

○ предоставление дополнительных библиотечно-информационных сервисов (виртуальная справочная служба, виртуальный читальный зал и т.п.);

○ комплексное освещение на сайте информации про библиотеку с целью формирования ее позитивного имиджа;

○ постоянная техническая поддержка и администрирование сайтов.

Анализ структурных изменений краеведческого веб-сегмента на сайтах региональных библиотек показал следующее:

1. Улучшено структурную организацию краеведческих ресурсов и навигационные возможности на сайтах Волынской, Ивано-Франковской, Львовской, Черновицкой и Одесской ОУНБ.

2. Обновление информации в большинстве региональных библиотек осуществляется оперативно.

3. Дополнительные библиотечно-информационные сервисы предоставляются в большинстве ОУНБ, только на сайтах Одесской и Харьковской ОУНБ этот сегмент еще требует доработки.

4. Почти все региональные библиотеки широко освещают свою историю и деятельность, только у Волынской, Закарпатской, Сумской ОУНБ этот аспект требует доработки.

5. Техническая поддержка и администрирование сайтов остаются проблемой для большинства ОУНБ: на момент исследования отличная оценка по этим параметрам только у Крымской РУНБ и Львовской ОУНБ. Больше всего нерабочих разделов и ссылок зафиксировано у Волынской, Донецкой, Сумской, Черкасской ОУНБ.

Таким образом, в процессе последовательной научно-исследовательской работы сложились все необходимые условия для контроля состояния внедрения методических рекомендаций по итогам каждого научного исследования и определения современных тенденций в краеведческой библиотечной деятельности. Очевидно также, что результаты мониторинга сегодня являются определенным стимулом для специалистов многих ОУНБ Украины в их работе по оптимизации освещения краеведческих ресурсов и способствуют качественным изменениям краеведческого контента веб-сайтов библиотек.

*Ключевые слова:* краеведческие электронные ресурсы, библиотечные сайты, региональные библиотеки, результаты научных исследований.

УДК 025.4.36:316.776

**Тетяна Коваль,**

зав. відділу НБУВ

**Леся Туровська,**

мол. наук. співробітник НБУВ

**Інесса Смоляр,**

зав. сектору НБУВ

### ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ ЕЛЕКТРОННИХ КНИЖКОВИХ ВИСТАВОК У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

(На прикладі універсального підсобного фонду ВКБО НБУВ)

Спіраючись на дані онлайн-маркетингового дослідження, ми розглянули проблеми обслуговування дистанційних читачів електронними виставками, створеними на базі універсального підсобного фонду відділу комплексного бібліотечного обслуговування (ВКБО) Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. Висвітлено питання популяризації, а також переваги та перспективи поширення у соцмережах сучасних електронних бібліотечних продуктів.

Упровадження результатів дослідження у практику роботи НБУВ та бібліотек науково-дослідних установ НАН України сприятиме оптимізації бібліотечно-інформаційної діяльності у середовищі віртуальних комунікаційних співтовариств.

*Ключові слова:* соціальні мережі, віртуальні співтовариства, електронні книжкові виставки, інформаційний електронний бібліотечний продукт, комунікаційні зв'язки, інтерактивний бібліотечний сервіс.

Сучасний віртуальний світ вирізняється розмаїттям соціальних мереж як осередків інформаційних обмінів співтовариств, об'єднаних загальною метою, інтересами, пріоритетами.

Соціальна мережа – це соціальна структура, що складається з віртуальних співтовариств, якими є соціальні об'єкти (люди або організації), що вступають у соціальні взаємини (зв'язки) між собою. Сам термін був уведений в науковий обіг 1954 р. американським соціологом Дж. Барнсом у праці «Класи й збори у норвезькому острівному приході», яка була надрукована у збірці «Людські відносини у другій половині ХХ ст.» [1].

На думку американського вченого М. Кастельса, саме соціальні мережі уособлюють нову соціальну морфологію розвинутих суспільств, а

поширення «мережевої» логіки значною мірою позначається на перебігу й результатах багатьох сучасних суспільних процесів [2].

Характеризуючи віртуальні співтовариства, американський дослідник Г. Рейнольд увів поняття фактора спільності інтересів і координації діяльності поміж їх членів [3]. А його колега Дж. Лалл констатував, що віртуальне співтовариство – це група соціально взаємозалежних осіб, які беруть участь у спільних обговореннях та ухваленнях рішень і обмінюються практичними результатами, що визначають спільноту і породжені нею [4]. Є й інші визначення, утім, всі вони базуються на єдиному – спільній діяльності членів співтовариства, яка є організаційним джерелом у кіберпросторі.

Із зарубіжними поглядами консолідується й вітчизняні бібліотечні фахівці, які стверджують, що соціальні мережі як нова форма громадської організації є потужним каналами інформаційного впливу, а інформаційно-комунікаційна діяльність – як діяльність в інтерактивному середовищі, контент якого наповнюється самими учасниками комунікації. Зважаючи на це, наразі в нашій країні відбувається процес широкого бібліотечнознавчого вивчення інформаційних можливостей та комунікаційної діяльності наукових бібліотек у середовищі віртуальних співтовариств [5–18].

Активно виявляє свою зацікавленість онлайнними осередками НБУВ, яка опікується не тільки накопиченням інформаційних ресурсів, а й створенням комунікаційних зв'язків з метою:

- ✦ презентації та популяризації власних електронних послуг і продуктів;
- ✦ плідного контактування з дистанційними читачами;
- ✦ залучення нових користувачів до кола читання;
- ✦ професійного спілкування у площині віртуальних соціальних мереж тощо.

Застосовуючи електронні технології та сучасне програмне забезпечення, наукова бібліотека дедалі більше діє з погляду використання наявної інформації для генерування нових знань, забезпечення каналів їх комунікації та задоволення інформаційних читацьких потреб шляхом оприлюднення власних бібліотечно-інформаційних масивів, ресурсів і продуктів у соціальних мережах, тобто їх включення у комунікаційний обіг електронного інформаційного простору. Зважаючи на це, ще у 2010 році один із провідних структурних підрозділів НБУВ – сектор універсального

підсобного фонду і каталогів відділу комплексного бібліотечного обслуговування (далі – ВКБО) – долучився до створення електронних книжкових виставок (тематичних та нових надходжень).

За період із січня 2010 по жовтень 2014 рр. на бібліотечному сайті НБУВ (<http://www.nbu.gov.ua>) у розділі «Електронні виставки» було опубліковано 48 електронних книжкових виставок (28 тематичних та 22 – нових надходжень) з експонуванням відповідної кількості 1540 та 1111 електронних одиниць за провідними розділами універсального підсобного фонду ВКБО.

З метою визначення затребуваності власного електронного бібліотечного продукту упродовж 2014 року на базі популярних соціальних інтернет-мереж (Facebook, Twitter, «ВКонтакте», «Однокласники») ми провели відповідне маркетингове дослідження.

Об'єктом дослідження стала інформаційно-комунікаційна діяльність НБУВ в соціальних мережах.

Предметом – специфіка обслуговування дистанційних користувачів електронними книжковими виставками, створюваними на базі універсального підсобного фонду ВКБО.

З широкою палітри наявних у світі соціальних інтернет-мереж ми обрали вищеназвані тому, що саме тут широко представлені та активно взаємодіють мережеві групи читачів НБУВ.

Найпопулярнішою у світі вважається соціальна мережа Facebook, заснована 2004 р., яку використовує більш ніж мільярд осіб. Кількість її українських користувачів складає понад два мільйони осіб [19]. Офіційне мережеве співтовариство НБУВ у Facebook зареєстровано за адресою: [www.facebook.com/pages/Національна-бібліотека-України-імені-В-І-Вернадського/712692775441557?fb](http://www.facebook.com/pages/Національна-бібліотека-України-імені-В-І-Вернадського/712692775441557?fb). За даними на жовтень 2014 р. воно налічує 620 учасників [20].

Заснована 2006 р. соціальна мережа «ВКонтакте» за відвідуваністю посідає 2-ге місце в Україні та Росії (1-ше – у Білорусі, 3-тє – у Казахстані, 21-ше – у світі). Її щоденна аудиторія перевищує 60 млн осіб [21]. Серед її інтернет-співтовариств – «Група читачів НБУВ», зареєстрована за адресою: <http://vk.com/club22008307>.

За даними на жовтень 2014 р. кількість учасників цієї групи становила 268 осіб [22].

Соціальна мережа «Однокласники» була створена 2006 р. і нараховує понад 200 млн користувачів. Відвідуваність сайту – 44 млн відвідувачів на

добу [23]. Співтовариство «Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського» в мережі «Однокласники» за даними на жовтень 2014 р. нараховує 54 учасники [24] та розташоване за адресою: <http://www.odnoklassniki.ru/community/30968270684327>.

Соціальна мережа Twitter, створена 2006 р., охоплює понад 200 млн користувачів, з них 50 тис. використовують її щоденно. Вони читають повідомлення на власній головній сто-рінці, де відображається загальний потік повідомлень тих, кого вони додали до списку спостере-жуваних ними [25]. НБУВ тут представлена за адресою: <https://twitter.com/NBUv>. За даними на жовтень 2014 р. кількість залучених осіб становила 118 [26].

Кількісний склад дистанційних користувачів-учасників співтовариств НБУВ у соціальних мережах Facebook, Twitter, «ВКонтакте», «Однокласники», які цікавилися електронними книжковими виставками, створюваними на базі універсального підсобного фонду ВКБО (за даними на жовтень 2014 р.), показано на рис. 1.

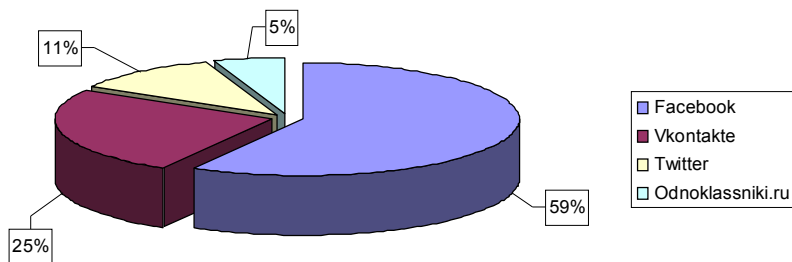


Рис. 1. Кількісний склад дистанційних користувачів-учасників співтовариств НБУВ у соціальних мережах, які цікавилися електронними книжковими виставками, створюваними на базі універсального підсобного фонду ВКБО (дані на жовтень 2014 р.)

Розглянемо, які можливості отримують учасники вищезазначених віртуальних співтовариств НБУВ щодо перегляду електронних книжкових виставок, створюваних на базі універсального підсобного фонду ВКБО.

**Facebook.** Потрапляючи на сторінку співтовариства НБУВ у Facebook, користувачі мають можливість обрати опцію «Хроніка» у верхньому лівому куті, потрапити у відповідний розділ та переглянути (прокручуванням «лінійки»), зокрема, усі електронні книжкові виставки

(тематичні та нових надходжень), що були створені на базі універсального підсобного фонду ВКБО. Натиснувши на назву тієї чи іншої (потрібної) виставки, користувач може не тільки ознайомитися з нею у повному обсязі, а й написати коментар, дати оцінку (подобається чи не подобається), поділитися особистими враженнями та залишити свої побажання.

Приклад оцінок («лайків») та коментарів (обраних за випадковою вибіркою), залишених користувачами після перегляду електронної книжкової виставки нових надходжень до розділу «Економічні науки», створеної на базі універсального підсобного фонду ВКБО, представлено на рис. 2. Режим доступу: [www.facebook.com/pages/Національна-бібліотека-України-імені-В-І-Вернадського/712692775441557?fr](http://www.facebook.com/pages/Національна-бібліотека-України-імені-В-І-Вернадського/712692775441557?fr).



Рис. 2. Приклад оцінок та коментарів, залишених користувачами після перегляду електронної книжкової виставки нових надходжень

«ВКонтакте». Оптимально сприятливою для професійного спілкування є «Група читачів НБУВ» у соціальній мережі «ВКонтакте». Зображення її учасників (фото або «аватари») розташовані на головній сторінці праворуч від так званої стіни, тобто комунікаційної площини, де візуалізуються усі новини групи, де відвідувачі можуть залишити свої записи (коментарі, відгуки, побажання, зауваження, рекомендації тощо), зокрема щодо переглянутих електронних книжкових виставок. Окремим бонусом є те, що саме тут, дуже спрощено, у режимі «питання – відповідь» може відбуватися неопосередковане, відкрите спілкування дистанційних користувачів та бібліотечних працівників.

Приклад звернення бібліотечного працівника до учасників групи читачів НБУВ «ВКонтакте» у рамках маркетингового дослідження щодо використання електронних книжкових виставок, створених на базі універсального підсобного фонду ВКБО, показано на рис. 3.



Рис. 3. Приклад звернення бібліотечного працівника до учасників групи читачів НБУВ «ВКонтакте» у рамках маркетингового дослідження

Джерело: «ВКонтакте», «Група читачів НБУВ». Режим доступу: <http://vk.com/club22008307>.

У відповідь на звернення ми отримали чимало відгуків, які дали змогу проаналізувати потреби, запити, інтереси, уподобання та пріоритети дистанційних користувачів електронних книжкових виставок, створених на базі універсального підсобного фонду ВКБО.

Приклад відгуків деяких користувачів продемонстровано на рис. 4.

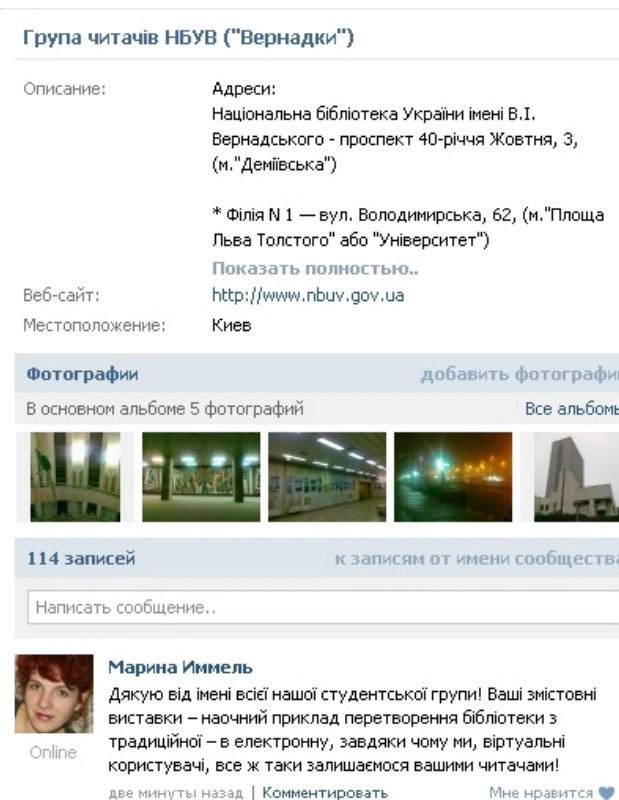


Рис. 4. Приклад відгуків користувачів

Джерело: «ВКонтакте», «Група читачів НБУВ». Режим доступу: <http://vk.com/club22008307>.

**«Одноклассники».** Проводячи маркетингове дослідження поміж членів співтовариства НБУВ у соціальній мережі «Одноклассники», ми систематично розташовували у «вікні для повідомлень» інформаційне запрошення, заохочуючи дистанційних користувачів знайомитися з електронними виставками, створюваними на базі універсального підсобного фонду ВКБО. Приклад такого запрошення з коментарем користувача показано на рис. 5.

#### Национальная Библиотека Украины имени В. И. Вернадского

Участники 55 Форум

#### Форум



Сергей Сарана

Дякую. Обов'язково ознайомлюсь 😊



Леся Туровская (Хоменко)

Шановні читачі! Зверніть особливу увагу, що на сайті НБУВ в розділі "Електронні виставки" можна зокрема ознайомитися з електронними книжковими виставками (тематичними та нових надходжень), що створюються на базі універсального підсобного фонду.

Відділ комплексного бібліотечного обслуговування

Рис. 5. Приклад запрошення дистанційних користувачів ознайомитися з електронними виставками

Джерело: «Одноклассники», «Група читачів НБУВ». Режим доступу: <http://www.odnoklassniki.ru/community/30968270684327>.

**Twitter.** Зважаючи на те, що у соціальній мережі Twitter з практичного погляду налагодити зворотну комунікацію набагато складніше, відомості про електронні книжкові виставки, створювані на базі універсального підсобного фонду ВКБО, ми подавали суто з ознайомчою метою. Від попередньо розглянутих комунікаційних мереж Twitter вирізняється тим, що він є сервісом для публічного обміну лише короткими (до 140 допустимих символів) текстовими повідомленнями. Тож наші «твіти» не виходили за рамки встановленого ліміту.

На рис. 6 наведено зразок короткого інформування учасників «Групи читачів НБУВ» у Twitter щодо електронних книжкових виставок, створюваних на базі універсального підсобного фонду ВКБО.

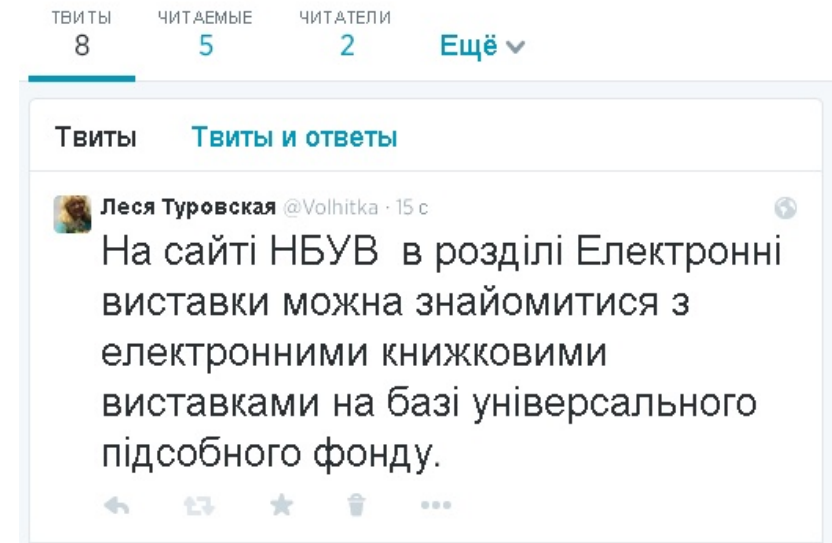


Рис. 6. Коротка інформація учасників групи читачів НБУВ у Twitter.

Джерело: Twitter, «Група читачів НБУВ». Режим доступу: <https://twitter.com/NBuv>.

Проводячи маркетингове дослідження у мережевих співтовариствах користувачів НБУВ, ми були не тільки спостерігачами, а й дієвими провідниками того, щоб електронні книжкові виставки як віртуальний

інформаційно-бібліотечний продукт, занурений у середину віртуальних комунікаційних структур, «постачали» науковій бібліотеці «своїх», постійних та повною мірою зацікавлених дистанційних користувачів.

Вивчаючи віковий та професійний склад, ми натискали на фото (або аватари) користувачів, потрапляли на їхні сторінки, де мали можливість аналізувати їх особисті дані (за умов відкритого виставлення даних до публічного ознайомлення). Діючи у такий спосіб, ми дійшли висновку, що переважну частину відвідувачів, які зверталися до електронних книжкових виставок, створюваних на базі універсального підсобного фонду ВКБО, становили студенти та аспіранти (відповідно 42 % та 20 %). Це цілком зрозуміло, адже, спираючись на результати соціологічного дослідження «Сучасна молодь України», яке провів Київський аналітико-дослідницький центр – Інститут проблем управління імені Горшеніна, наразі для більшості молодих українців головним джерелом інформації є Інтернет [27]. З інших професійних категорій 18 % становили викладачі і 14 % – науковці.

Професійний склад учасників співтовариств НБУВ у соціальних мережах Facebook, Twitter, «ВКонтакте», «Однокласники», які цікавилися електронними книжковими виставками, створюваними на базі універсального підсобного фонду НБУВ (за даними на жовтень 2014 р.), показано на рис. 7.

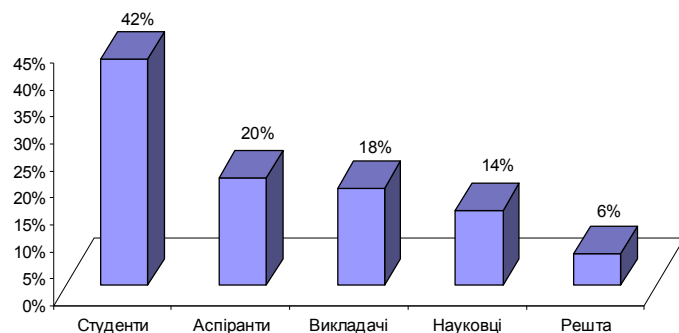


Рис. 7. Професійний склад дистанційних учасників співтовариств НБУВ у соціальних мережах Facebook, Vkontakte, Twitter, Odnoklassniki.ru, які цікавилися електронними книжковими виставками, створюваними на базі універсального підсобного фонду ВКБО (дані на жовтень 2014 р.)

У рамках маркетингового дослідження з травня по жовтень 2014 року в середовищі «Група читачів НБУВ» у соціальній мережі «ВКонтакте» ми провели інтерактивне опитування, яке дозволило проаналізувати ставлення користувачів до електронних книжкових виставок, зокрема до їх інформаційного та функціонального змісту. Метою опитування було отримання об'єктивної оцінки ефективності використання електронних книжкових виставок, створюваних на базі універсального підсобного фонду ВКБО. Відправною точкою дослідження стала суперечність між зростаючими інформаційними читацькими потребами та продукуванням з боку наукової бібліотеки нової інформації, зокрема у вигляді електронних книжкових виставок.

Технологічно упродовж опитування інтерактивний зв'язок між бібліотечними маркетологами-опитувачами та дистанційними користувачами відбувався з використанням опцій «Коментарі» та «Мені це подобається», розташованих на сторінці «Група читачів НБУВ» у соціальній мережі «ВКонтакте».

Користувачам було запропоновано три запитання:

1. Чи залишаєтеся Ви цілком задоволеним після перегляду електронних книжкових виставок, створюваних на базі універсального підсобного фонду ВКБО НБУВ?

2. Чим Вас приваблює послуга дистанційного перегляду електронних книжкових виставок?

3. Звідки Вам стало відомо про електронні книжкові виставки, створювані на базі універсального підсобного фонду ВКБО НБУВ?

Упродовж терміну опитування було отримано тридцять чотири відповіді.

За результатами опитування на перше запитання 96 % респондентів відповіли: «Так» або «Задоволений повністю». Водночас для 4 % учасників опитування такий перегляд здався дещо ускладненим. У зв'язку з цим звертаємо увагу на необхідність запровадження фахового консультативно-методичного супроводу дистанційних користувачів щодо:

- вмінь та навичок опрацювання і творчого використання електронних книжкових виставок;

- запобігання потрапляння дистанційних користувачів у середовище непрофесійного та неякісного інфотворення (так званого інформаційного шуму);

– гарантованого надання дистанційним користувачам перевіреної бібліотечної інформації тощо.

Це передбачає запровадження з боку бібліотеки практики проведення навчальних курсів, тренінгів, семінарів та інших теоретичних та практичних занять щодо оперативного доступу та ефективного використання бібліотечних електронних інформаційних продуктів, зокрема електронних книжкових виставок.

Аналіз отриманих відповідей на друге запитання показав, що для більшості респондентів площина електронних книжкових виставок виступає своєрідним інформаційним простором, де вони одержують у своє розпорядження знаряддя (у вигляді затребуваного електронного бібліотечного продукту), яке опосередковує процес отримання та засвоєння нами того чи іншого масиву значущої інформації. Здебільшого користувачі позитивно оцінюють зміст електронних книжкових виставок, адже останні:

- ⊕ розширюють горизонти інформаційного пошуку;
- ⊕ покращують підготовку до іспитів;
- ⊕ є найкращим приводом для тематичного онлайн-обговорення;
- ⊕ слугують наочним прикладом перетворення бібліотеки з традиційної в електронну, завдяки чому дистанційні користувачі все ж таки залишаються читачами бібліотеки;
- ⊕ надають ексклюзивну можливість безпосередньо замовляти книги з виставки в дистанційному режимі (завдяки наявності бібліотечних шифрів);
- ⊕ створюють умови оперативного перегляду як нових надходжень до НБУВ, так і архівних книжкових виставок;
- ⊕ покращують комунікаційні зв'язки між НБУВ та споживачами електронних інформаційних продуктів НБУВ у соціальних мережах;
- ⊕ викликають психологічне задоволення від спрощеного ознайомлення з книжками опосередковано;
- ⊕ виступають як додатковий когнітивний та креативний фактор.

Респонденти також позитивно відзначили:

- дружній інтерфейс електронних виставок, розрахований на простих користувачів;
- зручність швидкого доступу до бібліотечних виставкових ресурсів з будь-якого АРМу (автоматизованого робочого місця);
- спрощений процес отримання інформації;

- істотне заощадження часу;
- постійне оновлення виставкового документного матеріалу.

Також респондентів приваблює професіоналізм організаторів електронних виставок, тобто те, що вони розроблені самою бібліотекою, що дозволяє уникнути хиб і незручностей, що виникають, коли розробники не мають прямого стосунку до бібліотечної справи. Вони схвалюють і спеціальні засоби щодо використання ілюстративного матеріалу до текстової частини (кольорові книжкові обкладинки).

Відповідаючи на третє запитання, 47 % опитаних вказали на сайт НБУВ. Це свідчить про те, що основним джерелом інформації про електронні виставки та їх можливості виступає сама бібліотека. Соціальні мережі стали інформаційним джерелом для 27 % учасників, пошукові машини – для 16 %. 10 % респондентів скористалися порадами знайомих та друзів.

Деякі учасники анкетування не тільки відповіли на запитання, а й висловили свої поради та побажання. Зокрема, справедливо було вказано на необхідність упровадження посилання на головну сторінку сайту НБУВ з розділу «Електронні виставки».

Аналіз дистанційних читацьких повідомлень дозволив побачити та оцінити роботу з організації електронних книжкових виставок саме очима користувачів, що пришвидшує реагування з боку НБУВ на висловлені ними пропозиції.

Ще один позитивний момент, відзначений респондентами, пов'язаний з антидеприваційною функцією наукової бібліотеки, тобто надання інформації (цілодобово) безкоштовно. На протигагу суто комерційним центрам та різного плану комерційним організаціям, бібліотека тим самим долає інформаційну нерівність, розшарування людей за ступенем доступу до інформації та залишається соціальним інститутом, що надає рівні можливості, стверджуючи соціальну справедливість.

Підсумовуючи результати дослідження, дійшли висновку, що незважаючи на порівняно недовгий шлях свого розвитку, наразі дистанційний бібліотечний сервіс зайняв чільне місце у новітній діяльності наукової бібліотеки. А така його форма як організація електронних книжкових виставок перетворилася на дієвий інструмент комунікаційного зв'язку між бібліотекою та її дистанційними користувачами.

Ефективність електронного інформаційно-бібліотечного обслуговування полягає в тому, що дає змогу більшою мірою, ніж традиційними засобами, задовольняти потреби дистанційних користувачів у бібліотечно-

інформаційних послугах і продуктах. Тож у подальших планах – розроблення низки маркетингових заходів щодо широкої популяризації інформаційних ресурсів бібліотеки у середовищі віртуальних соціальних мереж.

З нашого боку буде продовжена робота щодо розширення інтерактивних можливостей електронних книжкових виставок; удосконалення їх інформаційної структури; створення нових інформаційних блоків відповідно до провідних тенденцій розвитку наукової та освітньої думки; покращення дизайну та зручності навігації.

Також зважаючи на те, що кількість світових соціальних мереж продовжує прогресивно збільшуватися (за даними моніторингової компанії Netcraft – на сьогодні у всесвітній мережі нараховують понад 630 млн інтернет-сайтів, упродовж найближчих років їх кількість подолає мільярдний рубіж [28]), у перспективі ми вирішуватимемо проблему пошуку перетинань у соціальних зв'язках на різних ресурсах з метою подальшого просування власних інформаційно-бібліотечних ресурсів, послуг і продуктів, зокрема електронних книжкових виставок.

У цілому проведені дослідження показали, що організація електронних книжкових виставок як різновиду електронних бібліотечно-інформаційних продуктів є перспективним напрямом у стратегії бібліотечного розвитку. Напрямом, який сприятиме подальшому зростанню комунікаційних зв'язків у соціальних мережах, об'єднанню людей у спільноти за інтересами (зокрема науковими та освітніми); який відкриватиме нові можливості щодо вивчення взаємодії людей і організацій (зокрема НБУВ та її користувачів) та задоволення потреб дистанційних цільових спільнот шляхом електронного введення в обіг потрібних суспільству масивів інформації.

### Список використаних джерел

1. Соціальна мережа [Електронний ресурс] // Вікіпедія : вільна енциклопедія : веб-сайт. – Режим доступу : [http://uk.wikipedia.org/wiki/Соціальна\\_мережа](http://uk.wikipedia.org/wiki/Соціальна_мережа). – Назва з екрана.
2. *Кастельс М.* Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства / М. Кастельс ; пер. Е. Г. Ганиш, А. Б. Волкова. – К. : Ваклер, 2007. – 304 с.
3. *Ковалев Г. Д.* Инновационные коммуникации : учеб. пособие для вузов / Г. Д. Ковалев. – М. : Юнити-Дана, 2000. – 286 с.

4. *Лалл Дж.* Мас-медіа, комунікація, культура : глобальний підхід / Лалл Дж. – К. : К.І.С., 2002. – 264 с.
5. *Петрик В. М.* Сугестивні технології маніпулятивного впливу : навч. посіб. / В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Л. Ф. Компанцева [та ін.] ; за заг. ред. Є. Д. Скулиша. – 2-ге вид. – К. : ЗАТ ВІПОЛ, 2011. – С. 168–171.
6. *Редькина Н. С.* Стратегическое развитие информационных технологий в библиотеке / Н. С. Редькина ; Федер. гос. бюджет. учреждение науки «Гос. публич. науч.-техн. б-ка» СО РАН. – Новосибирск : ГПНТБ СО РАН, 2012. – 222 с.
7. *Головко С. И.* Социально-культурные функции библиотечной профессии / С. И. Головко // Библиотековедение. – 2004. – № 6. – С. 32–38.
8. *Прохоров А.* Социальные сети и Интернет / А. Прохоров // Компьютер пресс. – 2006. – № 10. – С. 80–85.
9. *Данбар Р.* Лабиринт случайных связей. – М. : Ломоносов, 2012. – 288 с.
10. *Давыдова И. А.* Библиотека как участник информационного производства / И. А. Давыдова // Библиотеки и ассоциации в меняющемся мире : новые технологии и новые формы сотрудничества : матер. конф. / 10-я юбил. междунар. конф. «Крым 2003». – М. : ГПНТБ России, 2003. – Т. 1. – С. 207–209.
11. *Дворкина М. Я.* Библиотека : традиции и изменения в контексте социальных и культурных реалий / М. Я. Дворкина // Культура : от информации к познанию : тезисы и сообщения / 4-е Румянцевские чтения, г. Москва, 2003 г. – М., 2003. – С. 62–66.
12. *Ершова Т. В.* Информационное общество и библиотека / Т. В. Ершова // Общество и книга : от Гутенберга до Интернета / Ин-т философии РАН. – М. : Традиция, 2000. – С. 265–274.
13. *Елепов Б. С.* Новое качество библиотек в условиях электронных технологий [Электронный ресурс] / Б. С. Елепов, О. Л. Лаврик, Е. Б. Соболева // Электронные библиотеки. – 2000. – Т. 3, Вып. 1. – Электрон. данные. – Режим доступа : <http://www.elbib.ru/index.phtml?page=elbib/rus/journal/2000/part1/ELS>. – Загл. с экрана.
14. *Соколов А. В.* Введение в теорию социальной коммуникации : учеб. пособие / А. В. Соколов. – СПб., 1996. – 320 с.
15. *Досенко А. К.* Електронні щоденники як одиниці соціальних комунікацій : монографія / А. К. Досенко. – К. : КиМУ, 2012. – 201 с. – Бібліогр. : с. 91; с. 168–182.
16. *Мар'їна О.* Бібліотеки та соціальні медіа : технологія взаємодії / О. Мар'їна // Вісн. Кн. палати. – 2012. – № 8. – С. 19–20.
17. *Чуприна Л. А.* Оперативна інформація в соціальних мережах : особливості обігу та використання бібліотеками / Л. А. Чуприна // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – К., 2012. – Вип. 33. – С. 507–253.
18. *Ярошенко Т. О.* Відкритий доступ – шлях до присутності світовій науковій спільноті / Т. О. Ярошенко. – К. : Вища школа. – 2011. – № 3. – С. 47–51.



19. Facebook [Електронний ресурс] // Вікіпедія : вільна енциклопедія : веб-сайт. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Facebook>. – Назва з екрана.
20. Facebook [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.facebook.com/pages/Національна-бібліотека-України-імені-В-І-Вернадського/712692775441557?fr](http://www.facebook.com/pages/Національна-бібліотека-України-імені-В-І-Вернадського/712692775441557?fr). – Назва з екрана.
21. ВКонтакте [Електронний ресурс] // Вікіпедія : вільна енциклопедія : веб-сайт. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/ВКОНТаКте>. – Назва з екрана.
22. ВКонтакте [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vk.com/club22008307>. – Назва з екрана.
23. Однокласники [Електронний ресурс] // Вікіпедія : вільна енциклопедія : веб-сайт. – Режим доступу : <https://ru.wikipedia.org/wiki/Одноклассники.ru>. – Назва з екрана.
24. Однокласники [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.odnoklassniki.ru/community/30968270684327>. – Назва з екрана.
25. Twitter [Електронний ресурс] // Вікіпедія : вільна енциклопедія : веб-сайт. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/ТВіттер>. – Назва з екрана.
26. Twitter [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://twitter.com/NBuv>. – Назва з екрана.
27. Для більшості молодих українців інтернет є головним джерелом інформації – дослідження [Електронний ресурс] // Інститут масової інформації. – 2013. – 9.04. – Режим доступу : <http://imi.org.ua/news/40560-dlya-bilshosti-molodih-ukraj-intsiv-mtemet-e-golovnim-djerelom-informatsiji-doslidjennya.html0>. – Назва з екрана.
28. Общее количество сайтов в интернете достигнет миллиарда в течение двух лет – аналитики [Електронний ресурс]. – ГудВин.info. – 5 февраля 2013. – Режим доступу : [http://www.goodvin.info/it\\_tehnika/obschee-kolichestvo-saytov-v-intemetete-dostignet-milliarda-v-techenie-dvuh-let-analitiki.html](http://www.goodvin.info/it_tehnika/obschee-kolichestvo-saytov-v-intemetete-dostignet-milliarda-v-techenie-dvuh-let-analitiki.html). – Назва з екрана.

Стаття надійшла до редакції 14.05.2015 р.

UDC 025.4.36:316.776

**Tetiana Koval,**

Ph.D, head of Department of Complex Library Services

**Lesia Turovska,**

Junior Researcher of the Department of Complex Library Services

**Inessa Smoliar,**

head of the sector of the universal additional fund and catalogs

#### **Popularization of the electronic book exhibitions in the social networks (In the universal additional fund DCLS VNLU)**

Modern virtual world faces a variety of social networks, which are the cells exchange information from consumer groups (virtual communities), united by a common purpose, interests and priorities.

By the definition of the American sociologist James Barnes, social network – is a social structure consisting of a group of nodes that are social objects (people or organizations) and their interconnections (social relationships).

There are many other definitions, but they are all based on a single – a joint activity of members of the community in cyberspace.

The fastest, it is this activity indeed is a source of community organizing, its systematic organizing factor.

Widely used its presence in social networks VNLU to promote its own services, resources and products.

Disclosure own library and information documents in the social networks makes their inclusion in social and scientific use of electronic information and communication space and serving as an important factor of the information needs of remote users

Therefore, in January 2010 a comprehensive library service department contributed to the creation of electronic book exhibitions (thematic and new acquisitions). During the period from October 2010 to June 2014 on the library website VNLU <http://www.nbuv.gov.ua> in the «Trade» was published 28 thematic book exhibitions and 22 exhibition of new acquisitions (with an appropriate amount of exposure 1 540 and 1111 electronic units) for major sections of the book collections DCLS subsidiary.

Organization of electronic book fairs creates new forms of information needs of the general public in remote access. In order to determine the effectiveness of these forms during May-October 2014, we have conducted market research that provided the blitz survey of users of popular social network VKontakte, Facebook, Twitter and Odnoklassniki.ru, where a network of community (of readers) VNLU.

The results are detailed in our scientific article; let us handle the data concerning the number and professional composition of the remote users of electronic book exhibitions.

Conducting market research in the online communities of users in VNLU, we were not only observers but also efficient conductors to electronic book exhibitions as a virtual library and information product immersed in the middle of virtual communication structures «delivered» Academic Library «their» constant and fully remote users concerned. Users which are positive about the new production of socially significant knowledge and certainly approve the information and communication activities of the Research Library (Communique) with respect to consumer (communicant), consisting in optimal amount of knowledge in order to best serve its tasks.

The effectiveness of electronic book exhibitions, according Blitz surveys of remote users in online communities, is that it allows more than traditional means, to meet the massive demand in the electronic library and information products. The combination of electronic book exhibitions (their archive) creates a kind of intellectual space where a user receives at its disposal a tool that mediates the implementation of its search needs.

The scientific study draws attention to a number of new and important problems at the same time, including the need to provide professional consultation and technical assistance to remote readers during the processing of their electronic book exhibitions; to prevent them from falling to the environment of the unprofessional information, involving consumption is high quality, proven information, implementation of work – skills and abilities of its receipt and creative use.

Studying communication links between remote users and VNLU on the example of their use of electronic book exhibitions, we gradually make up the psychological, cognitive and even creative portrait of the reader.

Further – the new search by popularizing electronic book exhibitions as an effective means of accumulation of knowledge among virtual social communications.

Given the progressive increase in social networks (according to monitoring firm Netcraft today on the web there are more than 630 million Internet sites, over the next few years this number will overcome billion threshold), our future research plans – appears to solve the problem of finding the intersection of social communications on different resources to further advance their own electronic information and library products – electronic book exhibitions.

*Keywords:* social networking, virtual community, e-book exhibitions, informational electronic librarian product, communication links, an online library service.

УДК 025.4.36:316.776

**Татьяна Коваль,**

зав. отделом НБУВ

**Леся Туровская,**

младш. науч. сотрудник НБУВ

**Инесса Смоляр,**

зав. сектором НБУВ

**Популяризация электронных книжных выставок в социальных сетях  
(На примере универсального подсобного фонда ОКБО НБУВ)**

Современный виртуальный мир – это разнообразие социальных сетей, которые выступают центрами информационных обменов со стороны групп потребителей (виртуальных сообществ), объединенных общей целью, интересами и приоритетами.

По определению американского социолога Дж. Барнса, социальная сеть – это социальная структура, состоящая из группы узлов, которыми являются социальные объекты (люди или организации) и связей между ними (социальных взаимоотношений).

Существуют и другие определения, однако все они базируются на одном – совместной деятельности членов сообщества в киберпространстве. Скорее всего, именно такая деятельность выступает организующим началом виртуального сообщества, его системообразующим фактором.

Широко использует свое присутствие в социальных сетях НБУВ с целью популяризации собственных сервисов, информационных ресурсов и продуктов.

Популяризация собственных библиотечно-информационных документных массивов в социальных интернет-сетях обуславливает их включение в общественный и научный оборот электронного информационно-коммуникационного пространства, выступает одним из важнейших факторов удовлетворения информационных потребностей дистанционных пользователей.

Учитывая это, с января 2010 года отдел комплексного библиотечного обслуживания приступил к созданию электронных книжных выставок (тематических и новых поступлений). За период с октября 2010 по июнь 2014 гг. на библиотечном сайте <http://www.nbuv.gov.ua> в разделе «Выставки» было опубликовано 28 тематических книжных выставок и 22 выставки новых поступлений (с экспонированием соответствующего количества 1540 и 1111 электронных единиц), организованным по ведущим разделам универсального подсобного фонда ОКБО.

Организация электронных книжных выставок создает новые формы удовлетворения информационных потребностей широкого круга пользователей в режиме удаленного доступа. С целью определения эффективности этих форм в мае–октябре 2014 года нами было проведено маркетинговое исследование, в центре которого оказался блиц-опрос пользователей популярных социальных сетей Facebook, Twitter, «ВКонтакте» и «Одноклассники», где существуют сетевые сообщества (группы читателей) НБУВ.

Полученные результаты, детально изложенные нами в научной статье, позволяют нам оперировать данными о количественном и профессиональном составе дистанционных пользователей электронных книжных выставок.

Проводя маркетинговое исследование в сетевых сообществах пользователей НБУВ, мы были не только наблюдателями, но и действенными проводниками того, чтобы электронные книжные выставки как виртуальный информационно-библиотечный продукт, погруженный внутрь виртуальных коммуникационных структур, «поставляли» научной библиотеке «своих», постоянных и в полной мере заинтересованных дистанционных пользователей. Пользователей, которые положительно оценивают продуцирование нового общественно значимого знания и безусловно одобряют информационно-коммуникационную деятельность научной библиотеки (выступающей в роли коммуниката) в отношении потребителя (коммуниканта), заключающуюся в обеспечении его оптимальной суммой знаний для оптимального решения им поставленных перед собой задач.

Эффективность организации электронных книжных выставок, по данным блиц-опросов дистанционных пользователей в сетевых сообществах, заключается в том, что она позволяет в большей степени, чем традиционными средствами, удовлетворить массовые потребности в электронных библиотечно-информационных продуктах. Совокупность электронных книжных выставок (их архив)

порождает своеобразное интеллектуальное пространство, где пользователь получает в свое распоряжение орудие, опосредовано реализующее его поисковые потребности.

Проведенное научное исследование заостряет внимание на целом ряде новых и одновременно актуальных проблем. В том числе на необходимости предоставления профессиональной консультативной и методической помощи дистанционным читателям при использовании ими электронных книжных выставок; предохранение от попадания их в среду непрофессионального предоставления информации, вовлечение их в потребление именно качественной, проверенной информации, внедрение в практику работы – умений и навыков её самостоятельного получения и творческого использования.

Изучая коммуникационные связи между НБУВ и дистанционными пользователями на примере использования ими электронных книжных выставок, мы параллельно составляем психологический, когнитивный и даже креативный читательский портрет.

В дальнейшем – творческий поиск путей популяризации электронных книжных выставок как эффективного средства кумуляции знаний в среде виртуальных социальных коммуникаций.

Учитывая прогрессивное увеличение численности социальных сетей (по данным мониторинговой компании Netcraft сегодня во всемирной сети насчитывается более 630 млн интернет-сайтов; в течение ближайших лет их количество преодолеет миллиардный рубеж), в наших будущих научных планах – решение проблемы поиска пересечения социальных связей на различных ресурсах с целью дальнейшего продвижения собственных электронных информационно-библиотечных продуктов – электронных книжных выставок.

*Ключевые слова:* социальные сети, виртуальные сообщества, электронные книжные выставки, информационный электронный библиотечный продукт, коммуникационные связи, интерактивный библиотечный сервис.

УДК 023;371.383

**Галина Пристай,**  
здобувач КНУКіМ

### **РОЛЬ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ УНІВЕРСАЛЬНОЇ НАУКОВОЇ БІБЛІОТЕКИ імені І. ФРАНКА У РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА ПРИКАРПАТТЯ**

У статті розкрито роль і місце Івано-Франківської обласної універсальної наукової бібліотеки імені І. Франка у розвитку культурно-мистецького середовища Прикарпаття. Проаналізовано значення книгозбірні у вдосконаленні використання інформаційних ресурсів для мешканців краю.

*Ключові слова:* культурно-мистецьке середовище Прикарпаття, Івано-Франківська обласна універсальна наукова бібліотека імені І. Франка, партнерство, інформаційний ресурс, культурно-просвітницька діяльність.

Питання, що таке бібліотека, у чому полягають її соціальні й культурно-мистецькі функції, завжди було предметом дослідження бібліотекознавців і практиків бібліотечної справи. Сьогодні, у період демократизації суспільства, переходу до ринкових економічних відносин, широкої інформатизації на основі впровадження новітніх електронних технологій, відповідь на це питання набуває особливої актуальності. Відповівши на нього, ми зможемо зрозуміти, яка роль бібліотеки як важливого суспільного інституту, які шляхи її адаптації до сучасних вимог та які інформаційні й культурні послуги бібліотеки будуть необхідні у майбутньому.

На сьогодні Івано-Франківська обласна універсальна наукова бібліотека імені І. Франка (ОУНБ ім. І. Франка) стала частиною соціокультурної інфраструктури Прикарпаття, за правом посівши значне місце в культурному житті регіону. Так, у приміщенні ОУНБ ім. І. Франка обладнані зали для проведення ділових зустрічей на державному рівні, круглих столів, конференцій, семінарів, вебінарів, онлайн-конференцій. Маючи сучасну матеріально-технічну базу, ОУНБ ім. І. Франка розпочала активне впровадження нових форм обслуговування користувачів, спрямованих на культурну, галерейно-виставкову, екскурсійну, інформаційно-просвітницьку діяльність. Водночас можливості бібліотеки в процесах культурних заходів регіону поки що недостатньо досліджені.

Аналіз наукових джерел переконує, що роль сучасної бібліотеки