

Соціальна мережа Facebook як сучасний інструмент комунікації вузівської бібліотеки

У статті розглядається питання використання бібліотеками закладів вищої освіти (ЗВО) соціальних мереж як сучасної та ефективної платформи для комунікації з користувачами. Відзначається значення соціальних мереж як оптимального засобу для інтерактивної комунікації із цільовою аудиторією вузівської бібліотеки в сучасних вітчизняних реаліях. Висвітлюється досвід використання соціальної мережі Facebook Наукової бібліотеки Університету державної фіскальної служби України як важливого мережевого каналу для поширення інформації та засобу взаємодії з потенційними споживачами ресурсів і послуг.

Ключові слова: соціальні мережі, Facebook, представництво бібліотеки у соціальних медіа, Наукова бібліотека Університету державної фіскальної служби України.

Сучасні інформаційні вимоги задають бібліотекам новий ритм та диктують сучасні форми роботи, які ще кілька років тому не належали до бібліотечних. Інтернет та масмедіа переповнені інформаційними продуктами сумнівної якості та достовірності, тому найперше завдання бібліотеки у цифровому просторі – надання якісної інформації, друге завдання – поширення інформації до споживача. Інтернет-простір дозволяє швидко і без обмежень створювати новий контент, об'єднувати його у спільноти та сторінки. Тому бібліотеки відчувають зараз необхідність підтверджувати свою спроможність не лише в матеріальному наповненні фондів, а й у представленості у віртуальному середовищі.

Однією з важливих форм масової комунікації в інтернеті є соціальні мережі. Сьогодні соціальні мережі асоціюються з особливим видом структур, які є інтернет-платформою для створення й підтримки особистих і професійних зв'язків між людьми. Соціальна мережа – це інтерактивний найбільш використовуваний веб-сайт, контент якого наповнюється самими учасниками мережі. Сайт являє собою автоматизоване соціальне середовище, що дає змогу спілкуватися групі користувачів, об'єднаних спільним інтересом. Зв'язок здійснюється за допомогою веб-сервісу внутрішньої пошти або миттєвого обміну повідомленнями [4].

Зростання популярності соціальних мереж, їх можливості, аспекти використання соціальних мереж у діяльності бібліотек вивчали вітчизняні фахівці бібліотечної справи. Зокрема, Н. Вітушко розглядає нові завдання бібліотечних установ за умов масової інтернетизації та комп'ютеризації стосовно просування бібліотечних інформаційно-аналітичних продуктів в інформаційному середовищі [1]. О. Мар'їна досліджує новітні віртуальні форми соціальної активності бібліотек у мережному середовищі [2]. Дослідженню контенту бібліотечних представництв у соціальних медіа присвячена стаття В. Струнгар [6]. Проте недостатньо досліджені питання соціальних мереж як інструменту комунікації бібліотек ЗВО з користувачем обумовили актуальність даної статті.

Винятковою рисою соціальних мереж є те, що вони дають можливість для необмеженої часом, відкритої комунікації бібліотеки і користувача у рамках платформ, які об'єднують людей за спільними інтересами, що сприяє формуванню цільової аудиторії, на яку безпосередньо спрямовується робота бібліотеки. Користувач, залучений у соціальних мережі до безпосередньої взаємодії з бібліотекою, відчуває свою значимість. Між сторонами створюється ефект партнерства, що сприяє тіснішій співпраці. Разом з наявністю цільової аудиторії, відкритий доступ до соціальних мереж дозволяє бібліотеці комунікувати з іншими категоріями осіб, що також може бути корисним у деяких аспектах. Беззаперечною перевагою соціальних мереж є можливість розміщення там різного виду інформації: текстових, фото-, відео, аудіоматеріалів.

Соціальні мережі дозволяють відповідальному співробітнику бібліотеки й користувачу вести пряму переписку (відкриту і приховану), додавати коментарі, висловлювати власну думку, ділитися враженнями. У соціальних мережах бібліотека може здійснювати масові опитування користувачів. Функціонал соціальних мереж дає можливість бібліотеці в інтернеті досліджувати, аналізувати, оцінювати потреби користувачів; вивчати їх думку щодо бібліотечного обслуговування, отримувати від них конкретні пропозиції, популяризувати бібліотеку, доводити до відома користувачів нову корисну інформацію, мати зворотній зв'язок з користувачами й постійно взаємодіяти із ними.

Спільна інформаційна природа бібліотек і соціальних мереж дала змогу дослідникам у галузі соціальних комунікацій розглядати останні як інструменти, що реалізують ряд завдань:

- інформування (публікація інформації, створеної бібліотекою: повідомлення про заходи; опис книг, колекцій; інформування про пам'ятні дати, значущі події тощо);
- продукування (ідеється про дописи, де бібліотека виступає ініціатором – модератором – співавтором формування актуальних подій, опитувань);
- завдання посередництва (надання інформації із зовнішнього джерела й цитування); завдання акумуляції (публікація повідомлень певної тематики, що формує стрічку новин, фіксує їх у порядку появи; отримання експертного знання – збирання інформації для подальшого використання);
- сприяння (створення нового знання в результаті обговорення, надання комунікативної платформи на основі коментування, поширення і вподобання дописів);
- комунікація (обмін коментарями, створення діалогу і вираження емоцій) [6].

За останні роки Наукова бібліотека Університету ДФС України, як і більшість бібліотек вищих закладів освіти, кардинально розширила напрямок своєї роботи, працюючи у тісному тандемі з сучасним користувачем у віртуальному просторі.

На сьогодні забезпечення онлайн представленості бібліотеки здійснюється шляхом організації та управління інформацією на сайті бібліотеки та у популярній серед користувачів соціальній мережі Facebook.

Для оптимального вибору інструменту комунікації з користувачем фахівцями бібліотеки було проведено ряд досліджень щодо популярності тих чи інших соціальних мереж та визначення груп користувачів, у яких є можливість безперешкодного доступу до обраного ресурсу.

Зокрема, було враховано той факт, що соціальна мережа Facebook є найбільш популярною як у світі, так і в Україні. Зважаючи на результати останніх досліджень вітчизняних науковців щодо представленості в соціальних мережах вітчизняних і зарубіжних бібліотек [6, 7], які свідчать, що переважна більшість з них використовують для мережевої комунікації платформу саме цієї мережі, фахівцями бібліотеки нашого ЗВО було обрано Facebook як найоптимальніший засіб для інтерактивної комунікації бібліотеки й користувача у вітчизняних реаліях.

Яскравим прикладом швидкості зростання популярності соціальних мереж є висока затребуваність саме такого сервісу як Facebook в усьому світі. Як показують статистичні дані, для завоювання уваги 50 млн. користувачів радіо знадобилося 38 років, телебаченню – 13, Інтернету – чотири роки, а Facebook набрав 10 млн. користувачів за 852 дні [5].

Підтвердженням правильності вибору даної соціальної мережі були також і результати досліджень у глобальному соціальному ландшафті. Так, за інформацією We are social у 2018 році, як і в попередні роки, домінує Facebook. При цьому загальна кількість користувачів збільшилася на 15 %, порівняно з попереднім роком, і на початок 2018 р. становила майже 2,17 млрд. На другому місці YouTube – 1,5 млрд користувачів; WhatsApp – 1,3 млрд; Instagram – 800 млн. користувачів [8].

Стрімкий розвиток соціальних мереж як найбільш популярної форми спілкування дослідники пов'язують з успіхами інформатизації, що на сьогодні забезпечила доступ до інформаційних ресурсів хоча ще й не всім громадянам, але вже охопила найбільш соціально активну частину населення.

Так, на початок 2018 р. в Україні налічувалося майже 26 млн. активних користувачів Інтернету, що становило 58 % від загальної кількості населення, а соціальні мережі налічували 13 млн. користувачів, із них 22 % використовували для доступу смартфони [8].

Протягом 2017 р. кількість українських користувачів Facebook зросла на 67 % – з 6,6 млн до 11 млн. Найбільший ріст був у травні 2017 р., коли українським провайдером було заборонено надавати доступ користувачам до російських соціальних мереж. Ріст української аудиторії Facebook відбувається насамперед завдяки міграції користувачів соцмереж «Однокласники» і «ВКонтакте», оскільки природній приріст інтернет-аудиторії в Україні в 2017 р. був незначним [3].

Здебільшого, вузівські бібліотеки орієнтовані на забезпечення необхідного інформаційного супроводу навчального процесу, освітніх потреб, студентську аудиторію, а також на задоволення інформаційних потреб дослідників, які є активними користувачами соціальних мереж.

Тому, створюючи своє представництво у мережі Facebook, фахівці Наукової бібліотеки УДФСУ поклали на даний ресурс виконання ряду функцій, зокрема: презентацію успішного функціонування бібліотеки в умовах інтенсифікації інформаційних потоків; забезпечення користувача інформацією щодо нових надходжень, презентації змістовних інформаційно-аналітичних матеріалів; забезпечення можливості з'єднання між документом і користувачем, що передбачає надання потрібної інформації через реалізацію певних форм і засобів за допомогою електронних технологій; дослідження інформаційних запитів різних категорій користувачів бібліотеки з метою оптимізації процесу відбору інформації; аналіз функціонування ресурсу та розробка пропозицій щодо внесення змін, спрямованих на підвищення його ефективності.

Водночас, на сучасному етапі розвитку соціальна мережа Facebook виступає ефективним інструментом інтеграції Наукової бібліотеки УДФСУ у глобальний інформаційний простір, платформою для концентрації наукових ресурсів, засобом комунікації з користувачами.

Завдяки комунікаційній активності на сторінці бібліотеки у соціальній мережі Facebook, фахівці бібліотеки частину традиційних способів бібліотечного обслуговування поступово трансформують у надання інформаційних послуг у режимі on-line.

Представництво бібліотеки нашого ЗВО у мережі Facebook зареєстроване під назвою «Наукова бібліотека Університету державної фіскальної служби України».

До цільової аудиторії сторінки бібліотеки УДФСУ входять різні категорії користувачів: студенти, аспіранти, докторанти, молоді вчені; учені й науковці, співробітники як нашого так і інших закладів вищої освіти; фахівці бібліотечно-інформаційної сфери; письменники, художники; журналісти та представники ЗМІ тощо. Кількість підписників сторінки на кінець 2018 року склала понад 850 осіб. Агреговані демографічні показники прихильників сторінки вказують на більшу зацікавленість даним ресурсом користувачів жіночої статі. Зокрема, інформацією на сторінці бібліотеки цікавляться 73 % користувачів-жінок та 27 % чоловіків.

Якщо брати до уваги аналітичні дані у розділі «Статистика» соціальної мережі Facebook, які висвітлюють приналежність користувачів до вікових груп, то можемо побачити, що найбільша частина користувачів віком від 25 до 44 років (36 %). Це активна частина підписників, які часто користуються інформаційними послугами, відвідують бібліотечні заходи та підтримують постійний зв'язок з бібліотекою. Значна частина прихильників сторінки входить у вікову групу 45-54 роки. До цієї категорії користувачів належать частина професорсько-викладацького складу УДФСУ. Також є незначна група

користувачів віком від 18 до 24 років. Бібліотека активно працює над залученням підписників саме цієї вікової категорії, адже у неї входять студенти – активна молодь, переважна більшість якої на сьогодні надає перевагу «легким» способам отримання інформації. Тому саме для такої категорії користувачів, бібліотека намагається створити якісний інформаційний продукт та надати доступ до нього за допомогою популярних інформаційних ресурсів, яким є Facebook [9].

З огляду на кількість підписників та різноплановість цільової аудиторії, можемо зробити висновок, що сторінка та контент, якою вона наповнюється, користується попитом у різних категорій користувачів.

Бібліотека активно використовує свою сторінку у соціальній мережі як платформу наукової комунікації між бібліотечними працівниками й користувачами для поширення інформації про бібліотечно-бібліографічні та інформаційні послуги, наукові та навчальні інформаційні ресурси, інформаційно-аналітичні матеріали, орієнтовані на задоволення запитів наукових працівників, наукові, культурно-виховні та просвітницькі заходи, поради щодо використання численних баз даних і сервісів, доступ до яких надає бібліотека, міжнародний досвід бібліотечної діяльності, проведення опитування користувачів щодо якості обслуговування тощо.

Зокрема, у першому кварталі 2019 року через представництво Наукової бібліотеки Університету державної фіскальної служби України у мережі Facebook була поширена:

1. Інформація про виховні заходи:

- Літературна година «Так ніхто не кохав» (12.02.2019 р.);
- Захід з нагоди 30-річчя від дня виведення військ з території Афганістану «Війна у кожного своя» (14.02.2019 р.);
- Виставка – інсталяція «Читач бібліотеки УДФСУ» (16.02.2019 р.);
- Презентація книги Мирослава Григорчука «Україна – моя гордість і біль» (20.03.2019 р.);
- Виставка творчих робіт «Світ наших захоплень» (19.04.2019 р.);

2. Інформація про наукові заходи:

- Семінар з інформаційної та медіа грамотності «Плагіат у суспільстві. Роль бібліотеки у формуванні доброчесної спільноти» (22.02.2019 р.);
- Семінари-практикуми з питань використання електронних ресурсів бібліотеки «На крок ближче»(27.02.2019 р.);
- Семінари-практикуми з питань використання електронних ресурсів бібліотеки «З бібліотекою на «Ти»» (04.03.2019 р.);
- Відгук про участь бібліотеки у конференції «Академічна доброчесність: практичний вимір» (16.04.2019 р.);

3. Інформація про обмін досвідом та партнерство у сфері бібліотечного обслуговування:

- Оформлення офіційного партнерства з Українською бібліотечною асоціацією (22.02.2019 р.);
- Поширення досягнень у сфері бібліотечного обслуговування «Колеги запрошують» (05.03.2019 р.);

4. Інформація про проведення опитування:

- Анкетування користувачів щодо якості та кількості інформаційних послуг (12.03.2019 р.).

Основний критерій оцінки діяльності сторінки бібліотеки прямо пропорційно залежить від показників відвідуваності сторінки та вподобань кожної окремої публікації. Середній показник вподобань сторінки за перший квартал 2019 року складає 440 вподобань. Охоплення дописів коливається залежно від характеру публікації у межах від 39 до 692 людей.

Контентне наповнення сторінки Наукової бібліотеки у соціальній мережі Facebook зумовлено напрямами діяльності та основними завданнями структурних підрозділів бібліотеки. Для візуалізації контенту модератори сторінки застосовують фото-, відео- та аудіо-супровід текстової інформації, посилання на офіційний сайт бібліотеки та інші on-line ресурси.

Оскільки на сьогодні у бібліотечній системі України не розроблені документи, що регламентують діяльність бібліотек у соціальних медіа, створення сайтів і представництв бібліотек у соціальних мережах, наповнення сторінки контентом відбувається з урахуванням загальноприйнятих вимог до їх функціонування, а їх інформаційне наповнення часто визначається бібліотечними працівниками інтуїтивно [7].

Отже, в умовах сьогодення, коли бібліотеки перебувають в умовах жорсткої конкуренції з різноманітними інформаційними службами, аналітичними центрами, іншими постачальниками інформації, відчуваючи наслідки хронічного недофінансування, бібліотеки ЗВО мають виходити на новий інформаційний рівень обслуговування користувачів та взяти на себе важливу і унікальну функцію – відбору та надання доступу якісної до інформації з найменшими затратами, інструментом реалізації якої є соціальні мережі, насамперед Facebook як найбільш популярна серед користувачів.

Беручи до уваги важливу роль вузівської бібліотеки як невід'ємної складової інформаційної інфраструктури освітньо-виховного та наукового процесів, що надає доступ до якісної, достовірної та структурованої інформації, та виходячи з твердження про приналежність бібліотечних сторінок у соціальних мережах до інформаційних продуктів бібліотек, актуальною видається розробка і запровадження стандартів присутності бібліотек ЗВО у середовищі соціальних мереж, які включали б, зокрема, рекомендацій фахового середовища щодо дизайну та інформаційного наповнення мережевої сторінки бібліотеки, посадові інструкції та норми праці бібліотечного фахівця зі створення і підтримки функціонування бібліотечних сторінок у соціальних мережах.

Активне освоєння вузівськими бібліотеками соціальних мереж тільки починається. Тому, важливим напрямком діяльності фахівців бібліотечної справи є правильне спрямування інформаційних потоків через доступні on-line джерела зважаючи на категорію підписників та активність використання масиву поданої інформації. Важливо постійно підтримувати зв'язок з цільовою аудиторією, щоб не тільки не втратити жодного віртуального користувача, а й примножувати їх. А для цього необхідний постійний моніторинг соціальної мережі за допомогою відповідних інструментів. Зокрема, Facebook дозволяє проводити аналітичні дослідження охоплення аудиторії та активності користувачів у різних розрізах.

Наукова бібліотека УДФСУ відносно недавно стала на шлях обслуговування користувачів через свою сторінку у соціальній мережі, тому наші фахівці проводять постійний моніторинг активності на сторінці, вивчають досвід вітчизняних та зарубіжних колег у сфері використання середовища соціальних мереж для розширення кола своїх користувачів та швидкого розповсюдження якісної інформації серед підписників.

Переконані, що використовуючи ресурсні можливості соціальних мереж, зокрема, Facebook, запровадивши та дотримуючись певних стандартів контентного наповнення даного ресурсу, бібліотека ЗВО зможе позиціонувати себе як надійне та безпечне джерело інформації для своїх користувачів.

Список літератури

1. Вітушко Н. Поширення інформаційно-аналітичних продуктів бібліотек за допомогою соціальних мереж / Н. Вітушко // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – Київ, 2013. – Вип. 35. – С. 196–202.
2. Мар'їна О. Бібліотеки та соціальні медіа: технологія взаємодії / О. Мар'їна // Вісн. Книжк. палати. – 2012. – № 8. – С. 19–21.

3. Мінченко О. У Facebook вже 11 млн українців [Електронний ресурс] / О. Мінченко // Watcher. – Режим доступу: <http://watcher.com.ua/2018/01/23/u-facebook-vzhe-11-mln-ukrayintsiv>. – Назва з екрана (дата звернення: 17.03.2018).

4. Натаров О. Використання академічними бібліотеками соціальних мереж як платформи для наукової комунікації (на прикладі представництв Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського у Facebook) [Електронний ресурс] / О. Натаров // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського: зб. наук. пр. / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – Київ, 2018. – Вип. 49. – С. 258–277. – Режим доступу: <http://nbuviar.gov.ua/images/naukprazi/49.pdf>. – Назва з екрана.

5. Совин О. Соціальні мережі: даремна трата часу чи місце для науки? / О. Совин // Каменярь : інформ.-аналіт. часоп. – Режим доступу: <http://kameniar.lnu.edu.ua/?p=1783>. – Назва з екрана (дата звернення: 24.03.2018).

6. Струнгар В. Представлення бібліотеки в інтерактивному медіа- середовищі: змістовий аналіз / В. Струнгар // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – Київ, 2017. – Вип. 46. – С. 329–344.

7. Тарасенко Н. Інформаційні комунікації в середовищі соціальних мереж: аспекти стандартизації бібліотечного сегмента / Н. Тарасенко // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – Київ, 2017. – Вип. 46. – С. 455–477.

8. Kemp S. Digital in 2018: World's internet users pass the 4 billion mark [Electronic resource] / S. Kemp // We Are Social. – Mode of access: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>. – Title from the screen (date access: 1.02.2018).

9. Наукова бібліотека Університету державної фіскальної служби України [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані. – Режим доступу : <https://www.facebook.com/library.nusta.edu.ua/> (дата звернення 24.04.2019) – Назва з екрана.

УДК 027.7:021.4

*Гончарова Людмила Григорьевна
Восточноукраинский национальный университет
имени Владимира Даля*

Социокультурная деятельность библиотек вузов в формировании личности студентов

Відображення практичного досвіду соціокультурної діяльності університетської бібліотеки

Ключові слова: соціокультурна діяльність бібліотек, формуванні особистості студента, диспут, поетичний вечір.

Являясь структурными подразделениями высших учебных заведений, научные библиотеки направляют свою деятельность на решение задач, стоящих перед вузом. И прежде всего это содействие учебно-воспитательному процессу, конечной целью которого является формирование личности студента.

Содержание и успешность этой работы изначально определяются смыслом, который библиотекари вкладывают в понятия «социокультурная деятельность библиотеки» и «формирование личности студента».

Социокультурная деятельность – термин интегративный, включающий в себя многогранное культурологическое и социологическое наполнение. Поэтому единой научной дефиниции этого понятия на сегодняшний день нет. Но содержательно его многочисленные формулировки близки, поскольку все они предполагают процесс приобщения человека к культурным ценностям общества и активного включения самой личности в этот процесс. [3, 5, 8].

Так, например, в компактном определении М. Ариарского «социокультурная деятельность – это обусловленная морально-интеллектуальными мотивами общественно важная деятельность по созданию, освоению, сохранению, распространению и дальнейшему развитию ценностей культуры» [2, с. 251].