

Оксана Карашук,

мол. наук співроб., аспірант,

Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського,

Україна, Київ

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІННОВАЦІЙНЕ ДЖЕРЕЛО НАДАННЯ БІБЛІОТЕЧНИХ ПРОДУКТІВ І ПОСЛУГ

У статті досліджено соціальні мережі як інноваційне джерело надання бібліотечних продуктів і послуг. Проаналізовано роль соціальних інтернет-мереж і їх прояв у різних аспектах. Доведено, що соціальні мережі виступають як сучасний чинник рекламування та розповсюдження видавничої продукції.

Також у статті наголошується на тому, що соціальні мережі на сьогодні виступають важливим фактором популяризації інформаційних ресурсів бібліотек, а також способом рекламування бібліотечної діяльності, просування продуктів і послуг бібліотек у соціальних мережах. Проаналізовано зміну кількості підписників на сторінки в мережі Facebook з 2015 р. по червень 2018 р.

Ключові слова: бібліотека, соціальні мережі, користувач, інформаційний продукт, комунікативний простір.

Протягом останніх десятиліть ХХ ст. відбулися кардинальні зміни у сфері інформаційних комунікаційних систем. Ми переживаємо історичний період дуже швидкого зростання інформаційних технологій. Саме розвиток інформаційної сфери, рівень інформаційної безпеки найближчим часом визначатимуть політичну й економічну роль держави на світовій арені. Інтернет на цьому етапі розвитку людства набуває особливого значення: він сприяє трансформації ціннісних орієнтирів людства та його соціальних структур. Глобальна інформатизація як технологічна основа активізації глобальних процесів в усіх регіонах світу не лише забезпечує доступ усім категоріям сучасного суспільства до його інформаційних ресурсів, а й залучає їх до активної участі в інформаційних обмінах, масового розвитку процесів інфотворення.

Інформаційні технології сучасності сприяють зростанню соціальної активності членів суспільства. Ця активність виражається сьогодні в реалізації можливостей для самовираження, обміну соціальним досвідом, діяльності, спрямованої на особисте вдосконалення та прогресивний розвиток суспільства. При цьому останнім часом з розвитком інформаційних техно-

логій, загальносуспільної системи соціальних інформаційних комунікацій в Україні ми спостерігаємо характерний також і для інших країн світу процес самоорганізації вітчизняного інформаційного простору в напрямі формування системи соціальних інформаційних мереж [2].

Із самого початку створення соціальних мереж передбачало комунікативно-інформаційну функцію. Термін «соціальна мережа» з'явився задовго до появи Інтернету в 1954 р. і означав тісні взаємовідносини між двома та більше людьми. Термін був започаткований британським соціологом, представником Манчестерської школи Д. Барнсом для визначення зразків соціальних зв'язків, які йшли у розріз традиційними для багатьох соціологів поняттями, такими як обмежені групи (племена, сім'ї), або такими соціальними категоріями, як стать чи етнічна належність тощо. На сьогодні прийнято вважати, що соціальна мережа – це соціальна структура, створена об'єднаними за однією або декількома ознаками взаємозалежності вузлами, які здебільшого представлені індивідуальними членами або організаціями. Соціальні мережі можуть бути створені на тлі спільності цінностей, дружби, родинності, неприязні, конфлікту, торгівлі, зв'язків у мережі Інтернет, сексуальних зв'язків, релігійних поглядів тощо. У мережі Інтернет під соціальною мережею розуміють програмний продукт, який надає певні послуги, майданчик для взаємодії людей (індивідів, користувачів) у групі/групах. Як соціальну мережу можна розглядати будь-яке онлайн-співтовариство, учасники якого взаємодіють один з одним (наприклад, шляхом обговорення різних проблем). У своєму дослідженні С. Івашнова описує «соціальну мережу» як віртуальний майданчик, що забезпечує своїми засобами спілкування, підтримку, створення, розбудову, відображення та організацію соціальних контактів, у тому числі й обмін даними між користувачами та обов'язково передбачає попереднє створення облікового запису [1].

З появою Інтернету кардинально змінилися форма, зміст, механізм, функції соціальних комунікацій. Розвиваючись, Інтернет дав можливість використовувати всі його здобутки в різних його проявах. Одним з таких проявів стали соціальні мережі, які вже сьогодні мають статус невід'ємного атрибуту нашого життя. Сьогодні просто неможливо уявити собі сучасну людину, яка б не використовувала у своєму житті соціальні мережі.

Соціальні інтернет-мережі поступово стають важливим інструментом громадянського суспільства, засобами масової інформації з найбільш вираженим на сьогодні ступенем незалежності, що обслуговують громадські інтереси й потреби, формують громадську думку [2].

У цьому розумінні роль соціальних інтернет-мереж може проявлятися в таких аспектах:

- соціальні інтернет-мережі, вибудовуючи горизонтальні зв'язки, можуть впливати на функціонування вертикальних інформаційних мереж;

- соціальні інтернет-мережі мають здатність налагоджувати зв'язки між соціальними групами;

- у соціальних інтернет-мережах забезпечується необхідна на сьогодні швидкість обміну інформацією;

- соціальні інтернет-мережі сприяють налагодженню зворотного зв'язку і відтак більш оперативному реагуванню управлінської сфери на запити громадян;

- соціальні інтернет-мережі створюють умови для прозоріших економічних і політичних процесів;

- за допомогою соціальних інтернет-мереж може здійснюватися представництво інтересів не тільки соціальних груп, а й цілих соціальних верств населення – роботодавців, найманих працівників, споживачів тощо перед органами влади та місцевого самоврядування.

Отже, на сьогодні ми можемо стверджувати, що у розвинутих демократичних країнах соціальні інтернет-мережі справді перетворюються із супутніх чинників формування громадянського суспільства на їхню важливу складову.

У зв'язку зі стрімким розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, в останні роки значної ролі набули соціальні мережі як універсальний засіб інтернет-комунікації – особливо серед молоді, яка зазвичай користується в Україні такими соціальними мережами, як Facebook, «ВКонтакте», сервісом мікроблогів Twitter, фотосервісом Instagram тощо.

Така популярність соціальних мереж стає значним підґрунтям для їх використання, зокрема молоддю, не лише з розважальною, інформативною та комунікативною метою, а й для пошуку матеріалу для навчання, саморозвитку, підвищення кваліфікації. Тобто соціальні мережі поступово стають повноцінним освітньо-культурним середовищем, яке сприятиме формуванню духовності, освіченості, культури спілкування у віртуальному середовищі, розвитку комунікативної компетентності, що в подальшому позитивно впливатиме на адаптацію до професійної діяльності. Недаремно фахівці в галузі освіти дедалі частіше зазначають, що і навчання, і підвищення освітнього рівня має відбуватися там, де учні (студенти) проводять найбільше часу. На сьогодні

«домівкою» для більшості з них став Інтернет, зокрема соціальні мережі [3].

Крім того, соціальні інтернет-сервіси є досить ефективним інструментом для комунікації учасників віртуальних спільнот – поетів, акторів, фахівців творчих професій, молодих науковців, представників духовної сфери, а також для обміну між ними контентом різного типу [4]. Соціальні інтернет-сервіси таким чином впливають на всі сфери суспільного життя – економічну, соціальну, політичну, духовну.

Новою формою реалізації активної позиції треба назвати мережеву активність, однією з найбільш актуальних форм якої, без перебільшення, можна назвати соціальні мережі, що стали інноваційним технологічним трендом початку ХХІ ст. Людина потребує більше можливостей для спілкування, така нагальна потреба стала ще однією причиною появи та стрімкого поширення соціальних мереж, а їхній розвиток дав змогу впроваджувати в життя безліч інноваційних бізнес-моделей, стратегій і технологій.

Окремо треба розглядати соціальні мережі як сучасний чинник. У цьому ракурсі видавництва повільно, але зорієнтувалися і використали можливість сучасних технологій, створивши власні сторінки в соціальних мережах, розмістивши семантично значущу інформацію, розширивши власне інформаційне поле й вибудувавши новий канал просування та інформування. Однак суб'єктам видавничої галузі потрібно не лише номінально засвідчити свою присутність у інтернет-просторі, а й вести там активну роботу, яка передбачає оцінювання та розуміння бізнес-показників. Соціальна мережа обґрунтовано вважається засобом формування осередків комунікацій у сучасному світі, через що вона поступово трансформується на стратегію із заповнення інформаційного вакууму, актуалізуючи компенсаторні можливості соціуму; видавництво здобуває реальні механізми для отримання зворотного зв'язку та цінної інформації від читачів, оцінювання реакції на новий продукт. Аналізуючи отримані відомості, можна досягти вирішення ряду важливих завдань з популяризації іміджу видавництва та видавничої продукції, а особливо формування різних систем взаємин зі споживачами видавничої продукції [5]. Більше того, на сьогодні соціальні мережі є важливим фактором популяризації інформаційних ресурсів бібліотек, а також способом рекламування бібліотечної діяльності, просування продуктів і послуг бібліотек у соціальній мережі Facebook. Соціальні мережі для бібліотек стали затребуваним і популярним засобом комунікації зі своїми користувачами, що, у свою чергу, сприяє позитивному формуванню образу та іміджу сучасної бібліотеки.

Теоретичні й практичні аспекти представлення бібліотек в інтернет-просторі активно досліджуються вітчизняними та закордонними науковцями. Так, окремі аспекти діяльності бібліотек в електронному середовищі досліджували: І. Давидова, М. Дворкіна, В. Ільганаєва, Л. Костенко, М. Слободяник, В. Степанова, І. Суськова, А. Чачко, Я. Шрайберг. Особливості використання соціальних медіа в роботі бібліотек досліджували М. Самсонов, Л. Чуприна, Ю. Якименко.

Науковці тлумачать термін «соціальні мережі» як платформу, онлайн-сервіс або веб-сайт, що призначені для побудови, відображення й організації соціальних взаємовідносин, візуалізацією яких є соціальні графи; як віртуальний майданчик для синергії користувачів у певній групі [11].

Науковий колектив НБУВ працює над розробленням теоретичних питань, зокрема, у серії колективних монографій, створених під керівництвом О. Онищенко, В. Горового, В. Попика [7, 8, 9, 10].

Виконуються також дослідження, спрямовані на теоретичні узагальнення. Зокрема, В. Горовий розглядає соціальні інформаційні комунікації, їхній зміст, особливості розвитку в процесі еволюції суспільства; досліджує джерельну базу їх функціонування як систему соціальних інформаційних баз та інфотворчих структур українського суспільства; розглядає перспективи розвитку цієї соціальної інформаційної системи [6].

Фахівцями з бібліотечної справи досліджувалися можливості соціальної мережі Facebook як нового засобу комунікації з користувачами через мережу Інтернет. Системне дослідження участі бібліотек у інтерактивній комунікації соціальних медіа досліджується як у колективних монографіях [10], так і в індивідуальних дослідженнях. Зокрема, Т. Гранчак [12] висвітлює результати використання національними бібліотеками соцмереж для представлення бібліотечних продуктів і послуг; Н. Тарасенко [13] вивчає розкриття бібліотечних фондів засобами соціальних мереж як фактор наповнення інформаційного простору; В. Струнгар [14, 15] досліджує представлення бібліотеки в інтерактивному медіа-середовищі, бібліотечні проекти в соціальних медіа як джерела бібліотекознавчих досліджень; А. Вітушко [16] аналізує можливі шляхи розв'язання проблеми безпечного використання соціальних мереж у роботі бібліотечних установ; Г. Булахова [17] представляє рекламну стратегію просування продуктів і послуг бібліотек у соціальній мережі Facebook.

Сучасна бібліотека за умов жорсткої конкуренції є джерелом інформації та повинна шукати шляхи поширення, популяризації наукових і технологічних знань. Перед бібліотечними працівниками стоїть завдання виходу на новий інформаційний рівень обслуговування, що обумовлено якісними

змiнами в усiх сферах життя. Ця проблематика перебуває в полi зору таких науковцiв, як Г. Булахова, А. Вiтушко, I. Терещенко, Л. Чернявська та iн. Усi цi науковцi одностайно пiдтримують iдею виходу бiблiотеки у вiртуальне середовище, де може вiдбуватися якiсна та кiлькiсна популяризацiя будь-яких ресурсiв, зокрема iнформацiйних [18].

На сьогодні в бібліотечній системі України не розроблено документів, що регламентують діяльність бібліотек у соціальних медіа, тому створення сайтів і представництв бібліотек у соціальних мережах відбувається з урахуванням загальноприйнятих вимог до їх функціонування, а їх інформаційне наповнення часто визначається бібліотечними працівниками інтуїтивно. Проте з огляду на зростаючу роль бібліотек як важливої складової інформаційної інфраструктури, що надає доступ до якісної, достовірної та структурованої інформації, а також виходячи із твердження про належність бібліотечних сторінок у соціальних мережах до інформаційних продуктів бібліотек, актуальним видається розроблення й запровадження стандартів присутності бібліотек у середовищі соціальних мереж, які включали б, зокрема, сформовані на основі моніторингу присутності бібліотек у соціальних мережах та рекомендацій фахового середовища орієнтовні стандарти дизайну обкладинки та інформаційного наповнення мережевої сторінки бібліотеки, посадові інструкції й норми праці бібліотечного фахівця зі створення та підтримки функціонування цього ресурсу [19].

У монографії авторського колективу НБУВ розглядаються особливості розвитку соціальних мереж у системі соціальних комунікацій. Досліджуються тенденції їх активізації в сучасній соціальній інформаційній системі, роль у розбудові вітчизняного комунікативного простору, соціальне й науково-освітнє значення [8].

Як зазначає А. Вiтушко, соціальні мережі, форуми, блоги – це середовище з практично миттєвою швидкістю поширення iнформацiї та досить сильним ефектом пам'ятi. Усi офiцiйнi установи вiд звичайного коледжу чи унiверситету до Президента України переходять в електронний формат комунікацiї, яка є вдалим маркетинговим рiшенням. Якщо бiблiотека хоче бути сучасною та орієнтованою на користувача, вона повинна звернути увагу на соціальні мережі та активно вести в них роботу [18].

Розробляючи блог, потрібно чітко визначити мету, послідовність дій для досягнення кінцевого результату, а також сформувані кінцевий результат [2]. Бібліотечний блог не можна сприймати як платформу для повідомлень і новин. Він має працювати як система «бібліотека – корис-

тувач». О. Проців, завідувач відділу інформації Тернопільської ОУНБ, у своїй статті «Створюємо блог бібліотеки» пропонує такі варіанти, які допоможуть сформулювати мету для створення блогу:

- показати, що книгозбірня є сучасною установою, яка готова до конструктивного спілкування, критики, змін та інновацій;
- поліпшити спілкування з потенційними користувачами через діалог і коментарі;
- популяризувати інформаційні або інші послуги серед читачів, які шукають інформацію в Інтернеті, у тому числі в блозі;
- підвищити пізнаваність бранда бібліотеки для того, щоб більше людей могли відповісти на запитання «Що таке бібліотека?» та «Навіщо вона потрібна?»;
- проводити опитування й отримувати миттєві відповіді від читачів;
- підтримувати зв'язок із читачами. Як правило, коли блог оновлюється, вони отримують повідомлення (ще один вагомий доказ того, що треба писати регулярно);
- поширювати інформацію про послуги книгозбірні й змусити людей говорити про них;
- спілкуватися зі ЗМІ, адже багато журналістів при підготовці репортажів, сюжетів використовують блоги й мікроблоги;
- залучати нових співробітників [20].

Сьогодні бібліотеки України використовують у своїй роботі соціальні мережі, серед яких перше місце займає соціальна мережа Facebook. Бібліотеки сконцентрували свою увагу саме на цій соціальній мережі через те, що платформа Facebook має ряд досить важливих критеріїв: високі рейтинги використання, цільова аудиторія ресурсу (старша 14 років), наявність різноманітних груп (спільнот) за інтересами, можливість рекомендувати ту чи іншу інформацію сторінки друзям (обмін посиланнями).

У сучасному комунікативному просторі важливими для розкриття потенціалу бібліотек є такі характеристики функціонування соціальних мереж, як періодичність, інформативність, фінансова доступність, глобальність, демократичність і наявність зворотного зв'язку. Співтовариства, створені в соціальній мережі, – це один зі способів змінити стереотипи щодо бібліотеки як консервативної установи, підняти її престиж, залучити нових користувачів. Сторінки бібліотек у соціальних мережах дають можливість удосконалити форми інформаційно-бібліотечного обслуговування користувачів, підвищити його ефективність, забезпечити надання оперативного доступу до нових надходжень, інфор-

мування стосовно виставок, конференцій та інших бібліотечних подій. Щоб утримувати цільову аудиторію на сторінці бібліотеки, необхідно постійно підживлювати інтерес до неї, постійно оновлювати сторінку, викладати новий цікавий контент. Таким чином, інформаційні продукти на сторінці стають мобільними, такими, що змінюються. Формат контенту вибирається залежно від спрямованості бібліотеки й потреб аудиторії, щоб він був актуальним, спонукав користувачів до спілкування. Очевидно, що категорія читачів значно відрізняється, наприклад, у наукової, дитячої бібліотеки, бібліотеки ВНЗ, спеціалізованих бібліотек, як, скажімо, медичної чи юридичної [21].

Як зазначає Н. Тарасенко, публікації в соціальній мережі повинні бути регулярними, щоб онлайн-користувач «зловив хвилю» періодичності наповнення сторінки бібліотеки та знав наперед, коли на нього чекає нова інформація. Якщо нова інформація часто запізнюється чи не з'являється взагалі, читачі можуть втратити довіру до бібліотеки. Одним із чинників популярності сторінки бібліотеки в соціальній мережі є спілкування з її відвідувачами. Тому важливою є реагентність сторінки, тобто вчасна відповідь на коментарі, критику чи запитання користувачів, яка показує, що їхні думки та участь у житті бібліотеки важливі. Постійно підтримуючи спілкування з користувачами в спільноті, відслідковуючи позитивні й негативні коментарі та відгуки, своєчасно аналізуючи їх, бібліотека отримує можливість виправляти певні критиковані моменти, покращувати з урахуванням конструктивних пропозицій або залишати незмінним у випадку позитивного сприйняття виставлені на сторінці чи сайті інформаційні продукти. Звичайно, можна погодитися з твердженням Н. Тарасенко, що для привернення уваги до сторінки бібліотеки в соціальній мережі варто також брати активну участь у обговореннях інших учасників соцмережі, лайкати інформацію друзів, репостити вподобану інформацію та бути активним у обговореннях інформаційних продуктів на сторінках бібліотек-партнерів [21].

Авторами бібліотечних сторінок є бібліотечні працівники, які слідкують за оновленням, пишуть пости, розміщують анонси. Пости на сторінці мають бути грамотними, цікавими, зрозумілими читачу, поєднувати інформативність і лаконічність. Значно покращує сприйняття інформації наявність мультимедійного компонента – фото, відеоматеріалів, таблиць, схем. Сторінка бібліотеки в соціальній мережі є інтерактивною, тобто такою, що постійно поповнюється контентом, створюваним безпосередньо учасниками мережі. Коментарі, відгуки, оцінки користувачів, розміщені на сторінці бібліотеки в соціальній мережі, особливі та цінні

тому, що відображають крізь призму їхнього особистісного сприйняття виставлені бібліотекою інформаційні ресурси, що є, з одного боку, додатковим індикатором їхньої важливості, актуальності, а з іншого – одним з показників, що характеризує стан суспільства чи його певної частини [21].

Наприклад, на сьогодні Національна бібліотека Білорусі має офіційну відкриту спільноту у «ВКонтакте»; Національна польська бібліотека має сторінки на Facebook, YouTube; Бібліотека Конгресу США – YouTube, Facebook, Pinterest, LinkedIn, Twitter, Apple, Flickr; Німецька національна бібліотека – Facebook, Twitter.com Національна бібліотека Великої Британії – Facebook, Twitter, Tripadvisor.co.uk, Youtube, Google+, Pinterest; Національна бібліотека Франції – Facebook, Twitter, Dailymotion, YouTube, Apple, Instagram; Національна бібліотека Кореї – Facebook, Twitter; Національна бібліотека Австралії – Facebook, Twitter, Flickr; Александрійська бібліотека (Єгипет) – Facebook, Twitter, YouTube тощо.

Як бачимо, серед найпопулярніших сайтів на сьогодні є Facebook, Twitter, «ВКонтакте». Проте НБУВ, за даними із сайту nbuv.gov.ua, офіційно представлена лише у Facebook. Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського, станом на 1 травня 2015 р., має 1 тис. 527 підписників; Служба інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади – 180 підписників; Національна юридична бібліотека – 275 підписників, Фонд Президентів України – 86 підписників, Австрійська бібліотека в Києві – 267 підписників [18].

Так, яскравим прикладом можуть служити сторінки відділів Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. Кількість підписників сторінок НБУВ у мережі Facebook різна. Найпопулярнішою, станом на квітень 2017 р., є сторінка прес-служби НБУВ – 3 тис. 285 підписників, НЮБ – 1 тис. 74, Відділ музичних фондів НБУВ – 595, Центр науково-бібліографічної інформації НБУВ – 381, Австрійська бібліотека в Києві – 376, СІАЗ – 279, ФПУ – 181, Інститут рукопису НБУВ – 175. Аналіз зазначених мережевих сторінок дає підстави стверджувати, що одним з істотних факторів, що визначають рівень користувацького інтересу до цих ресурсів, є періодичність їх оновлення й наповнюваність. Так, Facebook-сторінки прес-служби НБУВ і НЮБ, які є лідерами за кількістю підписників, опублікували за березень 2017 р. 59 і 45 постів відповідно, при цьому прес-служба оновлювала сторінку майже щодня, публікуючи від одного до чотирьох повідомлень, а НЮБ – два-три рази на тиждень від одного до дев'яти повідомлень. Водночас сторінки підрозділів з найменшою кількістю підписників – ФПУ та Інституту рукопису НБУВ – мають значно нижчі показники оновлення й напов-

нюваності. За березень 2017 р. Facebook-сторінка ФПУ розмістила три повідомлення, Інституту рукопису – п'ять. Таким чином, найчастіше та найбільш наповнювані інформацією сторінки мають вищий показник користувачького інтересу [22].

Кількість підписників сторінок НБУВ у мережі Facebook, станом на червень 2018 р. – 4 тис. 594 підписників, вона залишається найпопулярнішою; сторінка прес-служби НЮБ – 1 тис. 225, Австрійська бібліотека в Києві – 439, СІАЗ – 315, ФПУ – 266.

Аби забезпечити якомога частіше відвідування користувачами бібліотечних представництв у соціальних мережах, бібліотеки мають наповнити їх корисною, цікавою, достовірною інформацією, що містить дослідницькі статті, посилання на фонди бібліотеки, ресурси партнерів, відео і фотоматеріали, створювати дискусійні приводи, які б генерували діалоги між бібліотекарями, постійними користувачами, випадковими відвідувачами, мотивували їх залишати коментарі до постів, висловлювати свої думки з різних питань. При цьому, як стверджує Н. Свергунова [23], коментарі на бібліотечних сторінках у соціальних мережах можуть служити навчальним інструментом для користувачів, які не вміють чітко й правильно висловлювати свої думки. Якщо при спілкуванні в соцмережах з друзями людина дозволяє собі допускати помилки, виправдовуючи себе тим, що це особисте листування, недоступне широкому колу осіб, то користувач бібліотечних представництв намагатиметься висловити свої думки грамотно. Прикладом для користувача можуть служити публікації та коментарі, опубліковані бібліотечними фахівцями.

Задля підтримки постійного користувачького інтересу до Facebook-сторінки бібліотеки її оновлення має відбуватися не рідше чотирьох разів на тиждень. Важливо не лише викладати інформацію, а й підтримувати зворотний зв'язок з користувачами – оперативно відповідати на коментарі, ставити запитання, намагатися зрозуміти, що ще цікаво аудиторії.

Організуюючи доступ до знань, необхідних для різних видів діяльності, бібліотека тим самим сприяє зростанню матеріального добробуту суспільства [22].

Таким чином, соціальні мережі мають неабиякий вплив на життя кожної сучасної людини та на суспільство загалом. Тому надзвичайно важливо й надалі проводити дослідження в цьому напрямі. Перспективним напрямом дослідження може бути детальний розгляд різних видів соціальних мереж, їхніх властивостей і структури, можливість взаємодії різних соціальних мереж у майбутньому. Також варто звернути увагу на маніпуляцію і вплив, що відбувається за допомогою соціальних мереж.

Отже, одним з перспективних способів просування та популяризації товару на ринку чи різного виду послуг є соціальні мережі, які стали популярними через появу нагальної потреби в спілкуванні. Використання національними бібліотеками соціальних мереж стає важливим чинником для представлення бібліотечних продуктів і послуг.

Інтернет й соціальні мережі стали ефективним інструментом спілкування для людей різних професій, націй тощо, а також це можливість для професійного зростання і вдосконалення, самовираження, це стимул до творчої активності.

У перспективі бібліотекам потрібно представляти себе в декількох соціальних мережах, які будуть орієнтовані на різну аудиторію, маючи активні сторінки, які постійно поповнюються новою інформацією. Потрібно також здійснювати свій вплив на зовнішнє середовище з метою популяризації інформаційних ресурсів бібліотеки. Необхідною умовою поширення наукової інформації буде підтримання двостороннього діалогу між бібліотекою та потенційним читачем.

Список використаних джерел

1. Соціальні мережі: різні аспекти впливу на людину [Електронний ресурс] // Українське право. – 2017. – 10.11. – Режим доступу: http://ukrainepravo.com/legal_publications/essay-on-it-law/it_law_berkiy_Social_networks_and_there_involves. – Назва з екрана.

2. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : доповідь [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nbuvip.gov.ua/images/naukovidorovidi/2.pdf>. – Назва з екрана.

3. *Патаракин Е. Д.* Социальные взаимодействия и сетевое обучение 2.0 / Е. Д. Патаракин. – М. : НП «Современные технологии в образовании и культуре», 2009. – 176 с.

4. *Пелещишин А. М.* Процеси управління інтерактивними соціальними комунікаціями в умовах розвитку інформаційного суспільства : монографія / А. М. Пелещишин, Ю. О. Серов, О. Л. Березко, О. П. Пелещишин [та ін.] ; ред. А. М. Пелещишин. – Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2012. – 368 с.

5. *Водолазька С.* Соціальні мережі як інноваційний спосіб просування та популяризації видавничої продукції [Електронний ресурс] / С. Водолазька // Укр. інформ. простір. – Число 1. – Ч. 1. – 2013. – С. 30–34. – Режим доступу: http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1_1/vodolazka_s_v_sotsialni_merezhi_yak_innovatsiyni_sposib.pdf. – Назва з екрана.

6. *Горовий В.* Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс / В. Горовий ; наук. ред. Л. А. Дубровіна ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2010. – 360 с.

7. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства / О. Онищенко, В. Горовий, В. Попик та ін. ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2014. – 260 с.

8. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства / О. Онищенко, В. Горовий, В. Попик та ін. ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2013. – 250 с.

9. Технології розвитку і захисту національного інформаційного простору / О. Онищенко (кер. проекту), В. Горовий, В. Попик та ін. ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2015. – 296 с.

10. Проблеми суспільної безпеки в процесі розвитку соціальних мереж / В. Попик (кер. проекту), В. Горовий, О. Онищенко та ін. ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2015. – 202 с.

11. *Булахова Г.* Соціальні мережі як засіб реклами бібліотечної діяльності [Електронний ресурс] / Г. Булахова. – Режим доступу: <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/97>. – Назва з екрана.

12. *Гранчак Т.* Використання національними бібліотеками соцмереж для представлення бібліотечних продуктів і послуг / Т. Гранчак // Бібл. вісн. – 2016. – № 1. – С. 18–29.

13. *Тарасенко Н.* Розкриття бібліотечних фондів засобами соціальних мереж як фактор наповнення інформаційного простору [Електронний ресурс] / 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, 2014. – Вип. 39. – С. 205–218. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nprnbuimviv_2014_39_19. – Назва з екрана.

14. *Струнгар В.* Бібліотечні проекти в соціальних медіа як джерела бібліотекознавчих досліджень [Електронний ресурс] / 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, 2015. – Вип. 41. – С. 371–381. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nprnbuimviv_2015_41_28. – Назва з екрана.

15. *Струнгар В.* Представлення бібліотеки в інтерактивному медіа-середовищі: змістовий аналіз [Електронний ресурс] / 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. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/prnbuimviv_2017_46_22. – Назва з екрана.

16. *Вітушко А.* Проблема використання в бібліотечному інформаційному виробництві соціальних мереж з очки зору інформаційної безпеки / А. 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. 36. – С. 181–191.

17. *Булахова Г.* Рекламна стратегія просування продуктів і послуг бібліотек у соціальній мережі Facebook [Електронний ресурс] / Г. Булахова // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2016. – Вип. 43. – С. 331–345. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/prnbuimviv_2016_43_23. – Назва з екрана.

18. *Савицька Л.* Використання соціальних мереж для популяризації інформаційних ресурсів бібліотек [Електронний ресурс] / Л. Савицька // 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, 2016. – Вип. 44. – С. 54–61. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/prnbuimviv_2016_44_7. – Назва з екрана.

19. *Тарасенко Н. В.* Бібліотеки в соціальних мережах: до питання стандартів діяльності [Електронний ресурс] / Н. В. Тарасенко // Бібліотека. Наука. Комунікація. Стратегічні завдання розвитку наукових бібліотек : Міжнар. наук. конф. (м. Київ, 4–6 жовт. 2016 р.). – Режим доступу: <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/837>. – Назва з екрана.

20. *Проців О.* Створюємо блог бібліотеки / О. Проців // Шк. б-ка. – 2012. – № 3. – С. 51–54.

21. *Тарасенко Н.* Інноваційні аспекти бібліотечно-інформаційного виробництва [Електронний ресурс] / Н. Тарасенко. – Режим доступу: <http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=comcontent&view=article&id=1044%3Ainnovatsijni-aspekti-bibliotechno-informatsijnogo-virobnitstva&catid=81&Itemid=415>. – Назва з екрана.

22. *Тарасенко Н.* Інформаційні комунікації в середовищі соціальних мереж: аспекти стандартизації бібліотечного сегмента [Електронний ресурс] / Н. Тарасенко. – Режим доступу: http://nbuviar.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. – Назва з екрана.

23. *Свергунова Н. М.* Библиотеки в социальных сетях: необходимость или дань моде / Н. М. Свергунова // Науч. и техн. б-ки. – 2016. – № 5. – С. 52–58.

References

1. Sotsialni merezhi: rizni aspekty vplyvu na liudynu [Social networks: various aspects of impact on the person]. *Ukrainske pravo – Ukrainian Right*. Retrieved from http://ukrainepravo.com/legal_publications/essay-on-it-law/it_law_berkiy_Social_networks_and_there_involves [in Ukrainian].
2. Sotsialni merezhi yak chynnyk rozvytku hromadianskoho suspilstva [Social networks as factor of development of civil society]. *nbuviap.gov.ua*. Retrieved from <http://nbuviap.gov.ua/images/naukovidopovidi/2.pdf> [in Ukrainian].
3. Patarakin, E. D. (2009). Sotsialnye vzaimodeistviia i setevoe obuchenie 2.0 [Social interactions and network training 2.0]. Moscow [in Russian].
4. Peleshchyshyn, A. M. (2012). Protsesy upravlinnia interaktyvnymy sotsialnymy komunikatsiiami v umovakh rozvytku informatsiinoho suspilstva [Processes of management of interactive social communications in the conditions of development of information society]. Lviv [in Ukrainian].
5. Vodolazka, S. (2013). Sotsialni merezhi yak innovatsiyni sposib prosuvannya ta populiaryzatsii vydavnychoi produktsii [Social networks as innovative way of advance and promoting of publishing products]. *knukim.edu.ua*. Retrieved from http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1_1/vodolazka_s_vsotsialni_merezhi_yak_innovatsiyni_sposib.pdf [in Ukrainian].
6. Horovyi, V. (2010). Sotsialni informatsiini komunikatsii, yikh napovnennia i resurs [Social information communications, their content and resource]. Kyiv [in Ukrainian].
7. Onyshchenko, O. et al. (2014). Sotsialni merezhi yak instrument vzaiemovplyvu vlady ta hromadianskoho suspilstva [Social media as a tool for mutual government and civil society]. Kyiv [in Ukrainian].
8. Onyshchenko, O. et al. (2013). Sotsialni merezhi yak chynnyk rozvytku hromadianskoho suspilstva [Social networks as factor of development of civil society]. Kyiv [in Ukrainian].
9. Onyshchenko, O. et al. (2015). Tekhnolohiyi rozvytku i zakhystu natsionalnogo informatsiynoho prostoru [National Information Space Development and Protection Technologies]. Kyiv [in Ukrainian].
10. Popyk, V. et al. (2015). Problemy suspilnoi bezpeky v protsesi rozvytku sotsialnykh merezh [Problems of public safety in development of social networks]. Kyiv [in Ukrainian].
11. Bulakhova, H. Sotsialni merezhi yak zasib reklamy bibliotechnoi diialnosti [Social networks as advertizing medium of library activity]. *nbuv.gov.ua*. Retrieved from <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/97> [in Ukrainian].

12. Hrachak, T. (2016). Vykorystannia natsionalnomy bibliotekamy sotsmerezh dlia predstavlennia biblioteknykh produktiv i posluh [Usage social networks among national libraries for presentation of library products and services]. *Biblioteknyi visnyk – Library Journal*, no. 1, pp. 18–29 [in Ukrainian].

13. Tarasenko, N. (2014). Rozkryttia biblioteknykh fondiv zasobamy sotsialnykh merezh yak faktor napovnennia informatsiinoho prostoru [Disclosure of library stocks means of social networks as factor of filling of information space]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue 39, pp. 205–218. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/npnbuimviv_2014_39_19 [in Ukrainian].

14. Strunhar, V. (2015). Bibliotekni proekty v sotsialnykh media yak dzherela bibliotekoznavchykh doslidzhen [Library Projects in Social Media as Sources the Library of Researches]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue 41, pp. 371–381. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/npnbuimviv_2015_41_28 [in Ukrainian].

15. Strunhar, V. V. (2017). Predstavlennia biblioteky v interaktyvnomu media-seredovyshchi: zmistovyi analiz [Representation of library on the interactive media environment: substantial analysis]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue 46, pp. 329–344. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/npnbuimviv_2017_46_22 [in Ukrainian].

16. Vitushko, A. (2013). Problema vykorystannia v biblioteknomu informatsiinomu vyrobnytstvi sotsialnykh merezh z ochky zoru informatsiinoi bezpeky [The problem of using in the library information production of social networks with the viewpoint of information security]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue 36, pp. 181–191 [in Ukrainian].

17. Bulakhova, H. (2016). Reklamna stratehiia prosuvannia produktiv i posluh bibliotek u sotsialnii merezhi Facebook [Advertisement Strategy of Advancement of Foods and Services of Libraries in the Social Network of Facebook]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue 43, pp. 331–345. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/npnbuimviv_2016_43_23 [in Ukrainian].

18. Savytska, L. (2016). Vykorystannia sotsialnykh merezh dlia populiary-

zatsii informatsiinykh resursiv bibliotek [Usage of social networks for promoting of information resources of libraries]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue 44, pp. 54–61. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/npnbuimviv_2016_44_7 [in Ukrainian].

19. Tarasenko, N. V. (2016). Biblioteki v sotsialnykh merezhakh: do pytannia standartiv diialnosti [Libraries on social networks: to the question of standards of activity]. *Biblioteka. Nauka. Komunikatsiia. Stratehichni zavdannia rozvytku naukovykh bibliotek – Library. Science. Communication. Strategic Problems of Development of Scientific Libraries*. Retrieved from <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/837> [in Ukrainian].

20. Protsiv, O. (2012). Stvoriuiemo bloh biblioteki [Create the blog of library]. *Shkilna biblioteka – School library*, no. 3, pp. 51–54 [in Ukrainian].

21. Tarasenko, N. Innovatsiini aspekty bibliotечно-informatsiinoho vyrobnytstva [Innovative aspects of library and information production]. Retrieved from http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1044%3Ainnovatsijni-aspekti-bibliotечно-informatsijnogo-virobnitstva&catid=81&Itemid=415 [in Ukrainian].

22. Tarasenko, N. Informatsiini komunikatsii v seredovyschchi sotsialnykh merezh: aspekty standartyzatsii bibliotечноho sehmenta [Information Communication among Social Networks: Standardization Aspects of Library Segment]. *nbuviap.gov.ua*. Retrieved from http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3119:informatsijni-komunikatsiji-v-seredovishchi-sotsialnykh-merezh-aspekti-standartizatsiji-bibliotечно-segmenta&catid=81&Itemid=415 [in Ukrainian].

23. Svergunova, N. M. (2016). Biblioteki v sotsialnykh setiakh: neobkhodimost ili dan mode [Libraries on social networks: the need or tribute to fashion]. *Nauchnye i tekhnicheskie biblioteki – Scientific and Technical Libraries*, no. 5, pp. 52–58 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 11.12.2018.

Oksana Karaschuk,

Junior Research Associate, Ph. D. Student,
V. I. Vernadsky National Library of Ukraine,
Ukraine, Kyiv

Social Networks as an Innovative Source of Library Products and Services

The paper explores social networks as an innovative source of library products and services. The role of social Internet networks and their manifestation in various aspects are analyzed. It is proved that social networks act as a modern factor in advertising

and distribution of publishing products. Also, the paper emphasizes the fact that social networks today represent an important factor in promoting the library's information resources, as well as the way of promoting library activities, promoting products and services of libraries in the social network. The emphasis is placed on the fact that the modern library is in a difficult competition as a source of information, and this is the reason for library to look for ways of disseminating, popularizing scientific and technological knowledge. Also, the paper states that among the social networks that libraries of Ukraine use more frequently is the social network Facebook, a number of criteria are set out by which the Facebook platform attracts the attention of users. The paper states that national libraries should target all consumers of information, publications should be regular, communication with the library should be permanent, that is, there should be timely responses to reviews and comments.

It is important to note that the paper analyzes the change in the number of subscribers to pages in the Facebook network from 2015 to June 2018.

Keywords: library, social networks, user, informational product, communicative space.