nlib.ee/>) – Facebook ([https://www.facebook.com/rahvusraamatukogu?\\_rdr=p](https://www.facebook.com/rahvusraamatukogu?_rdr=p)), Twitter (<https://twitter.com/nationallibrary>);

**Національна бібліотека Кенії (*Kenya National Library Service Official Website*)** (<http://www.knls.ac.ke/>) – YouTube (<https://www.youtube.com/user/knlskenya>), Twitter (<https://twitter.com/knlsmedia>);

**Королівська бібліотека Нідерландів (*Koninklijke Bibliotheek*)** (<https://www.kb.nl/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/koninklijkebibliotheek>), YouTube (<https://www.youtube.com/user/KBNederland>), Twitter ([https://twitter.com/kb\\_nederland](https://twitter.com/kb_nederland)), інші (LinkedIn, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://www.pinterest.com/kbnederland/>; [goo.gl/8HZcPT](http://goo.gl/8HZcPT));

**Королівська бібліотека (*Kungliga biblioteket*)** (<http://www.kb.se/>) – Facebook ([https://www.facebook.com/kungligabiblioteket?\\_rdr=p](https://www.facebook.com/kungligabiblioteket?_rdr=p)), Google + (<https://plus.google.com/102795185175026091427/>)



about), YouTube ([https://www.youtube.com/user/KunglBiblioteket?ob=0&feature=results\\_main](https://www.youtube.com/user/KunglBiblioteket?ob=0&feature=results_main)), Twitter (<https://twitter.com/kungbib>), інші (Linkedin, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://www.flickr.com/photos/25300312@N08/>);

**Національна бібліотека Латвії (*Latvijas Nacionālā bibliotēka*)** (<https://lnb.lv/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/lnb.lv>), Twitter ([https://twitter.com/LNB\\_lv](https://twitter.com/LNB_lv)), інші (Linkedin, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<http://www.draugiem.lv/lnb/>);

**Бібліотека Конгресу (*Library of Congress*)** (<https://www.loc.gov/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/libraryofcongress>), Google + (<https://plus.google.com/117792346116785438631/posts>), Youtube (<https://www.youtube.com/user/LibraryOfCongress>), Twitter (<https://twitter.com/librarycongress>), інші (Linkedin, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://www.pinterest.com/LibraryCongress/>; [https://www.flickr.com/photos/library\\_of\\_congress/](https://www.flickr.com/photos/library_of_congress/));

**Державна бібліотека Ліхтенштейну (*Liechtensteinische Landesbibliothek*)** (<http://www.landesbibliothek.li>) – Facebook (<https://www.facebook.com/Landesbibliothek/>);

**Литовська національна бібліотека імені Мартинаса Мажевідаса (*Lietuvos nacionalinė Martyno Mažvydo biblioteka*)** (<https://www.lnb.lt>) – Facebook (<https://www.facebook.com/nacionalinebiblioteka>), Google + (<https://plus.google.com/116042469929270646369/videos>), Youtube (<https://www.youtube.com/user/nbiblioteka>), інші (Linkedin, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<http://www.slideshare.net/nacionalinebiblioteka>);

**Азербайджанська національна бібліотека (*Milli Kitabxana*)** (<http://anl.az/new/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/az.nat.lib/>);

**Національна бібліотека Туреччини (*Milli Kütüphane Başkanlığı*)** (<http://www.mkutup.gov.tr/tr/Sayfalar/default.aspx>) – немає бібліотечних представництв у соціальних медіа;

**Національна й університетська бібліотека Загреба (*Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu*)** (<http://www.nsk.hr>) – Facebook (<https://www.facebook.com/nskzgj>),

YouTube (<https://www.youtube.com/user/nskzagreb>), Twitter ([https://twitter.com/NSK\\_Zagreb](https://twitter.com/NSK_Zagreb)), інші (LinkedIn, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://www.pinterest.com/nskzagreb/>; <https://www.linkedin.com/company/nacionalna-i-sveu-ili-na-knjiznica-u-zagrebu?trk=tyah#!>);

**Національна бібліотека Норвегії (Nasjonalbiblioteket)** (<https://www.nb.no>) – Facebook (<https://www.facebook.com/nasjonalbiblioteket>), Google + (<https://plus.google.com/111511979378345-832190/posts>), YouTube (<https://www.youtube.com/user/Nasjonalbiblioteket>), Twitter (<https://twitter.com/nasjonalbibl>), інші (LinkedIn, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) ([https://www.flickr.com/photos/national\\_library\\_of\\_norway](https://www.flickr.com/photos/national_library_of_norway));

**Управління архівів та бібліотек (Бангладеш) (Directorate of Archives and Libraries)** (<http://www.nanl.gov.bd>) – немає бібліотечних представництв у соціальних медіа;

**Національна бібліотека Індії (National library)** (<http://www.nationallibrary.gov.in>) – немає бібліотечних представництв у соціальних медіа;

**Національна бібліотека Австралії (National Library of Australia)** (<http://www.nla.gov.au>) – Facebook (<https://www.facebook.com/National.Library.of.Australia>), Twitter (<https://twitter.com/nlagovau>), інші (LinkedIn, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) ([https://www.flickr.com/photos/national\\_library\\_of\\_australia\\_commons/](https://www.flickr.com/photos/national_library_of_australia_commons/));

**Національна бібліотека Бутану (National Library of Bhutan)** (<http://www.library.gov.bt>) – Facebook (<https://www.facebook.com/pages/National-Library-Archives-of-Bhutan/150473151646225?ref=hl>);

**Національна бібліотека Ірландії (National Library of Ireland)** (<http://www.nli.ie>) – Facebook (<https://www.facebook.com/NationalLibraryofIreland>), Twitter (<https://twitter.com/NLIreland>), інші (LinkedIn, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://www.flickr.com/photos/yournireland/>; <https://www.flickr.com/photos/nlireland/>);

**Національна бібліотека Лівії (National Library of Libya)** (<http://www.nllnet.net>) – немає бібліотечних представництв у соціальних медіа;

**Національна бібліотека Нової Зеландії (National Library of New Zealand)** (<http://natlib.govt.nz>) – Facebook (<https://www.facebook.com/NationalLibraryNZ>), інші (Linkedin, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<http://turnbullrarebooks.tumblr.com/>);

**Національна бібліотека Пакистану (National Library of Pakistan)** (<http://www.nlp.gov.pk>) – Facebook (<https://www.facebook.com/nationallibraryofpakistan/>);

**Національна бібліотека Шотландії (National Library of Scotland)** (<http://www.nls.uk>) – Facebook (<https://www.facebook.com/NationalLibraryOfScotland?v=wall>), Google + (<https://plus.google.com/108232141728727984422/posts>), YouTube (<https://www.youtube.com/user/NLofScotland>), Twitter (<https://twitter.com/natlibscot>), інші (Linkedin, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://www.flickr.com/photos/nlscotland/>);

**Національна бібліотека Південної Африки (National Library of South Africa)** (<http://www.nlsa.ac.za>) – Facebook (<https://www.facebook.com/NationalLibraryofSA/>);

**Національна бібліотека Шрі-Ланки (National Library of Sri Lanka)** (<http://www.natlib.lk>) – Facebook (<https://www.facebook.com/natliblk/>); YouTube ([https://www.youtube.com/channel/UC263Gyih\\_Jp0sodYT3wYAGQ](https://www.youtube.com/channel/UC263Gyih_Jp0sodYT3wYAGQ));

**Національна й університетська бібліотека Словенії (NUK, Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana)** (<http://www.nuk.uni-lj.si>) – Facebook (<https://www.facebook.com/NarodnaUniverzitetnaKnjiznica?ref=nf>), Twitter (<https://twitter.com/knjiznicaNUK>);

**Публічна і національна бібліотека Гренландії (Nunatta Atuagaateqarfia)** (<https://www.katak.gl/kl/web/arena>) – Facebook (<https://www.facebook.com/pages/Nunatta-Atuagaateqarfia-Det-Gr%C3%B8nlandske-Landsbibliotek/10150134176580551>);

**Національна бібліотека Чеської Республіки (Národní knihovna České republiky)** (<http://www.nkp.cz>) – Facebook (<https://www.facebook.com/narodni.knihovna>); Google + (<https://plus.google.com/102705261537967998945/posts>); Twitter (<https://twitter.com/narodniknihovna>);

**Національна бібліотека імені Ференца Сечені (Országos Széchényi Könyvtár)** (<http://www.oszk.hu>) – Facebook (<https://www.facebook.com/nemzetikonyvtar>), Google + (<https://plus.google.com/114309059631430797547/videos>), YouTube (<https://www.youtube.com/user/nemzetikonyvtar>), Twitter (<https://twitter.com/nemzetikonyvtar>), інші (Linkedin, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://instagram.com/nemzetikonyvtar/>; <http://nemzetikonyvtar.tumblr.com>);

**Національна бібліотека Індонезії (Perpustakaan Nasional Republik Indonesia)** (<http://www.pnri.go.id/beranda/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/ayokeperpusnas>), Google + (<https://plus.google.com/107538747378790417761/posts>), YouTube (<https://www.youtube.com/user/Katinksg/videos>), Twitter (<https://twitter.com/perpusnas1>);

**Швейцарська національна бібліотека (Schweizerische Nationalbibliothek)** (<https://www.nb.admin.ch/snl/de/homehtml>) – Facebook (<https://www.facebook.com/schweizerische.national-bibliothek>), YouTube (<https://www.youtubecomchannelUCLuXIz3wg9CDggVmNolJz4g>), Twitter (<https://twitter.com/chnatbib>);

**Словацька національна бібліотека (Slovenská národná knižnica)** (<http://www.snk.sk/en/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/slovenskanarodnakniznica>), Google + (<https://plus.google.com/108028787674793053573/posts>), YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UCUb3ELdugIeOLEKJM5-uiow>), Twitter ([https://twitter.com/SNK\\_Martin](https://twitter.com/SNK_Martin)), інші (Linkedin, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) ([https://www.linkedin.com/company/slovensk-n-rodn-kni-nica?trk=NUS\\_CMPY\\_TWIT](https://www.linkedin.com/company/slovensk-n-rodn-kni-nica?trk=NUS_CMPY_TWIT));

**Національна бібліотека та інформаційний сервіс Багамських Островів (National Library & Information Services)** (<http://www.nlis.bs>) – Facebook (<https://www.facebook.com/NLISBAH/>);

**Британська бібліотека (The British Library)** (<https://www.bl.uk/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/britishlibrary>), Google + (<https://plus.google.com/+britishlibrary/posts>), YouTube (<https://www.youtube.com/user/britishlibrary>), Twitter (<https://twitter.com/britishlibrary>), інші (Linkedin, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://www.pinterest.com/britishlibrary/>);

**Національна бібліотека Фінляндії (*The National Library of Finland*)** (<https://www.kansalliskirjasto.fi/en/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/Kansalliskirjasto>), YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UCMCKdIT517O4D8o9-lesbvQ>), Twitter (<https://twitter.com/NatLibFi>), інші (Linkedin, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://instagram.com/natlibfi/>);

**Національна бібліотека Ямайки (*The National Library of Jamaica*)** (<http://nlj.gov.jm>) – Facebook (<https://www.facebook.com/pages/National-Library-of-Jamaica/173845467835>), Google + (<https://plus.google.com/115977628730817842862/posts>), YouTube (<https://www.youtube.com/user/nationallibjamaica>), Twitter (<https://twitter.com/natlibja>);

**Національна бібліотека В'єтнаму (*THU VIEN QUOC GIA VIET NAM*)** (<http://nlv.gov.vn>) – Facebook (<https://www.facebook.com/ThuVienQuocGiaVietNam/>);

**Австрійська національна бібліотека (*Österreichische Nationalbibliothek*)** (<https://www.onb.ac.at>) – Facebook (<https://www.facebook.com/nationalbibliothek>), інші (Linkedin, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://www.instagram.com/nationalbibliothek/>);

**Національна бібліотека Білорусі (*Национальная библиотека Беларуси*)** (<http://www.nlb.by/>) – немає бібліотечних представництв у соціальних медіа;

**Національна бібліотека Республіки Казахстан (*Қазақстан Республикасының Ұлттық Кітапханасы*)** (<https://nlrk.kz/page.php>) – Facebook ([www.facebook.com/pages/Национальная-библиотека-Республики-Казахстан/245861158844682](https://www.facebook.com/pages/Национальная-библиотека-Республики-Казахстан/245861158844682)), Twitter (<https://twitter.com/NatLibKz>), інші (Linkedin, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) ([https://www.instagram.com/ulttyk\\_kitapkhana/](https://www.instagram.com/ulttyk_kitapkhana/));

**Національна бібліотека Сербії (*Народна библиотека Србије*)** (<https://www.nb.rs>) – Facebook (<https://www.facebook.com/nbsrb?ref=hl>);

**Національна бібліотека Ізраїлю (*The National Library of Israel*)** (<http://web.nli.org.il/sites/NLI/English/Pages/default.aspx>) – Facebook (<https://www.facebook.com/NationalLibraryIsrael>),

Google + (<https://plus.google.com/112246268447216418638/posts>), YouTube (<https://www.youtube.com/user/NLI2010/featured>), Twitter (<https://twitter.com/NLIsrael>), інші (LinkedIn, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) ([http://www.flickr.com/photos/64126959%40\\_N03/collections/](http://www.flickr.com/photos/64126959%40_N03/collections/); <https://www.pinterest.com/nliisrael/>; [https://instagram.com/nli\\_israel/](https://instagram.com/nli_israel/));

**Національна бібліотека Ісламської Республіки Іран (National Library & Archives of IR of Iran)** (<http://www.nlai.ir>) – Facebook (<https://www.facebook.com/National-Library-Archives-of-IR-of-Iran-1411248529145788/>);

**Національна бібліотека Алжиру (Bibliothèque nationale d'Algérie)** (<http://www.bibliotat.dz/>) (<http://www.bibliotat.dz/>) – немає бібліотечних представництв у соціальних медіа;

**Національна бібліотека Вірменії (National library of Armenia)** (<http://www.nla.am/arm/?q=hy>) – Facebook ([www.facebook.com/pages/Հայաստանի-ազգային-գրադարան/603668326354243](http://www.facebook.com/pages/Հայաստանի-ազգային-գրադարան/603668326354243));

**Національна бібліотека Греції (National Library of Greece)** (<http://www.nlg.gr>) – Facebook (<https://el-gr.facebook.com/NLGreece/>);

**Національна бібліотека Йорданії (National Library of Jordan)** (<http://www.nl.gov.jo/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/NationalLibrary/?fref=ts>), YouTube ([https://www.youtube.com/channel/UCvS72\\_aqh2\\_wq9\\_rDPAGqhFiw](https://www.youtube.com/channel/UCvS72_aqh2_wq9_rDPAGqhFiw));

**Національна бібліотека Кабо-Верде (Biblioteca Nacional Cabo Verde)** (<http://www.bn.cv>) – Facebook (<https://www.facebook.com/Biblioteca-Nacional-de-Cabo-Verde-660353667494075/>);

**Національна бібліотека Кумаяо (National Library of China)** (<http://www.nlc.gov.cn>) – інші (LinkedIn, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<http://www.weibo.com/nationallibrary>; <http://e.t.qq.com/chnlibrary>);

**Національна бібліотека Кореї (National Library of Korea)** (<http://www.nl.go.kr/nl/index.jsp>) – Facebook (<https://ko-kr.facebook.com/national.library.of.korea>), Google + (<https://plus.google.com/109104310606799254193/videos>), YouTube (<https://>

www.youtube.com/channel/UCKjWKI1\_yRlZWfgnF98\_HZ\_TA), Twitter (<https://twitter.com/library1004>);

**Національна бібліотека Короля Фахда (Саудівська Аравія) (King Fahd National Library)** (<http://www.kfnl.org.sa/Ar/Pages/default.aspx>) – Facebook (<https://www.facebook.com/kfnl.govsa>), YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UCNTtXgOqs8mnEKkPz4CBWHw>), Twitter (<https://twitter.com/kfnlgov>), інші (LinkedIn, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://www.instagram.com/kfnlgov/>).

**Національна бібліотека Таїланду (National Library of Thailand)** (<https://www.nlt.go.th/th/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/NationalLibraryThailand>), Twitter (<https://twitter.com/NLThailand>);

**Національна бібліотечна рада Сінгапуру (National Library Board, Singapore)** (<https://www.nlb.gov.sg/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/nlbsg>), Twitter (<https://twitter.com/NLB>);

**Національна Парламентська бібліотека Грузії (National Library of Georgia)** (<http://www.nplg.gov.ge>) – Facebook (<https://www.facebook.com/NATIONALPARLIAMENTARYLIBRARYOFGEORGIA>), Google + (<https://plus.google.com/105481428961087444384/posts>), YouTube ([https://www.youtube.com/user/nplgofficial?feature=results\\_main](https://www.youtube.com/user/nplgofficial?feature=results_main)), Twitter (<https://twitter.com/nplgofficial>);

**Національна парламентська бібліотека Японії (National Diet Library)** (<http://www.ndl.go.jp>) – Facebook (<https://www.facebook.com/NDLExhibition>), Twitter (<https://twitter.com/NDLJP>);

**Національна та Університетська бібліотека Ісландії (National and University Library of Iceland)** (<https://landsbokasafn.is>) – Facebook (<https://www.facebook.com/pages/Landsb%C3%B3kasafn%C3%8DslandsH%C3%A1sk%C3%B3lab%C3%B3kasafn/4934298059>), Google + (<https://plus.google.com/103770924939122248579/videos>), YouTube ([https://www.youtube.com/channel/UC13\\_SsrPtMB-kSdKirHno9DkQ](https://www.youtube.com/channel/UC13_SsrPtMB-kSdKirHno9DkQ)), Twitter (<https://twitter.com/Landsbokasafn>), інші (LinkedIn, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://instagram.com/landsbokasafn>);

**Національна центральна бібліотека Тайваню (Тайвань, Республіка Кумай) (National Central Library)** – Facebook (<https://www.facebook.com/ncl.tw/?ref=hl>), YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UC1 ZTP3 hdBYdkBsssZzVZPfA>);

**Національна бібліотека святих Кирила і Мефодія (Національна Библиотека «Св. Св. Кирил и Методий»)** ([http://www.nationallibrary.bg/wp/?page\\_id=763](http://www.nationallibrary.bg/wp/?page_id=763)) – Facebook (<https://www.facebook.com/nbkmbg/>);

**Національна бібліотека Узбекистану імені Алішера Навої (Национальная библиотека Узбекистана имени Алишера Навои)** (<http://www.natlib.uz>) – Facebook ([https://www.facebook.com/pg/NationalLibraryOfUzbekistan/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/NationalLibraryOfUzbekistan/about/?ref=page_internal));

**Національна й університетська бібліотека Святого Климента Охридського (Национална и универзитетска библиотека «Св. Климент Охридски»)** (<http://nubsk.edu.mk/en/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/nubsk.edu.mk>), Twitter (<https://twitter.com/nubskedumk>), інші (LinkedIn, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://github.com/NUBSK>);

**Російська державна бібліотека (Российская государственная библиотека)** (<https://www.rsl.ru>) – Facebook (<https://www.facebook.com/Leninka.ru>), Google + (<https://plus.google.com/113014200696293631210/about>), YouTube (<https://www.youtube.com/user/RussianStateLibrary>), Twitter ([https://twitter.com/Leninka\\_ru](https://twitter.com/Leninka_ru)), інші (LinkedIn, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr) (<https://www.flickr.com/photos/leninka/>);

**Монгольська національна бібліотека (Үндэсний Номын Сан)** (<http://www.nationallibrary.mn/ru/>) – Facebook (<https://www.facebook.com/National.Library.of.Mongolia>);



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аксиологический и идеологический статус сетевого общества в информационном социальном пространстве: постановка проблемы. URL: [http://journals.tsu.ru/huminf/&journal\\_page=archive&id=1166&article\\_id=30494](http://journals.tsu.ru/huminf/&journal_page=archive&id=1166&article_id=30494) (дата обращения: 05.04.2017).
2. Антоненко І. Електронні ресурси як об'єкт каталогізації: історія питання, термінологія, форматне забезпечення. *Бібл. вісн.* 2004. № 2. С. 11–22.
3. Антопольский А. Б. Системы метаданных в электронных библиотеках. *Бібліотеки та асоціації в мінливому світі: нові технології та нові форми співробітництва* : 8 Міжнар. конф. «Крим 2001» : матеріали конф. М., 2001. Т. 1. С. 287–298.
4. Арпентьева М. Р. Нравственные проблемы медиатизации и когнитивные способности личности. *Цифровое общество как культурно-исторический контекст развития человека* : сб. науч. ст. Коломна : Гос. соц.-гуманитар. ун-т, 2016. С. 28–36.
5. Баловсяк Н. В. Еволюція концепцій інформаційного сервісу в мережевій економіці. URL: <http://ir.nmu.org.ua/bitstream/handle/12-3456789/107389/13-16.pdf?sequence=1> (дата звернення: 17.01.2020).
6. Баркова О. В. Електронні ресурси як об'єкти універсальної електронної бібліотеки. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія.* 2004. № 2. С. 75–80.
7. Беззуб І. Сучасний стан і перспективи української євроінтеграції. *Центр досліджень соц. комунікацій НБУВ.* URL: [http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1209:suchasnij-stan-i-perspektivi-ukrajinskoji-evrointegratsiji&catid=8&Itemid=350](http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1209:suchasnij-stan-i-perspektivi-ukrajinskoji-evrointegratsiji&catid=8&Itemid=350) (дата звернення: 18.11.2019).
8. Беззуб І. Google Scholar. URL: <https://scholar.google.com.ua/citations?user=-m0bomoAAAAJ&hl=uk> (дата звернення: 18.11.2019).

9. Бек У. От индустриального общества к обществу риска. *THESIS*. 1994. № 5. С. 161–168.

10. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования. 2-е изд., испр. и доп. М. : Академия, 2004. 783 с.

11. Березельський А., Полтавець Т. Україна у фокусі іноземних ЗМІ (1–15 вересня 2019). *Громадська думка про правотворення*. 2019. № 15 (180). С. 18–28. URL: <http://nbuviar.gov.ua/images/dumka/2019/15.pdf> (дата звернення: 01.10.2019).

12. Бжезинский З. Выбор. Глобальное господство или глобальное лидерство. М. : Междунар. отношения, 2005. 288 с.

13. Библиотеки на пороге глобальных изменений – опасные перспективы или готовы ли мы к перевоплощению книги. *Блог Кіровоградської ОУНБ*. URL: <http://blog.library.kr.ua/2010/10/blog-post.html> (дата обращения: 10.02.2020).

14. Бібліометрика української науки. Бібліометричний профіль вченого – декларація про наукову діяльність. *Центр досліджень соц. комунікацій НБУВ*. URL: [http://nbuviar.gov.ua/bpnu/index.php?-familie=&ustanova=314&gorod=0&vidomstvo=%C2%F1%B3&napryam=0&napryam\\_google=0&order=Google](http://nbuviar.gov.ua/bpnu/index.php?-familie=&ustanova=314&gorod=0&vidomstvo=%C2%F1%B3&napryam=0&napryam_google=0&order=Google) (дата звернення: 01.10.2019).

15. Бібліометрика української науки. *Центр досліджень соц. комунікацій НБУВ*. URL: <http://nbuviar.gov.ua/bpnu/index.php> (дата звернення: 01.10.2019).

16. Библиотека в реализации державотворчої інформаційної політики : монографія / Т. Гранчак, В. Бондаренко, С. Горова та ін. Київ, 2016. 324 с.

17. Бодрийяр Ж. Прозрачность зла. М. : Добросвет, 2009. 387 с.

18. Бондаренко В. Библиотечное интернет-обслуживания: стан та перспективи : монографія / наук. ред. Т. Гранчак. Київ, 2016. 278 с.

19. Бондаренко В. І. Дистантне інтернет-обслужування користувачів сучасної бібліотеки (кінець ХХ – початок ХХІ ст.) : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій. Київ, 2013. 19 с.

20. Буй Д. Б., Компан С. В., Мохамед К. Д., Поляков С. А. Огляд типів рекомендаційних систем та використання баз даних

для підвищення їх продуктивності. URL: <https://taapds.at.ua/ТААР-SD-2014.pdf#page=29> (дата звернення: 19.01.2020).

21. Булахова Г. Бібліотеки в соціальних мережах та блогосфері як засіб рекламування. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2013. Вип. 36. С. 192–200.

22. Булахова Г. І. Соціальні мережі як засіб реклами бібліотечної діяльності. *Адаптація завдань і функцій наукової бібліотеки до вимог розвитку цифрових інформаційних ресурсів* : матеріали Міжнар. наук. конф. Київ, 2013. С. 128–130.

23. Булахова Г. Рекламна стратегія просування продуктів і послуг бібліотек у соціальній мережі Facebook. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2016. Вип. 43. С. 331–345.

24. Валлерстайн И. Конец знакомого мира: Социология XXI века. М. : Логос, 2003. 368 с.

25. Вебер Л. Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети. М., 2010. 320 с.

26. Вебер М. Избранные сочинения. М. : Прогресс, 1990. 808 с.

27. Вицентий А. В. Применение адаптивной геовизуализации в геосоциальных медиа. *Тр. Кольского науч. центра РАН. Сер.: Информ. технологии*. 2016. Вып. 6 (40). С. 108–120.

28. Вікіфікуймося! Бібліотеки & Вікіпедія. URL: [http://kmalibrary.wordpress.com/2014/04/30/wiki\\_and\\_libraries/](http://kmalibrary.wordpress.com/2014/04/30/wiki_and_libraries/) (дата звернення: 15.04.2016).

29. Вітушко А., Струнгар А. Веб-сервіси для підвищення комунікативності бібліотечних сайтів. *Вісн. Книжк. палати*. 2013. № 3. С. 23–24.

30. Войтович О. П., Сергієнко В. П., Войтович І. С. Створення та використання навчальних вікі-ресурсів з природничих дисциплін. *Оновлення змісту, форм та методів навчання і виховання в закладах освіти*. 2014. Вип. 8. С. 159–165.

31. Володимир Гройсман дав доручення сприяти розвитку україномовної Вікіпедії. URL: <https://wikimediaukraine.wordpress.com/2017/01/19/hroysman-support-wikimedia> (дата звернення: 19.01.2017).

32. Воскобойнікова-Гузєва О. В. Стратегії розвитку бібліотечно-інформаційної сфери України: генезис, концепції, модернізація : монографія / наук. ред. Г. І. Ковальчук. Київ : Академперіодика, 2014. 362 с.

33. Воскобойнікова-Гузєва О. Дискусійні питання розвитку теорії і методології бібліотекознавства. *Бібл. вісн.* 2007. № 2. С. 3–9.

34. Галіч Т. О. Соціальні Інтернет-мережі та віртуалізація суспільного життя. *Соціологія майбутнього* : наук. журн. з проблем соціології молоді та студентства. Харків, 2010. Вип. 1. С. 145–152.

35. Гениєва Е. Ю. Библиотеки как институт модернизации. *Библ. дело.* 2011. № 21 (159). С. 2–8.

36. Гидденс Э. Ускользающий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. М. : Весь мир, 2004. 116 с.

37. Гильмиянова Р. А. О месте библиотек в информационном обществе. *Педагогический журнал Башкортостана.* 2013. № 2. С. 76–85.

38. Глазырина Л. Д., Колбышева С. И. Основы медиатизации: значение media в социокультурном пространстве. *Проблемы управления.* 2009. № 3. С. 215–223.

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

40. Горовий В. М. Бібліотека в інформаційному суспільстві. URL: [http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3025:biblioteka-v-informatsijnomu-suspiilstvi&catid=81&Itemid=415](http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3025:biblioteka-v-informatsijnomu-suspiilstvi&catid=81&Itemid=415) (дата звернення: 08.05.2017).

41. Горовий В. М. Національна наука і національний інтерес. *Центр досліджень соц. комунікацій НБУВ.* URL: [http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1594:nacionalna-naukaiinteres&catid=81&Itemid=415](http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1594:nacionalna-naukaiinteres&catid=81&Itemid=415) (дата звернення: 18.11.2019).

42. Горовий В. М. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс : монографія. Київ, 2010. 360 с.

43. Горовий В. Особливості розвитку соціальних інформацій-

них баз сучасного українського суспільства : монографія. Київ, 2005. 300 с.

44. Горошко Е. И. Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры. М. : Наука, Изд-во Флинта, 2012. С. 9–52.

45. Гранчак Т. Бібліотека і політична комунікація : монографія. Київ, 2012. 481 с.

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

47. Гэлбрейт Д. К. Справедливое общество. Гуманистический взгляд. *Новая постиндустриальная волна на Западе*: антология. М. : Academia, 1999. С. 223–242.

48. Давидова І. О. Бібліотечне виробництво в інформаційному суспільстві : монографія. Харків : ХДАК, 2005. 295 с.

49. Давидова І. Соціально-комунікаційна теорія бібліотечної діяльності: становлення та шляхи розвитку. *Бібл. вісн.* 2014. № 6. С. 8–12.

50. Данилюк С. Особливості використання Інтернет-технології «вікі» у процесі формування професійної компетентності майбутніх філологів. *Вісн. Луган. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. Сер.: Пед. науки.* 2012. № 22(3). С. 245–252.

51. Дебрэ Р. Введение в медиологию. М., 2009. 368 с.

52. Дієва бібліотека – успішна громада! URL: [https://ula.org.ua/images/documents/3584/ULA\\_Advocacy\\_Progr\\_2016.pdf](https://ula.org.ua/images/documents/3584/ULA_Advocacy_Progr_2016.pdf) (дата звернення: 02.12.2016).

53. Дубас Т. Представлення наукових видань у міжнародних наукометричних базах: видавничі стандарти. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського.* Київ, 2019. Вип. 52. С. 339–349.

54. Дубровіна Л. А. Методологічні засади історичних досліджень в бібліотекознавстві та документознавстві: базові принципи і поняття. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія.* 2005. № 1. С. 22–30.

55. Дубровіна Л. А., Онищенко О. С. Бібліотечна справа в Україні в ХХ столітті : монографія. Київ, 2009. 530 с.

56. Дягло Н. Вікі-технології у сучасній освіті. *Комп'ютер у школі та сім'ї*. 2009. № 2. С. 30–31.

57. Електронні інформаційні ресурси бібліотек у піднесенні інтелектуального і духовного потенціалу українського суспільства : монографія / О. С. Онищенко, Л. А. Дубровіна, В. М. Горовий та ін. Київ : НБУВ, 2011. 248 с.

58. Ефимов Е. Г. Социальные Интернет-сети (методология и практика исследования). Волгоград : Волгоград. науч. изд-во, 2015. 168 с.

59. Ильганаева В. А. Гармонизация культурной среды в условиях информационного общества. Харьков : ХДАК. 36 с.

60. Ильганаева В. А. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность). Харьков : КП «Городская типография», 2009. 392 с.

61. Іванова Н. Г. Електронне інформування в правовій сфері як бібліотечний аспект розвитку інформатизації в Україні (1998–2008) : автореф. дис. ... канд. іст. наук : 27.00.03. Київ, 2010. 19 с.

62. Ильганаева В. О. Бібліотечна освіта: нова парадигма розвитку. Київ : Ред. журн. «Бібл. вісн.», 1996. 256 с.

63. Інноваційні технології як фактор розвитку сучасних інформаційних комунікацій інформаційно-аналітичного обслуговування дистантних користувачів бібліотеки. URL: <http://nbuviar.gov.ua/images/naukprazi/32.pdf> (дата звернення: 06.07.2016).

64. Інтеграція України у світове співтовариство в контексті розвитку бібліотечних інформаційних технологій : монографія / О. С. Онищенко, Л. А. Дубровіна, В. М. Горовий та ін. Київ : НБУВ, 2011. 224 с.

65. Інтерв'ю з суддею Верховного Суду України М. Мазуром. *Центр досліджень соц. комунікацій НБУВ*. URL: [http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3290:suddya-verkhovnogo-sudu-ukrajini-m-v-mazur-interv-yu-2&catid=105&Itemid=410](http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3290:suddya-verkhovnogo-sudu-ukrajini-m-v-mazur-interv-yu-2&catid=105&Itemid=410). (дата звернення: 01.10.2019).

66. Канакін А. Е., Скарга-Бандурова І. С., Щербакова М. Є. Розробка елементів рекомендаційної системи на базі веб-ана-

літики. URL: <http://visnik.snu.edu.ua/index.php/VisnikSNU/article/view/57/48> (дата звернення: 18.01.2020).

67. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000. 608 с.

68. Кастельс М. Могущество самобытности. *Новая постиндустриальная волна на Западе*: антология. М. : Academia, 1999. С. 296–308.

69. Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Академ. проект, 2006. 448 с.

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

71. Ключок А. Створення порталу наукової бібліотеки: структура, функціональні вимоги та сучасні веб-технології. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2013. Вип. 38. С. 350–365.

72. Кобелев О. М. Інформаційна аналітика в структурі бібліотечної діяльності в Україні : монографія. Харків : ХДАК, 2012. 246 с.

73. Кодекс етики бібліотекаря. URL: [https://ula.org.ua/fileadmin/uba\\_documents/others\\_documents/doc\\_for\\_ubadoc/Code\\_of\\_Professional\\_Ethics\\_2013\\_Edited\\_Nov26.pdf](https://ula.org.ua/fileadmin/uba_documents/others_documents/doc_for_ubadoc/Code_of_Professional_Ethics_2013_Edited_Nov26.pdf) (дата звернення: 13.12.2015).

74. Колесникова Т. О. Комунікаційні моделі діяльності бібліотек ВНЗ в умовах інформатизації : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.03. Харків. 2012. 22 с.

75. Коломиец В. П. Медиасреда и медиапотребление в современном российском обществе. *Социол. исследования*. 2010. № 1. С. 58–66.

76. Конституція України: Закон України від 28 черв. 1996 р. № 254к/96-ВР. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр> (дата звернення: 30.09.2016).

77. Концепція якісних змін бібліотек задля забезпечення сталого розвитку України (до 2025 року). URL: [https://ula.org.ua/images/documents/3089/Conception\\_07\\_2015\\_var3.pdf](https://ula.org.ua/images/documents/3089/Conception_07_2015_var3.pdf) (дата звернення: 30.09.2016).

78. Копанєва В. О. Бібліотека як центр збереження інформаційних ресурсів Інтернету : монографія. Київ, 2009. 198 с.

79. Костенко Л. Й. Бібліотека суспільства знань: концептуальна модель. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2006. № 1. С. 23–28.

80. Костенко Л., Сорока М. Бібліотека інформаційного суспільства. *Бібл. вісн.* 2002. № 3. С. 33–34.

81. Костенко Л. Й., Жабін О. І., Копанєва Є. О., Симоненко Т. В. Наукова періодика України та бібліометричні дослідження : монографія. НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ, 2014. 173 с.

82. Костирко Т. М. Інституційний репозитарій – сучасна стратегія організації вільного доступу до наукової інформації. URL: [http://eir.nuos.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/1409/Kostyrko\\_17.pdf?sequence=1](http://eir.nuos.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/1409/Kostyrko_17.pdf?sequence=1) (дата звернення: 30.08.2016).

83. Котлярова О. Аналіз методів, моделей та алгоритмів персоналізації для розроблення рекомендаційних систем. URL: <http://journals.urau.ua/sciencrise/article/view/152949/154079> (дата звернення: 15.01.2020).

84. Кулик Є. Блоги бібліотек для юнацтва (молоді): моніторинг ефективності. *Вісн. Книжк. палати*. 2015. № 6. С. 49–52. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkr\\_2015\\_6\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkr_2015_6_18) (дата звернення: 07.02.2020).

85. Кулик Є. Застосування технологій Веб 2.0 у практиці бібліотечно-інформаційного обслуговування юнацтва. *Бібл. вісн.* 2015. № 3. С. 23–28.

86. Кулик Є. Соціальні медіа як середовище професійної бібліотечної співпраці, кооперації та обміну досвідом. *Бібліотека – територія єдності* : зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. Київ : УБА, 2014. С. 70–73.

87. Курбан О. В. Класифікація соціальних мережеских технологій як PR-інструментів. *Інформ. суспільство*. 2013. Вип. 17. С. 41–43. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/is\\_2013\\_17\\_11.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/is_2013_17_11.pdf) (дата звернення: 23.10.2015).

88. Лаврик О. Л. Академическая библиотека в современной



информационной среде. Новосибирск : ГПНТБ СО РАН, 2003. 250 с.

89. Лаврик О. Л. Использование новейших технологий для реализации информационной функции библиотеки. *Библиосфера*. 2010. № 1. С. 35–41.

90. Леонов В. П. Пространство библиотеки: Библиотечная симфония. М. : Наука, 2003. 123 с.

91. Лещенко А. М. Социальные сети как механизм конструирования коммуникации в современном обществе : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11. Пятигорск, 2011. 25 с.

92. Лобузiна К. Технологiї органiзацiї знаннєвих ресурсiв у бiблiотечно-iнформацiйнiй дiяльностi : монографiя. Киiв, 2012. 252 с.

93. Лобузiна К. Шляхи iнтеграцiї бiблiотечної дiяльностi до онлайнового середовища. *Вiсн. Книжк. палати*. 2012. № 7. С. 1–5.

94. Луман Н. Теория общества. М. : КАНОН-Пресс-Ц, 1999. 416 с.

95. Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. М. : КАНОН-Пресс-Ц, Кучково Поле, 2003. 464 с.

96. Мар’iна О. Бiблiотеки та соцiальнi медiа: технологiя взаємодiї. *Вiсн. Книжк. палати*. 2012. № 8. С. 19–21.

97. Мар’iна О. Ю. Адаптацiя бiблiотек до цифрового простору: переосмислення соцiальних змiн. *Бiблiотека. Наука. Комунiкацiя: формування нацiонального iнформацiйного простору* : матерiали Мiжнар. наук. конф., м. Киiв, 4–6 жовт. 2016 р. Киiв : НБУВ, 2016. С. 215–218.

98. Мар’iна О. Ю. Бiблiотека в цифровому просторi. Харкiв : ХДАК, 2017. 326 с.

99. Мар’iна О. Ю. Веб-орiєнтована концепцiя розвитку бiблiотек в контекстi еволюцiї веб-технологiй. *Вiсн. Книжк. палати*. 2016. № 10. С. 24–27.

100. Мар’iна О. Ю. Веб-технологiї в бiблiотеках: новi можливостi розвитку комунiкацiйного середовища. *Вiсн. Харк. держ. акад. культури*. 2012. Вип. 36. С. 105–113.

101. Мар’iна О. Ю. Використання краудсорсинг-технологiй у

діяльності зарубіжних бібліотек. *Вісн. Харк. держ. акад. культури*. 2013. Вип. 41. С. 212–221.

102. Мар'їна О. Ю. Інформатизація бібліотек України: стратегії опанування медіапростору. *Вісн. Харк. держ. акад. культури*. 2012. Вип. 37. С. 105–113.

103. Мар'їна О. Ю. Моделювання поведінки користувачів електронних бібліотек: із досвіду реалізації зарубіжних проєктів. *Вісн. Книжк. палати*. 2015. № 2. С. 19–21.

104. Мартинюк О. Д. Соціальні мережі в бібліотечній справі: сучасний стан та можливості застосування. URL: <http://libconf.oa.edu.ua/conf/item/37> (дата звернення: 14.06.2016).

105. Марчук Ю. М. Забезпечення регіональних органів управління ситуаційною інформацією: бібліографознавчий підхід : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 07.00.08. Київ, 2003. 15 с.

106. Мар'їна Е. Ю. Цифровое пространство: противоречия становления и развития. *Молодий вчений*. 2016. № 9 (36). С. 335–339.

107. Масуда Й. Комп'ютопія. *Філософ. і соціол. думка*. 1993. № 6. С. 36–50.

108. Матрехина Н. В. Социальная сеть человека в контексте его жизненных ситуаций : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05. Санкт-Петербург, 2006. 22 с.

109. Мнацаканян О. Л. Методика использования социальных сетевых сервисов в школьном курсе информатики : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02. М., 2012. 23 с.

110. Морено Я. Л. Социометрия: экспериментальный метод и наука об обществе. М. : Академ. проект, 2004. 320 с.

111. Морзе Н., Варченко-Троценко Л. О. Формування навичок ефективної співпраці студентів під час використання Вікі-порталу. *Інформ. технології і засоби навчання*. 2014. Т. 40. Вип. 2. С. 92–106.

112. Мотульский Р. С. Библиотека как социальный институт. Минск : Бел. гос. ун-т культуры, 2002. 374 с.

113. Назаровець М. А. Використання комунікаційних можливостей соціальної мережі Facebook бібліотеками ВНЗ. *Сучасні проблеми діяльності бібліотеки в умовах інформаційного*

суспільства : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф.( м. Львів, 11–12 верес. 2013 р.). Львів, 2013. С. 183–190.

114. Назаровець С. Підтримка руху відкритого доступу у вітчизняному бібліотекознавстві. URL: [http://eprints.rclis.org/1-7964/1/nazarovets\\_case.pdf](http://eprints.rclis.org/1-7964/1/nazarovets_case.pdf) (дата звернення: 25.04.2014).

115. Наказ Міністерства освіти і науки України від 15.01.2018 р. № 32 «Про затвердження Порядку формування Переліку наукових фахових видань України». URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/z0148-18>. (дата звернення: 01.10.2019).

116. Натаров О. Використання академічними бібліотеками соціальних мереж як платформи для наукової комунікації (на прикладі представництв Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського у Facebook). *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. Київ, 2018. Вип. 49. С. 258–277. URL: <http://nbuviar.gov.ua/images/naukprazi/49.pdf> (дата звернення: 14.02.2020).

117. Национальная библиотека Шотландии открыла вакансию википедитекаря. URL: <http://lenta.ru/news/2013/04/25/wikipedia/> (дата обращения: 25.04.2014).

118. Онисько Г. Завдання вікі-ресурсу та інституційного репозитарію у формуванні науково-освітнього середовища вищого навчального закладу. *Вісн. Львів. ун-ту. Сер.: Книгозн., бібліотекозн. та інформ. технології*. 2012. Вип. 7. С. 297–300.

119. Онищенко А. С. Национальная библиотека Украины имени В. И. Вернадского как многопрофильный научно-исследовательский центр. *Б-ки нац. акад. наук: проблемы функционирования, тенденции развития* : науч.-практ. и теорет. сб. Киев, 2003. Вип. 2. С. 15–39.

120. Пальгуева Г. М. Новая стратегия или новая упаковка. Эра «цифровых аборигенов». *Библ. дело*. 2011. № 6 (144). С. 10–15.

121. Пальчук В. Бібліотеки в інформаційно-аналітичному забезпеченні органів державної влади : монографія. Київ, 2014. 314 с.

122. Парфененко Ю. В., Ковтун А. А., Вербицька А. А. Рекомендаційна інформаційна система для пошуку відеоматеріалів. URL: [http://visnikkrnu.kdu.edu.ua/statti/2019\\_5\\_2019-5-97-102.pdf](http://visnikkrnu.kdu.edu.ua/statti/2019_5_2019-5-97-102.pdf) (дата звернення: 18.01.2020).

123. Перенесієнко І. Використання можливостей соціальної інтернет-мережі Facebook у роботі бібліотек. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2013. Вип. 35. С. 203–212.

124. Пестрецова О. О. Інформаційно-правове обслуговування в діяльності бібліотеки як соціально-комунікаційного центру : дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.03. Київ, 2019. 256 с.

125. Пінчук О. П. Історико-аналітичний огляд розвитку соціальних мережних технологій та перспектив їх використання у навчанні. *Інформ. технології і засоби навчання*. 2015. Т. 4. № 48. С. 14–34.

126. Половинчак Ю. Конвергентні процеси в сучасному інфопросторі: трансформації текстів, практик, ієрархій. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2017. Вип. 46. С. 31–44.

127. Половинчак Ю. Методологія кількісно-змістовного аналізу інформаційних потоків. *Центр досліджень соц. комунікацій НБУВ*. URL: [http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=4588:metodologiya-kilkisno-zmistovnogo-analizu-informatsijnikh-potokiv&catid=76&Itemid=387](http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=4588:metodologiya-kilkisno-zmistovnogo-analizu-informatsijnikh-potokiv&catid=76&Itemid=387) (дата звернення: 01.10.2019).

128. Половинчак Ю.: «Органи влади, до яких надійшла петиція, зобов'язані законом надати відповідь». *Центр досліджень соц. комунікацій НБУВ*. URL: [http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2582:yuliya-polovinchak-organi-vladi-do-yakikh-nadijshla-petitsiya-zobov-yazani-zakonom-nadati-vidpovid&catid=8:golovni-temi&Itemid=350](http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=2582:yuliya-polovinchak-organi-vladi-do-yakikh-nadijshla-petitsiya-zobov-yazani-zakonom-nadati-vidpovid&catid=8:golovni-temi&Itemid=350) (дата звернення: 01.10.2019).

129. Половинчак Ю. М. Мобілізаційний та маніпулятивний потенціал дискурсу соціальних медіа в умовах перехідного суспільства. URL: [http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1083:mobilizatsijnij-ta-manipulyativnij-potentsial-diskursu-sotsialnikh-media-v-umovakh-perekhidnogo-suspilstva&catid=127:naukovi-statti&Itemid=460](http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1083:mobilizatsijnij-ta-manipulyativnij-potentsial-diskursu-sotsialnikh-media-v-umovakh-perekhidnogo-suspilstva&catid=127:naukovi-statti&Itemid=460) (дата звернення: 12.06.2017).

130. Половинчак Ю. М. Особливості функціонування укра-

їнської блогосфери. *Science and Education a New Dimension, Humanities and Social Sciences*. 2015. No. III (7). Issue 42. pp. 99–102.

131. Половинчак Ю. М. Сучасне інформаційно-комунікаційне середовище як простір трансформації української національної ідентичності : монографія. Київ, 2016. 295 с.

132. Половинчак Ю. Н. Дискурсивний підхід к сохранению историко-культурной памяти в интерактивной среде. *Б-ка как феномен культуры: Информ. ресурсы б-к в образовател., науч. и социокультур. среде* : материалы IV Междунар. конгр., г. Минск, 4–6 окт. 2016 г. Минск, 2016. С. 289–293.

133. Присяжна Л. В. Роль бібліотечно-інформаційних продуктів у задоволенні потреб органів державної влади в інформації (на прикладі НБУВ). URL: [http://nbuviar.gov.ua/images/konferenciya/konf\\_lviv/Prusyagna.pdf](http://nbuviar.gov.ua/images/konferenciya/konf_lviv/Prusyagna.pdf) (дата звернення: 11.04.2017).

134. Про бібліотеки і бібліотечну справу : Закон України від 27 січ. 1995 р. № 32/95-ВР. *Відом. Верховної Ради України*. 1995. № 7. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/32/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 01.01.2017).

135. Про інформацію : Закон України від 2 жовт. 1992 р. № 2657-ХІІ. *Відом. Верховної Ради України*. 1992. № 48. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2657-12> (дата звернення: 01.01.2017).

136. Про надання Центральній науковій бібліотеці імені В. І. Вернадського статусу національної : Указ Президента України від 5 квіт. 1996 р. № 244/96. *Верховна Рада України* : офіц. веб-сайт. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/244/96> (дата звернення: 01.01.2017).

137. Про Національну програму інформатизації : Закон України від 4 лют. 1998 р. № 74/98-ВР. *Відом. Верховної Ради України*. 1998. № 27–28. С. 181. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/74/98-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 01.01.2017).

138. Про Національну програму правової освіти населення : Указ Президента України від 18 жовт. 2001 р. № 992/2001. *Верховна*

*Рада України* : офіц. веб-сайт. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/992/2001> (дата звернення: 01.01.2017).

139. Про Національну юридичну бібліотеку : Указ Президента України від 23 лип. 1999 р. Документ 921/99. *Верховна Рада України* : офіц. веб-сайт. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/921/99> (дата звернення: 01.01.2017).

140. Проблеми суспільної безпеки в процесі розвитку соціальних мереж : монографія / В. Попик, В. Горовий, О. Онищенко та ін. Київ, 2015. 202 с.

141. Програма «Інформація для всіх». URL: <http://www.ifar.ru/ofdocs/unesco/programr.pdf> (дата обращения: 01.04.2017).

142. Пронина Л. А. Информатизация культурно-образовательного пространства: методологические аспекты исследования : автореф. дис. ... д-ра филос. наук. Тамбов, 2007. 47 с.

143. Профили библиотек в Instagram, на которые всем стоит подписаться! URL: <https://chernozem.info/journal/profilii-bibliotek-v-instagram-na-kotorye-vsem/> (дата обращения: 14.09.2016).

144. Пунченко Н. О. Информационные технологии, их место в структуре конвергентных технологий и информатизации. *Гуманітар. вісн. Запорізь. держ. інж. акад.* 2016. № 64. С. 168–177.

145. Пурник А. В. От Библиотеки к Библиотеке 2.0. Новые методики построения системы. *Библ. дело.* 2011. № 6 (144). С. 6–10.

146. Ржеуський А. В., Кунанець Н. Е. Соціальні мережі як компонента віртуальної комунікації. *Держава та регіони. Сер.: Соц. комунікації.* 2013. № 3–4. С. 184–188.

147. Різун В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій. URL: [http://journalib.univ.kiev.ua/Nacherky\\_do\\_metodologiyi.pdf](http://journalib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodologiyi.pdf) (дата звернення: 12.05.2016).

148. Розвиток ресурсної бази вітчизняного інформаційного середовища : монографія / О. С. Онищенко, В. М. Горовий, Л. А. Дубровіна та ін. Київ, 2012. 246 с.

149. Романуха З. В. Використання соціальних мереж університетськими бібліотеками України. *Бібліотека вищої школи на новому етапі розвитку соціальних комунікацій* : матеріали Між-

нар. наук.-практ. конф. (м. Дніпропетровськ, 24–25 жовт. 2013 р.). Дніпропетровськ, 2013. С. 200–202.

150. Ростовцев С. С. Формування системи інтернет-маркетингу в бібліотеках України : дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.03. Харків, 2016. 230 с.

151. Самсонов М. Реклама бібліотек в онлайн-соціальних мережах. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. Київ, 2012. Вип. 33. С. 532–542.

152. Симоненко Т. В. Науково-інформаційний портал НАН України: становлення, напрями розвитку. *Документознавство. Бібліотекознавство. Інформаційна діяльність: Проблеми науки, освіти, практики* : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 16–18 трав. 2005 р.). Київ, 2006. С. 147–149.

153. Слободяник М. С. Базова модель бібліотеки як соціально-комунікаційної інституції. URL: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vdil/2009\\_4/2.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vdil/2009_4/2.pdf) (дата звернення: 10.11.2017).

154. Слободяник М. С. Наукова бібліотека: еволюція структури і функцій. Київ, 1995. 268 с.

155. Солис Б. Макротренды в бизнесе. Как стать компанией новой волны, создавая эмоции, привлекающие клиентов. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. 256 с.

156. Соловяненко Д. В. Інтернет-технології бібліотечного сервісу в Україні: становлення і розвиток (1990-ті рр. – початок XXI ст.) : автореф. дис. ... канд. іст. наук : 07.00.08. Київ, 2008. 20 с.

157. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства : монографія / О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін. Київ, 2014. 260 с.

158. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : монографія / О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін. Київ, 2013. 250 с.

159. Статистика КМ 2020. URL: <https://bookmix.ru/groups/viewtopic.phtml?id=7384> (дата обращения: 12.01.2020).

160. Статут Всеукраїнської громадської організації «Українська бібліотечна асоціація». URL: [https://ula.org.ua/images/documents/3585/ULA\\_Statut\\_2016.pdf](https://ula.org.ua/images/documents/3585/ULA_Statut_2016.pdf) (дата звернення: 15.01.2017).

161. Степанов В. К. Будущее библиотек в системе цифровых коммуникаций: подход к проблеме. *Школ. б-ка*. 2011. № 6/7. С. 75–77.

162. Стеценко Г. Практичне використання вікі-енциклопедії в навчально-виховному процесі. *Комп'ютер у школі та сім'ї*. 2009. № 6. С. 18–21.

163. Стоволос Н. Б., Падалка В. В. Дослідження алгоритмів рекомендаційних сервісів з персоналізованим ціноутворенням. URL: <http://repo.snau.edu.ua/bitstream/123456789/6813/1/%d0%a1%d1%82%d0%be%d0%b2%d0%be%d0%bb%d0%be%d1%81%20%d0%9d.%20%d0%91.%20%d0%94%d0%be%d1%81%d0%bb%d1%96%d0%b4%d0%b6%d0%b5%d0%bd%d0%bd%d1%8f%20%d0%b0%d0%bb%d0%b3%d0%be%d1%80%d0%b8%d1%82%d0%bc%d1%96%d0%b2.pdf> (дата звернення: 15.01.2020).

164. Столяров Ю. Н. Двухконтурная системная модель библиотеки. URL: <http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea2002/trud/sec1114/Doc68.HTML> (дата обращения: 10.11.2017).

165. Столяров Ю. Н. Научный миф о специальных методах документально-коммуникационных дисциплин. URL: <http://intranet.gpntb.ru/subscribe/?journal=ntb&year=2006&num=10&art=1> (дата звернення: 10.01.2017).

166. Стратегічний план 2016–2021. URL: <http://www.ukrbook.net/IFLA.pdf> (дата звернення: 09.11.2016).

167. Стратегія розвитку бібліотечної справи в Україні до 2025 року «Якісні зміни бібліотек задля забезпечення сталого розвитку України». URL: [https://ula.org.ua/images/documents/3181/Strategy\\_Text\\_07\\_2015\\_3.pdf](https://ula.org.ua/images/documents/3181/Strategy_Text_07_2015_3.pdf) (дата звернення: 09.02.2017).

168. Струнгар А. В. Інформаційно-аналітичний портал бібліотеки як засіб наукової комунікації : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.03. Київ, 2016. 20 с.

169. Струнгар А. В. Інформаційно-аналітичний портал бібліотеки як засіб наукової комунікації : дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.03 / Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ, 2016. 210 с.



170. Струнгар А. В. Комунікації в бібліотечному просторі: синергетичний аспект. *Вісн. Книжк. палати*. 2013. № 2. С. 19–21.
171. Струнгар В. Бібліотека і соціальні медіа: нові можливості комунікації. *Молодь. Наука. Інновації* : зб. матеріалів V міжнар. наук. конф. молодих учених (м. Київ, 15 трав. 2014 р.). Київ, 2014. С. 53–57.
172. Струнгар В. Бібліотека і соціальні медіа: термінологічно-понятійний аспект. *Бібл. вісн.* Київ, 2014. № 6. С. 23–27.
173. Струнгар В. Бібліотечна складова в системі суспільного використання соціальних медіа : дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.03. Київ, 2018. 297 с.
174. Струнгар В. Бібліотечні Інтернет-сервіси соціальних медіа в контексті розвитку мережових інформаційних технологій (термінологічний аспект). *Місце і роль бібліотек у формуванні національного інформаційного простору* : матеріали Міжнар. наук. конф. (м. Київ, 21–23 жовт. 2014 р.). Київ, 2014. С. 290–293.
175. Струнгар В. Бібліотечні проекти в соціальних медіа як джерела бібліотекознавчих досліджень. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. Київ, 2015. Вип. 41. С. 371–381.
176. Струнгар В. Блог як інструмент забезпечення комунікації бібліотеки з користувачами. *Наук. пр. Нац. б-ки України імені В. І. Вернадського*. 2019. Вип. 52. С. 396–409.
177. Струнгар В. Використання бібліотеками соціальних мереж. *Лабіринти реальності* : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. (Монреаль, 30–31 жовт. 2019 р.). Канада, Монреаль, 2019. С. 86–88.
178. Струнгар В. Використання бібліотеками соціальних мереж та медіа-хостингів. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2019. Вип. 53. С. 90–106.
179. Струнгар В. Використання соціальних медіа в бібліотекознавчих дослідженнях. *Бібліотека. Наука. Комунікація* : матеріали Міжнар. наук. конф. (м. Київ, 6–8 жовт. 2015 р.). Київ, 2015. С. 310–313.
180. Струнгар В. Вікі-проекти: формування інтелектуального

користувацького і бібліотечних ресурсів. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2015. Вип. 42. С. 115–125.

181. Струнгар В. Дослідження комунікації бібліотеки та користувача в соціальних медіа. *Інформаційна діяльність, документознавство, бібліотекознавство: історія, сучасність, перспективи* : матеріали II наук.-практ. конф. (м. Київ, 27 квіт. 2016 р.). Київ, 2016. С. 61–64.

182. Струнгар В. Дослідження термінологічно-понятійного апарату бібліотечних соціальних медіа. *Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку* : матеріали Міжнар. наук. конф. (м. Харків, 24–25 листоп. 2016 р.). Харків, 2016. С. 140–142.

183. Струнгар В. Еволюція інтернет-представництва інформаційно-аналітичних структур. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2020. Вип. 57. С. 176–191.

184. Струнгар В. Змістовний аналіз контенту бібліотечних сторінок соціальних мереж: завдання, критерії, перспективи. *Бібліотека. Наука. Комунікація. Стратегічні завдання розвитку наукових бібліотек* : матеріали Міжнар. наук. конф. (м. Київ, 3–5 жовт. 2017 р.). Київ, 2017. С. 265–268.

185. Струнгар В. Інформаційно-комунікаційна модель бібліотечного представництва в соціальних медіа. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2018. Вип. 49. С. 295–305.

186. Струнгар В. Методологія дослідження контенту бібліотечних сторінок у соціальних медіа. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. Київ, 2016. Вип. 43. С. 488–500.

187. Струнгар В. Моніторинг соціальних медіа як інструмент аналізу в бібліотечній роботі. *Бібліотека XXI століття: Перспективи та інновації* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 23 квіт. 2015 р.). Київ, 2015. С. 81–83.

188. Струнгар В. Науково-методичне забезпечення бібліотечної діяльності у медіа-просторі. *Культура та інформаційне суспільство XXI століття* (Харків, 18–19 квітня 2019 р.) / Харк. держ. акад. культури. Харків, 2019. С. 320–321.

189. Струнгар В. Новые профессиональные навыки биб-

лиотечной работы в интерактивной среде масс-медиа. *Библиотека в XXI веке: аспекты развития* : материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых и специалистов (г. Минск, 29–30 окт. 2015 г.). Минск, 2015. С. 231–234.

190. Струнгар В. Особливості представленості бібліотек у блогосфері. *Бібліотека. Наука. Комунікація: актуальні тенденції у цифрову епоху* : матеріали Міжнар. наук. конф. (Київ, 8–10 жовт. 2019 р.). URL: <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/799/> (дата звернення: 11.11.2019).

191. Струнгар В. Особливості представлення бібліотек у соціальних медіа. *Бібліотека. Наука. Комунікація: формування національного інформаційного простору* : матеріали Міжнар. наук. конф. (м. Київ, 4–6 жовт. 2016 р.). Київ, 2016. С. 263–266.

192. Струнгар В. Представленість і робота бібліотек у вікі-проектах. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2017. Вип. 48. С. 407–425. URL: [http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3491:predstavlenist-i-robotabibliotek-u-viki-proektakh&catid=81&Itemid=415](http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3491:predstavlenist-i-robotabibliotek-u-viki-proektakh&catid=81&Itemid=415) (дата звернення: 07.01.2020).

193. Струнгар В. Представлення бібліотеки в інтерактивному медіасередовищі: змістовий аналіз. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. Київ, 2017. Вип. 46. С. 329–344.

194. Струнгар В. Соціальні медіа в сучасному інформаційно-бібліотечному середовищі. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. Київ, 2014. Вип. 39. С. 219–229.

195. Струнгар В. Соціальні медіа як простір взаємодії бібліотеки і читача. *Сучасні проблеми діяльності бібліотек в умовах інформаційного суспільства* : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 10–11 верес. 2015 р.). Львів, 2015. С. 307–311.

196. Струнгар В. Соціальні медіа як простір наукової комунікації та інструмент оцінки наукової діяльності. *Лабіринти реальності* : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Монреаль, 30–31 жовт. 2016 р.). Канада, Монреаль, 2016. С. 267–269.

197. Струнгар В. Статистичний підхід до вивчення комунікації

бібліотеки і користувача через соціальні медіа. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2015. No. III (11). Issue 67. pp. 80–84.

198. Струнгар В. Стратегії та політики бібліотечного представництва в соціальних медіа. *Людина віртуальна: нові горизонти* : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. (Монреаль, березень 2019 р.). Канада, Монреаль, 2019. С. 158–161.

199. Струнгар В. Типологічна класифікація соціальних медіа як об'єкт діяльності бібліотек. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2020. Вип. 58. С. 195–206.

200. Струнгар В. Украинские библиотеки в интерактивной среде читателя. *Библиотека как феномен культуры: Чтение и информационная культура в современном обществе* : матеріали III Міжнарод. конгр. (г. Минск, 21–22 окт. 2015 р.). Минск, 2015. С. 98–104.

201. Струнгар В. Участие научных библиотек в вики-проектах. *Библиотека как феномен культуры* : матеріали IV Міжнарод. конгр. (г. Минск, 4–6 окт. 2016 г.). Минск, 2016. С. 107–112.

202. Струнгар В. Формування стратегії бібліотечного представництва в соціальних медіа: досвід провідних бібліотек. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2018. Вип. 50. С. 329–343.

203. Струнгар В. Шляхи підвищення ефективності використання бібліотекою соціальних медіа. *Бібліотека. Наука. Комунікація* : матеріали Міжнар. наук. конф. (Київ, 6–8 листоп. 2018 р.) / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ, 2018. С. 305–310.

204. Тапскотт Д. Электронно-цифровое общество: Плюсы и минусы эпохи сетевого интеллекта. М. : Рефл-бук, 1999. 403 с.

205. Тарасенко Н. Оцінювання ефективності діяльності бібліотек у соціальних мережах: методика, критерії, досвід. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. Київ, 2018. Вип. 49. С. 278–289. URL: <http://nbuviap.gov.ua/images/naukprazi/49.pdf> (дата звернення: 16.02.2020).

206. Тарасенко Н. Розкриття бібліотечних фондів засобами соціальних мереж як фактор наповнення інформаційного простору. URL: <http://nbuvipar.gov.ua/images/naukprazi/39.pdf> (дата звернення: 08.06.2016).

207. Технології веб 2.0 для бібліотек і користувачів : метод. матеріали. Харків : ХОУНБ, 2013. 21 с.

208. Технології розвитку і захисту національного інформаційного простору : монографія / О. Онищенко, В. Горовий, В. Попик та ін. Київ, 2015. 296 с.

209. Тойнби А. Дж. Постижения истории. М. : Прогресс, 1991. 736 с.

210. Тоффлер Э. Метаморфозы власти. М. : ООО «Изд-во АСТ», 2003. 669 с.

211. Трачук Л. Бібліотечний блог як прояв концепції «Бібліотека 2.0». *Вісн. Книжк. палати*. 2012. № 9. С. 22–25.

212. Турен А. Возвращение человека действующего. Очерк социологии. М. : Науч. мир, 1998. 204 с.

213. Українська бібліотечна асоціація: документи і матеріали : 2001–2009 рр. / Укр. бібл. асоц. ; уклад.: В. С. Пашкова, Т. В. Добко, В. Г. Дригайло. 5-те вид., допов. і переробл. Київ : Самміт-Книга, 2010. 144 с.

214. Уразова С. Л. Социальные сети как форма общественного диалога и массовых коммуникаций. URL: <http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/39816/1/iurp-2016-150-03.pdf> (дата обращения: 02.07.2016).

215. Урсул А. Д. Информатизация общества: введение в социальную информатику. М. : Акад. обществ. наук при ЦК КПСС, 1990. 190 с.

216. Усова Т. Использование популярных Web 2.0 технологий в работе библиотечной системы университета Альберты. URL: <http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea2009/disk/23.pdf> (дата звернення: 09.10.2017).

217. Фурастьє Ж. Великая надежда XX века. М. : Наука, 2001. 183 с.

218. Чернявська Л. Представлення бібліотек у блогах та соцмережах як засіб грамотного й ефективного позиціонування бібліотеки в інформаційному просторі. *Адаптація завдань і функцій наукової бібліотеки до вимог розвитку цифрових інформаційних ресурсів* : Міжнар. наук. конф. (Київ, 21–23 жовт. 2014 р.). Київ, 2014. URL: <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/88> (дата звернення: 07.02.2020).

219. Чому я за ALEPH! Методична служба публічних бібліотек Києва. URL: <https://olga-methodlibkyiv.blogspot.com/2019/0-1/aleph.html> (дата звернення: 07.02.2020).

220. Чумиков А. Н. Медиарилейшнз. М. : Аспект Пресс, 2014. 184 с.

221. Чуприна Л. Оперативна Інтернет-інформація в інформаційно-аналітичній діяльності бібліотек України : монографія. Київ, 2014. 208 с.

222. Чуприна Л. Оперативна інформація в соціальних мережах: особливості обігу та використання бібліотеками. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. Київ, 2012. Вип. 33. С. 507–523.

223. Шемаєва Г. В. Бібліотека в системі наукової комунікації: коеволюційні процеси розвитку : автореф. дис. ... д-ра наук із соц. комунікацій. Харків, 2009. 42 с.

224. Шемаєва Г. В. Електронні ресурси бібліотек України в системі наукових комунікацій : монографія. Харків : ХДАК, 2008. 289 с.

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

226. Шестёркина Л. П., Борченко И. Д. Основные характеристики новых социальных медиа. *Учёные записки ЗабГУ. Сер.: Филология, история, востоковедение*. 2014. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-harakteristiki-novyh-sotsialnyh-media> (дата обращения: 12.06.2016).

227. Шляхи підвищення ефективності функціонування соціальних комунікацій в умовах посилення глобальних ін-

формаційних впливів : монографія / В. Горовий, М. Закіров, Ю. Половинчак та ін. Київ, 2018. 319 с.

228. Шматько О., Дмитрів С. Віртуальна «реальність» публічних бібліотек : метод. поради. Львів : Ліга-Прес, 2011. 40 с.

229. Шпенглер О. Закат Європи: очерки морфологии мировой истории. М. : Айрис-пресс, 2004. Т. 1. 524 с.

230. Шрайберг Я. Л. Современные тенденции развития библиотечно-информационных технологий. URL: <http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea2001/tom/sec1/Doc1.HTML> (дата обращения: 16.09.2017).

231. Юдина И. Г., Лаврик О. Л. Информационная функция библиотеки: теория и современная практика. *Библиосфера*. 2008. № 4. С. 37–42. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnaya-funktsiya-biblioteki-teoriya-i-sovremennaya-praktika> (дата обращения: 15.11.2017).

232. Як бібліотеки можуть протистояти цензурі. URL: [https://ula.org.ua/images/documents/3751/ULA\\_Statement\\_2017.pdf](https://ula.org.ua/images/documents/3751/ULA_Statement_2017.pdf) (дата звернення: 10.11.2017).

233. Ярошенко Т. Зелений шлях відкритого доступу. Репозитарії та їх роль у науковій комунікації: перші двадцять років. *Бібл. вісн.* 2011. № 5. С. 3–10.

234. Ярошенко Т. О. Бібліотека, бібліотекарі та користувачі бібліотек в епоху Веб 2.0: виклики часу. *Бібл. планета*. 2011. № 1. С. 17–22.

235. Ярошенко Т. О., Якушко Т. О. Технології Веб 2.0 для бібліотек і користувачів: нові можливості розвитку бібліотечного середовища : посіб. для бібліотекарів за прогр. підвищ. кваліфікації. Київ : Самміт-книга, 2013. 106 с.

236. Яценко А. Л. Функциональные особенности социальных сетей в коммуникационном пространстве глобализирующегося общества : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11. Ставрополь, 2012. 21 с.

237. Aghaei S., Nematbakhsh M. A., Farsani H. K. Evolution of the world wide web: From Web 1.0 to Web 4.0. *International Journal of Web & Semantic Technology*. 2012. Vol. 3. No. 1. pp. 1–10.

238. Agosti M. Understanding user requirements and preferences for a digital library Web portal. *International Journal on Digital Libraries*. 2010. Vol. 11. No. 4. pp. 225–238.

239. Aichner T., Jacob F. Measuring the Degree of Corporate Social Media Use. *International Journal of Market Research*. 2015. Vol. 57 (2). pp. 257–275.

240. Albrechtslund A. Online social networking as participatory surveillance. *First Monday*. 2008. Vol. 13. No. 3. URL: <http://firstmonday.org/article/view/2142/1949> (last accessed: 12.05.2016).

241. An Act To improve the operation of the legislative branch of the Federal Government: Public Law 91-510. 91st Congress, H. R. 17654. October 26, 1970. URL: <https://www.gpo.gov/fdsys/pkg/STATUTE-84/pdf/STATUTE-84-Pg1140.pdf> (last accessed: 15.08.2016).

242. Anderson P. Web 2.0 and beyond: Principles and technologies. URL: <http://proquest.safaribooksonline.com/9781439828687?uicode=stanford> (last accessed: 16.09.2016).

243. Arlitsch K., Obrien P., Clark J., Young Sc., Rossmann D. Demonstrating library value at network scale: leveraging the Semantic Web with new knowledge work. *Journal of Library Administration*. 2014. Vol. 54. Issue 5. pp. 413–425. URL: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/01930826.2014.946778> (last accessed: 10.03.2017).

244. Askey D., Arlitsch K. Heeding the signals: applying Web best practices when Google recommends. *Journal of Library Administration*. 2015. Vol. 55. No. 1. pp. 49–59. URL: [http://scholarworks.montana.edu/xmlui/bitstream/handle/1/8812/HTTPSEverywhere-pre-print\\_2014-10-16.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://scholarworks.montana.edu/xmlui/bitstream/handle/1/8812/HTTPSEverywhere-pre-print_2014-10-16.pdf?sequence=3&isAllowed=y) (last accessed: 10.10.2016).

245. Baity C., Chappell P., Rachlin D., Vinson C., Zamarripa M. When Real and Virtual World Collide: A Second Life Library. URL: <https://web.archive.org/web/20120323051006/http://www.desktop-computing.com/capstone/Documents/WhenVirtualWorldsCollideFinal.pdf> (last accessed: 12.12.2017).

246. Barnes J. A. Class and committees in a Norwegian Island Parish. URL: <https://pierremerckle.fr/wp-content/uploads/2012/03/Barnes.pdf> (last accessed: 12.11.2017).



247. Bartle R. *Designing Virtual Worlds*. New Riders. 2003. 768 p.
248. Bavelas A. A Mathematical Model for Group Structures. *Human Organization*. Vol. 7. No. 3. pp. 16–30. URL: <http://www.galileoco.com/literature/bavelasalex48.pdf> (last accessed: 12.11.2017).
249. Begault D. R. 3-D Sound for Virtual Reality and Multimedia. URL: <https://ntrs.nasa.gov/archive/nasa/casi.ntrs.nasa.gov/20010044352.pdf> (last accessed: 12.12.2017).
250. Bejune M. M. Wikis in Libraries. *Information Technology and Libraries*. 2007. No. 26 (3). pp. 26–38.
251. Bell L. Virtual Worlds: Libraries, Education and Museums Conference. URL: <http://lisnews.org/node/29040> (last accessed: 15.09.2017).
252. Bell L., Lindbloom M., Peters T., Pope K. Virtual Libraries and Education in Virtual Worlds: Twenty-first century library services. *Policy Futures in Education*. 2008. No. 6 (1). pp. 49–58.
253. Berube L. Do You Web 2.0? Public Libraries and Social Networking. *Chandos Publishing*. 2011. p. 160.
254. Biocca F., Levy M. *Communication in the Age of Virtual Reality*. Routledge. 1995. p. 416.
255. Bradley P. Social Media for Creative Libraries. *Facet Publishing*. 2015. p. 256.
256. Brantley S., Armstrong A., Lewis K. Usability testing of a customizable library web portal. *Faculty Research & Creative Activity*. 2006. Vol. 45. pp. 146–163.
257. Buettner R. Getting a Job via Career-oriented Social Networking Sites: The Weakness of Ties. URL: <https://www.prof-buettner.com/downloads/buettner2016b.pdf> (last accessed: 16.10.2017).
258. Burkart R. *Kommunikationswissenschaft*. UTB : Stuttgart, 2002. s. 608.
259. Casey M. E. Library Crunch. URL: <http://www.librarycrunch.com/> (last accessed: 05.09.2017).
260. Casey M. E., Savastinuk L. Library 2.0: Service for the next-generation library. URL: <http://www.libraryjournal.com/article/CA6365200.html> (last accessed: 05.09.2017).

261. Chen D. Y. T., Chu S. K. W., Xu S. Q. How do libraries use social networking sites to interact with users. URL: <http://web.hku.hk/~samchu/docs/Chen-2012-How-do-libraries-use-social-networking-sites-to-interact-with-users.pdf> (last accessed: 08.10.2017).
262. Chu S. K. Using Wikis in Academic Libraries. *The Journal of Academic Librarianship*. 2009. No. 35 (2). pp. 170–176.
263. Comment & Posting Policy. URL: <https://www.loc.gov/legal/comment-and-posting-policy> (last accessed: 10.10.2017).
264. Correa T., Hinsley A. W., Zuniga H. G. D. Who interacts on the Web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*. 2010. No. 26 (2). pp. 247–253.
265. Couldry N. Media, society, world: Social theory and digital media practice. Polity Press, 2012. p. 242.
266. Crosbie V. What is New Media? URL: [https://digmediaman.files.wordpress.com/2011/09/what\\_is\\_new\\_media\\_by\\_vin\\_crosbie.pdf](https://digmediaman.files.wordpress.com/2011/09/what_is_new_media_by_vin_crosbie.pdf) (last accessed: 22.06.2016).
267. Danowski P. Library 2.0 and User-Generated Content. What can the users do for us? URL: <http://archive.ifla.org/IV/ifla73/papers/113-Danowski-en.pdf> (last accessed: 20.06.2016).
268. Davis J., Lin H. Web 3.0 and Crowdservicing. URL: [https://aisel.aisnet.org/amcis2011\\_submissions/192](https://aisel.aisnet.org/amcis2011_submissions/192) (last accessed: 20.08.2016).
269. Dholakia N., Dholakia R. R., Zwick D., Laub M., Hwang Y. S. Electronic commerce and the transformation of marketing in Fritz. *Internet-Marketing*. Stuttgart : Schaffner-Poeschel, 1999. pp. 55–77.
270. Dijck V. J. The culture of connectivity: A critical history of social media. Oxford University Press, 2013. p. 240.
271. Ellison N., Steinfield C., Lampe C. The benefits of Facebook «friends»: Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*. Vol. 12. No. 4. pp. 1143–1168. URL: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x> (last accessed: 24.09.2017).
272. Farkas M. Using wikis to create online communities. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/11879692.pdf> (last accessed: 14.05.2017).

273. Feldman T. An introduction to digital media. Routedledge, 1997. p. 192.
274. Fichter D. What Is a Mashup? URL: [http://www.facetpublishing.co.uk/downloads/file/sample\\_chapters/Library%20Mashups%20Ch1.pdf](http://www.facetpublishing.co.uk/downloads/file/sample_chapters/Library%20Mashups%20Ch1.pdf) (last accessed: 18.07.2017).
275. Fuchs C. Social media: A critical introduction. London : Sage, 2014. p. 242.
276. Furner J. The World-Wide Web in libraries. *VINE*. 1995. No. 99. pp. 3–14.
277. Gao H., Barbier G., Goolsby R. Harnessing the crowdsourcing power of social media for disaster relief. *IEEE Intelligent Systems*. 2011. Vol. 26. No. 3. pp. 10–14.
278. Garland County Library discussion. URL: <https://www.goodreads.com/topic/show/20376751-in-person-book-club> (last accessed: 12.01.2020).
279. Gentle A. Conversation and Community: The Social Web for Documentation. XML Press, 2012. p. 242.
280. Gillin P. The New Influencers: A Marketer's Guide to the New Social Media. Linden Publishing 2007. p. 236.
281. Golder S., Huberman B. Usage Patterns of Collaborative Tagging Systems. URL: [https://www.researchgate.net/publication/220195608\\_Usage\\_Patterns\\_of\\_Collaborative\\_Tagging\\_Systems](https://www.researchgate.net/publication/220195608_Usage_Patterns_of_Collaborative_Tagging_Systems) (last accessed: 17.08.2017).
282. Green Book. *Boston Public Library*. URL: [https://bpl.biblio-commons.com/item/show/7090401075?active\\_tab=summarized\\_details](https://bpl.biblio-commons.com/item/show/7090401075?active_tab=summarized_details) (last accessed: 15.01.2020).
283. Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. Cambridge, Massachusetts : The MIT Press. p. 301.
284. Habib M. C. Toward Academic Library 2.0: Development and Application of a Library 2.0 Methodology. URL: <http://www.mchabib.com/masterspaper.pdf> (last accessed: 09.08.2017).
285. Harry Potter and the Deathly Hallows. URL: [https://www.goodreads.com/book/show/136251.Harry\\_Potter\\_and\\_the\\_Deathly\\_](https://www.goodreads.com/book/show/136251.Harry_Potter_and_the_Deathly_)

Hallows?from\_search=true&qid=9fwuRF3irE&rank=7 (last accessed: 12.01.2020).

286. Harry Potter and the sorcerer's stone. *New York Public Library*. URL: [https://browse.nypl.org/iii/encore/record/C\\_\\_Rb20214886\\_\\_Spotter\\_P0%2C19\\_\\_Orightresult\\_\\_U\\_\\_X6?lang=eng&suite=def](https://browse.nypl.org/iii/encore/record/C__Rb20214886__Spotter_P0%2C19__Orightresult__U__X6?lang=eng&suite=def) (last accessed: 12.01.2020).

287. Hile L. Social Networks and Blogs. Raintree, 2010. p. 56.

288. Hill V., Lee H. Libraries and immersive learning environments unite in Second Life. *Library Hi Tec*. 2009. Vol. 27 (3). pp. 338–356.

289. Holley R. Crowdsourcing and social engagement: Potential, Power and Freedom for Libraries and Users. URL: <http://www.dlib.org/dlib/march10/holley/03holley.html> (last accessed: 15.11.2017).

290. Independent State of Caledon. URL: <https://web.archive.org/web/20110508222218/http://www.steampunkwiki.com/wiki/> (last accessed: 02.12.2017).

291. Jenkins H., Deuze M. Convergence culture. *Convergence*. 2008. Vol. 14(1). pp. 5–12. URL: <http://dx.doi.org/10.1177/1354856507084415> (last accessed: 12.10.2017).

292. Jerry Falwell Library Social Media Policy. URL: <http://www.liberty.edu/library/social-media-policy/> (last accessed: 15.12.2017).

293. Kanter B. Alliance Library System and Second Life Library/Info Island Official Opening. URL: [http://beth.typepad.com/beths\\_blog/2006/10/alliance\\_librar.html](http://beth.typepad.com/beths_blog/2006/10/alliance_librar.html) (last accessed: 15.12.2017).

294. Kaplan A. M., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*. 2010. pp. 59–68. URL: <http://michaelhaenlein.eu/Publications/Kaplan,%20Andreas%20-%20Users%20of%20the%20world,%20unite.pdf> (last accessed: 12.07.2017).

295. Kietzmann J. H., Hermkens K., McCarthy I. P., Silvestre B. S. Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*. 2011. Vol. 54. pp. 241–251.

296. King D. L. Managing Your Library's Social Media Channels. ALA TechSource, 2015. p. 36.

297. Koontz C., Mon L. Marketing and Social Media: A Guide for

Libraries, Archives, and Museums. Rowman & Littlefield Publishers, 2014. p. 310.

298. Kroski E. Web 2.0 for Librarians and Information Professionals. New York : Neal-Schuman Publishers, 2008. p. 209.

299. Kubicek H. Bürgerinformation durch neue Medien? : Analysen und Fallstudien zur Etablierung Elektronischer Informationssysteme im Alltag. Verlag für Sozialwissenschaften : Opladen, 1997. s. 279.

300. Kumar C. R. Social networks impact on Academic Libraries in Technology Era. *Social networks*. 2015. Vol. 5 (3). pp. 101–108.

301. Lenartz A. J. Establishing Guidelines for the Use of Social Media in Higher Education. *Misbehavior Online in Higher Education*. Bingley, UK : Emerald, 2012. pp. 333–353.

302. Leuf B., Cunningham W. The Wiki Way: Quick Collaboration on the Web. Boston : Addison-Wesley, 2001. p. 464.

303. LibWorld: Library blogging worldwide. Dortmund. 2008. p. 197. URL: [https://www.researchgate.net/profile/Nadine\\_Ullmann/publication/27621242\\_LibWorld\\_-\\_library\\_blogging\\_worldwide/links/0a85e52efa9240c619000000/LibWorld-library-blogging-worldwide.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Nadine_Ullmann/publication/27621242_LibWorld_-_library_blogging_worldwide/links/0a85e52efa9240c619000000/LibWorld-library-blogging-worldwide.pdf) (last accessed: 16.10.2017).

304. Lombardo N. T., Mower A., McFarland M. M. Putting Wikis to Work in Libraries. *Medical Reference Services Quarterly*. 2008. Vol. 27 (2). pp. 129–145.

305. Made with the British Library. URL: <https://www.pinterest.co.uk/britishlibrary/made-with-the-british-library/> (last accessed: 15.08.2017).

306. Mahmood K., Richardson J. V. Adoption of Web 2.0 in US academic libraries: a survey of ARL library websites. *Program*. 2011. Vol. 45. pp. 365–375.

307. Maletzke G. Psychologie der Massenkommunikation. Hans Bredow-Institut, 1963. s. 311.

308. Maness J. M. Library 2.0 Theory: Web 2.0 and Its Implications for Libraries. *Webology*. 2006. Vol. 3. No. 2. URL: <http://www.webology.org/2006/v3n2/a25.html> (last accessed: 18.09.2017).

309. Manovich L. New Media From Borges to HTML. URL:

[http://manovich.net/content/04-projects/033-new-media-from-borges-to-html/30\\_article\\_2001.pdf](http://manovich.net/content/04-projects/033-new-media-from-borges-to-html/30_article_2001.pdf) (last accessed: 19.10.2017).

310. McCauley C. The Library in Second Life. URL: <https://web.archive.org/web/20110727010726/http://www.jibs.ac.uk/events/workshops/web2.0/second-life.ppt> (last accessed: 18.11.2017).

311. Media. URL: <http://www.media-pedagogics.ru/lectures.html> (last accessed: 15.08.2017).

312. Miller P. Web 2.0: Building the New Library. URL: <http://www.ariadne.ac.uk/issue45/miller> (last accessed: 18.09.2017).

313. Mitchell J. C. Social Networks in Urban Situations. Manchester, England : Manchester University Press, 1969. p. 388.

314. Mullins J. L., Allen F. R., Hufford J. R. Top ten assumptions for the future of academic libraries and librarians: A report from the ACRL Research Committee. *College & Research Libraries News*. 2007. Vol. 68 (4). pp. 240–246.

315. O'Reilly T. What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. URL: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> (last accessed: 23.05.2017).

316. Pandey S. R., Panda K. C. Semantic solutions for the digital libraries based on semantic web technologies. *Annals of Library and Information Studies*. 2014. Vol. 61. pp. 286–293. URL: [http://nopr.niscair.res.in/bitstream/123456789/30336/1/ALIS%2061\(4\)%20286-293.pdf](http://nopr.niscair.res.in/bitstream/123456789/30336/1/ALIS%2061(4)%20286-293.pdf) (last accessed: 26.06.2017).

317. Pross H. Medienforschung. Habel : Darmstadt, 1972. s. 128.

318. Readrate. URL: <https://readrate.com> (last accessed: 12.01.2020).

319. Riley-Huff D. A., Rholes J. M. Librarians and Technology Skill Acquisition: Issues and Perspectives. *Information Technology and Libraries*. 2011. Vol. 30. pp. 129–140. URL: <http://0-www.ala.org.catalog.wbilib.org/lita/ital/sites/ala.org.lita.ital/files/content/30/3/pdf/sep11.pdf#page=47> (last accessed: 20.07.2017).

320. Ronneberger F. Kommunikationspolitik. Mainz, 1978. s. 303.

321. Shirky C. The political power of social media: Technology, the public sphere, and political change. *Foreign affairs*. 2011. pp. 28–41.

322. SLQ Staff Social Media Policy. URL: <http://www.slq.qld.gov.au/about-us/corporate/policies/slq-staff-social-media-policy> (last accessed: 15.07.2017).

323. Snowmen at Halloween. *Oakville Public Library*. URL: [https://opl.bibliocommons.com/item/ugc/472271130?ugc\\_id=1482651270](https://opl.bibliocommons.com/item/ugc/472271130?ugc_id=1482651270) (last accessed: 12.01.2020).

324. Social Media Guidelines. URL: <https://biblio.csusm.edu/content/social-media-guidelines> (last accessed: 15.07.2017).

325. Social Media Policy. URL: <http://roanoke.lib.in.us/policies/social-media-policy/> (last accessed: 15.07.2017).

326. Social Media Policy. URL: [http://www.gleasonlibrary.org/social\\_media.htm](http://www.gleasonlibrary.org/social_media.htm) (last accessed: 15.07.2017).

327. Social media policy. URL: <http://www.nla.gov.au/policy-and-planning/social-media> (last accessed: 15.07.2017).

328. Social media strategy. URL: <https://www.nla.gov.au/policy-and-planning/social-media-strategy-2013> (last accessed: 15.07.2017).

329. Strungar V. Using wiki technology in libraries. *The Days of Science – 2019 : Materials of the International Scientific and Educational Conference* (Kyiv, April 23–24, 2019). Kyiv, 2019. C. 146–147.

330. Swanson T. *Managing Social Media in Libraries: Finding Collaboration, Coordination, and Focus*. Chandos Publishing, 2012. p. 194.

331. Tamaro A. N., Verheul I., Witt S. W. (Eds.) *Digital library futures: User perspectives and institutional strategies*. Munich : De Gruyter, 2010. p.175.

332. UCD library joins Second Life. URL: [http://www.ucd.ie/news/june07/062707\\_second\\_life.html](http://www.ucd.ie/news/june07/062707_second_life.html) (last accessed: 12.10.2017).

333. Wan G. How Academic Libraries Reach Users on Facebook. *College & Undergraduate Libraries*. 2011. Vol. 18. pp. 307–318.

334. Warriar N., Shivarama J., Angadi M. Role of Library and Information Professionals in Web 3.0 Era. URL: <http://ir.inflibnet.ac.in/bitstream/1944/1892/1/53.pdf> (last accessed: 12.04.2017).

335. Warschauer M., Grimes D. Audience, authorship, and artifact: the emergent semiotics of web 2.0. *Annual Review of Applied Linguistics*. 2007. No. 27. pp. 1–23.

336. Wellman B. Network analysis: some basic principles. *Sociological theory*. Vol. 1. pp. 155–200.

337. Wellman B., Berkowitz S. D. Structural analysis: from method and metaphor to theory and substance. *Social structures: a network approach*. Vol. 2. pp. 19–61.

338. What is social media? URL: <https://propr.ca/2008/what-is-social-media/> (last accessed: 11.02.2017).

339. Wichmann A., Rummel N. Improving revision in wiki-based writing: coordination pays off. *Computers & Education*. 2013. Vol. 62. pp. 262–270.

340. Wicklund D. See the Stanford Libraries' Island in Second Life. URL: <http://library.stanford.edu/department/library-communications-and-development> (last accessed: 31.10.2017).

341. Withers R. Something wiki this way comes. *College & Research Libraries News*. 2005. Vol. 66. pp. 775–777.

342. Witney D., Smallbone T. Wiki work: can using wikis enhance student collaboration for group assignment tasks? *Innovations in Education and Teaching International*. 2011. Vol. 48 (1). pp. 101–110.

343. Wright D. K., Hinson M. D. Examining how public relations practitioners actually are using social media. *Public Relations Journal*. 2009. Vol. 2 (3). pp. 1–33. URL: [http://apps.prsa.org/searchresults/view/6D-030304/0/Examining\\_How\\_Public\\_Relations\\_Practitioners\\_Actua#.WshpCC5ubiw](http://apps.prsa.org/searchresults/view/6D-030304/0/Examining_How_Public_Relations_Practitioners_Actua#.WshpCC5ubiw) (last accessed: 15.07.2017).

344. Young S. W. H., Tate A. M., Rossmann D., Hansen M. A. The Social Media Toll Road: The Promise and Peril of Facebook Advertising. *College & Research Libraries News*. 2014. Vol. 75(8). pp. 427–434.

345. Zimmer M. The Twitter Archive at the Library of Congress: Challenges for information practice and information policy. 2015. Vol. 20 (7). URL: <http://firstmonday.org/article/view/5619/4653> (last accessed: 12.07.2017).



Для нотаток

Для нотаток

Для нотаток

Наукове видання

СТРУНГАР Валерія Валеріївна

**БІБЛІОТЕКА**  
**В ІНТЕРАКТИВНОМУ МЕДІАСЕРЕДОВИЩІ:**  
**СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

Монографія

Редактори *Т. П. Дубас, С. Г. Кабаренкова,*  
*Л. Л. Сісіна, Ю. С. Шлапак*  
Комп'ютерна верстка *Г. І. Булахової*

Підп. до друку 08.09.2021. Формат 60x84<sup>1/6</sup>.  
Ум. друк. арк. 14,65. Наклад 150 пр. Зам. № 17.

Видавець і виготовлювач  
Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського  
03039, Київ, Голосіївський просп., 3.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи  
до Державного реєстру видавців, виготівників  
і розповсюджувачів видавничої продукції  
ДК № 1390 від 11.06.2003 р.