

Світлана Молчанова,
завідувачка науково-методичного відділу
Наукової бібліотеки Хмельницького
національного університету

Ефективність комунікацій бібліотек ЗВО в соціомедійному просторі: недоліки, переваги, перспективи

***Анотація.** У наш час вже ніхто не ставить під сумнів важливість комунікацій бібліотек з користувачами у соціомедійному просторі. Але не завжди такі комунікації є ефективними. У статті розглянуто можливості соціальних мереж як каналів комунікації, висвітлено проблеми, недоліки і перспективи позиціонування бібліотек в інтернет-просторі. Представлено досвід Наукової бібліотеки Хмельницького національного університету.*

***Ключові слова:** соціальні медіа, соціальні мережі, медіаконтент, бібліотечне представництво, Наукова бібліотека Хмельницького національного університету.*

У світі комп'ютерних технологій книгозбірні у своєму традиційному вигляді більше не користуються таким попитом, як ще кілька десятиліть тому. Однак, як і століття тому, людство потребує спілкування та можливостей ділитися знаннями, тож на допомогу йому приходять і нові медіа, популярність яких постійно зростає. Соціальні медіа сьогодні є повноцінними платформами для розвитку та ведення бізнесу, обміну інформацією, зокрема і в бібліотечній сфері. Вони продукують повноцінний мультимедійний контент – тексти, світлини, аудіо і відеофайли, інфографіку, анімацію та ін., дають можливість користувачам отримувати доступ до новин у будь-який час і в будь-якому місці, задовольняти свої потреби в інформації. А, найголовніше, соціальні медіа змінили роль користувачів – з пасивної маси, яка терпляче споживала ту інформацію, яку їй пропонували, користувачі утворили групи зі своїми конкретними потребами і комунікаційними звичками. Але і бібліотеки змінилися – стали відкритими до діалогу зі своїми користувачами, виступають не лише як інформаційні, але й як соціокомунікаційні центри.

Коли читачі в соцмережах знаходять бібліотечну спільноту, яка регулярно публікує контент, що відповідає їхнім запитам, це значно впливає на формування комунікацій з користувачами і їхнє бажання зайти на сторінку бібліотеки ще і ще раз або відвідати книгозбірню очно.

Дослідники теорії і практики соціальних комунікацій дають велику кількість визначень терміну «соціальні медіа». Узагальнюючи ці визначення, можна інтерпретувати їх як інтерактивний спосіб доставки інформації, який одночасно є засобом комунікації та майданчиком для спілкування і обміну контентом, де комунікативним джерелом виступає мережа Інтернет, а основними характеристиками є універсальність, інтерактивність, доступність, мобільність та комунікативність [4].

Бібліотечний сегмент у мережевому просторі нині доволі значний і має тенденцію до швидкого зростання. Варто назвати, як мінімум, три причини, які спонукали бібліотеки до свого представництва в соціальних мережах: 1) повернути до бібліотек увагу нового покоління інтернет-користувачів і бути для них необхідними, привабливими, інноваційними, мобільними; 2) довести цифровий контент науково-освітніх ресурсів до високого рівня

зручності, доступності і затребуваності; 3) побудувати нову інформаційно-комунікаційну модель.

Отже, завдяки представництву в соціальних мережах бібліотеки не лише привертають увагу користувачів до ресурсів та послуг, слугують засобом для просування бібліотечних інформаційних продуктів, але й використовують можливості соціальних медіа для комунікації зі своїми користувачами. Але чи ефективним є комунікаційний процес? Чи завжди є зворотній зв'язок з користувачами? Чи комунікації відбуваються лише на рівні «бібліотекар-бібліотекар»?

На думку Валерії Струнгар (наук. співроб., Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського, Україна, Київ), комунікація за посередництвом бібліотечного представництва в соціальних медіа відбувається за такими основними векторами: «бібліотека – користувач», «бібліотека – бібліотека», «користувач – користувач» [2].

Саме перший вектор - «бібліотека – користувач» - передбачає зворотний зв'язок з читачами, яких не лише інформують про заходи й події бібліотеки, про наповнення її фондів та нові надходження, але й від яких очікують відгуків, пропозицій тощо. Не менш важливим є вектор «бібліотека – бібліотека», який охоплює взаємодію широкого кола фахівців бібліотечної галузі в контексті фахової, наукової та неформальної комунікації (реалізація корпоративних проєктів, налагодження співпраці бібліотек, професійні дискусії, підвищення кваліфікації (конференції, семінари)). Вектор «користувач – користувач» передбачає посередницьку функцію бібліотечного представництва в соціальній мережі для взаємодії користувачів, за якої надання інформаційних платформ і модерацію бере на себе бібліотека, виступаючи організатором неформальних груп за інтересами. Це, наприклад, обговорення новин, подій, заходів, книг, фільмів, надання рекомендацій у соціальних медіа [2]. Усі зазначені вектори комунікації передбачають створення й публікацію контенту.

Однією з найпопулярніших та доступних соціальних мереж, що використовується у професійній комунікації, сьогодні залишається соціальна мережа «Фейсбук», функціонал якої дозволяє створювати особисті профілі, сторінки та спільноти. Саме тут відбувається найпродуктивніший діалог із читачами й публікації мають найкращий відгук. Професійно створений інтерфейс, наявність повної інформації про бібліотеку у профілі соцмережі, використання мультимедійних та інтерактивних можливостей, грамотно представлені матеріали, забезпечення постійної уваги до сторінки тільки позитивно позначаються на просуванні бібліотечної установи в мережі і розвитку комунікацій. Натомість відсутність регулярної роботи з наповнення сторінки відвертає потенційних прихильників.

Важливо вказати й на взаємодію фейсбуку та офіційного сайту бібліотеки. Якщо основне призначення вебресурсу – слугувати джерелом інформації, то призначення соціальної мережі – інтерактивне спілкування бібліотекаря з читачами та колегами. Зазвичай фейсбук і сайт взаємодіють: фейсбук дає посилання на сайт для більш докладної інформації, а сайт має кнопки посилань на фейсбук (рис.1).

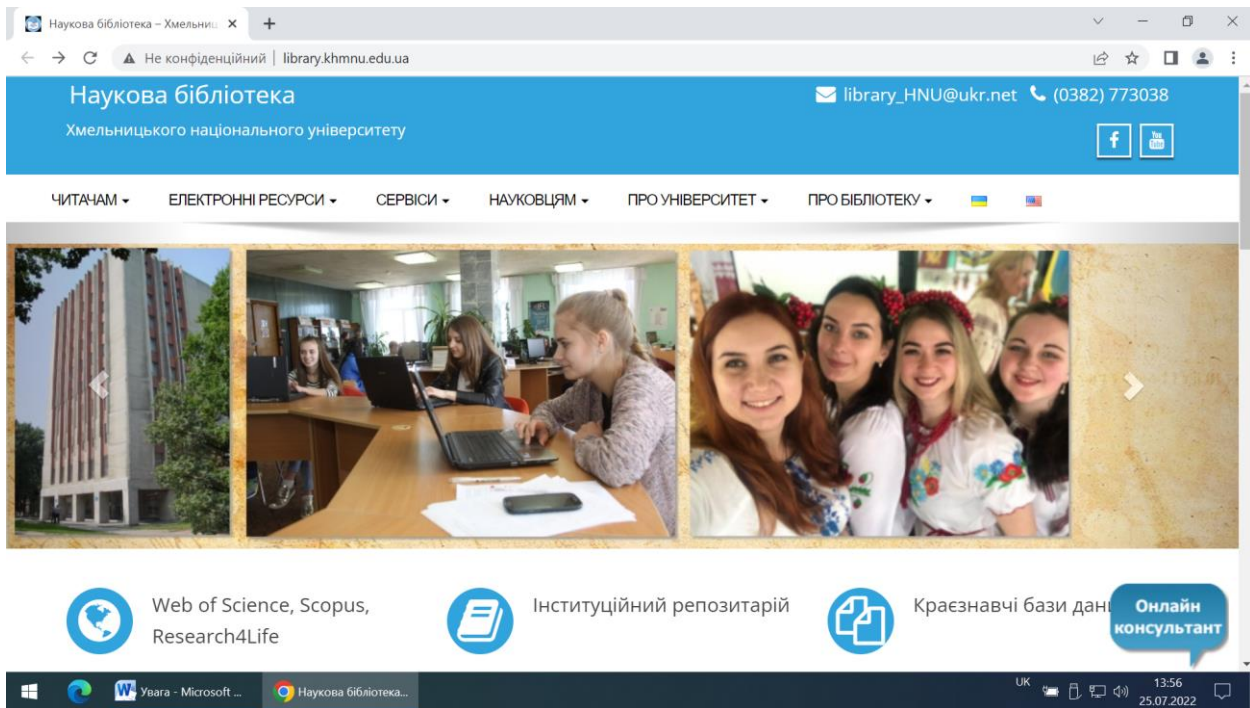


Рис.1. Офіційний сайт наукової бібліотеки Хмельницького національного університету

Новини сайту, таким чином, представлені у фейсбуці, але в більш скороченому вигляді, хоча можуть додаватися повідомлення, які не були відображені на сайті. Отже, якщо бібліотека не дає посилання на фейсбук зі свого сайту, то вона, хоч і має представництво у соцмережі, значно зменшує свої можливості, адже дізнатися користувачеві про бібліотечну сторінку без додаткових пошуків у комунікаційному середовищі мережі Інтернет важко.

Однією з найпоширеніших перешкод для пошуку профілю в мережі «Фейсбук» є неспівпадіння назви сторінки із офіційною назвою бібліотеки вищого закладу освіти. Це суттєво ускладнює пошук сторінки, а відсутність посилання з офіційного вебсайту бібліотеки не дозволяє верифікувати профіль у соцмережі. Такий складний шлях до сторінки бібліотеки в соціальній мережі негативним чином відображається на кількості підписників та відповідно на її інформаційних та комунікаційних можливостях.

За останні роки значно зросла кількість користувачів, які заходять на бібліотечну сторінку з мобільних пристроїв. Існує суттєва різниця між ними та тими, хто заходить із ПК: з комп'ютера заходять один раз і на триваліший час (проглянути стрічку новин, роздивитися світлини, профілі друзів, написати пост); мобільний користувач заходить до 30 разів за день на декілька хвилин (перевірити повідомлення, поставити лайки, прочитати заголовки). Все це слід враховувати і орієнтуватися на власну аудиторію.

Наведемо для прикладу діяльність Наукової бібліотеки Хмельницького національного університету (далі НБ) в соціальних мережах. Цільова аудиторія НБ – користувачі, які добре володіють сучасними інформаційними технологіями: викладачі, аспіранти, студенти, співробітники університету, а також сторонні користувачі, які уподобали сторінку книгозбірні. Враховуючи впровадження дистанційної освіти, інтерактивних форм навчання, використання у навчальному процесі різноформатних матеріалів, а також специфіку цільової аудиторії, представництво книгозбірні в соціальній мережі виявило себе як додатковий інструмент для підвищення ефективності реалізації покладених на бібліотеку завдань.

Як показав аналіз тематичного наповнення сторінки НБ в мережі «Фейсбук», бібліотека намагається більше зосередитися на контенті, що безпосередньо стосується навчання та наукової діяльності. Зокрема, книгозбірня активно поширює в мережі анонси наукових заходів, дає посилання на корисні наукові ресурси, надає поради щодо використання наукової інформації та сервісів, а також інформує про просвітницькі заходи, ресурси навчального характеру тощо. До прикладу, у 2021 році через сторінку бібліотеки у фейсбуці користувачі дізнавалися про її інформаційні ресурси і послуги; ресурси Web of Science, вебінари компанії Springer Nature, онлайн-семінари; про доступ до авторитетних наукометричних баз даних, реферативних журналів, до бібліографії наукових статей із престижних періодичних видань, книг та матеріалів наукових конференцій та ін. Книгозбірня в соціальній мережі, популяризує свої інформаційні ресурси (традиційні та електронні), послуги, які вона надає, просвітницькі заходи тощо, намагалася діяти відповідно до сучасних трендів, використовуючи відео та аудіоконтент. Зокрема, створювалися відеоролики та відеопрезентації, розміщувалися пости з актуальною інформацією, анонси про заходи і фотозвіти, проводилися флешмоби, висвітлювалась участь у акціях, популяризувалося читання та ін. Такі повідомлення отримували доволі велику кількість коментарів та уподобань читачів. Кількість переглядів та коментарів на розміщений бібліотекою в соціальній мережі контент свідчить про підвищення ефективності задоволення та забезпечення якості комунікації з користувачами. Наприклад, чимало коментарів і уподобань (1446) мали повідомлення про урочисте вручення дипломів випускникам, які завершили навчання за освітнім ступенем «Бакалавр», фотозвіти про пізнавально-оглядову екскурсію для студентів «Чарівний світ книги» (764), «Знайомство з бібліотекою та важливим і цікавим предметом «Культурологія та культура мовлення»» (878), тренінг «Інфомедійна грамотність» (843) тощо.

Аналіз роботи Наукової бібліотеки в соціальній мережі дає підстави стверджувати, що одним з істотних факторів, що визначають рівень користувацького інтересу до її ресурсів, є періодичність оновлення та наповнюваність контенту. Якщо взяти до уваги кількість користувачів, то як порівняти з 2019 роком, аудиторія ресурсу зросла на 326 користувачів (617 проти 291 у 2019 році). Неважко провести паралелі й стосовно кількості публікацій (291 проти 140 у 2019 році). Таким чином, найчастіше та найбільш наповнювані інформацією сторінки мають відповідно вищий показник користувацького інтересу.

У НБ створено окремий архів повідомлень, який дає можливість упередити їх повторюваність, забезпечити наступність інформації, дотримуватися визначеної періодичності оновлення контенту. Контент сторінки мультиформатний, за змістом інформативно-анонсуючий і спрямований на розкриття фондів бібліотеки. Аби забезпечити якомога частіше відвідування користувачами бібліотечної сторінки, НБ намагається наповнювати її корисною, цікавою, достовірною інформацією, що містить посилання на фонди бібліотеки й світові наукові ресурси, відео і фотоматеріали; ставити дискусійні питання, які б сприяли діалогу між бібліотекарями, постійними користувачами, випадковими відвідувачами, мотивували їх залишати коментарі до постів, висловлювати свої думки. Не потрібно зайвий раз говорити про грамотність подання інформації, адже це не тільки справляє гарне враження від установи, а ще й сприяє грамотності користувачів. Адже якщо при спілкуванні в соцмережах з друзями людина дозволяє собі допускати помилки, виправдовуючи себе тим, що це особисте листування, не доступне широкому колу осіб, то користувач бібліотечних представництв буде намагатися висловити свої думки грамотно. Як стверджує Н. Свергунова, коментарі на бібліотечних сторінках у соціальних мережах можуть слугувати навчальним інструментом для користувачів, які не вміють чітко і правильно висловлювати свої думки [1].

Багато хто з фахівців вказують на характерні для бібліотечних фейсбук-сторінок помилки, як-от: відсутність хештегів, переважання повідомлень інформативного та

анонсуючого змісту над контентом, що розкриває бібліотечні фонди, недостатній рівень або відсутність опису фото та відеоматеріалів, низька періодичність оновлення та інформаційної наповнюваності сторінки [3].

З цим важко не погодитись. Наприклад, задля підтримки постійного користувацького інтересу до сторінки Наукової бібліотеки у фейсбуці її оновлення відбувається не рідше трьох-чотирьох разів на тиждень. Створювані в мережі пости окрім невеликого обсягу (три-п'ять речень орієнтуючого характеру) мають гіперпереходи на сайт бібліотеки та містять хештеги. Текстові повідомлення ретельно перевіряються на наявність помилок та дотримання авторських прав.

Отже, задля якісного комунікування з користувачами й ефективного функціонування бібліотечних фейсбук-представництв існують певні закономірності, обумовлені способами представлення інформації, змістом контенту, дотриманням оптимальних показників оновлюваності та наповнення мережеских сторінок, а професійно створений інтерфейс мережевої сторінки та грамотно представлені матеріали тільки сприятимуть підвищенню ефективності комунікації з користувачами.

Але не лише соціальна мережа «Фейсбук» сприяє комунікації з користувачами. У 2021 році створено власний канал НБ на найбільш популярному світовому відеохостингу «Ютуб» та розміщено перше відео – віртуальну виставку до ювілею доктора технічних наук, професора, першого проректора, заслуженого працівника освіти України С.Г. Костогриза. Канал має назву «Бібліотека Хмельницького національного університету», має логотип бібліотеки, на головній сторінці сайту книгозбірні є кнопка-посилання на канал (рис.2).

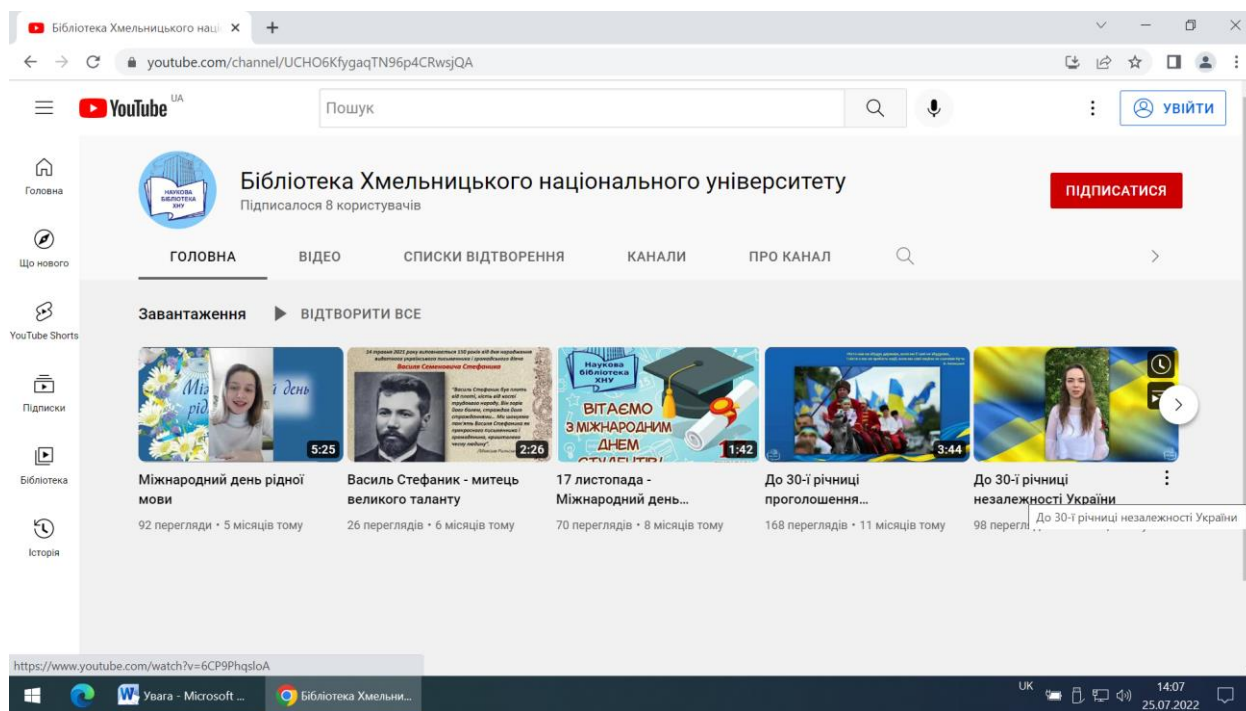


Рис.2. Ютуб-канал «Бібліотека Хмельницького національного університету»

Наразі на каналі розміщено 9 відео. Це віртуальні виставки, відеопрезентації, вітання, приурочені до певних подій, які за невеликий час переглянуто 1308 разів. Канал поки має небагато підписників, але задля подальшого розвитку каналу, просування бібліотеки, її ресурсів та послуг, популяризації читання, збільшення підписників, бібліотека активізує

наповнення каналу цікавим інформаційним контентом та рекламує його на сайті бібліотеки, фейсбук-сторінці.

Сучасні мережеві технології є важливим комунікаційним інструментом, що дозволяє розвивати нові напрями діяльності, збільшувати свою інтернет-аудиторію, підвищувати ефективність реалізації покладених на бібліотеку завдань. Перспективним напрямом у комунікаційному процесі є використання блогів, форумів, чатів для покращення діалогу зі своїми користувачами, популяризації продуктів та послуг бібліотеки. Інформаційні технології та нові медіа так міцно і швидко входять у наше життя, що осмислення їх впливу на нього вимагає постійної уваги до цієї теми. Тож потрібно тримати руку на пульсі, вміти відстежувати, аналізувати й осмислювати новини, розуміти, як ефективно застосовувати нові медіапрактики у діяльність книгозбірні.

Список використаних джерел

1. Свергунова Н. М. Бібліотеки в соціальних мережах: необхідність чи дань моді / Н. М. Свергунова // Наук. і техн. б-ки. – 2016. – № 5. – С. 52–58.

2. Струнгар В. Інформаційно-комунікаційна модель бібліотечного представництва в соціальних медіа [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3886:informatsijno-komunikatsijna-model-bibliotechnogo-predstavnitstva-v-sotsialnikh-media&catid=81&Itemid=415 .

3. Тарасенко Н. Інформаційні комунікації в середовищі соціальних мереж: аспекти стандартизації бібліотечного сегмента [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3119:informatsijni-komunikatsiji-v-seredovishchi-sotsialnikh-merezh-aspekti-standartizatsiji-bibliotechnogo-segmenta&catid=81&Itemid=415 .

4. Шестеркіна Л. Основні характеристики соціальних медіа [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-harakteristiki-novyhsotsialnyh-media>.

УДК 027.7(477.43):378.018.43

Олеся Пагор,
бібліотекарка 2 категорії
відділу електронних інформаційних ресурсів
бібліотеки Кам'янець-Подільського національного
університету імені Івана Огієнка

Інформаційний супровід дистанційного навчання бібліотеками закладів вищої освіти

Анотація. У статті висвітлено діяльність бібліотек закладів вищої освіти України й, зокрема, бібліотеки Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана