

УДК 027.625.081:004



**Євгенія Кулик,**

аспірантка Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського,  
завідувач відділу по роботі з електронними ресурсами  
Державної бібліотеки України для юнацтва

## Формування віртуального бібліотечного простору для бібліотечно-інформаційного обслуговування юнацтва

Розглянуто вітчизняне бібліотечне віртуальне середовище, що формується для бібліотечно-інформаційного обслуговування юнацтва та молоді. Висвітлено результати моніторингу віртуальних представництв мережі обласних бібліотек для юнацтва (молоді). Окреслено можливі шляхи підвищення популярності електронних бібліотечних ресурсів для юнацтва в читацькому середовищі.

**Ключові слова:** бібліотечно-інформаційне обслуговування юнацтва, віртуальні бібліотечні представництва, бібліотечні сервіси 2.0.

Інтеграція інформаційно-комунікаційних технологій у бібліотечну діяльність призвела до кардинальних змін у сприйнятті бібліотеки, виокремленні її соціальних функцій та у підходах до бібліотечно-інформаційного обслуговування. Відповідно, фонд традиційних документів доповнили електронні ресурси, серед основних бібліотечних функцій пріоритетними стали інформаційна та комунікаційна, а бібліотечно-інформаційне обслуговування читачів здійснюється не лише у бібліотеці, навчальних закладах, а й у віртуальному просторі.

На сторінках вітчизняних та зарубіжних видань нині багато уваги приділяється питанням використання інформаційно-комунікаційних технологій для якісного оновлення бібліотечного сервісу, однак бракує досліджень наявних віртуальних представництв бібліотек, ефективності використання певних послуг та ресурсів.

**Мета** публікації — розглянути вітчизняне віртуальне бібліотечне середовище, яке формується для покращення бібліотечно-інформаційного обслуговування юнацтва мережею спеціалізованих бібліотек, зробити аналіз його складових компонентів та окреслити перспективи подальшого розвитку.

Віртуальний бібліотечний простір для забезпечення інформаційного обслуговування юнацтва та молоді складається з кількох компонентних складових: внутрішніх бібліотечних електронних ресурсів, до яких є онлайн-доступ, та зовнішніх ресурсів, послуг, що надаються бібліотеками безпосередньо в Інтернеті з використанням сервісів Веб 2.0.

Формування віртуального бібліотечного простору для всебічного задоволення інформаційних потреб юнацтва є одним із пріоритетних завдань мережі спеціалізованих книгозбірень. Онлайн-присутність юнацької бібліотеки в Інтернеті здійснюється через організацію та підтримку віртуальних представництв — сайту, блогу, сторінки та/або групи у популярній серед користувачів соціальній мережі, каналу бібліотечного відео, фотоколекції, онлайн-презентації тощо.

Розвиток цих компонентів бібліотечного сервісу відбувався поетапно. Першими віртуальними відображеннями традиційних юнацьких бібліотек були статичні бібліотечні сайти (доступні в мережі з 2001 р.), які з часом змінилися: стали динамічними, з'явилась можливість

коментувати контент, ділитися ним із друзями на сторінках соціальних мереж, впливати на політику його формування.

Веб-сайт — досить важливий елемент, який слугує містком для зв'язку між внутрішніми і зовнішніми складовими електронного простору бібліотеки, хоча фактично перебуває лише у внутрішній [2, с. 9]. Дослідження віртуальних представництв Державної бібліотеки України для юнацтва, 18 обласних бібліотек для юнацтва, 3 обласних бібліотек для молоді (Дніпропетровської ім. М. Светлова, Тернопільської, Рівненської), Кримського республіканського закладу "Юнацька бібліотека", Закарпатської обласної бібліотеки для дітей та юнацтва, Чернівецької обласної універсальної наукової бібліотеки ім. М. Івасюка, Сумської обласної універсальної наукової бібліотеки ім. Н. К. Крупської (мають юнацькі філії) свідчить, що станом на травень 2014 р. 25 бібліотек із 26 перерахованих, підтримують офіційні веб-сторінки. 64% веб-сайтів пропонують користувачам доступ до електронного каталогу, а 20% — зовнішній доступ до внутрішніх бібліотечних електронних баз даних. Також дослідження виявило, що відсоткова частка ресурсів, де відвідувач може отримати віртуальну довідку, становить 61,5%.

Для користувача першочерговим є інформаційний контент сайту, тож передусім було здійснено моніторинг саме змістового наповнення виокремлених веб-ресурсів, який дав змогу виявити: 100% сторінок містять інформацію про бібліотеки (історичну довідку, структуру, правила користування, спектр послуг та ін.), 96% — про бібліотечні та регіональні новини, перелік бібліотечних заходів — 64%, про мережу бібліотек регіону — 64%, віртуальні книжкові виставки — 80%, посилання на сторінки в соціальних мережах, бібліотечне відео — 80,8%, рубрики для популяризації читання — 76%. Інформація краєзнавчого характеру — складова частина 60% веб-сайтів, на допомогу освіти, самоосвіті — 40%, соціалізації — 40%. Матеріали для організації корисного дозвілля пропонують 64% веб-сайтів. Наявність рубрик, які популяризують правову культуру бібліотек, демонструють 32% сайтів, інформаційну культуру — 28%, дослідницьку діяльність — 24%. Профорієнтаційна інформація представлена лише на 12% сайтів.

Останнім часом в Україні спостерігається тенденція до зменшення кількості відвідувань офіційних сайтів і

перенесення користувацької активності до соціальних мереж та блогів (за матеріалами дослідження Wave 6) [4]. Отже, бібліотека може підвищити кількість звернень до офіційного сайту, створивши інші віртуальні представництва: блог, сторінку, групу в соціальних мережах, відеоканал, фотогалерею тощо. За умови раціонально організованої навігації ці ресурси мають доповнювати та популяризувати один одного.

Таку складову віртуального бібліотечного представництва, як блоги (офіційні та неофіційні мережеві щоденники бібліотек, окремих її структурних підрозділів, колективні та авторські блоги бібліотекарів) підтримують 44% установ (що на 14% більше порівняно з 2013 р.), охоплених дослідженням. Проаналізувавши зміст інформаційних повідомлень (постів) цих ресурсів, можна виокремити блоги для читачів (тематичні, культурологічні, літературні) та фахові для професійного зростання колег.

Станом на початок 2014 р. бібліотеки для юнацтва та молоді підтримують 22 блоги, з яких 20 створено з використанням сервісу Blogger, решту — на базі сервісу WordPress та власної веб-платформи.

Під час моніторингу інтернет-журналів аналізувалися відповідність ресурсу меті його створення, зацікавленість читацької аудиторії, якість комунікації між бібліотекарями і читачами, зв'язок з іншими бібліотечними ресурсами.

Отримані результати засвідчили, що усі досліджені блоги містять чимало повідомлень про бібліотечні заходи, нові послуги та проекти, яскраві фотозвіти, бібліотечне відео, що уможливило досягнення важливих результатів бібліоблогерської діяльності — покращення іміджу закладу серед громадськості, залучення нових читачів. Іншого результату — популяризації бібліотечних віртуальних послуг та ресурсів — досягти складніше, адже лише 55% онлайн-щоденників містять посилання на офіційний сайт бібліотеки, сторінки в соціальних мережах, блоги колег, власний відеоканал.

Дослідження зарубіжних фахівців переконливо свідчать, що бібліотечний блог — надзвичайно зручна можливість налагодити інтерактивне спілкування в неформальному стилі як з читачами, так і з колегами (у професійних стрічках) [6]. Вітчизняні бібліотекарі поки що не використовують повною мірою інтерактивних можливостей створених ними віртуальних представництв, і статистичні дані це підтверджують. Лише 36% блогів мають "робоче ядро", яке становлять постійні прихильники ресурсу. Усі 22 веб-журнали надають читачам можливість залишати коментарі до кожного з повідомлень, проте користувачі коментують лише 50% з них. Отже, слід констатувати, що надалі бібліотекарі мають більше уваги приділяти налагодженню комунікації з читачами через блог: заохочувати коментарі, не лишаючи їх без відповіді, цікавитись уподобаннями читачів, обговорюючи їх повідомлення тощо.

Окремо варто зауважити, що 59% блогів не мають тегування контенту. Це значно ускладнює індексацію ресурсів пошуковими системами, а відповідно, і читацький інформаційний пошук, навігацію в межах ресурсу, що, зі свого боку, вкрай негативно позначається на його популярності.

Прогнозуючи подальший розвиток бібліотечних блогів, охоплених дослідженням, можна припустити, що бібліотеки, які підтримують кілька ресурсів, визначать пріоритети і надалі зосередяться на підтримці найбільш вдалого проекту, що знайшов власного читача, популяризує бібліотечний сервіс, позитивно впливає на імідж установи тощо. Також не виключено, що кілька окремих блогів, котрі є розробкою однієї книгозбірні, будуть згруповані в єдиний ресурс. До ведення онлайн-щоденників бібліотекарі частіше

залучатимуть авторитетних експертів з кола активних відвідувачів, а проведення окремих досліджень у читацькому середовищі щодо оптимізації ресурсу та інших складових віртуального бібліотечного простору делегуватимуть користувачам зі складу "робочого ядра". Неформальна комунікація з читачами стане активнішою та продуктивнішою.

Окрім сайтів і блогів, складовою частиною віртуального бібліотечного простору є представництва в популярних соціальних мережах.

Фахівці переконують, що сторінка організації в соцресурсі відіграє здебільшого допоміжну роль у перенаправленні трафіку на "материнський" сайт компанії. Крім того, соціальні сервіси виконують роль каналу для двостороннього зв'язку, не обмежуючись присутністю в певній мережі. Як правило, використовується кілька найпопулярніших платформ для двостороннього спілкування [1].

Вибір соціальних мереж сьогодні достатньо великий, проте забезпечити присутність установи у кожній з них вкрай складно. Основним критерієм для вибору соціальної мережі є факт максимальної концентрації в ній потенційних та реальних користувачів бібліотеки [3, с. 184]. Популярними в юнацькому середовищі є соціальні мережі "ВКонтакте" (найбільше прихильників серед молоді в Україні), "Facebook", "Однокласники", "Google+" та ін. 50% (13) обласних бібліотек для юнацтва (молоді) зареєстровано в соціальних мережах (що на 7% більше порівняно з 2013 р.). Ці установи підтримують одночасно кілька сторінок (груп) у різних соціальних спільнотах: 92,3% — у мережі ВКонтакте, 76,9 — у Facebook, 38,5 — в Однокласниках, 23% — у Google + . Зустрічаються різні поєднання цих ресурсів (табл. 1).

Таблиця 1

#### Представництва бібліотек для юнацтва та молоді у соціальних мережах

ВКонтакте	15%
ВКонтакте, Facebook	30,8%
ВКонтакте, Однокласники	7,7%
Facebook, Google+	7,7%
ВКонтакте, Facebook, Google+	7,7%
ВКонтакте, Однокласники, Facebook	30,8%

Під час дослідження проаналізовано 24 представництва бібліотек для юнацтва (молоді) в соціальних мережах: 7 бібліотечних груп, 5 сторінок та 1 особистий акаунт в мережі ВКонтакте, 8 сторінок та 3 особисті акаунти у Facebook, що були створені впродовж 2008—2013 рр.

Критеріями оцінювання було обрано повноту відображення профілю установи у соціальній мережі, види поширення інформації про діяльність закладу та наявність контактної інформації [3].

Результати дослідження дозволили з'ясувати, що усі проаналізовані профілі юнацьких бібліотек у соціальних мережах заповнено лише частково: опис бібліотеки містять 50%, мету діяльності — 20,8%, історію закладу — 12,5%, логотип бібліотеки — 37,5%.

2006 р. Публічна бібліотека Денвера створила віртуальне представництво у соціальній мережі MySpace, щоб заохотити підлітків відвідувати сайт. Крім того, сторінка містить посилання на бібліотечні ресурси, які можуть зацікавити цю вікову категорію, відповідно, відвідування порталу зросло на 41% [5, с. 12]. Натомість вітчизняні бібліотекарі поки що повною мірою не використовують можливостей перенаправлення трафіку завдяки соціальним мережам. 79% проаналізованих бібліотечних сторінок (груп) для юнацтва (молоді) пропонують посилання на сайт книгозбірні і лише 33% — на інші електронні бібліотечні ресурси.

Користувачі охочіше пристають на спілкування з конкретним представником бібліотеки, а отже, варто зазначити контакти адміністраторів сторінки, проте лише 50% бібліотечних сайтів у соціальних мережах мають такі відомості.

Моніторинг інформаційного контенту бібліотечних профілів у соціальних мережах виявив: оригінальні дописи містять 100% досліджених ресурсів, фото — 100%, відеофайли — 58%, аудіофайли — 29%, перепости — 79%, обговорення — 50%, прес-релізи — 54%.

Контактна інформація на проаналізованих ресурсах для зв'язку читачів з бібліотекою у будь-який зручний спосіб і час розподілена так:

- номер телефону бібліотеки — 83%;
- календар подій — 45,8%;
- адреса електронної пошти — 54%.

Віртуальні представництва юнацькі бібліотеки використовують здебільшого для реклами діяльності, інформаційного супроводу бібліотечних заходів, налагодження дружніх стосунків із колегами, нинішніми та потенційними читачами бібліотеки, партнерами, для відзначення співробітників бібліотеки, створення бібліотечних онлайн-груп та груп, а також для демонстрації різноманітних фото-матеріалів, анонсування нових надходжень, проведення онлайн-опитувань тощо. Зрідка популяризують бібліотеки на сторінках соціальних мереж нові повідомлення зі своїх блогів, актуальну інформацію офіційних веб-сайтів, хоча це варто робити частіше, щоб стимулювати зростання звернень до цих ресурсів. Загалом, під час дослідження було з'ясовано, що віртуальні представництва бібліотек для юнацтва та молоді мають такий зв'язок між складовими частинами (рис. 1).



Рис. 1. Схема зв'язків між складовими бібліотечного представництва

Проте найближчим часом ці зв'язки варто посилити (рис. 2).

Зараз поширеними комунікаційними засобами в Україні стають смартфони. Станом на перший квартал 2013 р. кількість їх власників збільшилася вдвічі, порівняно з 2012 р., і становила 14%. Про це свідчать дані дослідження "Наша мобільна планета: Україна", проведеного компанією "Ipsos MediaCT" на замовлення Google. Британські бібліотекарі, які обслуговують дітей, юнацтво та молодь, відслідковують корисні для цієї аудиторії мобільні додатки (дозволяють створювати фото та відео, електронні публікації, розв'язувати задачі тощо), вивчають та популяризують їх. Вітчизняні фахівці, які обслуговують юнацтво, не повинні лишатися осторонь сучасних тенденцій розвитку комунікаційного середовища, тож досвід зарубіжних та українських колег у сфері використання мобільних додатків для налагодження комунікації варто взяти до уваги. Сьогодні в інтернет-магазинах

доступний мобільний додаток для операційних систем Android та IOS під назвою "DneprLibrary" (безкоштовна програма, створена для використання в онлайн-супермаркеті "App Store"). Розробник — Центральна бібліотека Дніпропетровської централізованої системи публічних бібліотек для дорослих. Додаток має функціональні вкладки "Культурна мапа Дніпропетровська", "ТОП-10 надходжень" (віртуальна виставка нових надходжень книг із можливістю читання та завантаження в тестовому режимі), "Запитай у бібліотеки", "Основні відомості про бібліотеку". Цей ресурс перебуває на стадії змістового наповнення та доопрацювання, тож його варто завантажувати, тестувати, рекомендувати читачам та реалізовувати власні ідеї щодо розробки подібних додатків, враховуючи індивідуальні та інформаційні потреби користувачів юнацького віку.



Рис. 2. Орієнтовна схема зв'язків між компонентами віртуального бібліотечного представництва

Отримані результати дозволяють зробити висновок, що процес формування віртуального простору для бібліотечно-інформаційного обслуговування юнацтва відбувається нерівномірно: мережеві представництва юнацьких бібліотек перебувають на різних стадіях розвитку: в одній частині закладів цей процес сьогодні залишається у зародковому стані, а в іншій — вже кілька років є онлайн-доступ до внутрішніх електронних ресурсів, сформовано зовнішні ресурси та послуги, які вподобали користувачі. Отже, досвід обласних бібліотек для юнацтва та молоді, де віртуальні ресурси динамічно розвиваються на користь усіх учасників комунікаційного процесу, потребує узагальнення і запровадження в тих бібліотеках, де є прогалини у використанні інформаційно-комунікаційних технологій для обслуговування читачів.

#### Список використаної літератури

1. Головаха С. Наукова бібліотека у соціальних мережах / С. Головаха // Бібліотечний вісник. — 2013. — № 1. — С. 29—32.
2. Зверевич В. В. Пространство современной библиотеки: "реальное" и "виртуальное" / В. В. Зверевич // Научные и технические библиотеки. — 2012. — № 11. — С. 7—17.
3. Назаровець М. А. Використання комунікаційних можливостей соціальної мережі Facebook бібліотеками ВНЗ / М. А. Назаровець // Сучасні проблеми діяльності бібліотеки в умовах інформаційного суспільства: матеріали п'ятої Міжнарод. наук.-практ. конф., 11—12 верес. 2013 р., Львів / М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Нац. уні-т "Львівська політехніка", Наук.-техн. б-ка. — Львів, 2013. — С. 183—190.
4. Саваневський М. Wave 6: Дослідження соціальних медіа в Україні (презентація) / М. Саваневський. — Режим доступу: <http://watcher.com.ua/2012/05/29/wave-6-doslidzhennya-sotsialnyh-media-v-ukrayini-prezentsiya>. — Назва з екрана.

5. *Gauder B.* Social networking encourages teen library usage at Denver Public // NextSpace. — 2007. — № 7. — Mode of access: <https://oclc.org/publications/nextspace/issues/issue007.en.html>. — Title from the screen.
6. *Jackson-Brown Grace M.* Content analysis study of librarian blogs: Professional development and other uses // First monday. — Mode of access: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4343/3415>. — Title from the screen.

*Автор рассматривает украинскую библиотечную виртуальную среду, которая формируется для библиотечно-информационного обслуживания юношества и молодежи. Представлены результаты мониторинга виртуальных представительств сети областных библиотек для юношества (молодежи). Очерчены возможные пути по-*

*вышения популярности электронных библиотечных ресурсов среди юношества.*

*Considering the local library virtual environment, that have been formed for the purpose of youth library and information services. Regarding the results gathered from monitoring the virtual representative network of regional libraries for young people (youth), and to identify the constraints of their development. Working on assumptions, and the possible ways to eliminate some of the existing shortcomings, in order to increase the popularity of electronic library resources for youth and within the youth reader's environment.*

Надійшла до редакції 22 жовтня 2014 року