

УДК 021.6:004.7

**Лілія Савицька,**

головний редактор

відділу наукового формування національних реферативних ресурсів

Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського

### **ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДЛЯ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ БІБЛІОТЕК**

Обґрунтовано важливість репрезентації діяльності бібліотечних установ у соціальних мережах. З'ясовано, що бібліотеки з усіх континентів світу створюють сторінки у різних соціальних мережах. Проаналізовано кількість та якість контенту Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського (НБУВ) на сторінках найпопулярніших соціальних мереж. Використання НБУВ соціальних Інтернет-мереж, зокрема facebook.com та vk.com, дозволяє: підтримувати взаєморозуміння між Бібліотекою та її читачами; формувати та підтримувати взаємну довіру та повагу; підтримувати позитивні уявлення і трансформувати негативні у позитивні; створювати свідоме розуміння бібліотечних реформ, змін, які можуть бути впроваджені; управляти як репутацією, так і сприйняттям бібліотек і науковців. Наголошено, що необхідною умовою поширення наукової інформації буде підтримання двостороннього діалогу між НБУВ та потенційними читачами.

*Ключові слова:* соціальні мережі, національна бібліотека, професійні контакти, інформаційні ресурси, Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського (НБУВ).

Сучасна бібліотека як джерело інформації перебуває в умовах жорсткої конкуренції, тому повинна шукати шляхи поширення, популяризації наукових і технологічних знань. Перед бібліотечними працівниками стоїть завдання виходу на новий інформаційний рівень обслуговування, що зумовлено якісними змінами в усіх сферах життя. Зазначена проблематика перебуває у полі зору таких науковців, як Г. Булахова, А. Вітушко, А. Кирилова, А. Кульман, В. Орлов, А. Сушко, О. Федоренко, Л. Чернявська та інших. Усі вони одноставно підтримують ідею виходу бібліотеки у віртуальне середовище, де відбувається якісна та кількісна популяризація будь-яких ресурсів, зокрема інформаційних.

Метою нашого дослідження є вивчення використання соціальних мереж для популяризації інформаційних ресурсів бібліотек.

Як зазначає А. Вітушко, «соціальні мережі, форуми, блоги – це середовище з практично миттєвою швидкістю поширення інформації та досить сильним ефектом пам'яті» [1, с. 181–182]. Блогосфера та соціальні мережі відображають проблеми та потреби суспільства, демонструють ставлення громадян до актуальних проблемних ситуацій економічного, політичного та суспільного життя та є нібито «дзеркалом життя» [3, с. 224]. Усі офіційні установи від звичайного коледжу чи університету до Адміністрації Президента України переходять в електронний формат комунікації, що є вдалим маркетинговим рішенням. Якщо бібліотека хоче бути сучасною та орієнтованою на користувача, вона повинна звернути увагу на соціальні мережі та активно вести в них роботу. Такий інноваційний підхід до популяризації бібліотечної справи, на думку О. С. Онищенко, В. І. Попика та В. М. Горюхова, пов'язаний з необхідністю вирішення важливих завдань відповідно до запитів сучасного суспільства: сформувати принципово нові інформаційні ресурси бібліотек, істотно вдосконалити якість обслуговування читачів у бібліотеці, розширити сферу інформаційного обслуговування користувачів за межами бібліотек, а також забезпечити збереження інтелектуальної та духовної пам'яті народу, спадкоємність державотворчих, національних та культурних процесів у суспільстві [3, с. 106].

На сьогодні провідні бібліотеки з усіх континентів світу створюють сторінки у різних соціальних мережах: Національна бібліотека Білорусі має офіційну відкриту спільноту в vk.com, Національна Польська бібліотека має сторінки на facebook.com, youtube.com, Бібліотека Конгресу США – youtube.com, facebook.com, pinterest.com, linkedin.com, twitter.com, apple.com, flickr.com, Німецька Національна бібліотека – facebook.com, twitter.com, Національна бібліотека Великобританії – facebook.com, twitter.com, tripadvisor.co.uk, youtube.com, plus.google.com, pinterest.com, Національна бібліотека Франції – facebook.com, twitter.com, dailymotion.com, youtube.com, apple.com, instagram.com, Національна бібліотека Кореї – facebook.com, twitter.com, Національна бібліотека Австралії – facebook.com, twitter.com, flickr.com, Александрійська бібліотека (Єгипет) – facebook.com, twitter.com, youtube.com тощо.

Американська асоціація бібліотек опублікувала доповідь «State of America's Libraries» 2012 р., у якій зазначено, що бібліотеки усіх типів у США все більше звертаються до соціальних медіа та проектів Web 2.0. Соціальні мережі вже зарекомендували себе як корисні інструменти не

тільки в поширенні інформації про наявність онлайн-колекції у конкретній бібліотеці, але і в вибудові довірчих стосунків із користувачами. Загалом бібліотеки США, за даними зазначеної доповіді, у 2010 і 2011 рр. використовували соціальні мережі з метою: просування загальних бібліотечних послуг (83 % і 88 %, відповідно); маркетингу конкретних програм для дорослих і / або послуг (70 % і 72 %); забезпечення швидкого оновлення для користувачів (66 % і 75 %); отримання нової аудиторії потенційних користувачів (51 % і 54 %) [6]. За даними «State of America's Libraries» 2014 р., багато публічних бібліотек використовують мережу для здійснення традиційної бібліотечної послуги – посилання на офіційний сайт [7].

Серед найпопулярніших сайтів на сьогодні є facebook.com, twitter.com, vk.com, linkedin.com та pinterest.com, проте НБУВ, за даними з сайту nbuv.gov.ua, офіційно представлена лише у facebook.com. Бібліотека має 9 сторінок із різною кількістю підписників (станом на 1 листопада 2015 р.) і якістю контенту: Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського (1863 підписники), СІАЗ (Служба інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади) (244 підписники), Національна юридична бібліотека НБУВ (479 підписників), Фонд Президентів України (122 підписники), Центр науково-бібліографічної інформації НБУВ (273 підписники), відділ музичних фондів НБУВ (434 підписники), Österreich-Bibliothek Kiew / Австрійська бібліотека у Києві (314 підписників), відділ стародруків та рідкісних видань НБУВ (132 підписники), рада молодих учених НБУВ (72 підписники). На facebook.com зареєстровано персональну сторінку Репортера СІАЗ, яка має 144 друзів. Без посилання з офіційного сайту НБУВ у vk.com є публічні сторінки (Електронний повнотекстовий фонд НБУВ (2 підписники), Рада молодих учених НБУВ (28 підписників)) та відкриті спільноти (Центр науково-бібліографічної інформації НБУВ (66 учасників), Група читачів НБУВ («Вернадки») (286 учасників)), якими опікуються працівники Бібліотеки. Також у мережі twitter.com НБУВ має свій канал (@NBUV (118 читачів)), який повноцінно не використовується з березня 2013 р. У мережі pinterest.com є новостворений піонер Репортер СІАЗ НБУВ, який має трьох підписників, але фактично не розпочав свою роботу станом на 1 листопада 2015 р.

У найбільшій у світі мережі професійних контактів LinkedIn НБУВ має сторінку (<https://www.linkedin.com/company/v.vernadsky-national-library-of-ukraine?trk=prof-following-company-logo>), де надано стислу інформацію

про співпрацю установи з представницькими органами країни та з іншими науково-дослідними інститутами. Сторінка НБУВ для створення та підтримування списку ділових контактів не використовується, хоча її відслідковують 40 користувачів. Проте, сторінка в LinkedIn має широкі можливості, може бути репрезентована через контакти та повинна розширювати зв'язки; здійснювати пошук компаній, людей, груп за інтересами; публікувати вакансії та здійснювати пошук працівників за наявними професійними резюме; рекомендувати і бути рекомендованою тощо.

З огляду на контент-стратегію facebook.com і створюючи там велику кількість спільнот і сторінок, які всебічно та ґрунтовно висвітлюють діяльність НБУВ, прес-служба та інші контент-працівники НБУВ орієнтуються на світового, а не тільки українського користувача. Мережу можна використовувати у двох напрямках: 1) для моніторингу, тобто вивчення образу сприйняття публікою бібліотек і бібліотечної громади загалом та НБУВ зокрема, а також дослідження взаємодії окремих читачів і бібліотек-конкурентів (бібліотек різних країн світу та міст України), бібліотечних асоціацій; 2) для формування позитивної суспільної думки шляхом залучення читачів до обговорення подій бібліотечного, загальнонаукового та загальнодержавного значення.

Важливим є висвітлення подій на facebook.com, розміщення інформації про них у статусі сторінки НБУВ і запрошення на них її підписників, групи чи спільноти НБУВ. Якщо хоча б п'ята частина підписників поширить інформацію про таку подію, то це вже великий крок на шляху здійснення маркетингових дій, оскільки у середньому кожен користувач зазначеної соціальної мережі має 130 друзів, які можуть побачити інформацію про подію і, у разі зацікавленості та можливості, теж спробують долучитися. Коли для підписників важливий зміст тих повідомлень, що виставляє Бібліотека на своєму сайті, вони діють як адвокати Бібліотеки, допомагаючи поширювати її контент.

На сьогодні у facebook.com на сторінці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського виставлені матеріали про: 20-річчя Українського реферативного журналу «Джерело»; запуск проекту популяризації науки Tech Today Hub; фінансування наукових проєктів рамкових програм ЄС; нове метабібліографічне видання від НБУВ, а також книжкові виставки до різних знаменних дат та інші цікаві заходи. Крім того, НБУВ відкрито надає своєчасну та точну інформацію з питань, які мають цінність та інтерес для користувачів Бібліотеки.

Початково призначені лише для побутового спілкування та розваг, соціальні мережі, зокрема facebook.com та vk.com, трансформувалися в окремий вид медіа, які «формують наш світ, а не просто інформують» [2, с. 246]. Ці соціальні мережі є популярними в Україні та світі. Зокрема, за даними Factum Group Ukraine [5], vk.com – лідер за загальною кількістю користувачів з України (12 млн), тоді як facebook.com поступається навіть ok.ru і налічує лише 6,3 млн осіб, хоча і залишається найпопулярнішою соціальною мережею світу (за даними Adobe) [3, с. 109, 222].

Що ж до використання vk.com для популяризації діяльності Бібліотеки, то, зважаючи на частотність і систематичність оновлення контенту на сторінках організації, ми можемо стверджувати про відсутність будь-якого інтересу до пасивного українського користувача, який звик отримувати інформацію, а не шукати відповіді на свої питання. По-перше, на сторінці Групи читачів НБУВ («Вернадки») у vk.com останній раз виставили інформацію для користувачів 24 березня 2015 р. про повнотекстовий Google-пошук з головної сторінки НБУВ (nbuv.gov.ua), але при цьому потенційні читачі та користувачі Бібліотеки постійно звертаються з різними питаннями до контент-працівників, які ведуть сторінку. По-друге, ніхто з адміністраторів групи не займається просуванням групи, про що свідчить те, що за п'ять місяців (з 1 червня до 1 листопада 2015 р.) кількість учасників групи збільшилася на 5 користувачів (з 281 до 286 осіб) [4, с. 114], тоді як на facebook.com сторінка Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського за цей період збільшила кількість підписників на 336 осіб.

Загалом, ми можемо констатувати, що хоч подібні спільноти vk.com і передбачають більше спілкування, ніж інформування, але таке спілкування має бути налаштованим (потрібно поширювати рекламу про групу, звати людей долучатися до неї тощо).

Використання НБУВ соціальних інтернет-мереж, зокрема facebook.com та vk.com, дозволяє: підтримувати взаєморозуміння між Бібліотекою та її читачами; формувати та підтримувати взаємну довіру та повагу; підтримувати позитивні уявлення і трансформувати негативні у позитивні; створювати свідоме розуміння бібліотечних реформ, змін, які можуть бути впроваджені чи запропоновані до впровадження; управляти як репутацією, так і сприйняттям бібліотек і науковців.

На нашу думку, НБУВ має бути представлена в кількох соцмережах, орієнтованих на різну аудиторію, не обмежуючись при цьому присутністю в якій-небудь одній мережі. Не тільки у facebook.com, а й у twitter.com,

vk.com, linkedin.com, pinterest.com НБУВ повинна мати активні сторінки та здійснювати свій вплив на зовнішнє середовище з метою популяризації інформаційних ресурсів Бібліотеки; також і в інших соціальних мережах-лідерах (youtube.com, Google+ тощо). Необхідною умовою поширення наукової інформації буде підтримання двостороннього діалогу між Національною бібліотекою України імені В. І. Вернадського та потенційними читачами. Як зазначає Уолт Кроуфорд, американський бібліотекар, президент підрозділу Американської бібліотечної асоціації (ALA), дослідник, аналітик систем, і автор «Successful Social Networking in Public Libraries» 2013 р., «хороші бібліотеки залишаються на зв'язку зі своїми користувачами, коли ті використовують нові технології та мережі».

### Список використаних джерел

1. Вітушко А. Проблема використання в бібліотечному інформаційному виробництві соціальних мереж з точки зору інформаційної безпеки [Електронний ресурс] / А. Вітушко // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – 2013. – Вип. 36. – С. 181–191. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/prnbuimviv\\_2013\\_36\\_19.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/prnbuimviv_2013_36_19.pdf) – Назва з екрана.
2. Дмитрів Л. Й. Видавнича комунікація у соціальній мережі Facebook [Електронний ресурс] / Л. Й. Дмитрів // Наук. записки Ін-ту журналістики. – 2013. – Т. 53. – С. 246–247. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nzizh\\_2013\\_53\\_51.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nzizh_2013_53_51.pdf) – Назва з екрана.
3. Онищенко О. С. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадського суспільства : [монографія] / [О. С. Онищенко, В. М. Горювий, В. І. Попик та ін.]; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2014. – 260 с.
4. Савицька Л. В. Використання соціальних мереж для популяризації інформаційних ресурсів бібліотек / Л. В. Савицька // Бібліотека. Наука. Комунікація: матеріали Міжнар. наук. конф., 6–8 жовт. 2015 р., Київ : в 2 ч. Ч. 1. – Київ, 2015 – С. 113–114.
5. Яровая М. Самые богатые здесь: «ВКонтакте» отчиталась о достатке украинских пользователей [Електронний ресурс] / М. Яровая // Режим доступу : <http://ain.ua/2015/07/13/591248> – Название с экрана.
6. The 2012 State of America's Libraries report [Electronic resource] / American Libraries Association – Mode of access : <http://www.ala.org/> – Title from the screen.
7. The 2014 State of America's Libraries report [Electronic resource] / American Libraries Association – Mode of access : <http://www.ala.org/> – Title from the screen.

Стаття надійшла до редакції 22.03.2016 р.

УДК 021.6:004.7

**Liliia Savytska,**

chief editor, Vernadsky National Library of Ukraine

**Use of social Internet networks for dissemination of informational library sources**

The present paper substantiates the importance of representation of library institutions activity in social networks. It was found that libraries from all over the world create page in different social networks. We analyzed the quantity and quality of the content of the Vernadsky National Library of Ukraine the pages of the most popular social networks. Use of social Internet networks by VNLU, in particular facebook.com and vk.com, allows to keep mutual understanding between the Library and its readers; to establish and maintain mutual trust and respect; to preserve positive representation and transform the negative one into positive; to create conscious understanding about library reform changes, which may be implemented; to manage both reputation and perception of libraries and scholars as well. It is pointed out that maintaining a bilateral dialogue between VNLU and potential readers would become necessary prerequisite for dissemination of scientific information.

*Keywords:* social networks, national Library, professional contacts, information resources, Vernadsky National Library of Ukraine.

УДК 021.6:004.7

**Лилия Савицкая,**

главный редактор отдела научного формирования

национальных реферативных ресурсов

Национальной библиотеки Украины имени В. И. Вернадского

**Использование социальных сетей для популяризации информационных ресурсов библиотек**

Обоснована важность репрезентации деятельности библиотечных учреждений в социальных сетях. Выяснено, что библиотеки со всех континентов мира создают страницы в различных социальных сетях. Проанализированы количество и качество контента Национальной библиотеки Украины имени В. И. Вернадского на страницах самых популярных социальных сетей. Использование НБУВ социальных Интернет-сетей, в частности facebook.com и vk.com, позволяет: поддерживать взаимопонимание между Библиотекой и ее читателями; формировать и поддерживать взаимное доверие и уважение; поддерживать положительные представления и трансформировать негативные в позитивные; создавать сознательное понимание библиотечных реформ, изменений, которые могут быть внедрены; управлять как репутацией, так и восприятием библиотек и ученых. Указано, что необходимым условием распространения научной

інформації буде підтримання двостороннього діалогу між НБУВ і потенційними читачами.

*Ключевые слова:* соціальні мережі, національна бібліотека, професійні контакти, інформаційні ресурси, Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського.