

скористатися певними послугами. Адвокаційна діяльність бібліотек відіграє важливу роль. Завдяки їй бібліотеки захищають свої інтереси та інтереси читачів, представляють різні проекти для прийняття рішень і досягають своїх певних цілей. Але для того, щоб адвокаційна діяльність була успішною, потрібно бути добре обізнаним у цій галузі й правильно пропонувати рішення та захищати інтереси.

Список використаних джерел

1. Адвокасі в бібліотечній сфері: метод. матеріали / Департамент культури і туризму Харк. облдержадмін., Харк. обл. універ. наук. б-ка; ред.-уклад. Н. М. Грачова. Харків: ХОУНБ, 2013. С. 1–4.
2. Барабаш С. І. Адвокація бібліотек: мета, структура, основні напрями діяльності. *Вісн. Харк. держ. акад. культури*: зб. наук. пр. / за заг. ред. В. М. Шейка. Харків, 2011. Вип. 34. С. 150–156.
3. Пугач Л., Демчишин М. Поняття адвокації («advocacy») у діяльності сучасних бібліотек / Львівський національний університет імені Івана Франка. Львів 2017. С. 1–3.



Яковищенко Світлана Іванівна
(*наук. керівник – канд. пед. наук, доцент Яворська Т. М.*)
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ В РОБОТІ НАУКОВОЇ БІБЛІОТЕКИ

Соціальні мережі – це спільноти людей у мережі Інтернет зі схожими інтересами, що обмінюються повідомленнями, діляться інформацією та займаються спільною діяльністю. Зв'язок здійснюється за допомогою внутрішньої пошти або сервісів миттєвого обміну повідомленнями (чат). Першою соціальною мережею вважається створений у 1995 р. у США портал Classmates.com. Офіційним початком буму соціальних мереж прийнято вважати 2003–2004 рр., коли були запущені MySpace та Facebook, найбільш популярною з яких згодом стала Facebook. Не менш популярними у світі є сервіси Twitter, TikTok тощо.

Соціальні мережі щороку набувають все більшої популярності. За даними дослідження провідної американської публічної соціологічної маркетингової компанії Нільсен (Nielsen Holdings N. V.), у соціальних мережах та блогах щодня знаходяться 66,8 % користувачів інтернету [1].

Найпопулярнішими соціальними мережами в Україні поза конкуренцією залишається хостинг відеоматеріалів YouTube, а також Instagram, Facebook. Популярність Instagram викликає тим, що сучасний користувач усе більше перетворюється на «візуала». Ця соціальна мережа повністю задовольняє його потреби: мінімум тексту, максимум фото. Кількість підписників зростає з кожною секундою [5].

Twitter – це теж своєрідна відповідь на збільшення потоку інформації, який неможливо осягнути традиційними засобами. Великі за обсягом тексти перестали читатися і сприйматися. Люди виокремлюють головне, «заголовки»; інформаційна картина світу – це мільйони фактів, думок, оцінок, що протистоять одна одній. Знайти істину в цих потоках інформації все важче. Це явище отримало назву твіттеризації культури, воно кардинально змінило життя мільйонів людей [4].

Facebook – соціальна мережа, якою користуються люди всього світу і їх кількість постійно зростає. У кінці 2021 року компанія Facebook Inc. змінила свою назву на Meta, намагаючись розширити свою ідентичність за межі соціальної платформи, яка дала їй старт у середині 2000-х. Тепер компанія зосереджується на так званому «метасвіті» – віртуальному світі. Нова назва компанії походить від метасвіту, який вона бачить своїм майбутнім.

Сьогодні соціальні мережі є важливим інструментом присутності сучасної бібліотеки у віртуальному комунікаційному просторі. Бібліотеки України активно використовують можливості соціальних мереж як каналу просування інформаційно-бібліотечних ресурсів та послуг, для персонального брендингу, поширення і розвитку професійних зав'язків, створення власних інформаційних майданчиків, проведення різних інтерактивних акцій тощо. Найбільше вони представлені у соціальних мережах Facebook, YouTube, Instagram [2].

Основні функції бібліотечних сторінок у соцмережах:

- представницька – являє собою презентацію успішного функціонування бібліотеки;
- інформаційна – полягає в забезпеченні користувача інформацією щодо нових надходжень, презентації змістовних інформаційно-аналітичних матеріалів;
- комунікативна та навігаційна – полягає в забезпеченні можливості з'єднання між документом і користувачем, передбачає надання потрібної інформації через реалізацію певних форм і засобів за допомогою електронних технологій;
- вивчення соціальної структури користувачів, що спрямована на дослідження інформаційних запитів різних категорій користувачів бібліотек з метою оптимізації процесу відбору інформації;
- коригуюча – полягає в аналізі функціонування сайту та розробці пропозицій щодо внесення змін, спрямованих на підвищення його ефективності [2].

Отже, соціальна мережа для бібліотеки – це:

- додатковий ресурс для бібліотеки;
- платформа для реалізації бібліотечних проєктів;
- можливість заявити про себе;
- можливість безпосередньо спілкуватися з колегами, читачами, дізнаватися їх думку, побажання, зауваження;
- можливість інформувати про діяльність бібліотеки та оперативно розміщувати найсвіжішу інформацію: новинки у фонді бібліотеки, оголошення про заплановані заходи, зміни графіка роботи, професійні досягнення, звіти, корисні посилання;
- інструмент маркетингових досліджень [2].

Інструменти соціальних мереж допомагають бібліотекам доносити інформацію до громади у зручний спосіб, розширювати спектр послуг для задоволення інформаційних потреб якомога більшої кількості представників громади, рекламувати бібліотечні сервіси, спілкуватися з потенційними користувачами на умовах самих користувачів. Сторінки в соціальних мережах використовуються бібліотеками як локальний інформаційний ресурс, більш наближений до користувача, ніж сайт бібліотеки. У соціальних мережах можна знайти контактну інформацію, анонси про майбутні заходи та акції, фотографії бібліотеки і її колективу, привітання та відгуки читачів [1].

В умовах постійного зростання загального обсягу інформації існує реальна небезпека інформаційного перевантаження психіки людини. Тому, створюючи контент, необхідно задати собі запитання: «Чому саме мій пост мають прочитати? Чим саме я можу зацікавити?»

Наприклад:

- ✓ унікальною інформацією;
- ✓ оперативними відповідями на коментарі;
- ✓ згадкою про відомих особистостей;
- ✓ унікальними фото;
- ✓ корисними порадами тощо [2].

За допомогою соціальних мереж бібліотеки популяризують свою діяльність, формуючи позитивний імідж серед спільнот; рекламують бібліотечні ресурси, сервіси, нові надходження; анонсують заходи; залучають ширшу аудиторію користувачів до спілкування та співпраці; просувають книги і читання в суспільстві; звітують перед громадськістю про свою роботу; розширюють професійні контакти; вивчають досвід роботи інших бібліотек; проводять онлайн-опитування тощо. Як результат – можливості соціальних мереж допомагають реалізації нової маркетингової концепції щодо активізації послуг книгозбірні.

Сторінка бібліотеки на Facebook є каналом, з якого користувачі інтернету можуть отримати інформацію, що їх цікавить. Саме тут надається можливість коментувати, оцінювати, отримувати інформацію, зосереджувати увагу на маркетинговій діяльності, зокрема на висвітленні соціокультурної роботи бібліотеки, на бібліотечних новинах, анонсах подій [3].

Сьогодні основне призначення соціальних мереж – інтерактивне спілкування. Наукова бібліотека ДонНУ імені Василя Стуса використовує соціальні мережі як засіб комунікації в освітньому середовищі університету та популяризує свою діяльність серед віртуальних спільнот мережі Інтернет.

Особливу увагу Наукова бібліотека ДонНУ імені Василя Стуса приділяє формуванню фондів з орієнтацією на актуальні для сучасного закладу вищої освіти інформаційні потреби, розширює склад фонду новими видами документів, зокрема електронними. Одним із джерел поповнення фондів бібліотеки є видання, подаровані науковцями та співробітниками університету. Так, наприклад, до Міжнародного дня дарування книг було проведено акцію «Подаруй бібліотеці книгу!», під час якої викладачі та співробітники університету передали в бібліотеку навчальну, наукову літературу, художні видання. Зокрема, були подаровані монографії з проблем політології, де досліджуються: феномен жінки в античній філософії; еволюція вчення про політичну волю в історії світової та української суспільно-політичної думки; міжнародні ініціативи з питань інтеграції технологій у різні види соціально-економічної діяльності та етно-політичну стабільність в Україні і світі тощо. Серед творів художньої літератури – видання сучасних польських, німецьких, американських, шведських авторів (М. Беньчик, М. Погачар, К. Бое, Ю. Федорчук, Б. Корун, Д. Капітельман та ін.). Так, книжкові подарунки, які стали частиною фонду Наукової бібліотеки, сприятимуть духовному зростанню молоді і обов'язково знайдуть свого дякового читача.

А для того, щоб читач дізнався про нові видання, що з'явилися у фондах, Наукова бібліотека ДонНУ імені Василя Стуса активно інформує своїх користувачів про нові надходження на сторінках соціальних мереж, просуває власні інформаційні ресурси для освіти, науково-дослідної діяльності та організації інтелектуального дозвілля університетської спільноти.

Отже, сучасний цифровий світ диктує нові вимоги до організації діяльності бібліотеки. Представництво бібліотеки у віртуальному просторі значно підвищує ефективність її діяльності, потребує постійного удосконалення. Інформаційно-комунікаційне середовище, сформоване завдяки представництву бібліотек у соціальних мережах, дає нові можливості для організації інтерактивної інформаційної взаємодії бібліотеки з користувачами, спрощує доступ до бібліотечних ресурсів і послуг, сприяє формуванню іміджу наукової бібліотеки як сучасного інформаційного центру.

Список використаних джерел

1. Соціальні мережі та бібліотеки. URL: <https://libenc.korolenko.kharkov.com/informatsiini-tekhnologii/sotsialni-merezhi-ta-biblioteku> (дата звернення 04.04.2023).
2. Yavorska T., Prihunov O., Syerov Y. 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. URL: <https://ceur-ws.org/Vol-2392> (дата звернення 04. 04. 2023).
3. Представництво бібліотеки у соціальних мережах. URL: <http://surl.li/zrkw> (дата звернення 06.04.2023).
4. Соціальна мережа Facebook в роботі наукової бібліотеки. URL: <http://surl.li/pmik> (дата звернення 06.04.2023).
5. Соціальні медіа для бібліотек: середовище, ресурс, сервіс. URL: <http://surl.li/hgppl> (дата звернення 05.04.2023).

