

4. *Освіта і війна в Україні (24 лютого – 1 квітня 2022. URL: https://cedos.org.ua/researches/osvita-i-vijna-v-ukrayini-24-lyutogo-1-kvitnya-2022/#visa_osvita (дата звернення: 08.11.2022).*

УДК 316.472.4 : [316.774 : 004.738.5 : 021'06

*Яковищенко С. І., магістрант,
Яворська Т. М., канд. пед. наук,
старший викладач кафедри
інформаційних систем управління*

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ВАЖЛИВИЙ ІНСТРУМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ СУЧАСНОЇ БІБЛІОТЕКИ

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

Віртуальний бібліотечний простір став невід'ємною складовою діяльності сучасної бібліотеки. Онлайн-присутність бібліотеки в мережі Інтернет здійснюється через організацію та підтримку віртуальних представництв, як то сайт, блог, або сторінки у соціальних мережах.

Соціальні мережі сьогодні є одним із ефективних каналів комунікації бібліотек із користувачами, партнерами, колегами. Одне із головних завдань офіційної сторінки бібліотеки в соціальній мережі – інформування широкої аудиторії користувачів про діяльність бібліотеки, розкриття повного потенціалу послуг, що пропонує бібліотека для користувачів, а також наявних інформаційних ресурсів. Офіційна бібліотечна сторінка в соціальних мережах формує суспільну думку про установу, інформує широку аудиторію про її діяльність, дозволяє оперативно доносити інформацію до користувачів та встановлює з ними інтерактивну взаємодію. Ефективність присутності бібліотеки в соціальній мережі залежить від якісного адміністрування сторінки або групи, унікальності контенту, комунікації з користувачами. Саме комплекс цих параметрів впливає на кількість підписників сторінки, активність аудиторії, її охоплення та ступінь залученості [1].

Присутність бібліотек у соціальних мережах текстового, візуального, відео та аудіоконтенту, взаємодії з користувачами за допомогою соціальних медіа в різних вимірах досліджувалися як зарубіжними, так і вітчизняними вченими, серед яких: Т. Гранчак, Т. Усова, І. Киричок, М. Назаровець, О. Мар'їна та ін.

Термін «соціальна мережа» був започаткований британським соціологом, представником Манчестерської школи, Джеймсом Барнсом для визначення зразків соціальних зв'язків, які йшли у розріз традиційних для багатьох соціологів понять, таких як обмежені групи (племена, сім'ї) або такі соціальні категорії, як стать чи етнічна належність тощо. Соціальна мережа – це соціальна

структура, створена об'єднаними за однією або декількома ознаками взаємозалежності вузлами, які здебільшого представлені індивідуальними членами або організаціями [2].

Важливість присутності бібліотеки у соціальних мережах полягає у постійному збільшенні користувачів соціальних мереж. Як зазначено у глобальному статистичному звіті Digital 2021, поширення соціальних мереж продовжує прискорюватися. Сьогодні у світі користувачів соціальних мереж більше ніж на півмільярда, що становить майже 14% зростання порівняно з минулим роком [3].

Наповнення – це те, без чого не може існувати жодна платформа. По ньому користувач визначає для себе, наскільки сторінка йому цікава і близька за сприйняттям. Сучасні технології дозволяють наповнювати онлайн портали інформацією, яка включає в себе не тільки текстовий формат, але і графічний.

Серед видів сучасного контенту, основними яких є: текст, зображення, відео, гіфки, фото, 3D зображення тощо.

Для соціальних мереж контент є одним з важливих елементів, має свою специфіку та особливості, які необхідно знати і враховувати при його створенні. Наприклад, якщо для вебсайту необхідний унікальний текст, то для сторінки в соціальній мережі робиться акцент на якісні яскраві зображення і відео, тобто на перший план виходить візуальне оформлення.

Сьогодні використовуються такі варіанти наповнення соціальних ресурсів:

- питання і відповіді;
- тести та вікторини;
- інфографіка;
- інструкції;
- мотиватори.

З метою активізації інформаційної комунікації з користувачами на сторінці соціальної мережі можна розміщувати суперечливі пости, які залучають до взаємодії, активізують спілкування. Втім, використовуючи даний формат, потрібно стежити за коментарями і ретельно вести модерацію.

Кожен сервіс вимагає попереднього опрацювання та підготовки, до якої входить створення портрета користувачів, складання контент-плану, і т. ін. Головне, що необхідно пам'ятати – наповнення має бути якісним, як в інформаційному плані, так і у форматі стилю і дизайну. «Враховуючи той факт, що споживачі медіа швидко розділяючись на групи за інтересами, хочуть читати і дивитися те, що зроблено ніби спеціально для них, тому потрібно вміти персоніфікувати контент, навчитися якісно працювати на вузько сегментовані аудиторії» [4, с.250].

Наукова бібліотека Донецького національного університету імені Василя Стуса для інформаційної комунікації зі своїми користувачами використовує соціальні мережі Facebook, Twitter, YouTube. Група Наукової бібліотеки ДонНУ імені Василя Стуса на Facebook (<https://www.facebook.com/groups/900024150100474/members>) була створена 23 березня 2017 року, а офіційна сторінка

(<https://www.facebook.com/groups/900024150100474/user/100083523480826>) була відкрита 27 вересня 2022 року і вона вже містить посилання на сайт Наукової бібліотеки ДонНУ імені Василя Стуса (library.donnu.edu.ua).

Офіційна сторінка Наукової бібліотеки ДонНУ імені Василя Стуса у Facebook висвітлює інформацію для користувачів про вшанування українських державних та історичних діячів, про знаменні та пам'ятні дати, публікує всі новини бібліотеки та надає посилання на повну версію статей, що розміщені на сайті бібліотеки, дає можливість вподобати або поширити опубліковану новину, надає інформацію про нові надходження до фонду, розміщує фото книжкових виставок з описом літератури, рекламує заходи бібліотеки (розміщує анонси подій), здійснює вітання зі святами тощо.

Отже, соціальні мережі виступають як важливий інструмент інформаційної комунікації між працівниками та користувачами, дозволяють бібліотекам легко отримати зворотній зв'язок з читачами задля покращення обслуговування та задоволення інформаційних запитів. Сьогодні в умовах стрімкого розвитку технологій сторінки або групи у соціальних мережах надають можливість бібліотекам залишатися затребуваними інформаційними центрами, орієнтованими на потреби користувачів, піднімають роботу книгозбірні на новий рівень.

Список використаних джерел

1. Гагаріна Н. А. Соціальні мережі як ефективний канал комунікації бібліотеки. URL: http://mdu.in.ua/Nauch/Konf/2020/zbirnik_2020-09-30_ch2.pdf#page=20. (дата звернення 09.11.2022).
2. Соціальні мережі та їх унікальність. URL: <https://zounb.zp.ua/resource/zaporizky-y-kray/zaporizhzhya-bibliotechne/fahova-osvita/socialni-merezhi-piv>. (дата звернення 11.11.2022).
3. Digital 2021 April Global Statshot Report. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-april-global-statshot>. (дата звернення 11.11.2022).
4. Tetiana Yavorska, Oleksii Prihunov. Libraries in Social Networks: Opportunities and Presentations. International Workshop on Control, Optimisation and Analytical Processing of Social Networks (COAPSN-2019) Lviv, Ukraine, May 16-17, 2019. p.242-251.