

**НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА БІБЛІОТЕКА УКРАЇНИ
імені В. І. ВЕРНАДСЬКОГО**

**НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА БІБЛІОТЕКА УКРАЇНИ
імені В. І. ВЕРНАДСЬКОГО**

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

СТРУНГАР ВАЛЕРІЯ ВАЛЕРІЇВНА

УДК 021.1:316.77:07:004.77 (043.5)

ДИСЕРТАЦІЯ

**БІБЛІОТЕЧНА СКЛАДОВА В СИСТЕМІ СУСПІЛЬНОГО
ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА**

27.00.03 – книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство
27 – соціальні комунікації

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій (доктора філософії)

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело _____

(підпис, ініціали та прізвище здобувача)

Науковий керівник:
кандидат історичних наук
Половинчак Юлія Миколаївна

Київ – 2018

АНОТАЦІЯ

Струнгар В. В. Бібліотечна складова в системі суспільного використання соціальних медіа. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій (доктора філософії) за спеціальністю 27.00.03 – книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство. – Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського; Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського, Київ, 2018.

У дисертації комплексно досліджено й узагальнено досвід функціонування бібліотеки в соціальних медіа, її роль у вдосконаленні інформаційного забезпечення користувачів, у контексті комунікаційної теорії та функціонування бібліотеки як універсального інформаційно-комунікаційного комплексу.

Об'єктом дослідження обрано бібліотечний сегмент соціальних медіа в умовах сучасного стану інформатизації суспільства.

Метою дослідження є визначення та охарактеризування бібліотечного сегменту соціальних медіа, розкриття специфіки його формування і функціонування в контексті суспільного використання соціальних медіа.

Здійснено огляд наукових публікацій, результати яких стали теоретичною базою для вивчення розвитку бібліотечного представництва в соціальних медіа, а також праць, пов'язаних з об'єктом дослідження.

Визначено зміст і обсяг базових понять дослідження. Автором запропоновано визначення поняття «бібліотечного представництва в соціальних медіа» з позиції соціально-комунікаційного підходу як технологічної та інформаційної платформи для взаємодії бібліотеки і користувача, бібліотеки і бібліотеки, користувача та користувача (за посередництва бібліотеки), орієнтованої на задоволення інформаційних потреб суспільства у контексті реалізації бібліотеками комунікаційної

функції. Відповідно до мети, предмета, об'єкта та завдань дослідження обґрунтовано його методичні засади. Для розв'язання поставлених завдань було використано комплекс дослідницьких методів і підходів, базовими з яких визначено соціально-комунікаційний, структурно-функціональний, які уможливили дослідження представництва бібліотек в інтерактивному медіа-середовищі з позиції реалізації їх комунікаційної функції.

Досліджено бібліотечну діяльність із використанням соціальних медіа. Висвітлено особливості представлення вітчизняних та зарубіжних бібліотек в інтерактивному інформаційному просторі. Виявлено найпопулярніші соціальні медіа та рівень їх охопленості бібліотечними представництвами. Під час дослідження виявлено дві тенденції представлення зарубіжних і вітчизняних бібліотек у соціальних медіа: централізоване, за принципом «одна бібліотека – один акаунт у мережі»; або ж дисперсне – «одна бібліотека – акаунти різних підрозділів у мережі». Дослідження дало можливість виявити різні підходи до організації бібліотечної комунікації через соціальні медіа – від відсутності чи формальної представленості, до активного нарощування та розширення представленості в соціальних мережах.

Висвітлено специфіку та основні сучасні тенденції розвитку бібліотечних колабораційних проєктів як перспективної форми бібліотечної діяльності, зокрема вікі-технології. Виокремлено дві форми використання вікі-технології бібліотеками: внутрішньоорганізаційна та участь у загальноінформаційних проєктах, тобто, створених для всіх користувачів інформаційного простору без участі бібліотек, до яких бібліотеки можуть приєднуватись чи використовувати в роботі. У результаті аналізу діяльності бібліотек у загальноінформаційних вікі-проєктах виділено форми роботи: створення та редагування матеріалів; організаційна діяльність. Виокремлено три основні напрями використання вікі-проєктів: співробітництво між бібліотеками; співробітництво між бібліотеками і користувачами; співробітництво між користувачами.

У результаті проведеного дослідження використання бібліотеками мультимедійного, візуального та відеоконтенту соціальних медіа, найпопулярніші соціальні медіа, які використовують вітчизняні та зарубіжні бібліотеки, систематизовано у дві групи: першу групу представляють соціальні мережі мультимедійного контенту: текстовий, візуальний та відеоконтент; до другої групи віднесено соціальні медіа візуального та відеоконтенту. Для аналізу представлення та виявлення специфіки представництва бібліотек у соціальних медіа вироблено та використано критерії дослідження соціальних медіа: представлення інформації про бібліотеку, централізованість/дисперсність, змістовність, інтенсивність зворотного зв'язку. З'ясовано, що соціальні медіа є альтернативним каналом комунікації, тому доречно було б не дублювати загальну інформацію про бібліотеку, якою аудиторія вже володіє. І розраховуючи на залучення аудиторії, також варто використовувати унікальність соціальних медіа як засобу спілкування з аудиторією. Доведено доцільність врахування рейтингу сторінки, що є вбудованим інструментом деяких соціальних мереж. Обґрунтовано, що коментарі – провідний показник аналізу зворотного зв'язку бібліотеки в соціальних медіа.

Охарактеризовано завдання, інструменти і функції бібліотечних представництв у соціальних медіа. Визначено завдання бібліотечних представництв у соціальних медіа: інформування, продукування, посередництва, акумуляції, сприяння, комунікації. Проведено змістовий аналіз бібліотечних представництв у Facebook, який дав можливість з'ясувати смисли, ідеї, трансльовані бібліотекою через соціальні медіа. Виявлено два підходи до подачі публікацій бібліотекою в соціальні медіа: системний і спорадичний. Визначено, що найпоширенішими типами дописів бібліотеки в соціальній мережі Facebook є інформаційно-посередницькі повідомлення, що спрямовані на наповнення інформаційного простору, популяризацію бібліотеки та забезпечення ефективної діяльності бібліотеки. У результаті дослідження контенту бібліотечних представництв

за тематичною спрямованістю і, відповідно, адресатом у соціальних медіа виявлено три типи (вектори) комунікації: бібліотека – користувач, бібліотека – бібліотека, користувач – користувач. Визначено критерії оцінки ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа: інтерактивність, спрямованість публікацій; тип контенту; гіпертекстуальність; періодичність оновлення; охоплення аудиторії. Запропоновано практичні рекомендації для формування стратегії бібліотечного представництва в соціальних медіа.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у тому, що вперше:

- систематизовано наукові уявлення про специфіку інтерактивного простору соціальних медіа (аналіз соціальних медіа та виявлення їх основних характеристик) в контексті бібліотекознавства;
- запропоновано методичні засади системного аналізу використання соціальних медіа у бібліотечній діяльності;
- уточнено типологічну класифікацію соціальних медіа за специфікою контенту та комунікативною стратегією;
- у результаті проведення статистичного дослідження та контент-аналізу виявлено особливості представленості зарубіжних та вітчизняних бібліотек у соціальних медіа;
- узагальнено сучасний вітчизняний і зарубіжний досвід використання бібліотеками соціальних медіа, охарактеризовано основні сучасні тенденції розвитку бібліотечного інтерактивного простору;
- визначено сучасні завдання бібліотечних представництв у соціальних медіа: інформування, продукування, посередництва, акумуляції, сприяння, комунікації;
- запропоновано інформаційно-комунікаційну модель бібліотечного представництва в соціальних медіа;
- розроблено практичні рекомендації для формування стратегії бібліотечного представництва в соціальних медіа.

Дістало розвитку:

– понятійний апарат бібліотекознавства щодо представництва бібліотек у медіа-просторі;

– науково-методичне забезпечення бібліотечної діяльності у медіа-просторі, зокрема розроблено методичні засади дослідження та оцінки ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа.

Теоретичне та практичне значення одержаних результатів пов'язане з розкриттям та обґрунтуванням специфіки, місця й ролі соціальних медіа в сучасній бібліотечній діяльності, визначенням перспективних напрямів розвитку бібліотечного представництва. Результати дисертаційного дослідження можуть бути використані для підготовки навчально-методичних програм і посібників, орієнтованих на студентів вищих навчальних закладів за відповідними напрямами спеціалізації, у практичній діяльності бібліотечних установ з метою вдосконалення та підвищення ефективності їхньої діяльності із соціальними медіа, у тому числі інформаційно-аналітичними центрами бібліотек в організації зворотного зв'язку з користувачем; у процесі доповнення комплексного знанняєвого ресурсу бібліотек.

Наукові висновки і результати дослідження можуть використовуватися в діяльності регіональних органів влади, бізнес-структур, громадських організацій, зокрема у вирішенні питань доступу до інформаційних ресурсів, продуктів і послуг бібліотек.

Ключові слова: соціальні комунікації, бібліотека, соціальні медіа, бібліотечне представництво в соціальних медіа, ефективність бібліотечного представництва в соціальних медіа, модель бібліотечного представництва в соціальних медіа, стратегія бібліотечного представництва в соціальних медіа.

ANNOTATION

Strungar V.V. Library component on the system of public usage of social media. - Qualification scientific work on the rights of manuscripts.

Thesis for a candidate degree in social sciences (PhD) in specialty 27.00.03 - library science, bibliography. – The V. I. Vernadsky National Library of Ukraine; The V. I. Vernadsky National Library of Ukraine, Kyiv, 2018.

The experience of library functioning on social media as well as its role in improving the users' information provision in the context of communication theory and library functioning as a universal information and communication complex are investigated and generalized in the thesis.

The object of research – a library segment of social media in the conditions of the current state of informatization of society.

The aim of research – to determine and characterize the library segment of social media as well as to reveal the peculiarities of its formation and function in the context of public use of social media.

It is surveyed the scientific publications, the result of which became the theoretical basis for studying the development of library representation on social media, and the publications, which concern to the object of study.

It is determined the content and scope of the basic concepts of research. The author proposes determination «library representation on social media» from the position of social and communication approach as a technological and information platform for interaction between library and user, library and library, user and user (through mediation by library) focused on satisfaction of information requirements of society in the context of realization of communication function by libraries is offered. According to the purpose, subject, object and tasks of the research, its methodical principles are substantiated. There are the complex of research methods and approaches which have been used for the solution of research issues. The basic ones of which are social communication, structural and functional, which made it possible to study the

representation of libraries in the interactive media environment from the position of implementing their communication function.

It is studied the usage of social media for library. The peculiarities of library representative in the interactive media environment are elucidated. The most popular social media as well as their coverage level by library representations are discovered. The two tendencies of foreign and native libraries representation on social media: centralized, on the principle of «one library – one online account»; or dispersed – «one library – online accounts of different departments» were found during the research. The study has made it possible to obtain the different approaches for organization of library communication through social media – from absence or formal representation to active increase of representation on social media.

The specificity and main modern trends in the development of library collaborative projects as a promising form of library activities, especially wiki technology, are highlighted. The two areas of use of the wiki-technology by libraries are outlined: internal organization and participation in general information projects, in other words, created for all users of the information space without the participation of libraries, to which libraries can join or use. As a result of the analysis of libraries activities in the general information wiki-projects, the work forms are distinguished: creation and editing of the materials; organizational activities. There are three main areas of use of the wiki-technologies: library cooperation; libraries-users collaboration; users' cooperation.

As a result of the research of using multiform, visual and video contents of social media by libraries, the most popular social media used by native and foreign libraries are systematized into two groups: the first group is represented by the social networks of multiformat content: text, visual and video content and the second group includes the social media of visual and video content. For analysis of the presentation and identification of the specifics of the representation of libraries on social media, the social media research criteria: representation of information on library, centralization/dispersion, content,

feedback intensity are developed and used. It has been found that social media is an alternative channel of communication, so it would be appropriate not to duplicate the general information about the library that the audience already owns. And, looking forward to engaging the audience, it is also worth using the uniqueness of social media as a means of communication with the audience. The expediency of taking into account the page ranking, which is an embedded tool of some social networks, has been proved. It is substantiated that the comments are a leading indicator of the feedback analysis of the library on social media.

The tasks, tools and functions of library representations on social media are described. The tasks of library representations on social media are defined as information, production, mediation, accumulation, promotion and communication. The content analysis of libraries on Facebook has been conducted, which made it possible to find out the meanings, ideas, translated by the library through social media. There are two approaches to the distribution of publications by the library through social media: systematic and sporadic. It has been determined that the most common types of library posts on Facebook are information and mediation messages aimed at filling the information space, library popularization as well as ensuring the efficient library operations. As a result of studying the content of library representations by the thematic directions as well as the addressee on social media it has been revealed three types of communication: library-user, library-library, user-user. The criteria for assessing the effectiveness of library representation on social media are determined as interactivity, orientation of publications; type of content of publications; hashtags of publications; hypertext of publications; periodicity of updating of publications; coverage of audience. Practical recommendations for the formation of the strategy of library representation on social media are offered.

The scientific novelty of the obtained results is that for the first time:

- the specificity of the interactive space of social media (analysis of social media and the identification of their main characteristics) from the point of view of library activities are specified;

- methodical bases of the system analysis of use are offered social media in library activity;

- it is specified typological classification of social media by specifics of content and communicative strategy;

- the main characteristics of representation of native and foreign libraries on social media were detected in the result of statistic research and content analysis;

- the modern domestic and international experience of library activities on social media is generalized and the main modern development trends are shown;

- the tasks of library representation on social media are determined, namely: informing, producing, mediation, accumulation, contribution, communication;

- it is given the information and communication model of library representation on social media;

- the practical recommendations of library representation on social media are developed.

Has gained developments:

- a conceptual framework of library science concerning representative office of libraries in media space;

- scientific and methodical ensuring library activity in media space, in particular methodical bases of a research and assessment are developed efficiency of library representation on social media.

The theoretical and practical significance of the research is related to disclosure and reasoning peculiarities, place and role of library on social media as well as determination of the development prospects of library representation. The results of the thesis can be used for preparation educational and methodological programs and textbooks, for practical activity of library in order to improve and increase the effectiveness of their activities with social media, including information and analytical centers of libraries, for the process of forming a comprehensive knowledge resource of libraries.

The scientific conclusions and results of the research can be used for local administration services, business, public institutions, in particular for access to information resources, library products and services.

Keywords: social communication, library, social media, library representation on social media, effectiveness of library representation on social media, model of library representation on social media, strategy of library representation on social media.

Список публікацій здобувача за темою дисертації:

Наукові праці, в яких опубліковано основні наукові результати дисертації

Статті, опубліковані у наукових фахових виданнях України:

1. Струнгар В. Соціальні медіа в сучасному інформаційно-бібліотечному середовищі / В. Струнгар // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2014. – Вип. 39. – С. 219–229.
2. Струнгар В. Бібліотека і соціальні медіа: термінологічно-понятійний аспект / В. Струнгар // Бібл. вісн. – Київ, 2014. – № 6. – С. 23–27.
3. Струнгар В. Бібліотечні проекти в соціальних медіа як джерела бібліотекознавчих досліджень / В. Струнгар // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2015. – Вип. 41. – С. 371–382.
4. Струнгар В. Вікі-проекти: формування інтелектуального користувацького і бібліотечних ресурсів / В. Струнгар // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2015. – Вип. 42. – С. 115–125.
5. Струнгар В. Методологія дослідження контенту бібліотечних сторінок у соціальних медіа / В. Струнгар // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2016. – Вип. 43. – С. 488–500.

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

Статті у фахових виданнях, які включено до міжнародних наукометричних баз, та у виданнях іноземних держав:

7. Струнгар В. Статистичний підхід до вивчення комунікації бібліотеки і користувача через соціальні медіа / В. Струнгар // Science and Education a New Dimension, Humanities and Social Sciences. – 2015. – № III (11). – Issue 67. – pp. 80–85.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

8. Струнгар В. Бібліотечні Інтернет-сервіси соціальних медіа в контексті розвитку мережевих інформаційних технологій (термінологічний аспект) / В. Струнгар // Місце і роль бібліотек у формуванні національного інформаційного простору : матеріали Міжнар. наук. конф. (Київ, 21–23 жовт. 2014 р.) / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2014. – С. 290–293.

9. Струнгар В. Бібліотека і соціальні медіа: нові можливості комунікації / В. Струнгар // Молодь. Наука. Інновації : зб. матеріалів п'ятої міжнар. наук. конф. молодих учених (Київ, 15 трав. 2014 р.) / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2014. – С. 53–57.

10. Струнгар В. Використання соціальних медіа в бібліотекознавчих дослідженнях / В. Струнгар // Бібліотека. Наука. Комунікація : матеріали міжнар. наук. конф. (Київ, 6–8 жовт. 2015 р.) / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2015. – С. 310–313.

11. Струнгар В. Моніторинг соціальних медіа як інструмент аналізу в бібліотечній роботі / В. Струнгар // Матеріали Всеукр. наук.-практ. конф.

«Бібліотека ХХІ століття: Перспективи та інновації» (Київ, 23 квіт. 2015 р.) / Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – Київ, 2015. – С. 81–83.

12. Струнгар В. Соціальні медіа як простір взаємодії бібліотеки і читача / В. Струнгар // Матеріали шостої міжнар. наук.-практ. конф. «Сучасні проблеми діяльності бібліотек в умовах інформаційного суспільства» / Наук.-техн. б-ка Нац. ун-ту «Львівська політехніка». – Львів, 2015. – С. 307–311.

13. Струнгар В. Украинские библиотеки в интерактивной среде читателя / В. Струнгар // Материалы III Междунар. конгр. «Библиотека как феномен культуры»: Чтение и информационная культура в современном обществе (21–22 окт. 2015 г.) / Нац. б-ка Беларуси. – Минск, 2015. – С. 98–104.

14. Струнгар В. Новые профессиональные навыки библиотечной работы в интерактивной среде масс-медиа / В. Струнгар // Материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых и специалистов «Библиотека в ХХІ веке: аспекты развития» (29–30 окт. 2015 г.) / Центр. науч. б-ка им. Якуба Коласа. – Минск, 2015. – С. 231–234.

15. Струнгар В. Особливості представлення бібліотек у соціальних медіа / В. Струнгар // Бібліотека. Наука. Комунікація : матеріали міжнар. наук. конф. (Київ, 4–6 жовт. 2016 р.) / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2016. – С. 263–266.

16. Струнгар В. Дослідження комунікації бібліотеки та користувача в соціальних медіа / В. Струнгар // Матеріали II наук.-практ. конф. «Інформаційна діяльність, документознавство, бібліотекознавство: історія, сучасність, перспективи» (27 квіт. 2016 р.) / Нац. акад. керів. кадрів культури і мистецтв. – Київ, 2016. – С. 61–64.

17. Струнгар В. Участие научных библиотек в вики-проектах / В. Струнгар // Материалы IV Междунар. конгр. «Библиотека как феномен культуры» (4–6 окт. 2016 г.) / Нац. б-ка Беларуси. – Минск, 2016. – С. 107–112.

18. Струнгар В. Дослідження термінологічно-понятійного апарату бібліотечних соціальних медіа / В. Струнгар // Матеріали міжнар. наук. конф. «Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку» (24–25 листоп. 2016 р.) / Харк. держ. акад. культури. – Харків, 2016. – С. 140–142.

19. Струнгар В. Соціальні медіа як простір наукової комунікації та інструмент оцінки наукової діяльності / В. Струнгар // Матеріали III Междунар. науч.-практ. конф. «Лабиринты реальности» (30–31 жовт. 2016 р.). – Канада, Монреаль, 2016. – С. 267–269.

20. Струнгар В. В. Змістовний аналіз контенту бібліотечних сторінок соціальних мереж: завдання, критерії, перспективи / В. В. Струнгар // Бібліотека. Наука. Комунікація : матеріали міжнар. наук. конф. (Київ, 3–5 жовт. 2017 р.) / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2017. – С. 265–268.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ	17
ВСТУП	18
Розділ 1 Теоретико-методичні засади дослідження бібліотечної складової в системі суспільного використання соціальних медіа	25
1.1. Теоретичне підґрунтя та джерельна база дослідження.....	25
1.2. Специфіка інтерактивного простору та понятійний апарат дослідження суспільного використання соціальних медіа.....	48
1.3. Методична основа дослідження функціонування бібліотечної складової в соціальних медіа.....	70
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1	86
Розділ 2 Діяльність бібліотек в інтерактивному медіа-середовищі	91
2.1. Особливості представленості бібліотек у соціальних медіа.....	91
2.2. Участь бібліотек у колаборативних проектах соціальних медіа.....	106
2.3. Використання бібліотеками мультимедійного, візуального та відео-контенту соціальних медіа.....	124
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2	150
Розділ 3 Застосування інструментарію і контенту бібліотекою для суспільного використання	155
3.1. Бібліотечний сегмент соціальних мереж у контексті вивчення комунікації бібліотеки і користувача.....	155
3.2. Ефективність бібліотечного представництва у соціальних медіа.....	171
3.3. Формування стратегії бібліотечного представництва у соціальних медіа.....	190
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3	211
ВИСНОВКИ	217
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	222

ДОДАТКИ	251
----------------------	-----

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

ВНЗ – вищі навчальні заклади

ДОУНБ – Дніпропетровська обласна універсальна наукова бібліотека
Первоучителів слов'янських Кирила і Мефодія

ІФЛА (IFLA) – Міжнародна федерація бібліотечних асоціацій

НаУКМА – Національний університет «Києво-Могилянська академія»

НБУВ – Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського НАН
України

НТУУ КПІ – Національний технічний університет України «Київський
політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

НЮБ – Національна юридична бібліотека

ОУНБ – обласні універсальні наукові бібліотеки

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми дослідження. Інтенсивний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, трансформація суспільних інформаційних запитів, переорієнтація бібліотечних стратегій розвитку на користувача зумовлюють дедалі активнішу взаємодію бібліотек і соціальних медіа, сприяють ширшому представленню діяльності бібліотек в інтерактивному веб-середовищі. Це створює нову реальність у сфері соціальних комунікацій, зокрема – бібліотекознавчих студій, як складової комунікаційних досліджень. Водночас рівень як теоретичного осмислення процесів, пов'язаних з використанням соціальних медіа бібліотеками, так і узагальнення практичних напрацювань у цій сфері не відповідають суспільним викликам.

У сучасній науковій літературі проблематика взаємодії українських бібліотек і соціальних медіа представлена за багатьма напрямками в працях учених О. С. Онищенка [102], В. І. Попика [136], В. М. Горового [32, 33, 34], Т. Ю. Гранчак [37], Ю. М. Половинчак [137], О. Ю. Мар'їної [81, 83, 86] та багатьох ін., однак здебільшого в контексті опрацювання таких питань, як використання в діяльності бібліотек сучасних інформаційних технологій, ролі соціальних медіа у формуванні громадянського суспільства, підвищення якості обслуговування користувачів бібліотек тощо. Їхні дослідження не зосереджені на окремо взятому питанні представлення бібліотеки в соціальних медіа, зроблені наукові висновки не застосовуються ними для визначення специфіки та узагальнення напрацювань з даної проблеми.

Недостатньо розробленими залишаються такі аспекти як специфіка функціонування бібліотеки в соціальних медіа, уточнення та систематизація поняттєвого апарату, тенденції та перспективи розвитку цієї діяльності.

Відсутність у вітчизняному бібліотекознавстві узагальнювальних праць із цієї проблематики також визначила актуальність теми дисертації.

Отже, актуальність теми дослідження зумовлена її спрямованістю на розв'язання суперечності між практикою використання соціальних медіа в бібліотеці і недостатнім рівнем теоретичного осмислення цього процесу.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційне дослідження виконувалось у межах науково-дослідної роботи Національної юридичної бібліотеки (НЮБ) Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського (НБУВ) НАН України і пов'язане з виконанням тем «Оптимізація інформаційно-аналітичної діяльності бібліотек в умовах інтенсифікації інформаційних обмінів» (2013–2015 рр., 0113U000098), «Шляхи підвищення ефективності функціонування соціальних комунікацій в умовах посилення глобальних інформаційних впливів» (2016–2018 рр., 0116U000200).

Мета дослідження – визначити та охарактеризувати бібліотечний сегмент соціальних медіа, розкрити специфіку його формування і функціонування в контексті суспільного використання соціальних медіа.

Завдання дослідження:

- проаналізувати наукові погляди щодо використання бібліотеками соціальних медіа;
- визначити методичні засади до вивчення питання використання бібліотеками соціальних медіа;
- уточнити засади формування понятійного апарату досліджуваної теми;
- проаналізувати і охарактеризувати напрями діяльності вітчизняних і зарубіжних бібліотек щодо використання соціальних медіа, визначити їх особливості;
- здійснити типологічну класифікацію соціальних медіа, що є об'єктом діяльності бібліотек;
- запропонувати комплекс діючих методів та критеріїв, які мають використовувати бібліотечні установи для розвитку бібліотечного

представництва в соціальних медіа та вдосконалення ефективності комунікаційної діяльності;

- з урахуванням результатів дослідження розробити інформаційно-комунікаційну модель бібліотечного представництва в соціальних медіа та розкрити взаємозв'язок її окремих складових;

- визначити і обґрунтувати перспективні напрями та завдання розвитку інформаційно-бібліотечних процесів в інтерактивному медіа-середовищі в контексті сучасної трансформації бібліотек в інформаційні центри з акумуляції та забезпечення доступу до інформаційних ресурсів.

Об'єкт дослідження – бібліотечний сегмент соціальних медіа в умовах сучасного стану інформатизації суспільства.

Предмет дослідження – сучасний стан і перспективи використання соціальних медіа в бібліотечній діяльності.

Методи дослідження. Для розв'язання поставлених завдань було використано комплекс дослідницьких методів і підходів, базовими з яких було визначено соціально-комунікаційний, структурно-функціональний, які уможливили дослідження бібліотечного сегмента в системі інтерактивного медіа-середовища з позиції реалізації їх комунікаційної функції.

Дослідженню використання бібліотеками соціальних медіа в історичному розвитку з наступним визначенням пріоритетних напрямів їх вдосконалення, аналізу сучасного досвіду використання бібліотеками соціальних медіа, факторів впливу на цей процес, визначення його тенденцій і закономірностей, специфіки системи представлення бібліотек у соціальних медіа сприяло застосування діалектичного методу в поєднанні з порівняльним та історичним підходами.

Важливу роль у визначенні основних напрямів розвитку бібліотечного представництва в соціальних медіа, затребуваності цього виду бібліотечної діяльності відіграло використання соціологічного та методу аналізу документів.

Застосування методів термінологічного аналізу й операціоналізації понять дало змогу вирішити завдання щодо визначення стану розробки й уточнення такого поняття, як «бібліотечне представництво в соціальних медіа».

Статистичний метод та контент-аналіз було використано відповідно для дослідження рівня представленості бібліотек у інтерактивному медіа-середовищі, охопленості бібліотечними представництвами соціальних медіа, контенту бібліотечних представництв.

Методи класифікації та моделювання було використано відповідно для уточнення класифікації соціальних медіа; розробки моделі бібліотечного представництва в соціальних медіа; вироблення практичних рекомендацій для формування стратегії бібліотечного представництва в соціальних медіа.

Наукова новизна отриманих результатів. У дисертаційній роботі вперше:

- систематизовано наукові уявлення про специфіку інтерактивного простору соціальних медіа (аналіз соціальних медіа та виявлення їх основних характеристик) в контексті бібліотекознавства;
- запропоновано методичні засади системного аналізу використання соціальних медіа у бібліотечній діяльності;
- уточнено типологічну класифікацію соціальних медіа за специфікою контенту та комунікативною стратегією;
- у результаті проведення статистичного дослідження та контент-аналізу виявлено особливості представленості зарубіжних та вітчизняних бібліотек у соціальних медіа;
- узагальнено сучасний вітчизняний і зарубіжний досвід використання бібліотеками соціальних медіа, охарактеризовано основні сучасні тенденції розвитку бібліотечного інтерактивного простору;
- визначено сучасні завдання бібліотечних представництв у соціальних медіа: інформування, продукування, посередництва, акумуляції, сприяння, комунікації;

- запропоновано інформаційно-комунікаційну модель бібліотечного представництва в соціальних медіа;

- розроблено практичні рекомендації для формування стратегії бібліотечного представництва в соціальних медіа.

Дістало розвитку:

- понятійний апарат бібліотекознавства щодо представництва бібліотек у медіа-просторі;

- науково-методичне забезпечення бібліотечної діяльності у медіа-просторі, зокрема розроблено методичні засади дослідження та оцінки ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа.

Теоретичне та практичне значення отриманих результатів пов'язане з розкриттям та обґрунтуванням специфіки, місця й ролі соціальних медіа в сучасній бібліотечній діяльності, визначенням перспективних напрямів розвитку бібліотечного представництва. Результати дисертаційного дослідження можуть бути використано для підготовки навчально-методичних програм і посібників, орієнтованих на студентів вищих навчальних закладів за відповідними напрямами спеціалізації, у практичній діяльності бібліотечних установ з метою вдосконалення та підвищення ефективності їхньої діяльності із соціальними медіа, у тому числі інформаційно-аналітичними центрами бібліотек в організації зворотного зв'язку з користувачем; у процесі доповнення комплексного знаннявого ресурсу бібліотек.

Наукові висновки і результати дослідження можуть використовуватися в діяльності регіональних органів влади, бізнес-структур, громадських організацій, зокрема у вирішенні питань доступу до інформаційних ресурсів, продуктів і послуг бібліотек.

Особистий внесок здобувача. Дисертаційне дослідження виконане самостійно, викладені наукові результати, висновки і рекомендації належать дисертантці.

Апробація матеріалів дисертації. Основні положення, висновки та рекомендації дисертації було викладено в опублікованих наукових працях та обговорено під час п'ятнадцяти міжнародних наукових конференцій, зокрема «Молодь. Наука. Інновації» (Київ, 15 травня 2014 р.), «Місце і роль бібліотек у формуванні національного інформаційного простору» (Київ, 21–23 жовтня 2014 р.), «Молодь. Наука. Інновації»: Роль та місце бібліотек в модернізації науково-освітнього простору (Київ, 15 травня 2015 р.), «Бібліотека. Наука. Комунікація» (Київ, 7 жовтня 2015 р.), «Бібліотека ХХІ століття: Перспективи та інновації» (Київ, 23 квітня 2015 р.), «Сучасні проблеми діяльності бібліотек в умовах інформаційного суспільства» (Львів, 11 вересня 2015 р.), «Библиотека как феномен культуры» (Мінськ, 21–22 жовтня 2015 р.), «Библиотека в ХХІ веке: аспекты развития» (Мінськ, 29–30 жовтня 2015 р.), «Социальные коммуникации в эпоху возрастающего потока информации – 2015» (Будапешт, 1 листопада 2015 р.), «Бібліотека. Наука. Комунікація: формування національного інформаційного простору» (Київ, 4–6 жовтня 2016 р.), «Библиотека как феномен культуры» (Мінськ, 4–6 жовтня 2016 р.), «Інформаційна діяльність, документознавство, бібліотекознавство: історія, сучасність, перспективи» (Київ, 27 квітня 2016 р.), «Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку» (Харків, 24–25 листопада 2016 р.), «Лабиринты реальности» (Монреаль, 30–31 жовтня 2016 р.), «Бібліотека. Наука. Комунікація. Стратегічні завдання розвитку наукових бібліотек» (Київ, 3–5 жовтня 2017 р.) (Додаток А).

Публікації. Основні результати дослідження викладено в 20 одноосібних наукових публікаціях, з яких 6 наукових статей у провідних фахових виданнях, 1 стаття у виданні, внесеному в міжнародні наукометричні бази, 13 – матеріалів конференцій (Додаток А).

Структура та обсяг дисертації. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, додатків, списку використаних джерел. Загальний обсяг дисертації – 297 сторінок

(основна частина – 204 сторінки (9 авт. арк.), додатки – 46 сторінок). Список використаних джерел містить 295 найменувань на 29 сторінках.

РОЗДІЛ 1

Теоретико-методичні засади дослідження бібліотечної складової в системі суспільного використання соціальних медіа

1.1. Теоретичне підґрунтя та джерельна база дослідження

Становлення інформаційно-знаннєвої парадигми сучасного суспільства на рубежі XX–XXI ст. спричиняє глобальні зміни в усіх сферах життєдіяльності соціуму. Сьогодні важко заперечувати, що вони пов’язані з технічними та технологічними інноваціями, та за таким очевидним на перший погляд фактом приховуються більш глибокі процеси. Комунікаційний капітал інформаційного суспільства, яке прагне поступу знаннєвої стадії розвитку, характеризується глобальними масштабами, що не обмежуються ні простором, ні часом; динамізмом, дією в режимі реального часу; орієнтацією на знання; цифровою формою представлення об’єктів; привілеєм віртуалізації процесів; інтеграцією та міжмережевою взаємодією суб’єктів; конвергенцією комунікаційних каналів, галузей, організаційних структур; авангардною роллю інновацій; трансформацією соціоекономічних відносин, наявністю соціокультурних суперечностей [166].

Осмислення процесів становлення інформаційного суспільства знайшло відображення у працях провідних науковців сучасності: Д. Белла [7], З. Бжезинського [8], У. Бека [6], М. Вебера [18], Ж. Бодрийяра [10], І. Валлерстайна [16], Е. Гідденса [28], Д. К. Гелбрейта [38], І. Кастельса [56], Н. Лумана [79], Й. Масуди [92], А. Д. Урсула [176], Ж. Фураст’є [178], Д. Тапскота [166], А. Д. Тойнбі [170], Е. Тоффлера [171], А. Турена [173], Ю. Хабермаса [238] та ін. Прихильність означених вчених різним науковим напрямом, дисциплінам, певним підходам вплинула на розстановлення акцентів та знайшла вираження в різноманітності пропонованих трактувань нового стану соціуму. Д. Белл магістральною в осмисленні явища

інформаційного суспільства визначав проблематику першості інформації та знань на кожному рівні його еволюції та пошук джерел формування [7]. Головними цінностями інформаційної епохи Е. Тоффлер вважав інформацію, творчість та інтелектуальні технології [171]. Розробкою феномену «інтелектуального звільнення» в інформаційному суспільстві займався Ж. Фураст'є [178]. А. Турен трактував інформаційне суспільство як «комунікаційне» та визначав комунікацію як «серцевину соціуму та рухів в ньому» [173]. О. Шпенглер акцентував увагу на «ворожості» техніки для людини та культури за часів розгортання інформаційного суспільства, на наявності внутрішніх закономірностей його розвитку та потенційних негативних екологічних наслідків технічного прогресу [186]. З. Бжезинський застерігав, що революція в передових технологіях, перш за все у сфері комунікацій, сприяє появі зброї масового ураження і, як наслідок, тероризму [8].

Зосередженість на суперечливості формування інформаційного суспільства та існування особистості в ньому, боротьба двох теоретико-методологічних підходів до інформатизації суспільства, технократичного та гуманітарного, актуалізували тему медіа. Низка авторитетних концепцій та теорій, термінологічно-понятійний аспект медіалогії тривалий час досліджувалась зарубіжними вченими. Головними теоретиками вивчення медіа як нового феномену та нової реальності слід визнати канадця М. Маклюєна [80] та француза Р. Дебре [42]. Вагомий внесок внесли провідні німецькі вчені: Г. Малецке [260], Г. Просс [270], Х. Кубічек [252] та А. Каплан [247]. Науковці зазначають, що медіа достатньо широке і неоднозначне поняття, в основі якого лежить ідея і зв'язок між різними структурами суспільства та світу в цілому [57]. М. Маклюєн першим використав цей термін і визначив «медіа як повідомлення», як «діючу метафору, яка переписує світ на основі технології» [80]. Медіа-простір відображає і виражає складні процеси перетворення різних сфер суспільства, пов'язані з інформатизацією. Його структура являє собою

складну ієрархію інформаційно-комунікативних засобів, які постійно змінюються та різняться за різноманітністю, мовою, символікою [30].

Дослідження особливостей розвитку соціальних структур та світу сучасних медіа дало змогу науковцям визначити основну тенденцію поступу інформаційного суспільства – поширення «мережевої логіки», мережевої форми соціальної організації соціуму інформаційного століття. М. Кастельс влучно охарактеризував його як суспільство мережевих структур (network society), визначною ознакою якого стає домінування соціальної морфології над соціальною дією, влади структури над структурою влади. Автором було наголошено, що мережева структура існувала і в інший час, і в інших місцях, проте парадигма нових інформаційно-комунікаційних технологій забезпечила матеріальну основу для всебічного проникнення такої форми в структуру суспільства; призвела до різкого зростання ролі мереж в ряді сфер, до їх домінуючого положення [55].

Сьогодні глобальне розгортання інформаційно-знаннєвого суспільства будується навколо електронних мереж, які породжують мережеві інформаційні потоки, структури, взаємодії, комунікаційні середовища, сприяють формуванню віртуальних спільнот за допомогою унікальних технологій, заснованих на глобальності, інтерактивності, мультимедійності, масовості, асинхронності, анонімності тощо. Формується багатовимірний цифровий простір. Актуальність проблем його становлення та формування викликає обґрунтований інтерес у соціологів, культурологів, економістів, бібліотекознавців тощо. Зокрема, окремим аспектам присвячено наукові роботи М. Р. Арпентевої [4], В. О. Ільганаєвої [49], О. Ю. Мар'їної [91], В. П. Коломієць [63], С. Л. Уразової [175], Н. О. Пунченко [123], Л. А. Проніної [121] та ін. Вчені констатують, цифровий простір має високий інтегруючий та синергетичний ефект щодо технологічного та соціокультурного рівнів розвитку сучасного суспільства. Його переваги реалізуються в широких масштабах, а непрямий вплив на соціум майже не

піддається оцінці. Глобальна включеність суспільства в цей процес загострює не лише технічні та комунікаційні аспекти розвитку інформаційного суспільства, а й актуалізує широкий спектр складних світоглядних питань, соціокультурних проблем [91].

Найдинамічнішою сферою розгортання цифрового простору є соціальні медіа. Як зазначають дослідники, вони стають потужним комунікаційним феноменом в еволюції інформаційного суспільства [227], виступають в якості одного з головних світових джерел соціальної взаємодії [248, 293], трансформують засоби масової інформації [221, 222], постають потужним інструментом поширення політичних та демократичних ідей [273], сприяють зародженню нових економічних моделей та принципово змінюють вектор маркетингових досліджень і технологій [17], залучають учасників інформаційного суспільства в соціокультурне життя [232], використовуються задля попередження та ліквідації наслідків стихійних лих [234] тощо. Водночас соціальні медіа породжують ряд проблем, пов'язаних з недоторканністю особистого життя, кібербезпекою, цензурою, фільтрацією і керуванням інформаційними потоками в мережі Інтернет; змінюють інститут авторства і механізми створення, розповсюдження та споживання інформаційного контенту в системі соціальних комунікацій та ін. [91].

Означені ключові моменти розгортання сучасного інформаційного суспільства, зміни, що відбуваються в системі соціальних комунікацій, викликають трансформаційні процеси в діяльності бібліотек. Сьогодні вони проявляють себе як важливий компонент мережевого простору та змінюють напрями свого розвитку саме під впливом процесів формування цього макросередовища. Суттєвим чинником розвитку стає активне впровадження інформаційно-комунікаційних та мережевих технологій у бібліотечно-інформаційну сферу діяльності. Бібліотечна технологізація та інтернетизація надає можливість створення в бібліотеках електронних каталогів, у тому числі зведених; оцифрування фондів; формування власних

різноманітних баз даних, електронних бібліотек, корпоративних бібліотечних мереж; розвиток інтернет-навігації за бібліографічними і повнотекстовими ресурсами; виникнення віртуальних дослідницьких сервісів для користувачів, які забезпечують з ними інтерактивний зв'язок, доступ до електронних бібліотечних систем та ін.

У наукових колах спостерігається значний інтерес до переосмислення інформаційно-комунікаційної ролі бібліотек у становленні інформаційного суспільства та його поступу в знаннєву стадію розвитку. Це знайшло відображення в працях провідних науковців: О. С. Онищенко [47, 127], В. М. Горового [33], Л. А. Дубровіної [45], Т. Ю. Гранчак [36], Ю. М. Половинчак [110], І. О. Давидової [40], В. О. Ільганаєвої [49], Л. Й. Костенка [68], В. О. Копанєвої [67], О. М. Кобєлева [60], К. В. Лобузінної [77], М. С. Слободяника [133], Г. В. Шемаєвої [183] та ін.

У вітчизняному бібліотекознавстві М. С. Слободяником було вперше системно розглянуто теоретичні підвалини структурно-функціональної трансформації наукової бібліотеки в період освоєння інформаційних технологій та визначення її ролі в інформаційному середовищі [133]. В. О. Ільганаєвою виокремлено рівні розгортання соціально-комунікаційної діяльності, на яких поетапно розвиваються документальна, інформаційна та когнітивна функції бібліотечних установ [52]. В. М. Горовим обґрунтовано концепцію визначення соціально-інформаційних комунікацій, вагому роль у якій відведено бібліотечним установам, що мають вирішувати вельми важливе завдання репрезентації в українському сегменті глобального інформаційного простору загальносуспільних інформаційних баз [33]. І. О. Давидовою констатовано достатній потенціал бібліотек задля визначення як активних учасників інформаційного виробництва та навігаторів в інформаційному просторі. Автором підкреслено закономірність функціональних та техніко-технологічних змін в їх діяльності на етапі інформатизації суспільства, які сприяють науково-технічним, організаційно-структурним інноваціям, що зумовлюють не лише

функціональні трансформації бібліотечно-інформаційних установ, а й зміни існуючих парадигм [39]. Г. В. Шемаєвою в дослідженні було наголошено на оновленні соціальної ролі бібліотеки у світі нових форм, стилів та смислів буття соціуму з переважанням у ньому технократичної свідомості задля збереження гуманістичних засад суспільства та його подальшого сталого розвитку в нову інформаційну епоху [183]. При обґрунтуванні концептуальної моделі бібліотеки, що функціонує в умовах переходу від індустріального суспільства до суспільства знань, Л. Й. Костенком визначена необхідність освоєння бібліотекою інтегрованого технологічного циклу, який включає всі наукоємні процеси обробки документних масивів, починаючи з бібліографування й закінчуючи екстракцією зі сховищ даних нових знань [67]. Т. Ю. Гранчак висвітлено можливості бібліотечних установ як центрів знань демократичного суспільства, живильного інформаційного джерела суспільного розвитку [36]. О. М. Кобелевим розвинуто когнітивно-комунікаційний підхід до сучасної діяльності бібліотек в напрямі посилення аналітичного компонента в обробці інформації, систематизації отриманих даних та наданні більш широкого спектра інформаційних послуг [60]. О. В. Воскобойніковою-Гузєвою висунуто світоглядну ідею перетворення бібліотечної сфери на найважливішу ланку інформаційної індустрії, яка сприятиме глобальному покращенню інформаційного забезпечення усіх сфер життєдіяльності людини та вибудові загальносвітового гуманізму й толерантності [24]. К. В. Лобузіною охарактеризовано нову модель діяльності бібліотеки, яка передбачає активну участь у соціальних комунікаціях як посередника в суспільних інформаційно-знанневих процесах; підкреслено затребуваність семантичного опрацювання та інтелектуального доступу до інформації, необхідність опанування семантичного інструментарію для напрацювання змістового складника [77]. Авторськими колективами монографічних праць «Інтеграція України у світове співтовариство в контексті розвитку бібліотечних інформаційних технологій» та «Електронні інформаційні

ресурси бібліотек у піднесенні інтелектуального та духовного потенціалу українського суспільства» запропоновано розв'язання проблем функціонування бібліотечних установ у системі сучасних інформаційних комунікацій шляхом включення в глобальні інформаційні обміни на базі структуризації міжнародних бібліотечних систем та інших великих центрів концентрації інформаційних ресурсів [47, 54].

Російською науковицею Р. А. Гільміяною зазначено, що в умовах формування інформаційного суспільства бібліотеки трансформуються, освоюючи не тільки нові технології, а й нові завдання, значення: це перш за все пов'язано з гуманістичним призначенням бібліотек як інституту інкультурації [29] та соціалізації – забезпеченням суспільства актуальною, якісною інформацією, розвитком медіа та інформаційної грамотності, читацької культури, піднесенням духовних потреб особистості, формуванням на основі комунікативних практик культурної ідентичності людини.

За прогнозом Є. Ю. Генієвої, у найближчому майбутньому бібліотека втратить свій традиційний вигляд, а її функції істотно зміняться [27]. Книги на традиційних носіях будуть поступово замінені електронними аналогами, і паперова книга як носій інформації зникне або перетвориться на раритет. Водночас ті бібліотеки, що вдаються до формальної технічної модернізації, без еволюції філософії роботи з користувачами, у першу чергу – переходу від обслуговування до співпраці, скоріш за все втрачатимуть позиції у інформаційному обслуговуванні, тому що на цьому полі у них вже є потужні конкуренти: агрегатори інформації, мережеві магазини, віртуальні видавництва та ін.

Таким чином, у працях означених вчених наукового обґрунтування набули провідні ідеї розвитку бібліотечно-інформаційної сфери, окреслені різноманітні підходи до визначення соціальних функцій бібліотечного соціального інституту. Науковцями майже однотайно зазначено – під впливом зовнішніх чинників, породжених процесами становлення

інформаційного суспільства та започаткування його знаннєвої парадигми, місія бібліотек постійно змінюється, що, у свою чергу, призводить до внутрішніх техніко-технологічних, організаційних, управлінських трансформацій бібліотечних установ.

Проте сьогодні процеси формування, упорядкування та керування інформаційними активами соціуму в мережевому просторі започаткували дискусії навколо визначення нових функцій, напрямів діяльності та розвитку ресурсного потенціалу бібліотек. Отже, особливий інтерес з точки зору актуальності дисертаційного дослідження становлять теоретичні та практичні підходи представлення бібліотечних установ у електронному технологічному просторі, активно досліджувані та пропонувані вітчизняними та зарубіжними науковцями. Зокрема, важливим блоком є праці щодо вивчення проблем репрезентації та просування бібліотек у контенті соціальних медіа.

Особливостям адаптації, упровадження та використання новітніх мережевих технологій у повсякденну практику бібліотечних установ протягом останніх років було присвячено безліч публікацій, в яких автори обґрунтовували:

- доцільність започаткування та розвитку різноманітних електронних інформаційних бібліотечних ресурсів – баз та банків даних, електронних бібліотек, інформаційно-аналітичних систем, комунікаційних навігаторів тощо (А. Б. Антопольський [3], І. П. Антоненко [2], Л. Й. Костенко [67], О. В. Баркова [5], В. О. Копанєва [66], К. В. Лобузін [77], О. Ю. Мар'їна [88], Г. В. Шемаєва [183], Я. Л. Шрайберг [187] та ін.);

- особливості організації відкритого доступу до наукової інформації (Т. О. Колеснікова [62], Т. М. Костирко [69], С. Назаровець [99], Т. О. Ярошенко [192]);

- можливості оновлення спектра нових інформаційних продуктів та послуг (О. Ю. Мар'їна [85], Н. Е. Кунанець [125], А. В. Ржеуський [125],

В. Е. Пальчук [104], Л. В. Присяжна [112], Л. Ф. Трачук [172], Л. А. Чуприна [181] та ін.);

– шляхи організації мережевого обслуговування користувачів (В. І. Бондаренко [11], Ю. М. Марчук [90], Є. В. Кулик [71], Д. В. Соловяненко [135] та ін.);

– питання організації інтернет-представництв бібліотек (А. Клочок [59], Л. Й. Костенко [68], Т. В. Симоненко [131], В. К. Степанов [139], С. С. Ростовцев [129] та ін.);

– необхідність розробки інструментарію орієнтації професійної взаємодії в мережевому середовищі (О. Л. Лаврик [73], Ю. М. Половинчак [110], О. Ю. Мар'їна [81], Т. О. Ярошенко [192] та ін).

У зарубіжному бібліотекознавстві, у роботах М. Агості [195], С. Брентлі [213], А. Армстронг [213], К. Льюїс [213], А. Тамаро [281], І. Верохель [281], С. Вітт [281], велика увага приділяється проблемам цифрових або віртуальних бібліотек. Авторами зазначається, що завдяки їх створенню реальні бібліотеки отримують нагоду залучити тих користувачів, які ніколи їх не відвідували. Раніше показник дистантного обслуговування був низьким. У наш час подібний прогноз стає більш обґрунтованим, чому сприяє зміна поколінь користувачів. Особливе місце в діяльності цифрових бібліотек займає дистантне довідкове обслуговування в мережевому режимі. Цей напрям, під впливом нових інформаційних технологій, може розглядатися як найкоротший шлях виходу бібліотек на новий якісний рівень обслуговування. Все більшій віртуалізації бібліотечного обслуговування сприяє зміна поколінь користувачів бібліотек. У практиці як зарубіжних, так і вітчизняних бібліотек також розширюється віртуальна робота з читачем. На своїх сайтах бібліотеки розміщують різні матеріали, щоб допомогти читацькому вибору, наприклад списки рекомендованих творів, та організовують читацькі форуми. Віртуальний пошуковий механізм дає можливість користувачеві вибрати певний жанр, а потім

методом уточнюючих питань підшукати книгу або список рекомендованої літератури.

Найбільшого розгляду на фаховому рівні, паралельно з осмисленням процесів активного опанування бібліотеками мережових технологій, набули питання якісно нового етапу їх розвитку, пов'язаного з розгортанням та глобальним поширенням новітніх технологічних концепцій Веб та пристосуванням бібліотечних установ до ландшафту соціальних медіа. Особливості окремих напрямів просування бібліотек у соціальних медіа та якісні зміни бібліотечно-інформаційної сфери, пов'язані з їх використанням, досліджували вітчизняні та зарубіжні вчені: О. С. Онищенко [137], В. І. Попик [137], В. М. Горовий [34], Т. Ю. Гранчак [37], Ю. М. Половинчак [110], К. В. Лобузіна [78], Л. А. Чуприна [181], О. І. Горошко [35], В. І. Бондаренко [12], Н. Г. Іванова [51], Є. О. Кулик [70], Т. О. Колеснікова [62], О. Л. Лаврик [74], О. Ю. Мар'їна [81], В. К. Степанов [139], А. Каплан [247], Д. Кінг [249], С. Кунц [250], Л. Мон [250], М. Хенлейн [247], Т. Свонсон [280], С. Агаєй [194], М. Кейсі [217], Ж. Девіс [225], Д. Фіхтер [231], Дж. Фурнер [233], С. Пандей [269], Р. Холлі [242], П. Холланті [256], У. Хаушке [256], С. Лохре [256], Н. Улманн [256], Н. Варієр [284] та ін. У працях цих авторів окреслено основні напрями, успіхи та проблеми, з якими зіткнулись бібліотеки, опановуючи соціальні медіа; питання специфіки бібліотечної діяльності в їх контенті; висвітлювався аспект репрезентації бібліотечних установ у сомережах; розглядалась проблематика комунікації з аудиторією через бібліотечні акаунти; викладались дослідження щодо розробки стратегій просування в соціальному ландшафті; пропонувались практичні рекомендації позиціонування бібліотек у соціальному контенті тощо. Так, монографічна робота О. Ю. Мар'їної «Бібліотека в цифровому просторі» присвячена теоретичному обґрунтуванню концепції розвитку бібліотек в електронному технологічному медіа-середовищі [83]. Цінні наукові висновки, зроблені згаданими вченими, було взято до уваги для з'ясування специфіки бібліотечної діяльності в соціальних медіа. Утім,

вивчення бібліотекознавчої літератури стосовно розвитку бібліотек у соціальних медіа дало змогу виокремити ряд проблем, які належним чином не розкрито та не узагальнено. Зокрема, це стосується питання поняттєвого апарату з вказаної проблематики, розвитку бібліотеки в соціальних медіа, дослідження ефективності та вироблення стратегії бібліотечного представництва у соціальних медіа тощо.

Дослідниками було відзначено, якщо спочатку Мережа розглядалася, насамперед, як спосіб зв'язку елементів інформації, то нині на перший план виходить здатність Мережі пов'язувати людей. Багато в чому це забезпечується технологічними розробками, які прийнято узагальнювати терміном Веб 2.0 – другим поколінням інтернет-технологій та наступними.

Науковцями наголошено, що перший Веб був націлений на публікацію та зберігання інформації, то технології другого Веб надали можливість інтерактивної взаємодії користувачів між собою за допомогою соціальних мереж, блогів, вікі-сервісів та ін. [285, с. 2]. При цьому не тільки збільшилися інтенсивність взаємодії людей один з одним, але і зросла кількість форм комунікації людей між собою. Так, О. Ю. Мар'їною було зазначено, що технологічний феномен Веб 2.0 став не лише потужним поштовхом адаптації бібліотек до реалій мережевого простору, він поклав початок веб-орієнтованої концепції їх розвитку, яка покликана формувати тісну та взаємовигідну взаємодію зі споживачами. Складові цифрового веб-простору та очікування користувачів фактично зобов'язали бібліотечні установи використовувати у своїй діяльності веб-платформи та інструментарій нового покоління, задіяти потенціал відкритих мобільних платформ і комунікацій, застосувати сучасні засоби та системи створення, збереження інформаційних активів й організації доступу до них у цифровому форматі широкого загалу [84]. Це якісно змінило спектр інформаційної продукції бібліотек, трансформувало їх характер та жанрову палітру; забезпечило залучення користувачів до процесів її підготовки.

Концепція Веб 3.0, яка запропонувала інноваційні шляхи налагодження комунікації й обміну знаннями в суспільстві, для бібліотек надала якісно новий рівень гнучкості, сумісної діяльності у мережевому медіа-середовищі. Д. Аскей, К. Арлітч зазначили, що застосування Веб-технології третього покоління передбачає для бібліотек появу вузькоспеціалізованих ресурсів, де буде здійснюватись агрегація всіх необхідних користувачеві сервісів та інструментів професійної складової і публікація контенту, що модерується експертами [201]. К. В. Лобузїна, досліджуючи еволюцію функціональних можливостей бібліотечних технологій, яка відбувається в напрямках, що відповідають найважливішим інформаційним завданням бібліотек у сучасному суспільстві, зазначила: «Сьогодні Веб 3.0 пропонує технологічні моделі реалізації високоінтелектуальних сервісів, призначених для ефективного представлення знань та реалізації концепції семантичної бібліотеки (Бібліотека 3.0)». Науковиця наголосила на тому, що технології Веб 3.0 мають потенціал спрямувати інтерес на бібліотечні технології, оскільки саме в них накопичений великий досвід упорядкування знань. Ідеї моделі Веб 3.0 повністю збігаються з основною функцією бібліотек – бути посередником між інформаційною сировиною та користувачем. «Все це має підняти роль бібліотекаря як інформаційного експерта та менеджера знань, який буде професійно описувати електронні ресурси, формувати інтелектуальне історико-культурне та наукове електронне середовище» [77].

Означена теза переконливо підтверджується працями зарубіжних теоретиків та практиків бібліотекознавчої сфери К. Арлітчом [201], Н. Верієром [284], М. Кейсі [217], Дж. Девісом [225], Д. Фітчером [231], Дж. Фурнером [233], Р. Холлі [242], С. Пандеєм [269] та ін. Так, К. Арлітч визначив семантичні технології як основний інструмент зі створення структурованих даних та оптимізації цифрового контенту, який ефективно оптимізує можливості інформаційного пошуку різноманітних інформаційних об'єктів [201]. Використання семантичних технологій у цифрових бібліотеках, на думку С. Пандея, дасть змогу на якісно новому

рівні реалізувати сумісність даних та позначити шляхи підвищення ефективності обміну знаннями [269]. Н. Верієр, Дж. Шиварама, М. Ангаді крізь призму семантичних веб-технологій визначають нові ролі інформаційних та бібліотечних професіоналів в еру Веб 3.0 [284].

Крім того, як зазначають фахівці, завдяки технологічним перевагам семантичних веб-технологій значно зросте можливість підвищити якість персоналізованих інформаційних продуктів та послуг бібліотек на основі враховування індивідуальних характеристик користувачів, їх можливостей, особливих потреб, які стають необхідними при обслуговуванні осіб з обмеженими можливостями. Перспективним також стає запровадження бібліотечними установами технологій третього покоління у процеси реалізації освітніх функцій [77, 84].

Дослідження доводять, що веб-технології нового покоління надали можливість бібліотекам використовувати колаборативні технології, які вивчаються як у загальнотеоретичному зрізі [224, 242, 289, 292], так і в практичній площині [219, 255, 257, 11, 20, 100, 137]. Зокрема, краудсорсингові бібліотечні проекти опинились у сфері уваги Е. Кроскі [251] та М. Беджина [207], О. Ю. Мар'їної [86], Т. О. Ярошенко [190], Н. В. Тарасенко [167]. Науковцями обґрунтовується перспективність використання колаборативних технологій, прогнозується зростання участі бібліотек у колаборативних проектах різного рівня та активізація використання ними відповідних соціальних технологій, що актуалізує дослідження, спрямовані на систематизацію і наукове осмислення відповідного досвіду бібліотек.

Зокрема, аналізуючи найбільші краудсорсингові проекти зарубіжних бібліотек, існування яких стало можливим з настанням ери Веб 2.0, О. Ю. Мар'їна пропонує використовувати потенціал «колективного розуму» користувацької аудиторії в різних процесах та напрямках діяльності бібліотечних установ – від транскрипції окремих цифрових зображень, виправлення помилок, тегування до практики колективних перекладів

текстів та пошук інформаційних об'єктів або інформації про них; від напрацювання рейтингу надійності інформації до експертної оцінки інформаційних об'єктів; від пов'язання бібліотечних ресурсів з мережевими осередками до геолокації даних; від попереднього рецензування видань до створення електронних книг, презентацій, буктрейлерів; від тестування окремих бібліотечних мережових та мобільних сервісів та додатків до обґрунтування нових продуктів та послуг бібліотек тощо [86].

Підсумовуючи аналіз різних авторських концепцій, можна констатувати, що новітні версії Веб-технології зміцнили потенціал бібліотек у опрацюванні інформаційних потоків [77, 199], розкрили нові можливості для організації збереження культурного та соціального капіталу [228]; призвели до трансформації традиційної ієрархії ЗМІ [244]; сприяли налагодженню соціокомунікаційної взаємодії бібліотек та суспільства [199]; долучили користувачів до процесів бібліотечної діяльності, надали нові можливості організації колективної соціальної співпраці на благо бібліотечних установ та ін. [273, 295, 86].

Вельми важливою для представленого дисертаційного дослідження є проблематика бібліотечного веб-представництва в інформаційному інтерактивному просторі. По-перше, вона пов'язана з тим, що сьогодні надзвичайно зростає популярність інтернет-представництв, які опосередковують взаємодію різних учасників системи соціальних комунікацій. У контексті соціокомунікаційних тенденцій вельми актуальними постають питання інтеграції, консолідації, агрегації, формування, упорядкування та керування інформаційними активами суспільства в межах різноманітних бібліотечних ресурсів та веб-проектів [145].

По-друге, з невпинним розгортанням мережевого простору бібліотеки поступово втрачають пріоритет у галузі інформаційного забезпечення, оброблення та репрезентації інформації та знань, які акцентували їх статус у структурі суспільства за часів до електронної ери [77, 139]. У цифровому

просторі бібліотечні установи стають все більш залежними від інформаційного мейнстріму, який формують великі «гравці» інформаційного суспільства – технокорпорації, видавництва та постійно збільшувана аудиторія користувачів, яка за теперішніх часів самостійно формує контент, бере активну участь у процесах розробки та підготовки широкого спектра інформаційних продуктів та послуг, займається самообслуговуванням [82].

По-третє, як наголошують науковці, сьогодні виявляється певна невідповідність рівня розвитку мережевого середовища та можливості актуалізації в його межах консолідованої інформаційної, інформаційно-аналітичної ресурсної бази бібліотек – сайтів, порталів, різноманітних цифрових проєктів, які на сьогодні є віртуальним представництвом бібліотечних й інших соціокомунікаційних установ, а також точкою ефективного необмеженого доступу до наукової, аналітичної, культурологічної, освітньої, дозвілєвої інформації та консолідованих знань у веб-середовищі [139].

По-четверте, ситуація поки що малоефективної репрезентації бібліотек у мережевому середовищі ускладнюється через зростання популярності інтернет-представництв, які опосередковують взаємодію різних учасників системи соціальних комунікацій. Негативно на образі та функціональності бібліотек позначається загальний прогрес та широке застосування соціально-комунікаційних та інтернет-маркетингових технологій різноманітними учасниками інформаційного суспільства, що надає можливість та значно підсилює просування останніх у мережевому просторі. Точніше на заваді ефективної та конкурентоспроможної онлайн-діяльності бібліотечних установ як повноправних суб'єктів інформаційного ринку мережевого його сегмента стає невикористання комплексу необхідних онлайн-інструментів, відсутність виваженої стратегії просування, яка повинна забезпечуватись системним застосуванням інтернет-маркетингу, веб-аналітики, вірусного та smm-

маркетингу та інших технологій в усіх напрямках мережевої бібліотечної діяльності [129]. На тлі цього вельми актуальним стає дослідження суспільного використання соціальних медіа та функціонування бібліотечної складової в їх контенті й обґрунтування подальшого розвитку бібліотек.

Зазначимо, що окремі аспекти налагодження комунікації бібліотек з користувачами через соціальні мережі в різних аспектах досліджуються як зарубіжними – П. Бредлі, Л. Хіл [212, 240], так і вітчизняними науковцями Ю. М. Половинчак, О. Ю. Мар'їною та ін. [109, 149, 151, 163, 81]. Представники бібліотечної сфери здійснюють постійний пошук механізмів, інструментів, способів та можливостей удосконалення діяльності бібліотечних установ у контенті соціальних мереж. Зокрема, А. В. Вітушко, А. В. Струнгар та О. Ю. Мар'їна визначають спектр веб-сервісів, які підвищують комунікативну спроможність бібліотечних сайтів [21, 84]. Г. І. Булахова та М. М. Самсонов вивчають особливості застосування соціальних мереж як інструментів рекламної діяльності бібліотечних установ [14, 130]. Л. А. Чуприна викладає теоретичні та практичні напрацювання щодо використання соціальних мереж як джерел оперативної інформації для бібліотек [181]. Л. Ф. Трачук розглядає бібліотечний блог як прояв концепції «Бібліотека 2.0» [172]. О. Д. Мартинюк та І. П. Перенесієнко здійснили огляд основних можливостей застосування соціальних мереж у бібліотечній справі [89, 105]. Особливості використання останніх на користь вітчизняних університетських та наукових бібліотек викладено З. В. Романухою та С. М. Головахою [128, 31].

Досить вагомим з точки зору предмета представленої дисертації є науковий доробок С. С. Соколова, який у своєму дослідженні щодо проблеми формування системи інтернет-маркетингу визначив комплекс методик та інструментів, спрямованих на забезпечення безперервного багатоканального зворотного зв'язку бібліотек із віддаленими

користувачами щодо з'ясування ступеня їх задоволеності рівнем бібліотечно-інформаційного сервісу, та запропонував комплексне застосування бібліотечними установами інструментарію просування інформаційної продукції, зокрема: SEO-просування, маркетинг у соціальних мережах, контекстна реклама, email-маркетинг, вірусний маркетинг [129].

Науковий колектив Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського системно досліджує соціальні інформаційні мережі, їхній зміст, особливості розвитку в системі соціальних комунікацій сучасності, чинники розвитку громадянського суспільства [137].

Т. Ю. Гранчак висвітлює результати аналізу використання національними бібліотеками світу та України різних соціальних мереж у процесі вдосконалення бібліотечного обслуговування, розкриває особливості окремих мереж як платформ представлення бібліотечних продуктів і послуг [37].

Т. О. Ярошенко та Т. О. Якушко розкривають теоретичні засади сучасного розвитку Інтернет і веб-технологій, зокрема сутність та основні принципи функціонування Веб 2.0, а також сприяють практичному опануванню та знайомству з основними його сервісами та можливостями їхнього використання в бібліотеках [192].

Треба зазначити, що практики бібліотечної сфери також активно здійснюють шляхи укріплення бібліотечної складової в системі суспільного використання соціальних медіа, що знаходить відображення в різноманітних методичних розробках. Так, колектив Харківської обласної універсальної наукової бібліотеки (ОУНБ) розробив методичний посібник «Технології веб 2.0 для бібліотек і користувачів» [168], Львівська ОУНБ видала методичні поради «Віртуальна «реальність» публічних бібліотек» [185]. Рівненська ОУНБ підготувала методичні матеріали «Бібліотечна блогосфера: досвід, критерії оцінки, рекомендації».

На відміну від вітчизняних теоретиків та практиків бібліотечної сфери, які здійснюють пошук шляхів реалізації бібліотек у соціальних медіа,

зарубіжні вже зосереджені на аналізі діяльності бібліотечних установ у соціальному медіа-контенті. Так, К. Махмуд та Дж. Річардсон у своєму дослідженні визначили найбільш популярні в бібліотечній сфері соціальні мережі – це Facebook та Twitter. Науковці підкреслили, що Facebook сприяє розвитку професійних зв'язків бібліотекарів і за межами віртуального середовища. Проте, незважаючи на зростаючий інтерес до прийняття бібліотеками соціальних медіа, рівень залучення користувачів на акаунти бібліотек є досить низьким [259]. Американський бібліотекознавець Г. Ван, досліджуючи діяльність 115 академічних бібліотек у соціальних медіа, встановив, що 90,4 % з них володіють принаймні одним акаунтом у мережі Facebook. При цьому науковець також засвідчив досить низьку зацікавленість користувачів веб-осередками бібліотек. Згідно з отриманими даними лише 4 акаунти бібліотек мають більш ніж 1000 передплатників, а 60 % бібліотечних профілів мають менш ніж 200 читачів [283]. На основі аналізу акаунтів у соціальних медіа 40 великих академічних та громадських бібліотек англomовних країн, групою науковців було визначено основні типи взаємодії користувачів із профілями бібліотечних установ та їх співвідношення: 53,41 % поширення інформації, 28,34 % обмін знаннями, 15,46 % комунікація між бібліотеками та користувачами, 2,79 % отримання знань [218]. Фахівці університетської бібліотеки штату Монтана (США) досліджували ефективність реклами у соціальній мережі Facebook, враховуючи різноманітні типи ставок за просування публікацій – ціна за клік, ціна за показ [294].

Потрібно підкреслити, що визначною ознакою сьогодення є те, що теоретичні напрацювання вітчизняних та зарубіжних науковців, дослідницьких колективів найтіснішим чином поєднуються з практикою. Фактично процеси обґрунтування необхідності прогресування бібліотек у Мережі та ландшафті соціальних медіа та практика є взаємообумовленими, тобто це той випадок, коли вони не дисонують одна з одною. Так, нині теоретичні ідеї втілюються у формуванні горизонтальних, корпоративних

зв'язків з використанням мережевих технологій у сфері бібліотекознавства. Вони відбуваються як на базі соціальних мереж (універсальних і спеціалізованих), блогосфери, віртуальних спільнот, так і через створення спеціалізованих науково-освітніх мереж. Розглядаючи місце соціальних медіа у формуванні горизонтальних зв'язків у сфері бібліотекознавства, можна констатувати, що вже сьогодні вони відіграють важливу роль у поширенні знань, стають засобом інтернаціонального обміну оперативною науковою інформацією, пропонують інструментарій для вдосконалення соціальних комунікацій, який наближає наукову спільноту до рівня відносин і взаємозв'язків, характерних для громадянського суспільства.

Сьогодні бібліотеки дедалі більше нарощують присутність у інтерактивному середовищі мас-медіа – у блогосфері, соціальних мережах, інших інтерактивних майданчиках, причому роблять це настільки активно, що вже можна говорити про формування системи представлення бібліотек у соціальних медіа. Відповідно, цей процес потребує детального аналізу. Представленість і досвід активності бібліотек у соціальних медіа дають змогу говорити про формування бібліотечної діяльності в соціальних медіа, її планування, здійснення й узагальнення потребує спеціальних методик досліджень контенту, технологій подачі публікацій, аудиторії бібліотечних сторінок у соціальних медіа.

Таким чином, і вітчизняні, і зарубіжні вчені визначають соціальні медіа як потужну платформу, яка сприяє розвитку різних напрямів діяльності бібліотек. Поряд із цим науковці визначають проблемні моменти розвитку бібліотечної складової в соціальних медіа, зокрема це:

- створення малоінформативних проєктів (сайтів, блогів, акаунтів у соціальних мережах та в контенті інших веб-майданчиків тощо);
- несвоєчасне оновлення контенту веб-представництв;
- недостатньо обґрунтоване ставлення до вибору техніко-технологічних рішень налагодження комунікаційної взаємодії в мережевому просторі;

- випадковий вибір технологій та онлайн-додатків для відтворення та репрезентації бібліотечних ресурсів, продуктів, послуг та ін.;
- непов'язаність веб-проектів однієї бібліотеки між собою [81].

Проблемним також є й повільне та епізодичне опанування потужного потенціалу інтернет-маркетингу вітчизняними бібліотеками, що призводить до незатребуваності значних обсягів інформації щодо задоволеності користувачів рівнем бібліотечно-інформаційного обслуговування [129]. Це підтверджується результатами окремих досліджень, які унаочнюють показники активності користувачів бібліотечної сторінки в соціальних мережах. Так, М. А. Назаровець зазначає, що лише чверть проаналізованих акаунтів українських бібліотек можна вважати високоактивними [98].

Віддаючи належне численним проведеним дослідженням та практичним напрацюванням бібліотечної сфери, можна констатувати відсутність загальновизнаного підходу до системного функціонування вітчизняних бібліотек у соціальних медіа. Публікації та результати досліджень поки не пропонують на рівні розв'язання наукової проблеми концептуального визначення інструментів, методів, функцій бібліотечних представництв у соціальних медіа. Така ситуація потребує узагальнювального дослідження сучасного досвіду діяльності зарубіжних та вітчизняних бібліотек у соціальному контенті; аналізу термінологічно-понятійного апарату досліджуваної теми з позиції інтерактивного простору та окреслення специфіки бібліотечної діяльності; окреслення основних сучасних тенденцій розвитку бібліотечної складової в системі суспільного використання соціальних медіа; напрацювання виваженої стратегії репрезентації бібліотечного представництва у соціальних медіа; окреслення перспектив розвитку бібліотечної складової в системі суспільного використання соціальних медіа.

Вирішення цих дослідницьких завдань обумовило використання в цьому дослідженні широкого кола джерел, серед яких можна виділити: закони, постанови, укази, розпорядження, що стосуються розвитку

інформаційної сфери та бібліотечної діяльності, прийняті Верховною Радою, Президентом та Кабінетом Міністрів України; зарубіжні урядові документи, що регламентують питання інформаційних обмінів; документи, що стосуються стратегії розвитку інформаційної сфери та бібліотек Міжнародної федерації бібліотечних асоціацій ІФЛА та ЮНЕСКО; документи та матеріали Української бібліотечної асоціації; внутрішньобібліотечні документи нормативно-правового характеру, що визначають структуру, напрями діяльності, функції та завдання бібліотек – статuti, стратегічні плани, звіти; наукові та інформаційно-аналітичні видання бібліотек; веб-сайти провідних бібліотек світу та вітчизняних бібліотечних структур.

Використання таких джерел, як Конституція України [64], закони «Про бібліотеки і бібліотечну справу» [113], «Про інформацію» [114], «Про Національну програму інформатизації» [116] та ін., Указів Президента України «Про Національну програму правової освіти населення» [117], «Про надання Центральній науковій бібліотеці імені В. І. Вернадського статусу національної» [115], «Про Національну юридичну бібліотеку» [118] тощо – обумовлено необхідністю формування уявлення стосовно особливостей державного регулювання діяльності й розвитку бібліотек та бібліотечного обслуговування в Україні на сучасному етапі; цілей і завдань, які сьогодні держава визначає для бібліотеки як соціального інституту в контексті забезпечення основних прав і свобод людини в умовах інформатизації та розбудови правової держави і громадянського суспільства; правових засад, які обумовлюють специфіку функціонування бібліотечних структур у нашій державі, а також – необхідністю окреслення основних напрямів розвитку діяльності бібліотечних структур з метою забезпечення необхідного інформаційно-аналітичного супроводу процесів суспільної трансформації в умовах глобалізації.

Дослідження документів та матеріалів Української бібліотечної асоціації обумовлено необхідністю формування уявлення про місію УБА, її

пріоритети у наданні доступу до знань і використанні в цьому процесі електронних технологій [138].

Опрацювання таких іноземних джерел, як Акт Конгресу США «Про поліпшення діяльності законодавчої гілки влади Федерального Уряду» в частині зміни місії Дослідницької служби Конгресу Бібліотеки Конгресу США (Congressional Research Service (Library of Congress)) в напрямі інтенсифікації проведення досліджень та аналітичної діяльності з метою інформаційної підтримки законодавчого процесу [198] та ін. – дало необхідний матеріал для висновків стосовно основних підходів зарубіжних держав до використання потенціалу бібліотек у здійсненні інформаційно-аналітичної діяльності, яка, враховуючи загальні процеси інформатизації, відповідала б національним потребам у забезпеченні суспільного розвитку.

Документи, що стосуються стратегії розвитку інформаційної сфери та бібліотек Міжнародної федерації бібліотечних асоціацій ІФЛА та ЮНЕСКО. Програма ЮНЕСКО «Інформація для всіх» [120], Стратегічний план ІФЛА на 2016–2021 рр. [139] тощо – насичені інформацією про окреслені світовим співтовариством завдання з подолання інформаційної нерівності та реалізації права людей на доступ до інформації та знань, а також шляхи їх вирішення; переосмислення міжнародним співтовариством у зв'язку з цим ролі інформаційного інституту бібліотеки; загальну стратегію та тактичні завдання розвитку бібліотек, визначених міжнародною бібліотечною спільнотою, шляхи підвищення їх статусу та розширення інформаційно-комунікаційної участі у різних сферах суспільного буття.

Документи, що стосуються стратегій, політик і рекомендацій використання бібліотечним представництвом соціальних медіа. Політика Бібліотеки Конгресу щодо коментарів та публікацій у соціальних медіа (Comment & Posting Policy) [220], стратегія соціальних медіа Національної бібліотеки Австралії (Social media strategy) [279]; політика соціальних медіа Національної бібліотеки Австралії (Social media policy) [278], Публічної

бібліотеки Глісона (США) (Social media policy) [277], Публічної бібліотеки Роанок (США) (Social Media Policy) [276], Публічної бібліотеки Квінсленда (Австралія) (SLQ Staff Social Media Policy) [274], бібліотеки Джеррі Фалвелла Університету Ліберті (США) (Jerry Falwell Library Social Media Policy) [275]; рекомендації бібліотеки університету Каліфорнії Сан Маркос (США) (Social Media Guidelines) [245] – містять інформацією про основні напрями діяльності бібліотек щодо використання соціальних медіа.

Опрацювання внутрішньобібліотечних документів нормативно-правового характеру – статутів, положень, стратегічних планів, звітів – дало змогу ознайомитися із широким колом питань, серед яких: структура бібліотек, принципи і напрями їх діяльності, функції та завдання тощо, а також планування і статистичні показники розвитку бібліотечних закладів, результати реалізації ухвалених планів і програм діяльності за останні роки.

У процесі дослідження було також здійснено опрацювання матеріалів наукових та інформаційно-аналітичних видань провідних світових та вітчизняних бібліотек, у першу чергу – Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського, результати якого дали підстави для висновків стосовно представлення в їх тематичному репертуарі бібліотечної складової в системі суспільного використання соціальних медіа.

Важливим джерелом дослідження були веб-сайти та соціальні медіа провідних бібліотек світу та України (див. Додаток Б). Аналіз цієї групи джерел дав змогу зібрати багатий фактографічний матеріал стосовно особливостей визначення бібліотеками своєї місії в сучасних умовах, їх структури, пріоритетів комплектування фондів на основі електронних ресурсів, форм та видів обслуговування користувачів, зокрема за допомогою соціальних медіа. Змістове наповнення веб-сайтів бібліотек містить також інформацію стосовно бібліотечної складової в системі суспільного використання соціальних медіа.

1.2. Специфіка інтерактивного простору та понятійний апарат дослідження суспільного використання соціальних медіа

Техніко-технологічні трансформації цифрової ери, розширення комунікаційного простору глобалізованого соціуму, поява новітніх практик комунікаційної взаємодії соціальних суб'єктів у різних сферах життєдіяльності суспільства та соціальне замовлення на інтернет-комунікацію актуалізують дослідження інтерактивного простору та окреслення термінологічного апарату, який вживається для позначення різних явищ, пов'язаних із соціальними медіа.

Насамперед потрібно зазначити, що детермінантою соціальних медіа є електронні мережі, які розглядаються науковцями як основні універсальні засоби соціальної комунікації [94, с. 9]. Дослідники наголошують на винятковій ролі мережевих технологій, що нині сприяють розвитку громадянського суспільства [137]; залученості людей у мережевий простір, використанню сукупного творчого потенціалу соціуму для розв'язання суспільно значущих, наукових та інших проблем [106]. На думку Т. О. Галіч, мережі починають відігравати ключову комунікативну роль у соціальній взаємодії, вони сприймають та самостійно створюють нові комунікативні конфігурації, недоступні традиційним інститутам; формують нові форми мережевої комунікації – соціальні інтернет-мережі [26]. При цьому мережеві соціальні спільноти формуються з будь-якими заданими характеристиками – демографічними, професійними, освітніми тощо [1]. Критично важливими аспектами у розвитку мереж стають можливості генерації ідей та опрацювання великих обсягів інформації, створення інтелектуального контенту, що є новим типом інформаційних ресурсів і становить частину національного інтелектуального капіталу [137].

Багатозначність поняття «соціальні медіа» та розширення сфери їх використання сьогодні викликає суперечливі оцінки, дискусії та великий інтерес у науковців. Водночас недостатньо розробленим залишається

визначення термінологічного апарату соціальних медіа. Неоднозначність термінології ускладнює наукове дослідження участі бібліотек у системі суспільного використання соціальних медіа. Інтенсифікація досліджень бібліотечних соціальних медіа, особливостей їх розвитку, шляхів вдосконалення, функцій актуалізує завдання розробки терміносистеми, використання якої стане підґрунтям для представленої наукової розвідки та подальших. Зупинимось на цьому більш детально.

Поняття «медіа», «мас-медіа» та «соціальні медіа» посідають значне місце в емпіричних узагальненнях і теоретичних розробках у галузі соціальних комунікацій, останнім часом – бібліотекознавчих студій, як складової комунікаційних досліджень.

Сьогодні медіа можна розглядати як динамічний центральний елемент культури, що стрімко розвивається. У теорії медіа та медіа-комунікацій можна виокремити декілька підходів визначення дефініції «медіа»:

- визначення медіа через опис конституюючих ознак;
- розгляд медіа через канал комунікацій;
- дослідження через футуристичні теорії (акцентуація новітніх технологій).

В основному під терміном «медіа» сьогодні розуміють засіб комунікації, в якому присутні як відправник, так і користувач інформації. Існує переконання, що медіа – це «соціокультурні інституції», які характеризуються формалізацією, постійністю та надійністю [272]. Фахівці медійного середовища переконливо вказують на суспільне формування медійної техніки та говорять про «подвійну соціальну природу» медіа. Тобто йдеться не лише про усупільнення, соціальне вираження, а й про виникнення навколо комунікації певних соціальних систем, які інституціоналізуються. Мається на увазі, що способи дії щодо медій організовуються за правилами та принципами, що постійно перебувають у процесі еволюції, і особи, що ними займаються, співпрацюють між собою на принципах розподілу праці та об'єднуються в силу суспільних інтересів.

Досить часто фахівці соціальних комунікацій ототожнюють поняття медіа і мас-медіа. Класичне визначення мас-медіа або масової комунікації дав Г. Малецке: це «технічні інструменти або апарати, за допомогою яких висловлювання відкритим, непрямим чином і в односторонньому порядку передаються дисперсній аудиторії» [260]. Під дисперсною аудиторією автор має на увазі окремих індивідів або невеликі групи осіб, між якими відсутні прямі міжособистісні відносини і яких пов'язує лише спільне користування тими самими медійними пропозиціями.

У багатьох дослідженнях як ключові елементи медіа розглядаються характерні риси комунікаційної взаємодії «один до багатьох», передача від постачальника інформації до аудиторії, розосередженої у просторі й часі, а також соціальна спрямованість.

Мас-медіа включені в складні взаємозв'язки, виробляються та споживаються за певними соціальними правилами. Смысл їх існування полягає у сприянні формуванню самоусвідомлення суспільства щодо актуальних питань у сфері громадської думки. Отже, мас-медіа – це єдине середовище, яке використовується для зберігання, передачі та подання інформації або даних за певними правилами та принципами, які є значущими для суспільства з метою суспільної комунікації.

Для виокремлення соціальних медіа у структурі медіа, цінними видаються підходи, запропоновані німецькими дослідниками Г. Проссом і Х. Кубічком, що виходять із технологічного характеру медіа. За Г. Проссом медіа поділяються на такі типи:

- первинний – це усна комунікація, яка представляє володіння загальною знаковою системою, але не передбачає користування жодними технічними приладами;
- вторинний – це медіа, для яких техніка потрібна при виготовленні, але не для користування та сприйняття (брошура, книга, газета, журнал).

– третинний – це медіа, які передбачають наявність технічних пристроїв для виробництва і користування (електронні мас-медіа, сучасні засоби індивідуальної комунікації, а також цифрові медіа, зокрема Інтернет) [270].

Логічним продовженням такого розмежування може вважатись спроба Х. Кубічека визначити медіа за рівнем інтерактивності:

– «першого порядку» – це технології, оснащені відповідним потенціалом до дії (вторинні в термінології Просса);

– «другого порядку» – це медіа, які виникають лише тоді, коли інституціоналізуються комунікатори, які орієнтують свої функції на аудиторію (третинні в термінології Просса).

Отже, Інтернет можна розглядати як різновид медіа першого порядку (технічна інфраструктура, яка використовується для комунікації), так і другого (в значенні класичних мас-медіа) [252].

Інтеграція описаних підходів дає змогу акцентувати увагу на інтеракції медіа як новій принциповій характеристиці, що дозволяє Р. Буркарту виділяти «четвертинні медіа» [215], тобто цифрові медіа та онлайнову комунікацію, для яких характерний високий рівень інтерактивності. Конституючою ознакою таких «четвертинних медіа» пропонується розглядати рівень інтерактивності, тобто можливості зворотного зв'язку, коли технології дають можливість створювати, споживати, а також змінювати медіа з боку реципієнтів.

Таким чином, технологічний підхід у комплексі з вихідною тезою про соціальну природу медіа дозволяє виокремити новий тип медіа, в якому сучасні комунікаційні технології забезпечують вищий рівень соціальної взаємодії аж до розмивання меж між транслятором і реципієнтом.

Зазначимо, у результаті трансформації мережево-інформаційних ресурсів виникають нові медіа, щодо яких не сформовано, як видно з вищенаведених досліджень, понятійний апарат. У відповідь на необхідність позначити медіа-продукцію, яка є інтерактивною і поширюється цифровими

методами, дослідниками паралельно використовуються терміни: «нові медіа», «соціальні медіа», «цифрові медіа» та «електронні медіа». Деякі з них є синонімічними й існують для позначення одного і того ж явища в силу неусталеності терміносистеми, інші – відзначають специфіку різних медіаявищ. У широкому сенсі «новими медіа» (четвертинними у визначенні Р. Буркарта) можна назвати всі засоби масової інформації, які розміщені в Інтернеті, основною характеристикою яких є: інтерактивний характер, що дає змогу користувачу здійснювати підбір матеріалів, а також додавати власний.

Деякі науковці схильні ототожнювати поняття цифрові та нові медіа, виділяючи як важливу характеристику цих медіа їх взаємозв'язок і утворення мереж, що дозволяє охопити з легкістю великий географічний простір і кардинально змінити сам принцип поширення інформації [230]. Цей підхід цілком відповідав раннім етапам концептуалізації нових медіа, однак у ньому не вистачає взаємозв'язку цифрових медіа із соціальними змінами. Слід зауважити те, що зовсім не всі «нові медіа» є соціальними. Вони можуть мати деякі інструменти, які будуть зближувати їх із соціальними медіа, але цього недостатньо, щоб віднести їх до соціальних.

Теоретичні узагальнення досліджень феномену нових медіа свідчать про широкий спектр думок, проте визначають загальні ознаки – інтерактивність та цифровий формат існування. Термін «нові медіа» найчастіше застосовується при визначенні різноманітних видів інтерактивної електронної медіа продукції, мережових форм комунікації виробників контенту з користувачами, та для позначення відмінності від традиційних медіа [260]. Він у певному сенсі відбиває особливості розгортання електронних, мережових інформаційних технологій та комунікацій, зміну традиційної моделі комунікаційної взаємодії «один до багатьох» на «багато до багатьох» [223]. Нові медіа надають можливість розмежування семантики та інтерфейсу [262]. Найчастіше їх пов'язують з технологічним аспектом, але нині це поняття повинно розглядатись як

найважливіший чинник соціальних перетворень, комунікаційних практик, моделей, як засіб зміни життєдіяльності людей, їх способів інформаційного споживання та мислення [87]. Отже, нові медіа є гіперонімом щодо соціальних медіа на термінологічному та концептуальному рівні.

Зарубіжні теоретики та практики розглядають феномен соціальних медіа як багатозначний термін, що використовують для опису нових форм комунікації виробників контенту з його споживачами і для яких визначальне значення має чинник виробництва контенту самими користувачами [237]. Вітчизняні науковці визначають соціальні медіа як набір онлайн-технологій, що забезпечують спілкування користувачів між собою в різноманітних формах – налагодження контактів, взаємодія один з одним, обмін думками, досвідом і знаннями, а також новинами, відео, фото, музикою та посиланнями [137, с. 106].

Інші дослідники визначають соціальні медіа як вид мас-медіа, що має ряд переваг над іншими різновидами та апелює до певної соціальної спільноти [235]. Водночас соціальні медіа слід розглядати і як чинник формування суспільних зв'язків нової якості. Вони стають одним з інструментів горизонтального структурування суспільства, даючи підстави ідентифікувати це як один з виявів формування громадянського суспільства.

П. Гілін визначає соціальні медіа як багатозначний термін, який об'єднує різні онлайн-технології в Інтернеті, які дають можливість користувачам спілкуватися, взаємодіяти між собою. Характерна риса всіх соціальних медіа, на його думку, полягає в тому, що творцями контенту є самі користувачі [236].

Американський дослідник Б. Соліс у своїй статті «Визначення соціальних медіа» надає кілька дефініцій соціальним медіа, одним з яких є: «соціальні медіа – це злиття соціальної складової і високих технологій, що трансформують монолог (від одного до багатьох) в діалог (багато до багатьох)» [134].

Дж. Торнлеєм соціальні медіа визначені як онлайн комунікація, в якій

індивідуум плавно та гнучко змінює свою роль, виступаючи то в якості аудиторії, то в якості учасника. Це забезпечується на основі використання соціального програмного забезпечення, що дозволяє будь-кому, без спеціальних знань в області кодування, розміщувати, коментувати, переміщати, редагувати інформацію і створювати спільноти навколо поділюваних інтересів [288].

Сучасний етап формування інформаційного суспільства характеризується активним розвитком соціальних медіа, розширенням їх використання в різних сферах та, відповідно, активізацією наукових досліджень, пов'язаних із функціонуванням соціальних медіа. Це, у свою чергу, актуалізує класифікації соціальних медіа. Питання у своїх дослідженнях торкалися різні науковці, серед яких можна відзначити напрацювання А. Каплана [247], М. Хенлейна [247], Т. Айхнера [196], Ф. Джейкоба [196], К. Фукса [232], Ч. Кумара [253], А. В. Віцентія [19], Т. Ю. Гранчак [37]. Водночас існуючі дослідження попри їх чисельність не виключають доцільності нових спроб класифікації. По-перше, у силу різноманітності соціальних медіа та їх швидких змін; по-друге, у силу складності інфраструктури соціальних медіа, їх «модульності» – здатності поєднувати різні інструменти, що призводить до взаємоперетину декількох інформаційних майданчиків. Сьогодні відбувається розширення видів контенту, зростання, відповідно, кількості конфігурацій його поєднання, аж до інтеграції різних типів медіа чи їхніх елементів. Така інтегрованість медіа (технологій і контенту) описується через поняття конвергентності як процесу злиття засобів традиційних масової інформації та комунікації в єдиний інформаційний ресурс [107]. Тому різні типи соціальних медіа перетинаються або ж накладаються один на одного, і чітко їх розділити неможливо.

Відповідно, різними дослідниками можуть акцентуватись різні класифікаційні ознаки, що призведе до віднесення одного і того ж соціального медіа до різних груп. Так, згідно з А. Капланом та М.

Хенлейном, можна виокремити категорії соціальних медіа [247]: віртуальні співтовариства; блоги; соціальні мережі; співтовариства з виробництва спільного контенту; Вікі-сервіси; геосоціальні сервіси тощо. Інші науковці до представленого переліку додають: форуми, мікроблоги, фотохостинги, сайти відгуків, соціальні закладки, соціальні ігри, відеохостинги і віртуальні світи [19, 196]. Очевидно, що цей перелік буде постійно доповнюватись за рахунок появи новітніх форм та видів соціальних медіа, особливо «якщо врахувати проникнення соціальних медіа в професійні сфери діяльності і взаємодії громадян з державою» [214].

У сучасному світі чітко розділити медіа на «соціальні» і «не соціальні» також досить складно. Наприклад, багато сучасних інтернет-ЗМІ мають інструменти, характерні для соціальних медіа-ресурсів (можливість коментувати, оцінювати, доповнювати і редагувати статті тощо) [107]. Іноді для кращого розуміння сутності досліджуваного явища, «соціальні медіа» поділяють на «технології» і «різновиди інтернет-ресурсів». Однак такий розподіл не має сенсу з практичної точки зору. Адже сервіси соціальних медіа є сукупністю технологій і віртуального простору, що надається цим сервісом, то найчастіше неможливо відокремити одне від іншого, не зруйнувавши їх цілісність [19].

К. Фукс і Ч. Кумар виокремлюють соціальні медіа за функціональним принципом [232, 253]:

- сервіси публікації закладинок;
- соціальні медіа, орієнтовані на поширення новинної інформації;
- соціальні мережі;
- різноманітні медіа-хостинги;
- Вікі-сервіси.

Т. Ю. Гранчак пропонує систематизувати соціальні мережі за типом контенту [37]:

- соціальні мережі, орієнтовані на представлення мультимедійного контенту: текстових повідомлень, графічного матеріалу, відео- та аудіо-документів (наприклад, Facebook, ВКонтакте, Twitter);

- соціальні мережі, орієнтовані на представлення візуального – графічного та відеоконтенту (Flickr.com, Pinterest, Instagram, YouTube.com);

- соціальні мережі для аудіоконтенту (iTunes).

На нашу думку, таку різноманітність класифікацій можна вважати закономірною, як робочого інструменту наукових досліджень, що визначається, у першу чергу, завданнями цих досліджень. Водночас узагальнення існуючих підходів важливе для систематизації питання використання соціальних медіа в комунікаційних процесах.

У контексті розглянутих класифікацій у цьому дослідженні пропонується типологічна класифікація соціальних медіа. Пропонуємо класифікувати соціальні медіа за специфікою контенту та комунікативною стратегією (Додаток В). До соціальних медіа за специфікою контенту можна віднести:

- соціальні медіа, орієнтовані на представлення мультимедійного контенту: текстових повідомлень, світлин, відео- та аудіодокументів (наприклад, соціальні мережі (Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, Tumblr, ВКонтакте), віртуальні світи (Second Life));

- соціальні медіа, орієнтовані на представлення моноформатного контенту: відео- (наприклад, відеохостинг YouTube), фотоконтенту (наприклад, соціальна мережа Pinterest), слайд-шоу (наприклад, слайд-хостинг SlideShare)). Також до цього виду соціальних медіа можна віднести соціальні медіа, орієнтовані на представлення візуального, відео- та аудіоконтенту (наприклад, соціальні мережі (Flickr, Instagram, iTunes)), як розширений вид моноформатного контенту.

До соціальних медіа за конститууючою, тобто такою, яка виділяє одні соціальні медіа від інших, комунікативною стратегією можна віднести:

–колаборативні проекти, які передбачають колаборативну співпрацю та взаємодію з користувачами (наприклад, Вікіпедія, Вікісховище);

–рекомендаційні сервіси (рекомендаційні системи), орієнтовані на базові уподобання користувача (наприклад, Букмікс (<http://bookmix.ru/>), Жива Бібліотека (www.LiveLib.ru), Імхонет (www.Imho.net), Bookmate (www.bookmate.com/), Googreads (www.goodreads.com), LibraryThing (www.librarything.com)). Такі ресурси пропонують кожному персоналізований рейтинг книг;

–файлообмінні спільноти, орієнтовані на спільне використання файлів, засновані на рівноправності учасників обміну (наприклад, торрент-толока «Гуртом» (<https://toloka.to/>));

–медіа-хостинги, які передбачають розміщення матеріалів користувачами (наприклад, монохостинги (слайд-хостинги (SlideShare), відеохостинги (YouTube), фотохостинги (Pinterest)); відео-, фото- та аудіохостинги (Flickr, Instagram, iTunes);

–соціальні медіа, які забезпечують комунікацію користувачів (наприклад, соціальні мережі (Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, Tumblr, ВКонтакте); блоги (LiveJournal.com, Blog.net.ua, Blox.ua); віртуальні світи (Second Life)).

Отже, запропонована типологічна класифікація соціальних медіа не є вичерпною та завершеною, вона може доповнюватись та мати широке обговорення. Враховуючи те, що сьогодні соціальні медіа досить швидко розвиваються і надалі можна прогнозувати, що класифікація буде змінюватись і доповнюватись.

Варто також зазначити те, що в багатьох дослідженнях існує підміна більш широкого поняття «соціальні медіа» вузьким терміном «соціальні мережі». Їх використання як синонімів взагалі не сприяє термінологічній визначеності й якості досліджень. Відзначимо, що термін «соціальна мережа» вперше було введено до наукового обігу в 1954 р. Дж. Барнсом [203], проте його масове поширення пов'язане із широким розгортанням

мережових осередків у середині 1990-х – на початку 2000-х років. Підкреслимо, що класичні теорії соціальних мереж були розроблені А. Бейвласом [205], С. Берковіц [286], Я. Морено [95], Б. Уллманом [286] та ін. Власне сама ідея існування явища соціальної мережі як комунікаційної структури була обґрунтована ще раніше Дж. Морено, який представив її у вигляді «соціограми» – схематичного зображення міжособистісних відносин у соціальній групі [95]. Дж. Мітчелл визначив соціальну мережу як специфічний набір зв'язків людини з певними людьми, що впливають на соціальну поведінку даної людини [266]. Еволюція означеного феномену як самоорганізованої гнучкої системи соціальних взаємин представлена А. Л. Яценком [193, с. 8–9]. Вивченню соціальної мережі як суб'єктивного образу міжособистісних взаємодій, визначенню якісних та кількісних характеристик було присвячено праці Н. В. Матрьохіної [93, с. 3–4]. О. М. Лещенком соціальні мережі було досліджено як феномен соціальної реальності, який відбиває специфіку мережевої взаємодії в інформаційному суспільстві [76].

Дослідження останніх років пов'язані з технологічними аспектами розвитку соціальних мереж та інтернет-сервісів, що надають користувачеві можливість стандартизувати особисту веб-сторінку, розмістити в певному розділі, який призначений для користувача, особисті дані, а також встановити і формалізувати зв'язки з іншими користувачами сервісу тощо. Науковцями зазначається, що з розгортанням «віртуальних» мереж соціальна комунікація набуває нових якостей, таких як: глобальність, оперативність, системність. Проте, як зазначають дослідники, змін зазнає лише форма, зміст – базові комунікаційні закони – залишається незмінним [72, с. 41].

Науковці окреслили феномен сучасних соціальних мереж, через такі характеристики: глобальність, періодичність, доступність, соціабельність, демократичність, можливість встановлення зворотного зв'язку, мультифункціональність. Вчені зазначили, що соціальні мережі підвищують

ефективність мережевої взаємодії на основі формування інформаційної культури особистості, інформаційних компетенцій; породжують ціннісні імперативи; сприяють мобільності соціального капіталу. Соціальні мережі проявляють себе як механізм конструювання комунікативного простору сучасного суспільства за рахунок накопичення і реалізації соціомережевого капіталу і дифузії інновацій, які охоплюють освітню, науково-інноваційну, політичну та економічну сфери сучасного суспільства [76, с. 8]. Найбільш ґрунтовне узагальнення запропонувала О. П. Пінчук, яка визначила соціальну мережу [106]:

1. Як елемент соціального середовища, який пов'язує дві системи: людину і суспільство.

2. Як основний об'єкт, який функціонує поверх та поза глобальною мережею Інтернет.

3. Структурними і функціональними характеристиками, в якій для людини мають слугувати: обсяг контактів, об'єкти взаємодії (люди (вік, стать, освіта), організації / установи, групи / круги), зміст взаємодій, емоційна забарвленість, інтенсивність міжособистісних взаємодій.

4. Як еґоцентрична мережа, у якій усі її члени «обертаються» навколо однієї людини.

Отже, термін соціальна мережа позначає потужне соціокомунікаційне явище, що є складовою феномену соціальних медіа. До слова, виникнення сервісів соціальних медіа розпочалось саме з започаткування соціальної мережі Classmates, яка розпочала свою роботу в 1995 р. Згодом з'явилися інші сервіси, наприклад LiveJournal в 1999 р. Але офіційним початком соціальних мереж прийнято вважати 2003–2004 рр., коли в США були запуснені LinkedIn, MySpace і Facebook [48]. У російськомовному сегменті Інтернету соціальні мережі стали набирати популярність з 2006 р., коли з'явилися соціальні мережі «Одноклассники» і «ВКонтакте», які мали сайти російською мовою (у Facebook російська версія сайту з'явилася тільки у 2008 р.). За своєю сутністю та за способом функціонування вони були

пов'язані насамперед з появою та динамічним розгортанням нового культурологічного феномену Веб 2.0, мова про який йтиме далі.

Розвиток соціальних медіа та мережі Інтернет, інформатизація соціального простору постали передумовами формування і становлення нових соціальних медіа, зовсім нового типу культури, зі своїми правилами, термінологією. Важливою частиною цієї культури є нові можливості, які сприяють використанню певних інструментів взаємодії в суспільстві, формуванню горизонтальних зв'язків у суспільстві. Таким чином, нові можливості, створені цифровими технологіями, дають змогу говорити про нову якість медіа з їх надвисоким соціальним ресурсом. Отже, існуючі в науковій літературі дефініції «нові», «новітні» «соціальні» медіа дозволяють зробити висновок про їх синонімічність або використання визначення «нові соціальні медіа». Водночас слід виокремити точку зору тих дослідників, що «новизну» ототожнюють не з новою якістю соціальних характеристик, а з новими технологіями. Пропонуємо новими (соціальними) називати медіа, що набувають нової соціальної якості.

Підкреслимо, соціальні медіа – це новий соціальний інститут сучасного суспільства, основними характеристиками якого є:

- доступні інтерактивні комунікації;
- безпосередня участь користувачів у генерації та ретрансляції медійного контенту;
- висока ступінь залученості користувачів у процес інтерактивної комунікації;
- максимальна швидкість зворотного зв'язку між користувачами;
- персоналізація користувача.

У якості основних характерних властивостей нових соціальних медіа виступають:

- універсальність,
- інтерактивність,
- доступність,

- мобільність,
- комунікативність.

Універсальність нових соціальних медіа виражається в тематичній різнобічності інформації, її глобальності, всеосяжності та багатофункціональності, що само по собі є новим, більш якісним рівнем розвитку засобів масової інформації сучасного суспільства [184]. Іноді визначають також специфічні та цілком універсальні можливості соціальних медіа – можливість роботи з аудіо- або відеоматеріалами, зі статичними або динамічними відеодокументами; з макро- або мікрооб'єктами, а також текстами [264].

Інтерактивність поступово стає головною складовою розвитку сучасного суспільства. Технологічна конвергенція робить інтерактивність однією з найважливіших складових процесів сучасної комунікації. Інтерактивність соціальних медіа вирізняє їх за критеріями доступності та різноманітності способів комунікації та доставки споживачеві контенту. Фактично вона позначає характер та ступінь взаємодії між об'єктами або суб'єктами, надає можливість користувачам швидко та зручно взаємодіяти в контенті, встановлювати зв'язок, обмінюватися інформацією, думками з іншими відвідувачами [179, с. 118]. Інструментами інтерактивності в соціальних медіа можна вважати: зворотню форму, особистий кабінет, поштові розсилки, опитування, форуми, блоги, аудіо- та відеопідкастинг, плагіни рекомендації, форми обміну миттєвими повідомленнями тощо. Інтерактивні можливості соціальних медіа сприяють переміщенню різних видів соціальної діяльності та соціокомунікаційної взаємодії у мережеве середовище.

Доступність у соціальних медіа – це інформаційна величина, характеристика та кількісний показник інформаційного наповнення медіа-середовища.

Мобільність визначається часом, витраченим на пошук необхідних фактів, їх організацію та розуміння в електронному середовищі соціальних

медіа. Нині вона стає найважливішим показником продуктивності інформаційної праці [184].

Під комунікативністю нових соціальних медіа слід розуміти сукупність характеристик, які дають змогу здійснювати процес комунікації між людьми, спільнотами та передачі інформації за допомогою інтерактивних форм [184]. Розгортання та посилення комунікативності сприяє подоланню часової та просторової ізоляваності окремих індивідів, націй та їхніх культур.

Іншими специфічними характеристиками соціальних медіа є:

- надвисока динамічність розвитку та поширення в соціумі;
- демократичність залучення різних учасників інформаційного суспільства;
- інтероперабельність, що забезпечує взаємодію та функціонування з іншими продуктами (або системами) без будь-яких обмежень доступу або реалізації набору функцій, які відповідають указаним або ймовірним потребам користувачів;
- реактивність технологічного розвитку та соціалізації у суспільстві;
- кон'юнктурність їх розвію щодо соціальних процесів;
- гібридність, що надає можливість використовувати традиційні та новітні технології обробки, презентації та просування інформації.

З точки зору технологічної складової, соціальні медіа – це інтернет-сервіси, засновані на ідеологічній та технологічній базі Веб 2.0, які дають змогу користувачам створювати контент і обмінюватися ним. Отже, технології Веб 2.0 є визначальними для соціальних медіа, у тому числі таких, що мають бібліотечну спрямованість.

Термін «Веб 2.0» був запропонований Тімом О'Рейлі, засновником і генеральним директором американської компанії O'Reilly Media. У статті «Що таке Веб 2.0. Шаблони дизайну та бізнес-моделі для нового покоління програм» він заявив про новий напрям у розвитку Інтернету, за яким бачить майбутнє. І хоча свою концепцію він описує досить розпливчасто:

«Як багато інших важливих концепцій, Веб 2.0 не має чітких ознак (кордонів)». Це скоріше центр тяжіння, і в статті немає чітких теоретичних визначень Веб 2.0, разом з тим, наведено умови та стандарти Веб 2.0, зокрема: недорогі продукти та сервіси, що масштабуються (тобто відкриті для доопрацювання), а не завершені продукти; контроль за унікальними джерелами даних, які збагачуються коштом залучення значного числа користувачів; ставлення до користувача як до співробітника; використання колективних інтелектуальних ресурсів; самообслуговування користувачів; спрощення користувацького інтерфейсу, розробок та ін. [192].

Характеризуючи свою концепцію, пояснюючи її потім у безлічі статей, Т. О'Рейлі підкреслює, що головний принцип Веб 2.0 – підвищення ефективності інтернет-технологій за рахунок використання «колективного» розуму, залучення користувачів до наповнення і багаторазової перевірки контенту. За визначенням Т. О'Рейлі, Веб 2.0 – це методика проектування систем, за яких вони стають тим кращими, чим більше людей ними користуються. Тобто це системи, інформаційне наповнення яких забезпечують користувачі [268].

Аналізуючи статтю «Що таке Веб 2.0. Шаблони дизайну та бізнес-моделі для нового покоління програм», основним критерієм Веб 2.0 можна назвати інтерактивність або нелінійну взаємодію. Сервіси, які забезпечують спільну роботу кількох користувачів, наприклад: блогосфера, концепція вікі, сервіси типу Flickr, YouTube – усі вони засновані на нелінійній взаємодії, тобто, взаємодії, що не обмежується порядком надходження інформації на сервер. Наприклад, можна порівняти запис у гостьовій книзі і блогу. У першому випадку записи суворо слідує один за одним, у другому – є можливість коментувати конкретні записи, записувати власні із запізненням. У статті О'Рейлі не згадані сервіси типу MySpace і Facebook, проте вони також належать до концепції Веб 2.0, оскільки відповідають критерію інтерактивності. Таким чином

можна сказати, що всі сервіси соціальних медіа можна віднести до другого покоління Веб 2.0.

Отже, можна зробити висновок, що поняття «Веб 2.0» охоплює як мінімум два аспекти:

- власне ідеологію чи концепцію, яка в основному є новим підходом до розуміння ролі користувача в інтернет-комунікації та до організації самих засобів комунікації в мережі Інтернет;

- технічні засоби, які використовуються для реалізації означених функцій [192].

Головною особливістю Веб 2.0 є покращення та пришвидшення взаємодії веб-сайтів з користувачами, що зумовило стрімке зростання активності користувачів. Це виявилось в участі в інтернет-спільнотах (зокрема у форумах); розміщенні коментарів на сайтах; веденні персональних журналів (блогів); розміщенні посилань у Світовому павутинні. Веб 2.0 запровадив активний обмін даними, зокрема експорт новин між сайтами; активну агрегацію інформації із сайтів.

Отже, основу Веб 2.0 становить, передусім, ідеологія, коли змінюється центр тяжіння, в основі якого – користувач, його знання та інформація, що він приносить у Мережу. Таким чином Інтернет вже нині є складними та багаторівневими комунікаціями користувачів (міжособистісними, професійними, тематичними, географічними, політичними тощо) [192].

Очевидно, що у сучасному інформаційно-мережевому середовищі трансформується і бібліотека. Технології та сервіси Веб 2.0, які в значній мірі орієнтовані на колективну функціональність, взаємодію з користувачами, соціальні мережі і колективний доступ, пропонують бібліотекам вже готові інструменти для побудови горизонтальної моделі взаємодії з користувачами, яка носить взаємний, рівноправний характер і заснована на гуманістичних позиціях загальнолюдського характеру.

Мережеві комунікації та технології Веб 2.0 займають належне місце і в бібліотечній діяльності, охоплюють все більше і більше бібліотечних послуг

та сервісів, утворюючи новий етап розвитку бібліотечної справи, який називають «Бібліотека 2.0».

Феномен «Бібліотека 2.0» на сьогодні є дуже актуальним (станом на квітень 2018 р. – понад 2 млн посилань у пошуковій системі Google, понад 18 тис. посилань у спеціалізованій системі пошуку наукової інформації Google Scholar).

Вперше термін «Бібліотека 2.0» у 2005 р. представив М. Кейсі, який охарактеризував його у вигляді передових технологій бібліотечного сервісу [216]. Основні міркування М. Кейсі полягали в тому, що за допомогою основних положень Веб 2.0 бібліотеки зможуть досягти якісно нового рівня забезпечення інформаційних потреб користувачів.

У 2006 р. М. Кейсі і Л. Савастинюк опублікували статтю, в якій акцентували на тому, що це модель бібліотечного обслуговування, орієнтована на постійний і цілеспрямований розвиток, запрошуючи користувача брати участь у створенні фізичних і віртуальних послуг [217].

П. Міллер визначає «Бібліотеку 2.0» як «поняття абсолютно іншого бібліотечного обслуговування», що діє відповідно з очікуваннями сьогоденних користувачів. У цій концепції бібліотека представляє вседоступну інформацію цілодобо [265].

М. Хабіб, відштовхуючись від того, що між термінами «Бібліотека 2.0» і «Веб 2.0» є тісний взаємозв'язок, припустив, що термін повинен описувати унікальну бібліотечну модель, яка активно використовує сервіси Інтернету нового покоління в бібліотечному обслуговуванні [239].

Існування Бібліотеки 2.0 А. В. Пурнік описує таким чином: є фонд бібліотеки; є ресурси, доступні через Інтернет (продовження фонду); тобто користувач з його інформаційними потребами; є бібліотекар. Між ними будується діалог, спрямований на пошук ресурсу для задоволення потреб користувача. До цього моменту серйозних відмінностей від традиційної Бібліотеки 1.0 не спостерігається. Відмінності з'являються тоді, коли діалог перетворюється на ресурс [124, с. 6].

Тому логічним є визначення «Бібліотеки 2.0», яке сформоване на основі аналізу праць провідних бібліотекознавців: це модель модернізованих форм бібліотечних послуг, що представляє еволюцію їх становлення та надання користувачам послуг нової якості.

Необхідно зауважити відсутність єдності в описі науковцями структурних елементів «Бібліотеки 2.0». Деякі дослідники вважають, що вона інтегрує блоги, вікі, миттєві повідомлення, RSS і мережеві соціальні сервіси в традиційне бібліотечне обслуговування. Інші описують шлях залучення читачів/користувачів у діяльність, що дає змогу їм робити внесок у розвиток сервісів.

Д. Мейнес виділяє чотири основні елементи теорії «Бібліотеки 2.0»:

- орієнтація на користувача – користувачі беруть участь у формуванні змісту та послуг, що знаходяться у сфері їх веб-присутності;
- забезпечення мультимедійного досвіду – колекції і послуги «Бібліотеки 2.0» повинні містити відео-, аудіо-, мультимедіакомпоненти;
- соціальне збагачення – використання синхронних (системи миттєвих повідомлень) і асинхронних (форуми, вікі) шляхів для спілкування користувачів;
- інноваційність – це найважливіший аспект Бібліотеки 2.0, тому що вона постійно прагне розвивати і змінювати свої послуги, щоб представляти нові можливості для пошуку і використання інформації суспільству [261].

Поняття «Бібліотека 2.0» і «соціальні медіа» не можна ототожнювати. Особливості концепції «Бібліотека 2.0» надають представлені нижче широкі можливості: відкритий доступ до книг; користувач може запропонувати книгу для поповнення фонду бібліотеки; послуги доступні повсюди і повсякчас; каталог з можливістю долучення коментарів та створення добірок книг; інформацію як засіб спілкування; віртуальне довідкове обслуговування; широкий спектр послуг; участь у корпоративних проектах; бібліотека представляє свій простір у соціальних медіа, віртуальних світах.

Бібліотека 2.0 – це бібліотека, сервіси якої орієнтовані на Веб 2.0, тобто на контент, який генерований користувачами і створений у результаті діалогової взаємодії користувача з бібліотекою. Концепція «Бібліотека 2.0» орієнтована на користувача, вона концентрується навколо нього, його життя і його потреб, а технології допомагають у реалізації концепції, а не створюють її.

Бібліотека в епоху Веб 2.0 руйнує бар'єри (фізичні, географічні, часові, просторові), стає «всюдисущою» для користувачів і потрібною користувачам. Користувач бібліотеки – центр тяжіння, для нього всі сервіси, ресурси, технології. Не електронний каталог сам по собі, не колекція сама для себе, не усні довідки чи консультації в стінах бібліотеки тощо, а реально потрібні сучасному користувачеві ресурси та сервіси, все більш і більш електронні та в режимі онлайн. До того ж користувач не просто об'єкт бібліотечного впливу, але часто і співавтор бібліотечних сервісів та інформаційних ресурсів (через відгуки та пропозиції в соціальних мережах, у блозі бібліотеки тощо).

У представленому інформаційно-комунікаційному середовищі бібліотеки легко і зручно надають інформацію, ресурси, знання користувачеві, незалежно від того, де він перебуває, у зручний для нього час. Соціальні медіа пропонують бібліотекам нові можливості для кращого обслуговування своїх користувачів та залучення нових і є чинником стимулювання розвитку бібліотечної сфери.

На відміну від класичної Бібліотеки 1.0, для Бібліотеки 2.0 характерне постійне оновлення і переоцінювання сервісів, а також прагнення залучити читачів в їх розробку і реалізацію, для чого схвалюється і підтримується зворотний зв'язок і участь. Оскільки будь-яка бібліотечна організація представлена в соціальних медіа, можна стверджувати, що сервіси Бібліотеки 2.0, у кінцевому рахунку замінять традиційні, односпрямовані послуги.

Отже, Бібліотеку 2.0 можна характеризувати, з одного боку, як технологічний прорив, з другого – як першу спроба соціалізації процесу обслуговування користувачів шляхом залучення їх у цей процес, що забезпечує одночасно, як зазначає Г. Пальгуєва, і «перезавантаження нашої свідомості» [103, с. 11].

У результаті проведеного аналізу досліджень, можна сказати, що бібліотечні соціальні медіа – це відкриті горизонтальні структури, які створені в бібліотеці та/або присвячені бібліотечній проблематиці, що використовують сучасні комунікативні технології та є новою складовою частиною засобів масової інформації і яким притаманні такі особливості: інтерактивність, багатоканальність, мультимедійність.

Соціальні медіа бібліотеки можна представити як унікальне електронне видання, яке читають фахівці бібліотеки та користувачі. Вони надають можливість представляти інформаційні продукти та послуги, стають популярним інструментом поширення інформації з питань бібліотекознавства, розвитку інформаційно-бібліотечних технологій та є чинником стимулювання розвитку бібліотечної сфери та налагодження якісно нової комунікації з користувачами.

Таким чином, у представленій науковій праці частково розв'язується проблема термінології, адже сьогодні відбувається досить інтенсивний розвиток галузі соціальних комунікацій, бібліотекознавчих студій, як складової комунікаційних досліджень, що впроваджує в діяльність бібліотек нові соціальні медіа, що і ускладнює дослідження даної проблематики. Ситуація ускладнюється через те, що поряд з терміном «соціальні медіа» (як особливий вид медіа та мас-медіа) (С. Голдер, О. С. Онищенко, А. Джентлей, П. Гілін, Б. Соліс, А. Каплан, М. Хенлейн, А. В. Віцентій, Р. Буттерн, К. Фукс) використовуються такі поняття, як «третинні медіа» (Г. Просс), «медіа “другого порядку” за рівнем інтерактивності» (Х. Кубічек), «четвертинні медіа» (Р. Буркарт), «нові медіа» (Л. Манович, В. Кросбі), «цифрові медіа» (Т. Фельдман), «новітні медіа» (О. Ю. Мар'їна).

Крім того, на позначення філософії діяльності бібліотеки в інтерактивному просторі (з технологією) використовується термін «Бібліотека 2.0» (М. Кейсі), що не є тотожним участі бібліотек у соціальних медіа, але є дотичним до теми. Слід зазначити, що єдиного терміна для позначення понять, які би були загальноприйнятими усіма науковцями в усіх країнах, не існує. Одні дослідники не диференціюють більшість відомих термінів, уживаючи їх як синоніми, інші надають перевагу одному. У роботі пропонується «новими» («соціальними») називати медіа, що набувають нової соціальної якості.

1.3. Методична основа дослідження функціонування бібліотечної складової в соціальних медіа

Методична основа дослідження обрана з урахуванням специфіки її тематики та ґрунтується на попередніх здобутках у сфері методології бібліотекознавства, зокрема висновках з цього питання, зроблених у працях таких провідних українських науковців у галузі бібліотекознавства та соціальних комунікацій, як Л. А. Дубровіна [44], Ю. М. Столяров [142], О. В. Воскобойнікова-Гузєва [25], В. А. Ільганаєва [50] та ін.

Враховуючи досвід попередніх бібліотекознавчих досліджень та специфіку поставлених завдань, для їх розв'язання було використано комплекс дослідницьких методів, дотримано принцип наукової об'єктивності. При цьому, враховуючи, що на сьогодні бібліотека розглядається, як інтегративний соціальний інститут, що бере участь у різноманітних соціокомунікаційних процесах, використовуючи сучасні інформаційні технології, було визначено доцільність поєднання в цьому дослідженні не лише методів бібліотекознавства, а й соціальних комунікацій та інформаційних технологій.

Дослідження проблеми організації та розвитку бібліотечного представництва в соціальних медіа з позицій розкриття бібліотекою як соціальним інститутом свого суспільного призначення, налагодження комунікації з користувачем у електронному технологічному медіа-середовищі, у процесі реалізації комунікаційної функції обумовило визначення базовим підходом дослідження соціально-комунікаційний.

Докладно обґрунтували специфіку методичних досліджень соціальних комунікацій та загострили увагу на суті соціально-комунікаційного підходу до вивчення явищ, процесів, функцій соціальних комунікацій Т. Ю. Гранчак [36], В. В. Різун [126], В. А. Ільганаєва [50].

Зокрема, слушно зауважує Т. Ю. Гранчак, соціальна комунікація, будучи об'єктом реального світу і володіючи єдиною функцією стосовно

інших об'єктів, виконує роль системоутворювального чинника в розвитку суспільства, культури і наукового знання. Суть феномену соціальної комунікації виявляється в різних соціокультурних зрізах: хронологічному, регіональному, національному, інституційному і на різних рівнях соціально-комунікаційної взаємодії: макро (масові, міжнародні, міжцивілізаційні), міді (соціально-групові), мікро (міжособистісні) [36].

З позицій соціально-комунікаційного підходу бібліотечне представництво в соціальних медіа розглядалось у процесі дослідження як інструмент комунікації бібліотеки-користувача, бібліотеки-бібліотеки, користувача-користувача, який обумовлює функціонування бібліотеки не лише як установи, а і як більш складного соціального утворення – соціального інституту, сприяє виявленню бібліотекою як соціальним інститутом своєї сутнісної природи.

Його доповнення структурно-функціональним підходом дало можливість розглядати мережу як полімагістральну структуру та визначити особливості мережевої взаємодії. Визначити ряд особливостей та властивостей мережевої комунікації, що виділяють її з інших типів комунікації, зокрема багатоканальність та високу щільність шляхів переміщення інформації.

Дослідженню використання бібліотеками соціальних медіа в історичному розвитку з наступним визначенням пріоритетних напрямів їх вдосконалення, аналізу сучасного досвіду використання бібліотеками соціальних медіа, факторів впливу на цей процес, визначення його тенденцій і закономірностей, специфіки системи представлення бібліотек у соціальних медіа сприяло застосування діалектичного методу у поєднанні з порівняльним та історичним підходами.

Так, шляхом порівняння досвіду використання соціальних медіа провідними зарубіжними та вітчизняними бібліотеками було визначено особливості представленості вітчизняних та зарубіжних бібліотек у соціальному просторі; висвітлено дві тенденції представлення зарубіжних

та вітчизняних бібліотек у соціальних медіа: централізоване, за принципом «одна бібліотека – один акаунт в мережі»; або ж дисперсне, тобто за принципом «одна бібліотека – акаунти різних підрозділів у мережі»; виявлено різні підходи до комунікації бібліотек через соціальні медіа – від відсутності чи формальної представленості, до активного нарощування присутності в соціальних мережах; встановлено, що зарубіжні і вітчизняні бібліотеки мають різні характерні риси представленості у соціальних медіа у зв'язку пізнішого включення, нижчого рівня інформатизації; виокремлено два напрями використання вікі-технології бібліотеками: внутрішньоорганізаційний, участь у загальноінформаційних проектах; досліджено використання бібліотеками мультимедійного, візуального та відеоконтенту соціальних медіа.

Важливу роль у визначенні основних напрямів розвитку бібліотечної діяльності у сфері представництва в соціальних медіа, вивченні специфіки функціонування і завдань відповідних бібліотечних підрозділів, затребуваності цього виду бібліотечної діяльності відіграло використання соціологічного та методу аналізу документів.

Вивчення документів Української бібліотечної асоціації дало змогу сформулювати уявлення про пріоритети УБА у наданні доступу до знань і використанні в цьому процесі електронних технологій, сприянню забезпечення прав громадян на доступ до всього обсягу накопичених знань та інформації, формуванню відкритого інформаційного суспільства та суспільства, що базується на знаннях, формуванні усвідомлення суспільством ролі бібліотек як чинника демократії, громадянського суспільства, центру інформації, культури, безперервної освіти, інформаційної та технологічної грамотності [138].

Опрацювання зарубіжних документів, що стосуються стратегії розвитку інформаційної сфери та бібліотек Міжнародної федерації бібліотечних асоціацій ІФЛА та ЮНЕСКО, зокрема Стратегічного плану ІФЛА 2016–2021 рр. [143], Програми ЮНЕСКО «Інформація для всіх» [120]

та ін. дало змогу виявити ставлення світової бібліотечної спільноти до ролі бібліотек у сучасних процесах суспільних трансформацій і засвідчило загальну тенденцію до використання бібліотеками соціальних медіа та активізацію комунікації з користувачами.

Ознайомлення із зарубіжними документами, що стосуються стратегій, політик і рекомендацій використання бібліотечним представництвом соціальних медіа, зокрема стратегією соціальних медіа Національної бібліотеки Австралії (Social media strategy) [279], політикою соціальних медіа Національної бібліотеки Австралії (Social media policy) [278], політикою Бібліотеки Конгресу щодо коментарів та публікацій у соціальних медіа (Comment & Posting Policy) [220], політикою соціальних медіа Публічної бібліотеки Глісона (США) (Social media policy) [277], політикою соціальних медіа Публічної бібліотеки Роанок (США) (Social Media Policy) [276], політикою соціальних медіа Публічної бібліотеки Квінсленда (Австралія) (SLQ Staff Social Media Policy) [274], рекомендаціями бібліотеки університету Каліфорнії Сан Маркос (США) (Social Media Guidelines) [245], політикою соціальних медіа бібліотеки Джеррі Фалвелла Університету Ліберті (США) (Jerry Falwell Library Social Media Policy) [275] дало змогу окреслити основні напрями діяльності бібліотек щодо використання соціальних медіа та виокремити спільні тенденції стратегій, політик та рекомендацій зарубіжних бібліотек.

Застосування методів термінологічного аналізу й операціоналізації понять дало змогу вирішити завдання щодо визначення стану розробки й уточнення такого поняття, як «бібліотечне представництво в соціальних медіа».

У результаті аналізу та синтезу існуючих та актуалізованих наукових підходів, теорій і концепцій, законів, закономірностей, категорій, понять, пов'язаних зі становленням, формуванням та розвитком соціальних медіа, вперше у межах соціально-комунікаційного підходу було запропоновано визначення «бібліотечного представництва в соціальних медіа» як

технологічної та інформаційної платформи для взаємодії бібліотеки і користувача, бібліотеки і бібліотеки, користувача та користувача (за посередництва бібліотеки), орієнтованої на задоволення інформаційних потреб суспільства у контексті реалізації бібліотеками комунікаційної функції.

Статистичний метод та контент-аналіз було використано відповідно для дослідження рівня представленості бібліотек в інтерактивному медіа-середовищі; охопленості бібліотечними представництвами соціальних медіа; контенту бібліотечних представництв у інтерактивному медіа-середовищі, зокрема задля з'ясування технологічних та змістовних умов ефективності контенту та визначення показових критеріїв бібліотечного представництва в соціальних медіа, серед яких – ефективність сторінки, рівень взаємодії сторінки, змістове наповнення сторінки.

За допомогою яких було встановлено, що бібліотеки, маючи сторінки в соціальних медіа, активно просувають та рекламують свої інформаційно-аналітичні продукти та послуги; висвітлюють події, заходи, новини, діяльність підрозділів бібліотеки; інформують щодо розкриття фондів, конкурсів, вікторин, квестів, реклами партнерів через сторінки соціальних медіа; висвітлюють дописи щодо співпраці з бібліотеками, університетами й центрами; повідомляють щодо графіка роботи бібліотеки, питань працевлаштування; поширюють та популяризують матеріали ЗМІ про бібліотеку й бібліотечну тематику.

Обґрунтовано зручність, інформативність та доцільність інтерактивного інструментарію з оцінки публікацій (Likes, коментарі, репости), що розміщені на сторінці бібліотеки в соціальній мережі, що дало можливість оцінити ступінь взаємодії бібліотечної публікації в соціальній мережі з користувачами.

Визначено, що важливими показниками аналізу публікації на сторінці бібліотеки є тематична спрямованість і спрямованість за аудиторією, які проаналізували на предмет кореляції між собою.

Встановлено, що за типом контенту публікації можуть характеризуватись як загальний текстовий контент, мультимедійний контент (фотографії, відео, аудіо), лінки (гіперпосилання на власні, спільні та національні бібліотечні продукти та послуги, традиційні засоби масової інформації, інші посилання), такі специфічні тексти, як опитування чи події.

Виявлено «активні» і «неактивні» меседжі та проаналізовано причини, чому вони не виявляють необхідної реакції у читачів. Звернуто увагу на те, що інформаційні публікації не завжди потребують реакції чи зворотного зв'язку, тому говорити про їхню низьку ефективність за критерієм кількості взаємодій не логічно, а отже, важливо під час аналізу враховувати мету публікації.

Охарактеризовано, що залежно від мети та завдань бібліотеки щодо представлення в соціальних медіа, ефективність визначається за допомогою таких показників: кількість і темп зростання читачів представництва бібліотеки в соціальних медіа; кількість і зміст дописів сторінки бібліотеки; контентна взаємодія бібліотечної спільноти; взаємодія сторінки бібліотеки тощо.

Обґрунтовано важливість вибору необхідних показників ефективності в процесі встановлення результатів представлення бібліотеки в інтерактивному просторі. Детальний аналіз показників ефективності дає можливість проводити корегування стратегії і тактики представлення бібліотеки в соціальних медіа.

Встановлено, що за змістом бібліотечні публікації можна аналізувати за наявності хештегів, які найбільш часто вживаються бібліотекою.

Оскільки в соцмережах користувачі публікують не лише власні дописи, а й зовнішню, створену іншими користувачами або ЗМІ інформацію, користуючись технологією гіперпосилань, визначено, що створений гіпертекст (сукупність текстів і посилань) є, на нашу думку, доволі перспективним простором для аналізу.

Обґрунтовано, що важливою складовою аналізу сторінки є періодичність оновлення та подальший аналіз зв'язку цього показника з інтерактивністю та загальною популярністю сторінки. Це може бути одним з інструментів коригування стратегії наповнення бібліотечної сторінки в соціальних медіа.

Звертається увага на актуальність аналізу дописів читачів за їх наявності на сторінці бібліотеки в соціальній мережі як важливого способу зворотного зв'язку та складової комунікації бібліотека – користувач. Актуальним та інформативним є аналіз аудиторії за географічною, професійною, віковою (за можливості) складовою та порівняння аудиторій офіційного сайту й інтерактивних представництв, що дало можливість дійти висновку щодо ідентифікації користувачів офіційних представництв бібліотеки.

Методи класифікації та моделювання було використано відповідно для уточнення класифікації соціальних медіа; розробки інформаційно-комунікаційної моделі бібліотечного представництва в соціальних медіа; вироблення практичних рекомендацій для формування стратегії бібліотечного представництва в соціальних медіа.

Типологічна класифікація показала наявність таких типів мас-медіа, де відзначається присутність бібліотек: за контентом – орієнтовані на представлення мультимедійного контенту (текстових повідомлень, світлин, відео- та аудіодокументів) та моноформатного контенту (відео, фотоконтенту, слайд-шоу); за комунікативною стратегією – соціальні медіа, які забезпечують комунікацію користувачів; колаборативні проекти, які передбачають колаборативну співпрацю та взаємодію з користувачами; рекомендаційні сервіси, орієнтовані на базові уподобання користувача; файлообмінні спільноти, орієнтовані на спільне використання файлів, засновані на рівноправності учасників обміну; медіа-хостинги, які передбачають розміщення матеріалів користувачами.

На основі розробленої інформаційно-комунікаційної моделі бібліотечного представництва в соціальних медіа стало можливим розкриття структури елементів та функціональні взаємозв'язки між ними відповідно до мети і завдань бібліотечного представництва в соціальних медіа, зокрема по лінії комунікації: бібліотеки – бібліотеки, бібліотеки – користувача, користувача – користувача за посередництвом бібліотеки. А також з огляду на такі види діяльності як створення, наповнення та модерація виокремлено види контенту (бібліотечний, користувацький) та його зміст. Розроблена модель дає змогу простежити взаємозв'язок між цими елементами та їх взаємовплив, визначити напрями підвищення ефективності використання бібліотекою соціальних медіа.

Запропоновано практичні рекомендації для формування стратегії бібліотечного представництва в соціальних медіа, які передбачають: визначення мети та завдань бібліотечного представництва в соціальних медіа; оцінку ресурсів для створення та підтримки бібліотечного представництва в соціальних медіа (фінансові ресурси, час, технологічні ресурси, професійні навички); створення інструкції або політики використання соціальних медіа бібліотеками, яка міститиме загальні рекомендації, процедури та обов'язки, керівні принципи контенту, захист конфіденційної інформації, авторське право; визначення ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа.

Використання комплексу дослідницьких методів і підходів та побудова дослідження на вивченні різноманітних за своїм характером джерел і літератури дали змогу дійти результатів, що становили його наукову новизну.

Запропоновано науково-методичне забезпечення бібліотечної діяльності у медіа-просторі, зокрема розроблено методичні засади дослідження та оцінки ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа. Визначено, що для дослідження рівня представленості бібліотек в інтерактивному медіа-середовищі, охопленості бібліотечними

представництвами соціальних медіа, контенту бібліотечних представництв доцільним є використання моніторингу, статистичного методу та контент-аналізу задля з'ясування технологічних і змістових умов ефективності сторінки та визначення показових критеріїв бібліотечного представництва в соціальних медіа; методу прогнозування.

Алгоритм роботи із соціальними медіа як джерелом бібліотекознавчих досліджень передбачив на підготовчому етапі формування вибірки сторінок бібліотек, що підлягають вивченню. Принципи вибірки визначали сформовані завдання зрізу, тому перелік об'єктів був різним: найбільш популярні і розроблені сторінки у соціальній мережі; представленість найбільших бібліотек, незалежно від їх активності в соціальних мережах, регіональна вибірка тощо.

Виявлено, що для аналізу бібліотечних представництв у соціальних медіа спочатку необхідно визначити рівень представленості бібліотек у інтерактивному медіа-середовищі, охопленості бібліотечними представництвами соціальних медіа.

Визначено, що аналіз вибірки за визначеними показниками дає змогу виявити найпопулярніші соціальні медіа та активність бібліотек. Аналіз кількості акаунтів дасть можливість з'ясувати рівень охоплення соціальних мереж бібліотеками. За основу аналізу активності бібліотечних сторінок було обрано три критерії: кількість читачів, їх активність, що у соціальній мережі Facebook представлена опцією «це обговорюють», та оновлюваність акаунту.

Для того, щоб виявити загальні тенденції, які характеризують підходи до створення бібліотечних сторінок у соціальній мережі, необхідно провести загальний огляд сторінок. В якості показників було обрано складові елементи динамічної платформи та її основні характеристики і функції. Таким чином, обрані сторінки аналізувались за критеріями: представлення, централізованість/дисперсність представлення, змістовність, інтенсивність зворотного зв'язку. Була врахована можливість похибки і

загальна приблизність показників соціальних медіа, що зумовлена їх мінливістю, динамічністю, реактивністю, гібридністю та інтерактивністю, відтак – принципова неможливість абсолютно точних розрахунків.

Перший критерій – представлення бібліотеки на сторінці соціальної мережі, тобто, рівень надання інформації про неї. Тут показовими були назва сторінки – чи відповідає ім'я офіційній назві бібліотеки, чи пропонується неформальна назва сторінки; чи завантажені аватар¹ і обкладинка сторінки (рис. 1.1).

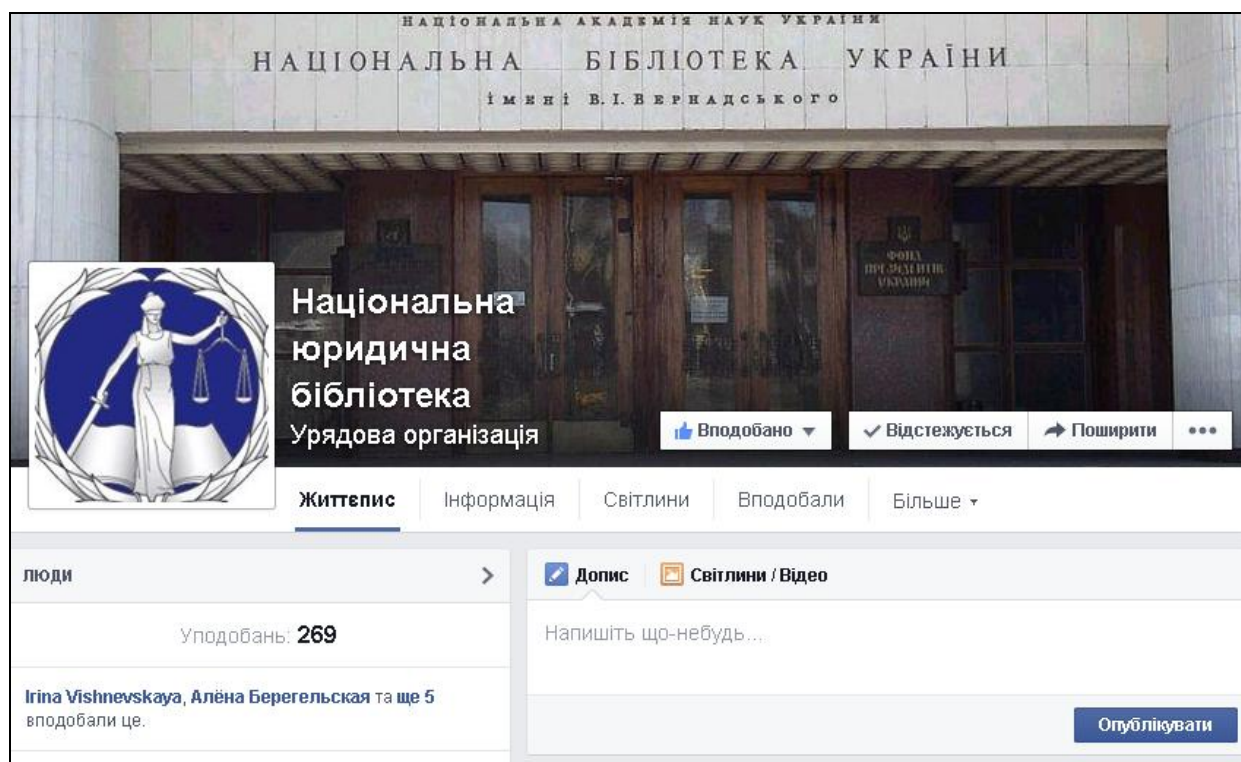


Рис. 1.1. Аватар і обкладинка сторінки НЮБ НБУВ у соціальній мережі Facebook.

Джерело: <https://www.facebook.com/nllofua>

Важливим елементом представлення бібліотеки у соціальній мережі є опис сторінки. Наскільки детальним і вичерпним він є, визначили за представленими нижче позиціями: чи висвітлено інформацію про бібліотеку або сторінку у соціальній мережі; чи відображено рік заснування; чи наявна локація бібліотеки; чи надається гіперпосилання на офіційний сайт, що

¹ Аватар – це графічне представлення, яке використовується для персоналізації користувачів у реактивних та гібридних платформах, як соціальні медіа (соціальні мережі, форуми, блоги, мікроблоги, віртуальні лабораторії, бібліотечні проекти, сервіси спецконтенту).

спонукатиме користувачів переходити на ресурс бібліотеки; як описана інформація про сторінку бібліотеки – від контактів до розширеного опису, включно із визначенням місії сторінки соціальної мережі як окремого пункту у описі. Загальний огляд сторінок бібліотечних проєктів, які представлені в соціальних мережах, надасть уявлення про те, якими правилами і політикою керується бібліотека при їх створенні і функціонуванні. Так, в описі сторінки НЮБ НБУВ зазначається рік заснування НЮБ – 2001, контактні дані (адреса, телефон, електронна пошта), режим роботи, висвітлюються її функції та завдання, надається гіперпосилання на сайт, де представлена офіційна сторінка НЮБ – Центр досліджень соціальних комунікацій (<http://nbuviar.gov.ua/>) та інформація про «власників» сторінки – адміністратор і співробітник НЮБ.

Другий критерій – централізованість/дисперсність – дав змогу виявити, як представлені бібліотеки у мережі – однією чи декількома спорідненими сторінками. Зв'язаність бібліотечних сторінок передбачила визначення такої групи показників: наявність зв'язків з іншими соціальними медіа; оригінальність кожної сторінки, чи, навпаки, дублювання інформації; присутність дочірніх сторінок.

Третій критерій – змістовність бібліотечної сторінки у соціальній мережі (рис. 1.2), що визначалась інформативним наповненням контенту. Доцільним вважали визначення таких показників: представлення мультимедійного і текстового контенту, їх співвідношення. Важливими критеріями бути такі: чи наявна галерея та як вона представлена (чи зазначені назви, описи, гіперпосилання в описах, тип гіперпосилання за джерелом, до якого воно веде); чи представлено аудіо- та відеозаписи. Аналіз текстового контенту передбачив дослідження постів і коментарів. Специфіка соціальних мереж дозволила використовувати, а отже, і досліджувати, контент різного рівня інтерактивності – постів з можливістю (чи без такої опції) коментування, створення подій, опитувань тощо.

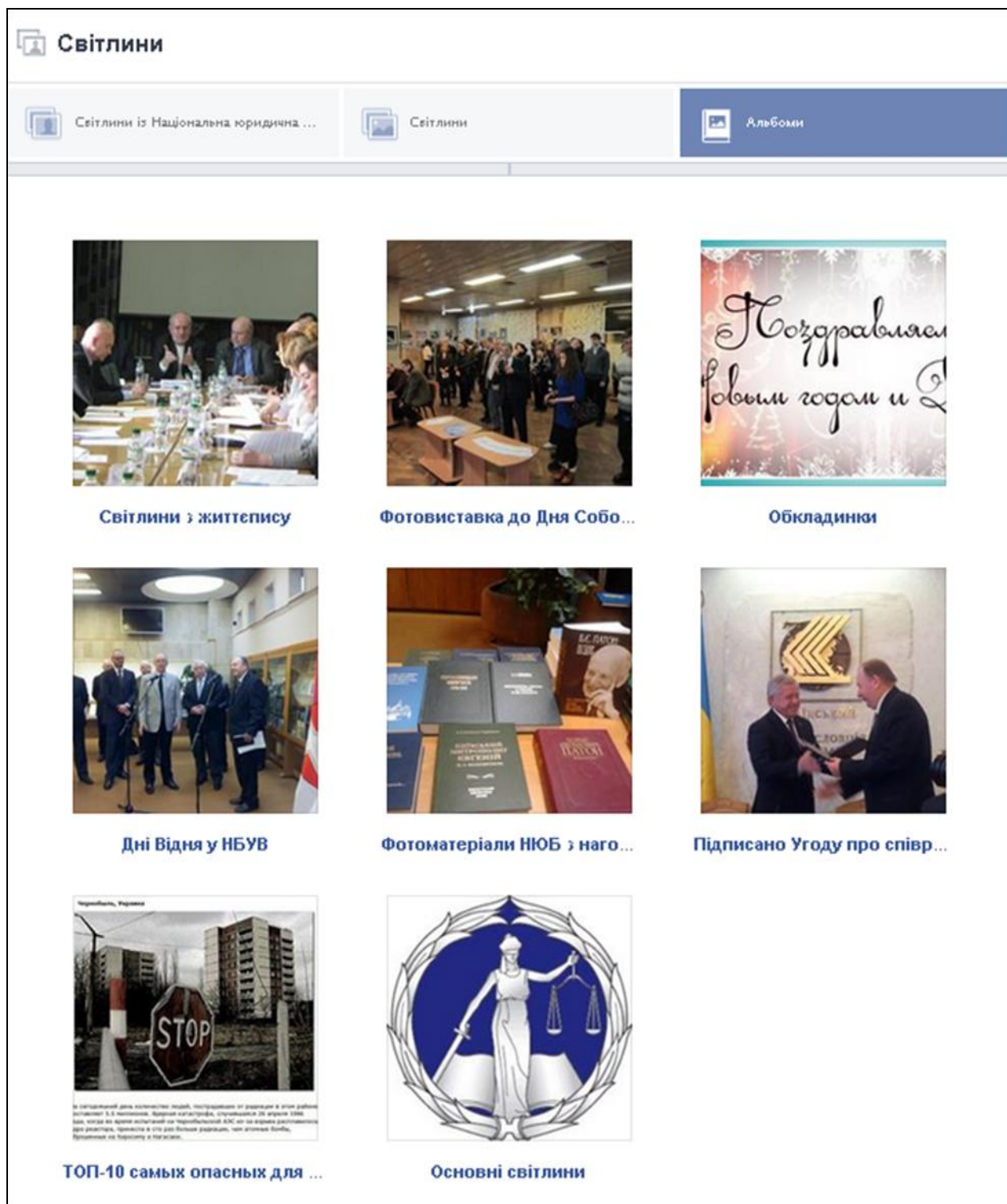


Рис. 1.2. «Змістовність» сторінки НЮБ НБУВ у соціальній мережі Facebook.

Джерело: <https://www.facebook.com/nllofua>

Четвертий критерій – інтенсивність зворотного зв'язку з користувачами, що визначався низкою критеріїв:

- кількістю уподобань (Likes) сторінки та вподобань сторінкою бібліотеки (інших публікацій, коментарів, акаунтів);
- наявність рейтингу сторінки², який графічно представлений у вигляді п'ятикутної зірки (рис. 1.3).

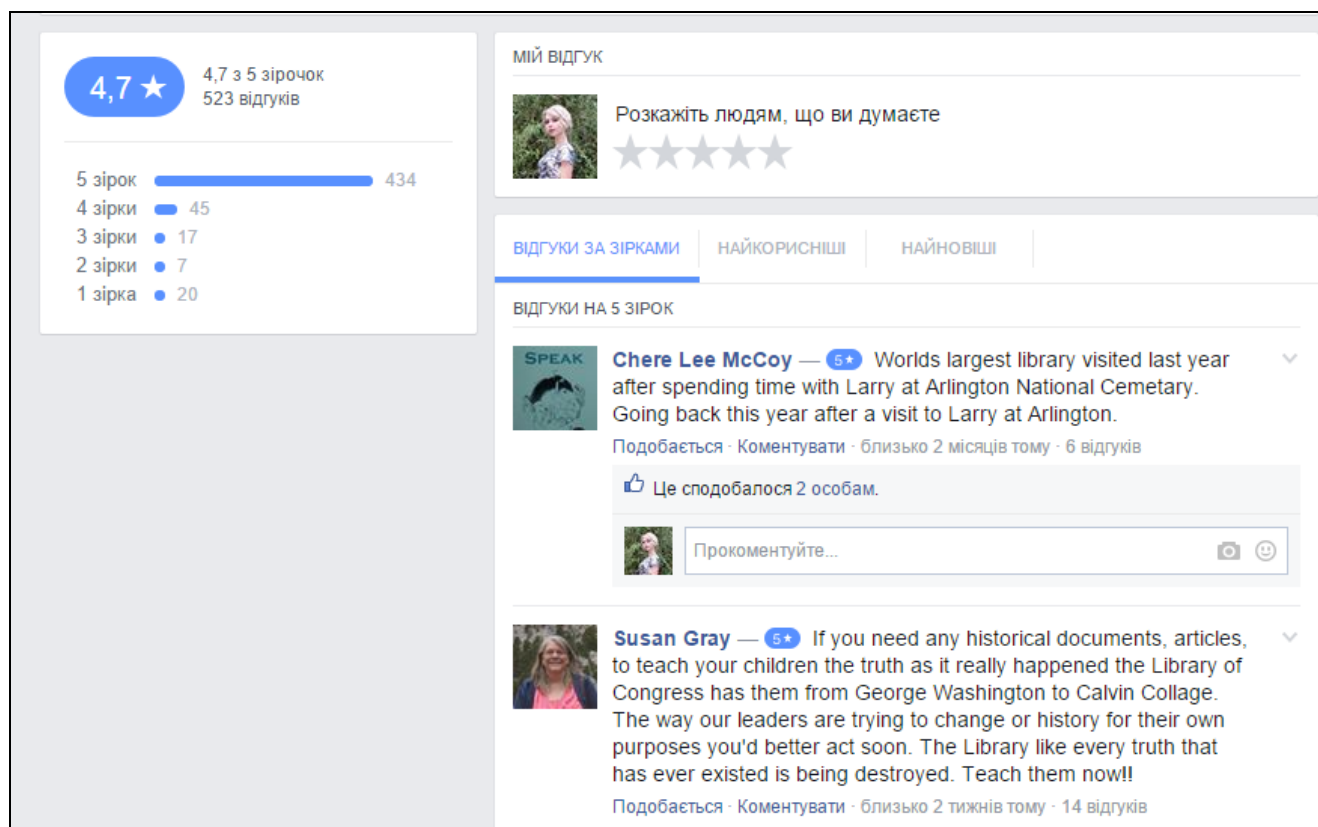


Рис. 1.3. Рейтинг сторінки Бібліотеки Конгресу у соціальній мережі Facebook.

Джерело: <https://www.facebook.com/libraryofcongress?sk=reviews>

Наступним етапом дослідження бібліотечної сторінки у соціальних медіа було виявлення специфічних особливостей використання соціальної мережі у професійній діяльності бібліотек. У такому напрямі аналіз бібліотечних сторінок передбачив дослідження за двома напрямками: публікованого контенту та інтерактивності. Публікація (пост) – це основний елемент контенту сторінки бібліотечного проекту, який можна досліджувати за допомогою загального і контекстного аналізу. Загальний

² Рейтинг сторінки – система оцінювання, яка дозволяє аналізувати ефективність бібліотечних проектів у соціальних мережах за допомогою відгуків і коментарів.

аналіз публікації передбачив визначення таких показників: авторство (бібліотека, бібліотечний фахівець, користувач, колеги, науковці, політики, організації). Було визначено, чи використовується можливість «позначати» людей і інші організації, ідеться про опцію, що дозволяє через гіперпосилання пов'язувати повідомлення з іншими сторінками. Контекстний аналіз публікації передбачив її характеристику за визначеними показниками: чи відкрита проблема для обговорення; чи присутня критика (різка, доброзичлива); резонансність; вибір стилю публікації (літературного, офіційного, розмовного, наукового, публіцистичного, іронічного, змішаного); представлення типу лексики: літературної, сленгової, використання спеціального інтернет-жаргону і емотиконів (смайликів), використання іноземної мови.

Доцільним видалось оцінити публікації, що розміщені на сторінці бібліотеки в соціальній мережі за інтерактивністю, це дало можливість оцінити ступінь взаємодії бібліотечної публікації в соціальній мережі з користувачами. Оскільки різні соціальні мережі мають різні можливості для інтерактивної взаємодії, цей критерій охоплюватиме вподобання (Likes), коментарі та репости (шейри, поширення, ретвіти, інші форми інтеракції залежно від мережі).

Коментарі є найбільш інтерактивними, а тому перспективними для аналізу елементами контенту сторінки бібліотечного проекту. Вони аналізувались за такими показниками:

- кількість до окремої публікації як похідний показник середньої кількості;
- авторство (користувач, бібліотека, бібліотечний фахівець та інші (науковці, політики, організації);
- тип (текст, фотографії, лінки, відео, аудіо, різне);
- тематика (загальна інформація, вираження емоцій і почуттів, вираження думок і роздумів, оцінка дійсності в цілому, оцінка окремих

сторін дійсності, реакція на репліку іншого користувача, інформаційний шум, деструктивні коментарі у випадку відсутності модерації);

- спрямованість (монолог, діалог, змішана, форма чітко не визначається) і тематична або ситуаційна зв'язаність (не зв'язані, кожен представляє окремий текст; зв'язані, які утворюють тематичний дискурс);

- вид (конструктивні, особисті);

- кількість вподобань (Likes), що дає змогу виявити, які коментарі користуються найбільшою підтримкою;

- завдання (інформування, посередництва, продукування, акумуляції, комунікативності, сприяння);

- тональність (позитивна, негативна, нейтральна).

Визначено критерії оцінки ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа: інтерактивність, спрямованість публікацій; тип контенту; гіпертекстуальність; періодичність оновлення; охоплення аудиторії. На основі статистичного методу вироблено шкалу оцінок: високий, середній, низький рівень ефективності.

На переконання автора, досягнення мети може вважатись одним з основних критеріїв ефективності публікації, статистичні ж розрахунки є лише одним з інструментів перевірки, наскільки її досягнуто.

Охарактеризовано, що залежно від мети та завдань бібліотеки щодо представлення в соціальних медіа, ефективність визначається за допомогою таких показників: кількість і темп зростання читачів представництва бібліотеки в соціальних медіа; кількість і зміст дописів сторінки бібліотеки; контентна взаємодія бібліотечної спільноти; взаємодія сторінки бібліотеки тощо.

Обґрунтовано важливість вибору необхідних показників ефективності в процесі встановлення результатів представлення бібліотеки в інтерактивному просторі. Детальний аналіз показників ефективності дає можливість проводити корегування стратегії і тактики представлення бібліотеки в соціальних медіа.

Визначено, що отримані результати дозволяють порівняти, як використовують контент соціальної мережі у різних бібліотечних проектах, виявити основні тенденції у роботі з демократичними платформами. Наведені критерії не можуть вважатися вичерпними, оскільки є робочим інструментом і значним чином залежать від мети і завдань досліджень. Крім того, суб'єктивність, адаптивність, динамічність соціальних медіа як інформаційного феномену визначає високий рівень лабільності показників у контексті досліджень, тобто, пропоновані критерії актуалізуватимуться чи втрачатимуть пізнавальну цінність залежно від дослідницької ситуації.

Обґрунтовано, що систематизовані у роботі критерії дослідження соціальних медіа як джерельної бази бібліотекознавчих наукових рефлексій дозволяють формувати комплекс маркерів бібліотекознавчих досліджень у соціальних медіа, що потребують подальшої апробації на практиці та уточнення під час наступних досліджень та наукових дискусій з окресленого питання.

Описані підходи до аналізу представництва бібліотек у соціальних мережах є, швидше, попереднім оглядом перспективних напрямів аналізу, що здатні стати ефективними інструментами оцінювання роботи бібліотек у інтерактивному просторі, формування стратегії й тактики ведення бібліотечного представництва у соціальних медіа.

Визначено, що запропонований комплекс діючих методів та критеріїв оцінки бібліотечних представництв у соціальних медіа у зв'язку з розвитком нових технологій, появою нових медіа не є сталим, остаточним і має перспективи до розвитку. Зокрема, розширення використання віртуальних світів нададуть нових можливостей для оцінювання бібліотечного представництва в соціальних медіа.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Аналіз бібліотекознавчої літератури з проблем розвитку та функціонування бібліотечного сегмента соціальних медіа засвідчило відсутність праць, в яких це питання було б спеціальним об'єктом дослідження.

Для розкриття значення бібліотечного представництва в соціальних медіа, а також функціонування бібліотеки як інформаційно-комунікаційного комплексу в сучасній системі соціальних комунікацій базовими стали висновки, зроблені в працях О. С. Онищенка, В. М. Горового, Т. Ю. Гранчак, Ю. М. Половинчак, І. О. Давидової, В. О. Ільганаєвої, Л. Й. Костенка, В. О. Копанєвої, О. М. Кобєлева, К. В. Лобузінної, М. С. Слободяника, Г. В. Шемаєвої та ін.

Звернення до результатів наукових розробок Т. О. Колеснікова, С. А. Назаровця, Т. О. Ярошенко, А. В. Ржеуського, Н. Е. Кунанець, Л. Ф. Трачук, Л. А. Чуприни, В. І. Бондаренко, Є. В. Кулик, Д. В. Соловяненко, Л. Й. Костенка, В. К. Степанова, О. Л. Лаврик та ін. дало змогу зробити висновки стосовно наукових уявлень про особливості впровадження та використання новітніх мережевих технологій у повсякденну практику бібліотек протягом останніх років; можливості оновлення спектра нових інформаційних продуктів і послуг; шляхи організації мережевого обслуговування користувачів; інструментарій професійної взаємодії в мережевому середовищі.

Утім, у науковому доробку згаданих учених питання значення бібліотечного представництва в соціальних медіа висвітлюються через призму розкриття інших бібліотекознавчих проблем, специфіка бібліотечної діяльності в соціальних медіа досліджувались в їхніх працях не системно.

Аналіз наукових публікацій з бібліотекознавства виявив, що різні аспекти питання бібліотечного представництва в соціальних медіа, особливості окремих напрямів просування бібліотек в інтерактивному

медіа-середовищі та якісні зміни бібліотечно-інформаційної сфери досліджували такі вітчизняні та зарубіжні науковці: О. Ю. Мар'їна, А. Пурнік, А. Каплан, Д. Кінг, С. Кунц, Л. Мон, В. Степанов, М. Хенлейн, Т. Свонсон, С. Агаєй, М. Кейсі, Д. Фіхтер, С. Пандей, Р. Холлі та ін.

У працях цих авторів висвітлювався аспект репрезентації бібліотечних установ у соцмережах; розглядалась проблематика комунікації з аудиторією через бібліотечні акаунти; викладалися дослідження щодо розробки стратегій просування в соціальному ландшафті; пропонувалися практичні рекомендації позиціювання бібліотек у соціальному контенті тощо. Цінні наукові висновки, зроблені згаданими вченими, було взято до уваги для з'ясування специфіки бібліотечного представництва в соціальних медіа.

Утім, вивчення бібліотекознавчої літератури стосовно представництва бібліотек у соціальних медіа дало змогу виокремити ряд питань, які належним чином не розкрито та не узагальнено. Зокрема, це стосується питання понятійного апарату з вказаної проблематики, засад представництва бібліотеки в соціальних медіа, дослідження ефективності та вироблення практичних рекомендацій для формування стратегії бібліотечного представництва в соціальних медіа тощо.

Обґрунтовано, що невизначеність понятійного апарату ускладнює подальше дослідження бібліотечного представництва в соціальних медіа і актуалізує завдання розробки чіткої терміносистеми за єдиними критеріями, використання яких закладатиме підґрунтя для її подальшого розвитку.

Автором запропоновано визначення поняття «бібліотечного представництва в соціальних медіа» з позиції соціально-комунікаційного підходу як технологічної та інформаційної платформи для взаємодії бібліотеки і користувача, бібліотеки і бібліотеки, користувача та користувача (за посередництва бібліотеки), орієнтованої на задоволення інформаційних потреб суспільства у контексті реалізації бібліотеками комунікаційної функції.

Типологічна класифікація показала наявність таких типів мас-медіа, де відзначається присутність бібліотек: за контентом – орієнтовані на представлення мультимедійного та моноформатного контенту; за комунікативною стратегією – соціальні медіа, які забезпечують комунікацію користувачів; колаборативні проекти; рекомендаційні сервіси; файлообмінні спільноти; медіа-хостинги.

Дослідження проблеми організації та розвитку бібліотечного представництва в соціальних медіа з позицій розкриття бібліотекою як соціальним інститутом свого суспільного призначення, налагодження комунікації з користувачем у електронному технологічному медіа-середовищі, в процесі реалізації комунікаційної функції обумовило визначення базовим підходом дослідження соціально-комунікаційний.

Його доповнення структурно-функціональним підходом дало можливість розглядати мережу як полімагістральну структуру та визначити особливості мережевої взаємодії. Визначити ряд особливостей та властивостей мережевої комунікації, що виділяють її з інших типів комунікації, зокрема багатоканальність та високу щільність шляхів переміщення інформації.

Дослідженню використання бібліотеками соціальних медіа в історичному розвитку з наступним визначенням пріоритетних напрямів їх вдосконалення, аналізу сучасного досвіду використання бібліотеками соціальних медіа, факторів впливу на цей процес, визначення його тенденцій і закономірностей, специфіки системи представлення бібліотек у соціальних медіа сприяло застосування діалектичного методу в поєднанні з порівняльним та історичним підходами.

Важливу роль у визначенні основних напрямів розвитку бібліотечного представництва в соціальних медіа, затребуваності цього виду бібліотечної діяльності відіграло використання соціологічного та методу аналізу документів.

Застосування методів термінологічного аналізу й операціоналізації понять дало змогу вирішити завдання щодо визначення стану розробки й уточнення такого поняття, як «бібліотечне представництво в соціальних медіа».

Статистичний метод та контент-аналіз було використано відповідно для дослідження рівня представленості бібліотек в інтерактивному медіа-середовищі, охопленості бібліотечними представництвами соціальних медіа, контенту бібліотечних представництв.

Методи класифікації та моделювання було використано відповідно для уточнення класифікації соціальних медіа; розробки моделі бібліотечного представництва в соціальних медіа; вироблення практичних рекомендацій для формування стратегії бібліотечного представництва в соціальних медіа.

Запропоновано комплекс діючих методів та критеріїв оцінки бібліотечних представництв у соціальних медіа, що дозволяють отримати достовірний результат. Визначено, що для дослідження рівня представленості бібліотек в інтерактивному медіа-середовищі, охопленості бібліотечними представництвами соціальних медіа, контенту бібліотечних представництв доцільним є використання моніторингу, статистичного методу та контент-аналізу задля з'ясування технологічних та змістовних умов ефективності сторінки; методу прогнозування.

Обґрунтовано, що з метою виявлення загальних тенденцій функціонування бібліотечних сторінок у соціальних мережах доцільно аналізувати їх за такими критеріями: представлення інформації про бібліотеку, централізованість/дисперсність, змістовність, інтенсивність зворотного зв'язку. Необхідно враховувати можливість похибки і відносність показників соціальних медіа, що зумовлено їх мінливістю, динамічністю, реактивністю, гібридністю та інтерактивністю, відтак – принципову неможливість абсолютно точних розрахунків.

Визначено критерії оцінки ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа: інтерактивність, спрямованість публікацій; тип

контенту; гіпертекстуальність; періодичність оновлення; охоплення аудиторії. На основі статистичного методу вироблено шкалу оцінок: високий, середній, низький рівень ефективності.

У першому розділі дисертації подано основні результати з наукових праць, включених до Списку публікацій здобувача за темою дисертації і представлених у Списку використаних джерел: [156], [144], [143], [142], [145], [146], [152], [149].

РОЗДІЛ 2

ДІЯЛЬНІСТЬ БІБЛІОТЕК В ІНТЕРАКТИВНОМУ МЕДІА-СЕРЕДОВИЩІ

2.1. Особливості представленості бібліотек у соціальних медіа

Сучасний етап розвитку інформаційного суспільства характеризується активним розвитком соціальних медіа, популярність яких постійно зростає серед користувачів. Сьогодні соціальні медіа стали повноцінними платформами для розвитку та ведення бібліотечної діяльності. Представленість бібліотек у інтерактивному середовищі мас-медіа постійно інтенсифікується: ідеться як про збільшення кількості бібліотек у соціальних медіа, у тому числі появу бібліотек, що мають по декілька сторінок в одній чи різних мережах, так і про активізацію саме мережевої діяльності – зростання генерованого контенту, розширення її видів (публікації, опитування, створення форумів тощо).

Питання специфіки бібліотечної діяльності у соціальних медіа, представленості бібліотек у соціальних мережах, комунікації з аудиторією через бібліотечні сторінки в соціальних медіа в різних аспектах досліджувалося такими зарубіжними та вітчизняними науковцями, як О. С. Онищенко [136], В. М. Горовий [136], В. І. Попик [136], Ю. М. Половинчак [108], Т. Ю. Гранчак [136], Л. А. Чуприна [136], Н. Г. Іванова [136], Є. В. Кулик [136], О. Ю. Мар'їна [81], В. І. Бондаренко [12], О. І. Горошко [35], Д. Кінг [249], С. Кунц [250], Л. Мон [250], Т. Свонсон [280] та інші [137]. Водночас фактична представленість і наявний досвід активності бібліотек у соціальних медіа дає змогу говорити про формування системи бібліотечної діяльності у соціальних медіа, що потребує спеціального дослідження специфіки бібліотечної діяльності з використанням соціальних медіа, виявлення характерних рис відповідної діяльності вітчизняних і зарубіжних бібліотек. Для розв'язання поставлених завдань було використано статистичний метод дослідження, покликаний з'ясувати рівень

представленості вітчизняних та зарубіжних бібліотек у соціальному просторі, охопленості бібліотечними представництвами соціальних медіа.

На етапі відбору бібліотек для аналізу було виявлено, що далеко не всі великі бібліотеки представлені у соціальних медіа. Із 81 розглянутих зарубіжних бібліотек, 7 бібліотек не мають акаунтів, принаймні про них немає відомостей на їхніх сайтах. Це, наприклад, Національна бібліотека Мексики, Національна бібліотека Лівії, Національна бібліотека Ісламської Республіки Іран, Національна бібліотека Алжиру, Національна бібліотека Йорданії, Національна бібліотека Кабо-Верде, Національна бібліотека святих Кирила і Мефодія (Болгарія); не представлені у інтерактивному просторі і деякі ОУНБ та бібліотеки вищих навчальних закладів України.

Для дослідження було відібрано 74 зарубіжних та 14 вітчизняних бібліотек, які використовують соціальні медіа. У вибірку було включено найбільші зарубіжні (за фондами, охопленням користувачів, виконанням функцій сучасних інформаційних центрів, такі як Бібліотека Конгресу, Бібліотека та архів Канади, великі університетські бібліотеки США, національні бібліотеки Великобританії, Франції, Іспанії, Хорватії, Норвегії, Угорщини, Шотландії, Ізраїлю, Кореї, Грузії тощо) та вітчизняні бібліотеки (ті, що мають статус бібліотек загальнодержавного значення). Відзначимо також, що для зарубіжних бібліотек характерна наявність даних про представленість у соціальних медіа на офіційних сайтах, тоді як не всі вітчизняні бібліотеки дають таку інформацію, маючи при цьому акаунти. І хоча така інформація не є обов'язковою, її публікація на сайті полегшувала б комунікацію з користувачем.

Паралельно проводилось дослідження специфіки представленості вітчизняних бібліотек різного типу в соціальних медіа. Для дослідження було відібрано 56 бібліотек та науково-інформаційних центрів України, які використовують соціальні медіа, серед них – бібліотеки загальнодержавного

значення (14), обласні універсальні наукові (21), вищих навчальних закладів (21)³.

Аналіз вибірки за визначеними показниками дає змогу виявити найпопулярніші соціальні медіа та активність бібліотек. Серед згаданих показників якості сторінки⁴, за якими здійснюється аналіз, важливим видається аудиторія. Для її позначення (зв'язкок автор – користувач) різні соціальні медіа використовують поняття «читачі», «фоловери» тощо, причому ці вирази часто сленгові. У силу існуючих розбіжностей очевидною є потреба запровадити в обіг наукових досліджень соціальних медіа єдиного поняття. Пропонуємо використовувати термін «читачі» як узагальнювальний для визначення зв'язків користувач/автор у соціальних медіа.

Водночас формальна кількість читачів не дає вичерпної інформації про якість сторінки, оскільки не відображає зворотного зв'язку, тоді як інтерактивність належить до конституюючих ознак соціальних мереж. Про якість зворотного зв'язку свідчить вся активність читачів (репости, вподобання, коментарі тощо). Під активністю акаунту матимемо на увазі оновлюваність бібліотечної сторінки, кількість публікацій за певний період часу.

Як вже згадувалось, сучасні бібліотеки не обмежуються акаунтом в одній мережі. Аналіз кількості таких акаунтів дозволить з'ясувати рівень охоплення соціальних мереж бібліотеками. Найпопулярніші соціальні медіа, які використовують зарубіжні бібліотеки, це соціальні мережі Facebook, Google+, LinkedIn; відеохостинг Youtube; мікроблог Twitter. Водночас спостерігається тенденція представленості бібліотек у національних соціальних медіа. Так, Національна бібліотека Франції активно працює у відеохостингу «Dailymotion», Національна бібліотека Латвії – у соціальній

³ Не розглядалися бібліотеки, які розташовані на тимчасово окупованій території України, оскільки або тимчасово недоступні, або перебувають поза українським бібліотечним дискурсом.

⁴ Якість бібліотечної сторінки – сукупність показників сторінки, які визначають наскільки вона відповідає запитам користувачів.

мережі Draugiem, Національна бібліотека Китаю – у мікроблогах – Sina Weibo та Tencent Weibo, Національна і університетська бібліотека Св. К. Охридського (Македонія) – у соціальній мережі Github, Російська державна бібліотека – у соціальній мережі «ВКонтакте».

Окремо слід наголосити на специфіці Національної бібліотеки Китаю, що не має акаунтів у глобальних медіа, лише у національних, що, очевидно, пов'язано із специфікою інформаційної політики Китаю: у КНР заблоковано Twitter, Facebook, YouTube, Wordpress та ряд інших подібних ресурсів, сервери яких розташовані за кордоном. Таким чином китайський уряд примушує своїх користувачів використовувати місцеві сервіси, які легше контролювати та фільтрувати публікований у них небажаний контент. Тому використання національних соцмедіа дає змогу уряду в Китаї отримати більший контроль над комунікацією і користувачами та одночасно посилити попит населення на власні віртуальні лабораторії.

Що ж до охоплення соціальних мереж українськими бібліотеками, всі медіа, в яких представлені вітчизняні бібліотеки, є зарубіжними. Вітчизняні бібліотеки віддають перевагу Facebook, Google+, ВКонтакте, Youtube та Twitter. Щодо специфіки охоплення соціальних мереж вітчизняними бібліотеками, то слід зазначити, що попередній аналіз дає змогу говорити, що використання тих чи інших соціальних медіа корелюється з типом бібліотек. У найбільшій кількості соціальних медіа представлені бібліотеки загальнодержавного значення. Найпопулярніші соціальні медіа, які використовують ці бібліотеки, це соціальні мережі Facebook, Google+, ВКонтакте, Pinterest, LinkedIn; відеохостинг та фотохостинг Youtube, Flickr; слайд-хостинг Slideshare; мікроблоги: Twitter, Tumblr; фото- і відеододаток з елементами соціальної мережі Instagram. Наприклад, Українська бібліотечна асоціація, як незалежна всеукраїнська громадська організація, що об'єднує на добровільних засадах осіб, які професійно пов'язані з бібліотечною справою, представлена у Facebook, Google+, ВКонтакте, Pinterest, LinkedIn, Youtube, Flickr, Twitter. Досить активно використовують соціальні мережі

бібліотеки вищих навчальних закладів, віддаючи перевагу Facebook, Google+, ВКонтакте, Pinterest, Linkedin; відеохостингу та фотохостингу Youtube, Flickr; мікроблогу Twitter; фото- і відеододатку з елементами соціальної мережі Instagram. Представленість ОУНБ в інтерактивному просторі соціальних медіа вже дещо вужча: соціальні мережі Facebook, Google+ та ВКонтакте; відеохостинг Youtube та мікроблог Twitter.

Практична відсутність українських бібліотек у національних мережах (WeUA, UaModna, «Українці», «Друзі» тощо) пояснюється відвертою слабкістю цих мереж, зумовленою цілим рядом причин, одна з основних, на нашу думку – деформованість українського простору соціальних мереж у силу інкорпорованості його з російським, що, із певною корекцією, зберігається і до нинішнього часу, не зважаючи на російську агресію і її інформаційну складову. Тобто «ВКонтакте» і «Однокласники» сприймаються як «свої», будучи по суті російськими. Відповідно, українські мас-медіа не розвиваються. Утім, це специфіка всього українського мережевого простору, не лише його бібліотечного сегмента.

Зроблений аналіз представляє загальну картину і не виключає додаткових досліджень окремих аспектів представлення бібліотек у соціальних медіа. Таким аспектом, цікавим з точки зору бібліотечної діяльності, є охоплення. Відповідно, середня кількість акаунтів бібліотек у глобальних медіа становить три для зарубіжних та два для вітчизняних. При цьому, якщо говорити про присутність у національних медіа, то доводиться констатувати, що для зарубіжних бібліотек цей показник значний, а для національних – відсутній. Тому в глобальних мас-медіа наша присутність із врахуванням пізнішого включення, нижчого рівня інформатизації⁵, може вважатись порівнюваною із зарубіжними, а у національних (в силу їх специфіки) – неприйнятно низькою.

⁵ Загальна інтернет-аудиторія на всій території України, без урахування Криму зросла до 59%. Водночас у США показник перевищив 89% користувачів мережі, Японії – 86%, Китаю – 50 % за даними на 2015 р., ідеться в дослідженні Watcher.

Оскільки 69 зарубіжних бібліотек із 74 проаналізованих представлені в соціальній мережі Facebook (93,24 % бібліотек), то можна стверджувати, що інтерактивний простір саме цієї мережі є найпопулярнішим. У Facebook представлено 85,7 % великих вітчизняних бібліотек. Це говорить про те, що зарубіжні бібліотеки активніші у мережі Facebook і загалом в соціальних медіа. Особливості результатів представленості зарубіжних та вітчизняних бібліотек у соціальних медіа можна простежити за графіком, який пропонується на рис. 2.1.

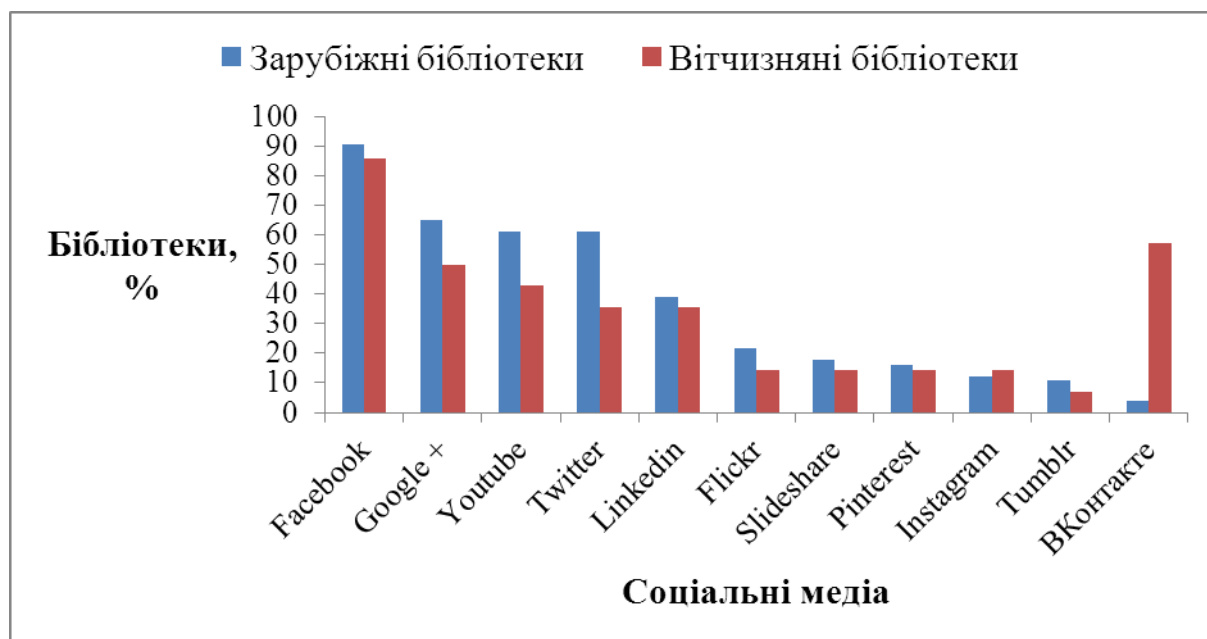


Рис. 2.1. Представленість вітчизняних та зарубіжних бібліотек у соціальних медіа

Також особливості представленості різних типів вітчизняних бібліотек у соціальних медіа можна простежити за графіком (рис. 2.2).

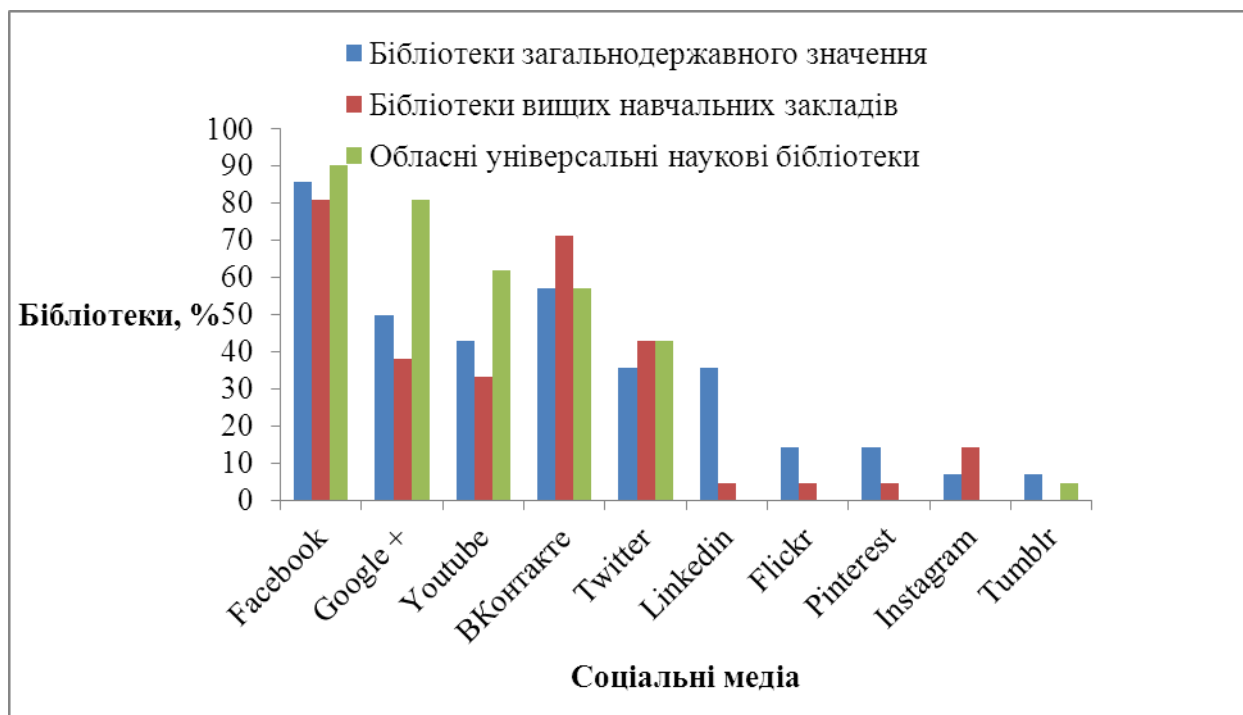


Рис. 2.2. Представленість вітчизняних бібліотек у соціальних медіа

Аналізуючи результати, можна стверджувати: глобальні медіа використовуються всіма бібліотеками за однаковим списком – по суті, найбільші у світі. При цьому зарубіжні бібліотеки досить активно розвивають присутність у національному глобальному просторі, вітчизняні – такої можливості позбавлені. Згаданий інформаційний ізоляціонізм КНР є, швидше, винятком, зумовлений політичною специфікою.

Охоплення соціальних медіа бібліотеками можна визначити за кількістю медіа, в яких бібліотеки мають сторінку. Загалом кількість соціальних медіа, в яких представлена кожна зарубіжна та вітчизняна бібліотека (із наявних у соціальних медіа), різна і коливається від однієї до дев'яти. Оскільки, як вже згадувалось, більшість аналізованих бібліотек у соціальних медіа не обмежуються веденням одного акаунту, а поширює свою активність на декілька соціальних мереж, вважаємо за доцільним виявити усереднені показники такої представленості, що дозволить оперувати оцінками «вище»/«нижче» охоплення соціальних мереж (щодо виявлених середніх показників). Виходячи із середнього значення – чотири мережі, вважатимемо охоплення соціальних медіа більше п'яти – високим,

відповідно, менше – низьким. Аналізуючи вибірку бібліотек у соціальних медіа, можна констатувати, що високий рівень охоплення соціальних медіа мають 24,32 % зарубіжних бібліотек і 35,7 % вітчизняних, які є найактивнішими у соціальному просторі. Необхідно зазначити, що більшість вітчизняних бібліотек комунікують із читачами, використовуючи одну соціальну мережу, тоді як зарубіжні – декілька. Специфіка охоплення вітчизняними та зарубіжними бібліотеками соціальних медіа представлена у графіку (рис. 2.3).

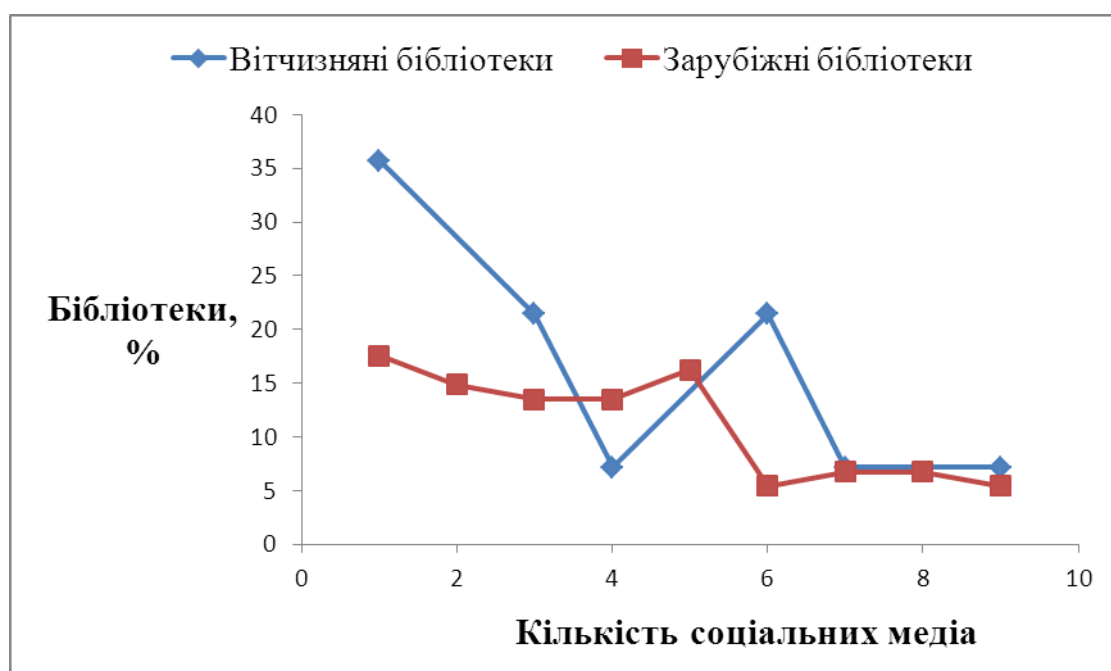


Рис. 2.3. Охоплення вітчизняними та зарубіжними бібліотеками соціальних медіа

Щодо специфіки охоплення різними типами вітчизняних бібліотек соціальних медіа, необхідно зазначити, що простежується тенденція зосередженості найбільшої кількості бібліотек загальнодержавного значення та бібліотек вищих навчальних закладів в одному та ОУНБ – у п'яти мас-медіа. Порівнюючи ОУНБ з бібліотеками загальнодержавного значення, слід зазначити, що в других діапазон охоплення соціальних медіа ширший, але у перших – більша кількість бібліотек охоплює середню кількість мас-медіа. У бібліотек вищих навчальних закладів спостерігається

результат, близький до показників бібліотек загальнодержавного значення, тобто широкий діапазон охоплення соціальних медіа, але кількість бібліотек, які там представлені – незначна. Специфіка охоплення вітчизняними бібліотеками соціальних медіа представлена у графіку (рис. 2.4).

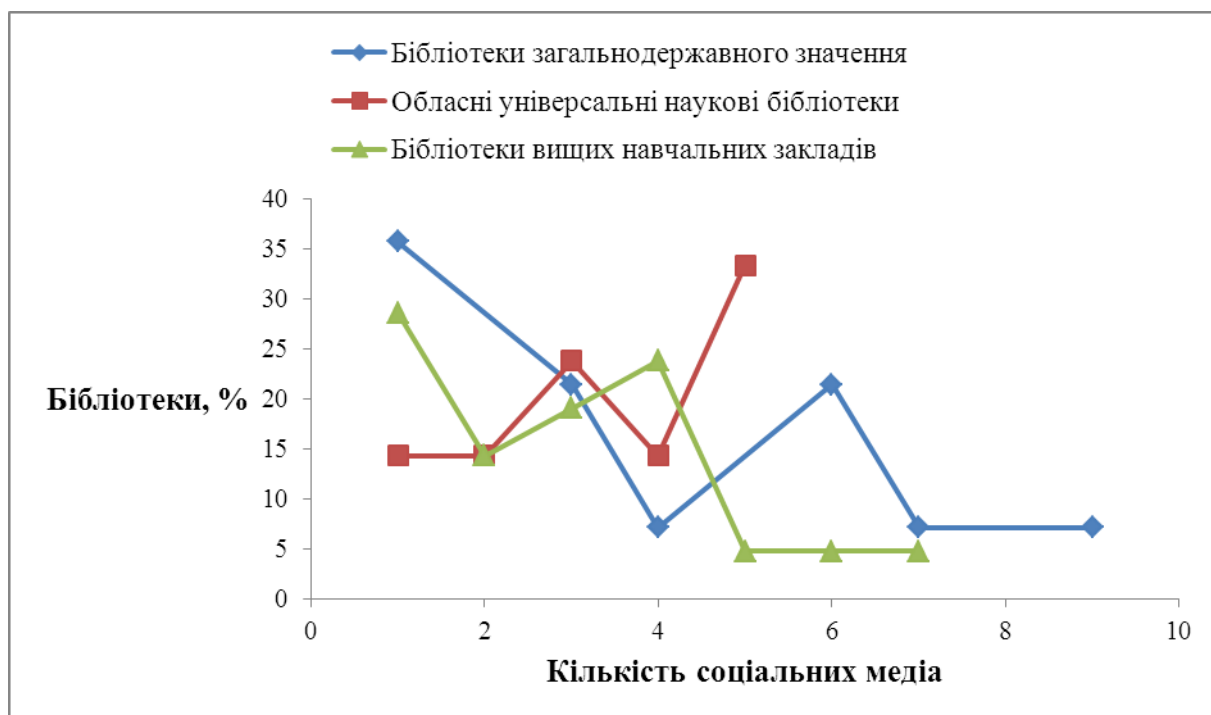


Рис. 2.4. Охоплення вітчизняними бібліотеками соціальних медіа

Високе охоплення соціальних медіа серед наукових бібліотек мають: Українська бібліотечна асоціація, Державна бібліотека України для юнацтва, Національна бібліотека України для дітей, Національна історична бібліотека України, Національна наукова медична бібліотека України, Вінницька обласна універсальна наукова бібліотека ім. К. А. Тімірязєва, Дніпропетровська обласна універсальна наукова бібліотека, Запорізька обласна універсальна наукова бібліотека імені О. М. Горького, Івано-Франківська обласна універсальна наукова бібліотека ім. І. Я. Франка, Публічна бібліотека ім. Лесі Українки м. Києва, Рівненська державна обласна бібліотека, Херсонська обласна універсальна наукова бібліотека імені О. Гончара, Наукова бібліотека Національного університету «Києво-Могилянська академія», Науково-технічна бібліотека Дніпропетровського

національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна, Науково-технічна бібліотека Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут».

Візуалізація результатів аналізу охоплення соціальних медіа зарубіжними і вітчизняними бібліотеками представлена на «Карті бібліотечних соціальних медіа» (Додаток Г). Країни на карті розфарбовано від світлого до темного кольору залежно від показника кількості мас-медіа, який варіюється від шести до дев'яти. У цій вибірці лідерами виступають: Бібліотека Конгресу (США), Британська бібліотека та Національна бібліотека Ізраїлю.

Активність бібліотек у соціальних медіа можна визначати для кожної бібліотеки за сумою показників у всіх охоплених соціальних медіа або для найпоширенішої мережі. Тому для конкретної соціальної мережі, колаборативного проекту, блогу, наукової лабораторії можна визначати активність бібліотеки в ній за наповнюваністю та комунікативним потенціалом її сторінки або профілю.

Проілюструємо активність бібліотек на прикладі соціальної мережі Facebook, як найпопулярнішої серед інших соціальних медіа. За основу аналізу активності бібліотечних сторінок було обрано три критерії: кількість читачів, їх активність, що у соціальній мережі Facebook представлена опцією «це обговорюють»⁶ та оновлюваність акаунту.

Очевидно, що кількість читачів вітчизняних бібліотечних сторінок буде невеликою, порівняно з акаунтами політиків⁷, урядових установ⁸, оскільки останні головним чином орієнтовані на зв'язки з громадськістю. Водночас показники великих зарубіжних бібліотек також істотно випереджають

⁶ Показник у соціальній мережі Facebook, який обчислюється через маркер «це обговорюють». Так називається програма, вмонтована в мережу, що автоматично підраховує вподобання, публікації, коментарі, відповіді на запитання, відгуки про заходи, згадування сторінки за певний період.

⁷ Наприклад, кількість читачів у сторінки українського політика А. Яценюка становить 330 тис., В. Кличка – 108 тис., Ю. Тимошенко – 87 тис.

⁸ Кількість читачів сторінки Українського інституту національної пам'яті – 10 тис., Міністерства оборони України – 139 тис., Міністерства внутрішніх справ України – 28 тис., Міністерства закордонних справ України – 20 тис.

розміри аудиторії вітчизняних. Так, аудиторія Facebook-сторінки Бібліотеки Конгресу – 242 тис., Національної бібліотеки Великобританії – 205 тис., Національної Французької бібліотеки – 53 тис., Національної Парламентської бібліотеки Грузії – 37 тис., Російської національної бібліотеки – 16 тис. читачів. Для Facebook-сторінок бібліотек України істотною може вважатися аудиторія від 600 читачів, тоді як для зарубіжних бібліотек – від 4246 читачів. Відповідно, аудиторія вважатиметься великою чи малою порівняно з цими середніми показниками. Аналізуючи вибірку сторінок бібліотек у соціальній мережі Facebook за кількістю читачів, можна стверджувати, що значну аудиторію мають 58,33 % вітчизняних і 47,83% зарубіжних (порівнювано із усередненими показниками окремо для зарубіжних і вітчизняних).

Щодо показника активності читачів бібліотечної сторінки у соціальній мережі Facebook, то високу активність (відповідно, вище середньої, що за показником «це обговорюють» становить 93 і 50 читачів для зарубіжних та вітчизняних бібліотек) мають 37,7 % зарубіжних і 25 % вітчизняних бібліотек. Результати за цим показником пов'язані з оновлюваністю сторінки – фахівці із соціальних медіа вважають, що щотижневе оновлення у соціальній мережі – це найменше, що дозволяє зберігати інтерес до сторінки, в середньому популярні фейсбукери пишуть три-чотири дописи щодня. Для зарубіжних і вітчизняних бібліотек поширеним є щоденне оновлення, а отже, середнім можна вважати показник 6 і більше публікацій на тиждень. Згідно з цим критерієм високу оновлюваність сторінки мають 41,67 % вітчизняних і 30,44 % зарубіжних бібліотек.

Тобто найбільшу аудиторію, найчастіше оновлювані сторінки та, відповідно, високий показник активності читачів у соціальній мережі Facebook із переліку аналізованих (вказані ті, що є лідерами хоча б за двома з наведених показників) мають бібліотеки, які представлені на графіку (рис. 2.5). Провідними в цьому аналізі виступають: Бібліотека Конгресу (США),

Британська бібліотека, Національна бібліотека Чилі, Національна бібліотека Ізраїлю, Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського.

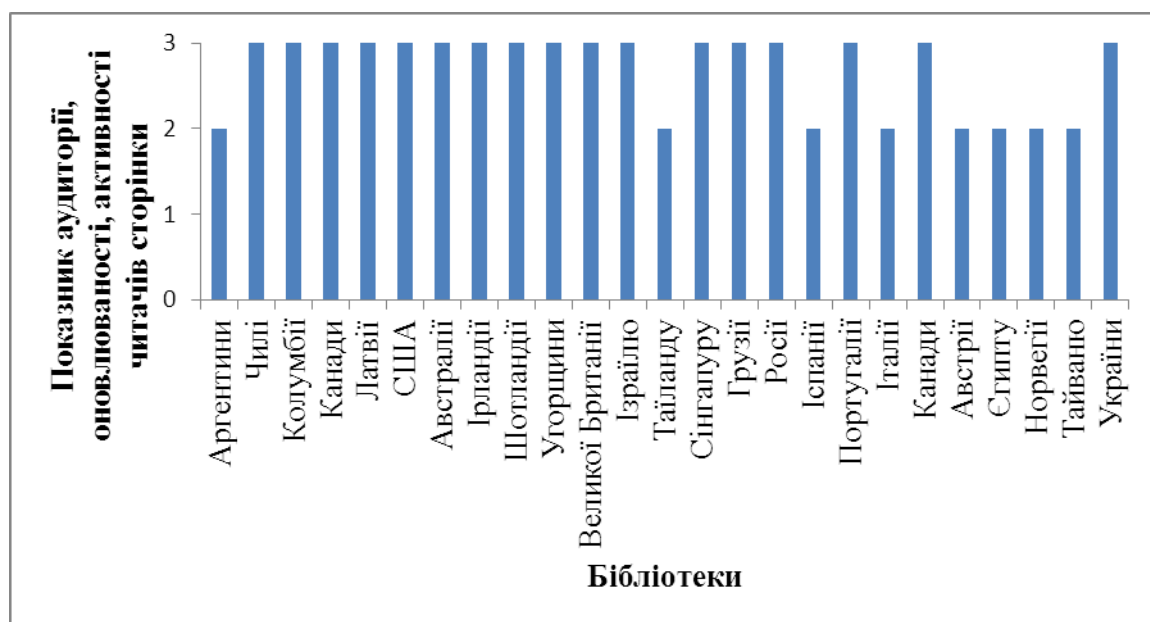


Рис. 2.5. Активність бібліотечних сторінок на прикладі соціальної мережі Facebook

Щодо специфіки активності бібліотечних вітчизняних сторінок, то найбільшу аудиторію, найчастіше найбільш оновлювані сторінки та, відповідно, високий показник активності читачів у соціальній мережі Facebook із переліку аналізованих (вказані ті, що є лідерами хоча б за двома із наведених показників) мають: Українська бібліотечна асоціація, Державна бібліотека України для юнацтва, Національна бібліотека України для дітей, Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського, Державна наукова архітектурно-будівельна бібліотека імені В. Г. Заболотного, Вінницька обласна універсальна наукова бібліотека ім. К. А. Тімірязєва, Дніпропетровська обласна універсальна наукова бібліотека, Закарпатська обласна універсальна наукова бібліотека, Полтавська обласна універсальна наукова бібліотека імені І. П. Котляревського, Публічна бібліотека ім. Лесі Українки м. Києва, Рівненська державна обласна бібліотека, Наукова бібліотека Національного університету «Києво-Могилянська академія».

Відзначимо, що, оскільки характерною ознакою соціальних медіа є персоналізованість, доцільно досліджувати не лише бібліотечні сторінки, а й сторінки окремих підрозділів бібліотек, які представлені в соціальній мережі Facebook, тому що важливі не стільки масштаби організації, а саме зацікавленість, активність та особистості бібліотекарів, що представляють свої заклади в мережі. Так, яскравим прикладом можуть слугувати сторінки відділів НБУВ: Національна юридична бібліотека (https://www.facebook.com/nllofua), Репортер Сіаз (https://www.facebook.com/ufhvjysz?fref=photo), Служба інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади (https://www.facebook.com/siazua), Фонд Президентів України (https://uk-ua.facebook.com/fondprezudentiv), Центр науково-бібліографічної інформації (https://www.facebook.com/cnbinbuv?fref=pb&hc_location=profile_browser), Відділ музичних фондів (https://www.facebook.com/mus.fond), Австрійська бібліотека у Києві (https://www.facebook.com/pages/Österreich-Bibliothek-Kiew-Австрійська-бібліотека-у-Києві/450199155072622?fref=ts). Деякі сторінки відділів є навіть активнішими у соціальних мережах, ніж акаунти бібліотек, тому доцільно визначати активні відділи у даній вибірці. Наприклад, оновлюваність сторінок підрозділів НБУВ – Національної юридичної бібліотеки і Служби інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади становить більше 25 публікацій на тиждень, що можна назвати досить високими показниками. Водночас у сторінки Юридичної бібліотеки Конгресу (США) щотижнева оновлюваність становить 6 публікацій, Музичної Бібліотеки Стенфордського університету – 6 постів.

Таким чином, можна говорити про дві тенденції представлення зарубіжних та вітчизняних бібліотек у соціальних медіа: централізоване, за принципом «одна бібліотека – один акаунт в мережі»; або ж дисперсне, тобто за принципом «одна бібліотека – акаунти різних підрозділів у мережі». Висловимо припущення, що, у силу вказаної вище

персоналізованості як характерної риси соціальних мереж, друга тенденція з часом розширюватиметься, і, окрім «основного» аканту бібліотеки створюватимуть додаткові, умовно «спеціалізовані» сторінки у цій же мережі.

Водночас спостерігаються різні підходи до комунікації бібліотек через соціальні медіа – від відсутності чи формальної представленості, до активного нарощування присутності в соціальних мережах. Глобальними соціальними медіа, в яких представлені вітчизняні та зарубіжні бібліотеки, було визначено: соціальні мережі Facebook, Google+; відеохостинг Youtube; мікроблог Twitter. Найпопулярнішою соціальною мережею для бібліотечних представництв є Facebook, що закономірно, оскільки найбільша їх кількість представлена в ній. Характерними рисами представлення зарубіжних бібліотек у соціальних медіа є: «видимість» (наявність даних про представленість у соціальних медіа на офіційних сайтах), поліпредставленість, велика активність читачів бібліотечної сторінки. Щодо вітчизняних бібліотек, то конституюючими ознаками представленості у соціальному просторі є: монопредставленість, високий рівень охоплення соціальних медіа, висока оновлюваність сторінок. Проведене дослідження дає змогу говорити, що використання тих чи інших соціальних медіа змінюється з типом бібліотек: для бібліотек загальнодержавного значення це – монопредставленість, масовість аудиторії, висока оновлюваність сторінок. Конституюючими ознаками представленості ОУНБ у соціальному просторі є: поліпредставленість, велика активність читачів бібліотечної сторінки. Водночас бібліотекам вищих навчальних закладів характерна монопредставленість у соціальних медіа. У результаті дослідження виявлені спільні риси щодо представленості зарубіжних і вітчизняних бібліотек у мас-медіа: глобальність, дисперсність, конвергентність.

За результатами дослідження можна стверджувати, що як вітчизняним, так і зарубіжним бібліотекам необхідно взаємно враховувати досвід щодо представлення в інтерактивному просторі, тому що специфіка бібліотечної

діяльності у соціальних медіа в них різна. Вітчизняні не відстають від зарубіжних та досить інтенсивно розвиваються і налагоджують активну комунікацію з користувачем у соціальних медіа і мають великі та потужні ресурси та можливості для того, щоб стати лідерами в інтерактивному середовищі мас-медіа. Також вважаємо за доцільне доповнити представлений статистичний аналіз дискурс-аналізом бібліотечних сторінок, що і є метою наступних досліджень.

2.2. Участь бібліотек у колаборативних проектах соціальних медіа

Сьогодні з інтенсивним розвитком інформаційно-комунікаційних технологій бібліотеки нарощують представлення своєї діяльності в інтерактивному веб-середовищі, що створює нову реальність у галузі соціальних комунікацій, зокрема – бібліотекознавчих студій, як складової комунікаційних досліджень. Серед перспективних напрямів роботи в інтерактивному інфопросторі – колаборативні проекти, соціальні мережі, базовані на технологіях, що пропонують бібліотекам нові можливості для кращого обслуговування своїх користувачів та залучення нових і є чинником стимулювання розвитку бібліотечної сфери. Вони надали бібліотекам нові можливості щодо співпраці та взаємодії з користувачами, спільного використання ресурсів бібліотечної мережі та інших інформаційних інституцій.

Розвиток традиційних форм бібліотечного обслуговування потребує спеціалізованого рекурсивного процесу для створення споріднених зв'язків між суб'єктами діяльності при вибудові консенсусу в досягненні результативності поставлених завдань.

Особливості колаборативних проектів досліджуються як у загальнотеоретичному зрізі, так і в практичній площині. Найбільш розробленим можна вважати напрям використання вікі-проектів в освіті: досліджені відкриті освітні ресурси та їх роль у навчальній діяльності [22], зокрема вікі-технології у сучасній освіті [96, 46, 41, 140]. Коротке порівняння вікі-ресурсу та інституційного репозитарію, з наголосом на важливості використання та взаємодоповнення обох цих ресурсів в інформаційному забезпеченні діяльності вищого навчального закладу здійснює Г. Я. Онисько [101].

Певні напрацювання існують і щодо питання використання вікі-технології у бібліотечній сфері. В. І. Бондаренко узагальнює досвід впровадження в систему інтернет-обслуговування інтерактивних

інформаційних технологій та окреслює перспективні напрями розвитку форм інтернет-обслуговування в контексті сучасної трансформації бібліотек в універсальні інформаційно-комунікаційні центри в умовах глобалізації [11]. О. Ю. Мар'їна аналізує найбільші краудсорсингові проекти зарубіжних бібліотек та розглядає перспективи застосування технології краудсорсингу в бібліотечній сфері України [86]. Т. О. Ярошенко, Т. О. Якушко розробили навчальний курс, підготували посібники, метою яких є розкриття сутності, основних принципів функціонування Веб 2.0, а також практичне ознайомлення слухачів з основними його сервісами, можливостями їх використання в бібліотеках [192]. Е. Кроскі досліджує використання бібліотеками технології Веб 2.0 [246].

На сьогодні можна говорити і про дослідження, що спрямовані на теоретичні узагальнення відповідних інформаційно-комунікаційних практик: науковий колектив НБУВ системно досліджує участь бібліотек в інтерактивній комунікації соціальних медіа [9,136,137]; Ю. М. Половинчак розглядає колаборативні проекти в системі соціальних комунікацій та досліджує тенденції їх активізації у розбудові вітчизняного комунікативного простору [137].

Водночас перспективність використання досліджуваних технологій дозволяє прогнозувати зростання участі бібліотек у колаборативних проектах різного рівня та активізацію використання ними відповідних соціальних технологій, що актуалізує дослідження, спрямовані на систематизацію і наукове осмислення відповідного досвіду бібліотек.

Колаборація як спільна діяльність кількох суб'єктів у будь-якій сфері реалізовується через краудфандинг та краудсорсинг. Перший термін використовується при описі колективного надання фінансових ресурсів в організаційній формі пожертвування чи ін. у відповідь на відкритий заклик, як правило через Інтернет, для підтримки ініціативи людей або організацій. У випадку з краудсорсингом ідеться про технологію соціальної взаємодії, що передбачає вихід за межі внутрішнього середовища організації в

пошуках креативного потенціалу для вирішення завдань, поставлених перед структурою, і полягає у передачі певних виробничих функцій невизначеному колу осіб без укладання трудового договору [137]. Важливо відзначити, що краудсорсинг, як інноваційний інструмент взаємодії бібліотеки та користувачів [224], став можливим завдяки розвитку технологій Веб 2.0⁹.

Отже, досліджуючи цю інновацію в бібліотечному середовищі, можна стверджувати, що бібліотечний краудсорсинг – це технологія, що реалізується на основі Веб 2.0 та представляє систему керування зворотним зв'язком бібліотеки і соціуму, використання якого значно розширяється з вдосконаленням розвитку соціальних медіа. До таких технологій, що надають нові можливості комунікації в бібліотечній сфері, можна віднести вікі-технології як інструмент користувацької співпраці в Мережі. З позиції колаборативного процесу написання, вікі-технологія як спеціальна редагувальна модель дає змогу учасникам створювати колективний документ, при цьому редагувати, обговорювати і ділитися інформацією щодо спільних інтересів [289].

Слід зазначити, що спеціальна редагувальна модель бібліотеки може виступати або об'єктом (наприклад, енциклопедичні статті про бібліотеку); або суб'єктом колаборації (бібліотекарі можуть бути авторами статей чи проєктів бібліотечної чи іншої дотичної тематики; модераторами; організаторами співпраці тощо).

Термін «вікі» походить з гавайської мови, що означає «швидкий» і був запозичений У. Каннінгемом, розробником першої вікі-системи (WikiWikiWeb) «Портлендського сховища зразків», яка була створена для збору фрагментів програмного коду [255]. Він спочатку описав цей термін як найпростішу онлайнову базу даних, яку може редагувати кожен

⁹ Технології Веб 2.0 надають можливість інтерактивної взаємодії користувачів між собою за допомогою соціальних мереж, блогів, вікі-проєктів та ін. При цьому не тільки збільшується інтенсивність взаємодії користувачів один з одним, але і зростає кількість форм комунікації користувачів між собою.

користувач. Взаємозв'язок сторінок та колективні зусилля – саме ці риси виділяють вікі серед інших соціальних сервісів.

Сьогодні з технологічної точки зору, термін «вікі» використовується, щоб описати вікі-сайти і їх програмне забезпечення. Вікі-сайти представляють колекції пов'язаних документів, які можна легко розвивати, модифікувати і доповнювати читачами. У вигляді програмного забезпечення вікі продукує колаборативні інструменти, що дають змогу об'єднуватись авторам і спільно розвивати вікі-сайт. Досить часто під терміном «вікі» розглядають безпосередньо комплекс елементів: взаємодію між програмним забезпеченням, авторами і вікі-сайтами.

Досить цікавою є точка зору про те, що вікі нагадує простір вільних знань, який заснований на колективній комунікації. Спільне написання передбачає участь одного або декількох учасників, що роз'яснюють, модерують, за допомогою редагування та/або перегляду тексту з одного або декількох користувачів, які беруть участь у процесі [292].

Перевагами вікі є колаборація серед територіально розподілених робочих груп учасників та легкість, з якою користувачі можуть стати авторами. Цінність вікі виходить за рамки простого створення інформаційних ресурсів та представляє нову парадигму спільного використання інформації, одну з найбільш динамічних систем колаборативного збору інформації [210].

М. Фаркаш, бібліотекар дистантного навчання в Норвічському університеті, зазначає, що можливості використання вікі в бібліотеці нескінченні. Щонайменше вони представляють собою простори для швидкої і легкої колаборативної роботи, а у своїх кращих проявах можуть стати громадськими ресурсами, які будуть позиціонувати бібліотеку як інтерактивний центр місцевої громади [229].

Загалом можна виокремити дві форми використання вікі-технології бібліотеками: внутрішньоорганізаційна та участь у загальноінформаційних

проектах (не пов'язаних безпосередньо з бібліотекою, але їх може використовувати чи працювати в них бібліотека) (детальніше див. рис. 2.6).



Рис. 2.6. Використання вікі-технології бібліотеками

На основі вікі-технології розробляються вікі-проекти, за допомогою якої читач перестає бути читачем у бібліотеці, він стає учасником виробництва інформації, автором, читачем, редактором і дистриб'ютором в одній особі.

Бібліотеки можуть використовувати вікі-технології внутрішньоорганізаційно, тобто за допомогою вікі-проектів, що мають на меті надання інформації користувачам та представляючи загальну інформацію про бібліотеку. Загалом такі проекти мають обмежений доступ редагування та/або доступ серед користувачів та їх модерують бібліотекарі. Щодо таких вікі-проектів, то їх можна умовно поділити на два види: вікі-

проекти, які створюють для користувачів бібліотеки, та вікі-проекти, які створюють, щоб підтримати свою власну роботу.

Так, бібліотеки проявляють різні підходи щодо доступу до вікі-проектів серед користувачів бібліотеки. Деякі бібліотеки обмежують використання вікі-проектів серед користувачів, водночас інші дозволяють відвідувачам створювати сторінки. До вікі-проектів, які створюють для користувачів бібліотеки, можна віднести проекти, що представляють собою довідники ресурсів, тематичні довідники. Наприклад, Публічна бібліотека округу Сейнт-Джозеф в Індіані (США) почала створювати свої тематичні довідники на основі вікі-технології – SJCPL's Subject Guides (http://www.libraryforlife.org/subjectguides/index.php/Main_Page). Водночас тільки бібліотекарі мають дозвіл редагувати вікі-сторінки.

Також до проектів, які створюють для користувачів бібліотеки, можна віднести комунікаційні майданчики для запису інформації, думок і спогадів, спрямовані на поліпшення комунікації та розвиток спільноти студентів, викладачів, співробітників і друзів університету щодо університетських бібліотек, архівів та колекцій; проекти, які містять корисну інформацію для викладачів та студентів. Так, Бібліотека Карла Е. Мундта в державному університеті Дакоти (США) використовує вікі-проекти, щоб покращити комунікацію серед штату бібліотеки. Тому фахівці бібліотеки використовують технологію вікі.

До інших вікі-проектів, які створюють для користувачів бібліотеки можна віднести проекти для поширення інформації про бібліотечні технології. Наприклад, відділ бібліотечного обслуговування інформаційними технологіями в Бібліотеці Жан і Александер Херд у Нешвіллі (США) використовує вікі-проект LITS (<http://wiki.library.vanderbilt.edu/lits/>) щоб генерувати довідники про бібліотечні технології для користувачів бібліотеки. Вікі-проект містить інформацію про стан електронного каталогу бібліотеки, керівні принципи безпечних обчислень для покращення надійності та безпеки комп'ютерних

систем і програм та звіти. Так, вікі-проект Library Success: A Best Practices Wiki (https://www.libsuccess.org/Library_Success:_A_Best_Practices_Wiki) є найкращим практичним застосуванням, що дає змогу поділитись передовим досвідом та допоміжними матеріалами. Він призначений для бібліотекарів, для того, щоб вони могли поділитись своїм досвідом і знаннями. Проект містить десять основних категорій, що охоплюють професійні та управлінські питання бібліотечної діяльності та технологій. У межах основних категорій є 75 підкатегорій, кожна з яких відповідає вікі-сторінці або статті. Різні категорії та сторінки відрізняються рівнем вкладу членів спільноти Library Success. Професійна категорія, наприклад, включає вісім статей щодо конференцій та підвищення кваліфікації, які містять гіперпосилання.

Бібліотеки можуть створювати співтовариство вікі, в якому члени будуть фіксувати інформацію, яка корисна для місцевої громади, наприклад, інформування щодо спортивних змагань, дозвілля або дефіцитних послуг певного фахівця [229].

У цьому контексті особливого значення набувають нові підходи до розкриття бібліотечного обслуговування, які дають можливість розширити доступ суспільства саме до якісної, корисної, оперативної інформації та спонукають бібліотеки надавати послуги методами і каналами, зручними для читача. Бібліотеки почали використовувати вікі-технологію як нову форму комунікації з користувачами, представляючи продукти і послуги: процедури абонементного столу, які можуть слугувати головним матеріалом; допомогу в питаннях абонементу і процедур звернення – за умов відсутності чи недоступності співробітника бібліотеки, це найкраща можливість для консультації; базу знань з різних питань (у тому числі тих, що стосуються організаційних проблем, таких як друк у бібліотеці, комп'ютерних додатків тощо); простір для плану дій у надзвичайні ситуації бібліотеки; будь-яку документацію, що гарантує продуктивність і безперервність; матеріали, що вимагають колективної участі, наприклад, проекти; організацію спільної

науково-дослідної роботи; інформування щодо бібліотечних новин; доступ до бібліотечного синтезованого наукового та інформаційно-аналітичного продукту – бюлетенів, наукових праць та монографій бібліотечних співробітників тощо.

Бібліотеки також створюють вікі-проекти, щоб підтримати свою власну роботу: у якості заміни групової електронної пошти для колективного написання документів, збереження інтранету і документів, наприклад, інформування щодо політики керівництва, путівника конференції. Так, бібліотека Міннесотського університету в США використовує вікі-модель у якості інтранету. Вікі-проект University of Minnesota Libraries Staff Website (<http://wiki.lib.umn.edu>) містить офіційну інформацію щодо штату бібліотеки, починаючи від організаційної структури до університетської політики подорожей. Водночас співробітникам пропонується внести свій вклад у вікі-проект. Водночас інші вікі-проекти створюють, щоб розвивати і підтримувати бібліотеку та проекти, які пов'язані з підготовкою до презентацій звітів.

Р. Уізерс описує вікі-проект у бібліотеках на прикладі інформаційної служби Університету Маямі (США) [291]. Автор зауважує те, що інформаційна служба університету використовує технологію вікі для представлення інформації в бібліотеках Університету Маямі. Проект містить інформацію щодо бібліотечних послуг та графіка роботи бібліотеки. Головний розділ вікі-проекту відображає запитання, щодо яких надаються відповіді.

Також серед вікі-проектів умовно можна виділити комбінований вид вікі-проектів, який створюють для користувачів бібліотеки та підтримки своєї власної роботи. Наприклад, створюють вікі-проекти для інформування та обговорення каталогу бібліотеки. Такі проекти у відкритому доступі для користувачів представляють будь-яку інформацію, окрім конфіденційної, та оновлюються користувачами.

Іншим напрямом використання вікі-технології бібліотеками можна назвати участь чи організація бібліотеки в загальноінформаційних проектах, тобто, створених для всіх користувачів інформаційного простору без участі бібліотек, проте вони можуть приєднуватись до них чи використовувати. Варто відмітити, що такі проекти мають необмежений доступ редагування серед користувачів. Водночас обмеження можуть бути обумовлені за рахунок політики проекту, тоді як бібліотека на це не впливає.

Найбільш поширеними серед загальноінформаційних вікі-проектів є енциклопедії – сайти довідкового характеру, наповнення яких здійснюється спільними зусиллями великої кількості учасників. Найвідоміший вікі-проект, загальнодоступна і вільна для використання енциклопедія Вікіпедія, була створена у 2001 р. як англomовний проект онлайн-енциклопедії за вікі-технологією. З часом з'явилися розділи Вікіпедії іншими мовами, у тому числі й українською (<http://uk.wikipedia.org/wiki>). Українська енциклопедія продовжує залишатися однією з двадцяти найбільших мовних розділів Вікіпедії. Незважаючи на дискусії про надійність і точності інформації, що надається в ній, Вікіпедія – один з найбільш відвідуваних сайтів у світі, найбільший і популярний універсальний довідник в мережі Інтернет, джерело актуальної інформації (постійно оновлюваний ресурс), який надає інформацію різними мовами. Статті індексуються пошуковими системами і відображаються в перших результатах пошуку, що також є безперечною перевагою цього ресурсу.

До інших прикладів вікі-проектів можна віднести: веб-енциклопедію Києва (<http://wek.kiev.ua>); Вікізнання (<http://www.wikiznanie.ru>) – гіпертекстову електронну енциклопедію російською мовою; Вікісловник (<http://uk.wiktionary.org>) – україномовний розділ проекту Wiktionary, який представляє тлумачення й переклади українських слів, переклади слів і висловів з інших мов; Вікіпідручник (<http://uk.wikibooks.org>) – відкриту бібліотеку навчальної літератури; Вікіцитати (<http://uk.wikiquote.org>) – збірку цитат і афоризмів; Вікіджерела (<http://uk.wikisource.org>) –

україномовний розділ мережевої бібліотеки Wikisource, в якому розміщуються художні твори, історичні та інші документи, статті, вихідні тексти програм тощо, тобто будь-які тексти, у тому числі з мультимедійними ілюстраціями; Віківиди (<http://species.wikimedia.org>) – відкритий і вільний каталог біологічних видів, що містить класифікацію тварин, рослин, грибів і решти форм життя; Вікіновини (<http://uk.wikinews.org>) – відкрите новинне інтернет-видання, яке створюється неоплачуваними дописувачами; Вікісховище (<http://commons.wikimedia.org>) – централізоване сховище для вільно розповсюджуваних зображень, звукозаписів, відеороликів та інших файлів, які можна використовувати на сторінках проектів фонду Вікімедіа; Мета-Вікі – сайт міжнародної спільноти учасників проектів Фонду Вікімедіа та споріднених проектів, який призначений для найрізноманітніших завдань — від координації та документування, до планування та аналізу; Віківерситет (<http://beta.wikiversity.org>) – нову форму інтерактивної освіти і ведення відкритих наукових проектів; Віکیدані (<http://www.wikidata.org>) – загальне централізоване сховище для різних типів даних, таких як Інтервікі, метричні параметри, чисельність населення та інша статистична інформація, що може бути використана на сторінках проектів фонду Вікімедіа; Вікімандри (<http://uk.wikivoyage.org>) – інтернет-портал, присвячений туризму тощо.

Загальноінформаційні вікі-проекти підтримують роботу фахівців у галузі інформації, у тому числі тих, які працюють у сфері загального керування інформацією, а також у бібліотеках.

Так, до них можна віднести проекти, які представляють собою колекції матеріалів; енциклопедичні проекти, які розробляють, щоб збирати і ділитись знаннями у формі енциклопедії; колабораційні бази знань для інформаційної архітектури; бази знань для фахівців з управління контентом, які інформують про інформаційні бюлетені щодо системи управління контенту, книги, конференції та навіть повідомляють про робочі місця в управлінні контентом; проекти професійної асоціації або спеціальної групи

інтересів, які загалом надають інформацію про інформаційні технології бібліотеки, щоденники подій та інші ресурси щодо використання інформаційних технологій у бібліотеці та керування інформацією. Такі проекти можуть редагувати та доповнювати будь-який користувач.

Окремо слід наголосити на використанні інформаційних вікі-проектів в освітній діяльності. Галузі використання включають розробку інформаційних ресурсів для студентів; сховищ і атракцій матеріалів, таких як есе та портфелі, які створюються студентами; колаборативних просторів для групової та класної роботи. Наприклад, вікі-проект Info Teach (<http://www.infoteach.org/wiki>) створений у Нортгемптонському університеті (Великобританія) як інформаційний ресурс для викладачів. Метою проекту є створення інтерактивного співтовариства практики для бібліотекарів та викладачів, щоб охопити всі сектори розвитку читача: запити роботи, навчання, а також групове та індивідуальне навчання.

Б. Маттіс описує використання вікі-проектів в Університеті Батлера (США) [19]. Автор наголошує на тому, що студенти працюють у командах з метою визначення ресурсів предметної галузі, постять ресурс і оцінюють його на відповідній вікі-сторінці. Водночас колаборативна діяльність заохочує студентів і викладачів більше, ніж стандартні лекції. Крім того, це стимулює створення репозиторію студентської роботи, що може використовуватись іншими студентами для порівняння результатів команди та для оцінювання їхньої роботи викладачами.

Інші вікі-проекти представляють репозиторії для бібліотечних навчально-методичних матеріалів і більш загальні ресурси для бібліотекарів, які зацікавлені в навчанні, включаючи роздаткові матеріали та навчальні посібники, навчальні поради, гіперпосилання на веб-сайти, глосарій і бібліографію.

У результаті аналізу роботи бібліотек у загальноінформаційних вікі-проектах, варто виділити таку форму роботи, як створення та редагування матеріалів, наприклад, створення або редагування статей, спрямованих на

представлення бібліотеки (довідкові дописи про установи, історичні будівлі, документи і колекції; дописи з бібліотекознавчих і дотичних тем; статті про бібліотекознавців). Наприклад, в українській Вікіпедії у категорії «Бібліотеки» станом на липень 2017 р. представлено 538 статей. Зокрема: статті про 13 бібліотек (за алфавітом, за країною, бібліотеки-музеї, приватні бібліотеки, університетські бібліотеки, національні бібліотеки, онлайн-бібліотеки, бібліотеки за містом, бібліотеки для дітей, зниклі бібліотеки та ін.). Також у цій категорії представлено 20 статей про книги за місцем збереження, тобто, книги з фондів Британської бібліотеки, Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського, Російської національної бібліотеки, Національної бібліотеки Франції. Так, щодо книг НБУВ, то тут представлено «Апостол», «Архітектор Йосип Каракіс», «Києво-Печерський патерик», «Київські глаголичні листки», «Пересопницьке Євангеліє». Що стосується публікацій про вчених, то в категорії «Бібліотекознавці» представлено 9 статей про вітчизняних та зарубіжних учених. Водночас категорія «Українські бібліотекарі» містить 58 публікацій про українських бібліотекарів, серед яких статті про науковий колектив НБУВ, а саме: О. С. Онищенко, В. І. Попика, Л. А. Дубровіну, Т. В. Добко та ін.

Водночас у категорії англійської Вікіпедії «Бібліотеки» (Libraries) станом на липень 2017 р. представлено 2523 статті, серед яких – бібліотеки за роком створення (Libraries by year of establishment), бібліотеки за типами (Libraries by type), бібліотеки за предметом (Libraries by subject), бібліотеки за регіоном (Libraries by region), бібліотечні організації (Library-related organizations); статті за категоріями бібліотечна справа (Library science), бібліотечне співробітництво (Library cooperation) та ін. Категорія «Бібліотекознавці» (Academic librarians) англійської Вікіпедії містить 58 статей, серед яких науковці Кембриджського, Гарвардського, Принстонського університету, Національної бібліотеки Ізраїлю, Триніті Коледжу (Дублін). Слід зазначити, що в категорії «Бібліотекарі за

національністю» (Librarians by nationality) відсутня категорія й статті про українських бібліотекарів.

Наведена статистика дає підстави говорити, з одного боку, про відставання у представленості українських бібліотек і бібліотекознавства (ширший тематичний діапазон, системність), з іншого — окреслює перспективи роботи та актуальність цього напрямку.

Серед відібраних для дослідження 56 бібліотек та науково-інформаційних центрів України, які активно використовують соціальні медіа, було виявлено, що 25% бібліотек (14,3% вищих навчальних закладів (ВНЗ), 8,9% обласних та 1,8% загальнодержавного значення) надають інформацію щодо представлення їхньої сторінки у Вікіпедії на офіційному сайті бібліотеки. Загалом на сторінках вікі-проекту надається інформація щодо історії та сучасного стану, фондів, користувачів, послуг, видавничої роботи, веб-проектів бібліотеки. Також на сторінках представляють рік заснування, контакти, тип, зібрання (обсяг фондів), доступ та користування (видача книг, кількість читачів, веб-сайт), фотографію будівлі бібліотеки. Подання інформації у статтях вікі стандартизоване, публікується за єдиним шаблоном. Наприклад, візуальний супровід сторінки Рівненської обласної універсальної наукової бібліотеки у Вікіпедії представлено нижче (рис. 2.7).

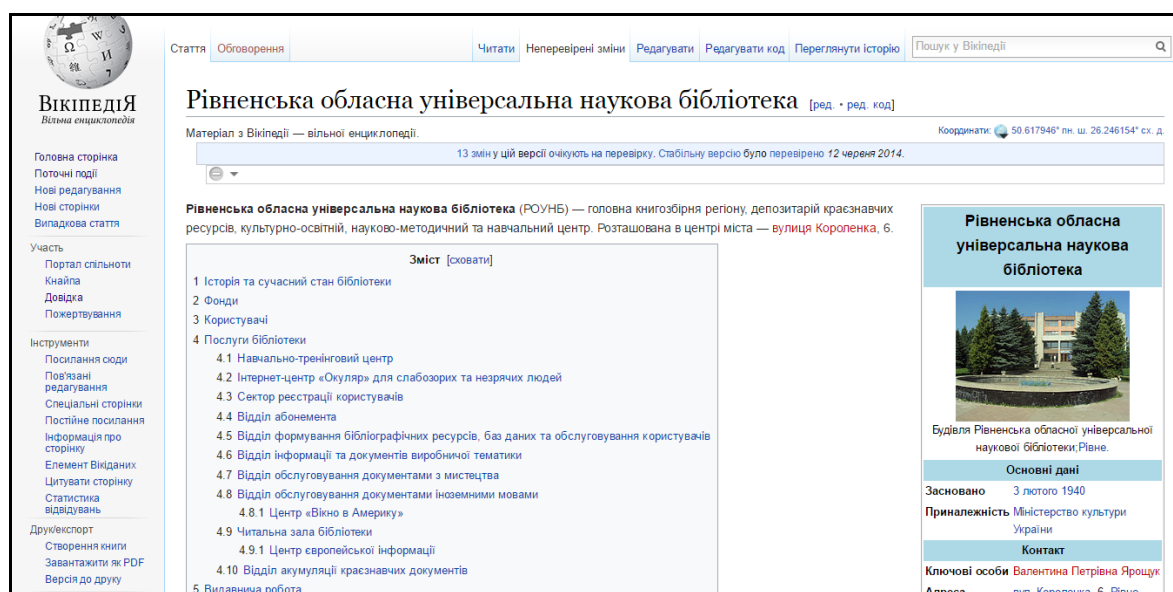


Рис. 2.7. Представлення Рівненської обласної універсальної наукової бібліотеки у Вікіпедії. Джерело:

https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D1%96%D0%B2%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%B0_%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0_%D0%BD%D0%B0%D1%83%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%B1%D1%96%D0%B1%D0%BB%D1%96%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BA%D0%B0

Водночас зарубіжні бібліотеки не надають інформацію на офіційному сайті щодо сторінки у Вікіпедії, будучи представлені у вікі-проекті. Треба зазначити, що бібліотечні статті більш інформативні в тому випадку, коли йдеться про зарубіжні бібліотеки. Наприклад, надається розширена інформація про історію, сучасний стан, фонди бібліотеки. Також на сторінках вікі надаються відомості щодо бюджету, керівництва та співробітників бібліотеки. Наприклад, наведемо візуальний супровід сторінки Бібліотеки Конгресу у Вікіпедії (рис. 2.8).

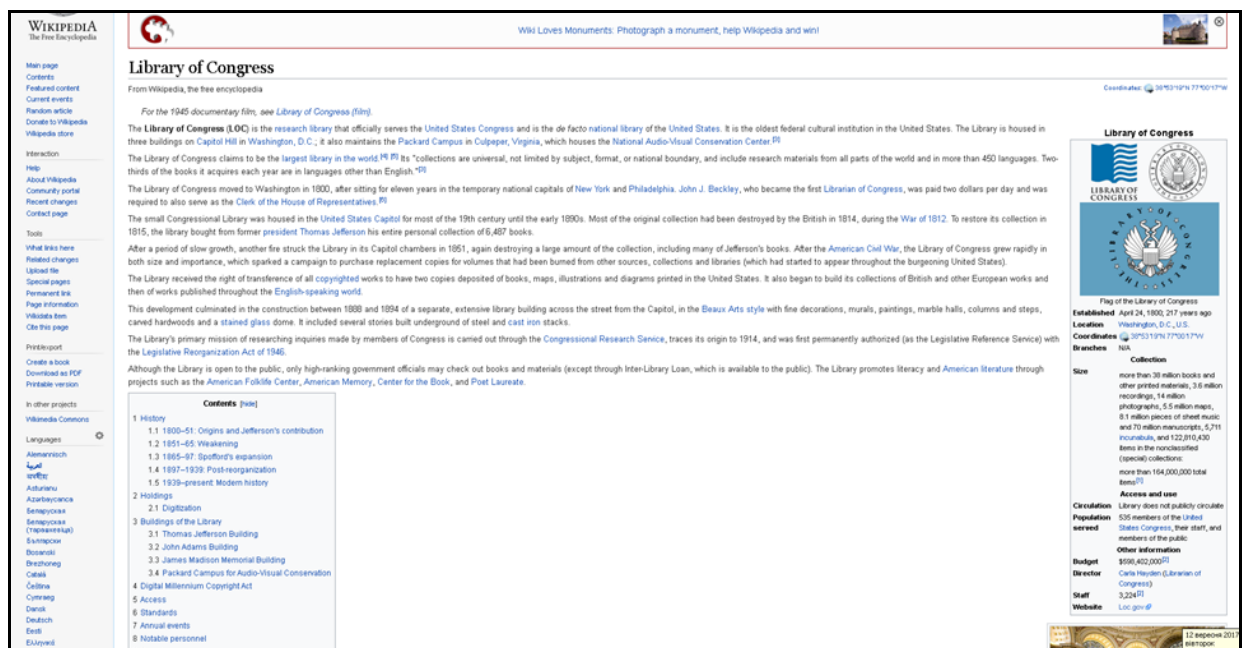


Рис. 2.8. Представлення Бібліотеки Конгресу у Вікіпедії.

Джерело: https://en.wikipedia.org/wiki/Library_of_Congress

Під час дослідження було проведено аналіз щодо редагування сторінок українських та зарубіжних бібліотек у Вікіпедії, який показав, що це різні користувачі, наприклад, бібліотеки, бібліотекарі та студенти, які постійно

оновлюють інформацію. Можуть також працювати бібліотечні вікіпедисти, наприклад, тексти про Бібліотеку Конгресу редагує вікіпедист з Вірджинії.

Окрім описаного напряму роботи, вікі проводить різного роду організаційні заходи: марафони¹⁰, конкурси, тематичні тижні тощо. Перспективними з точки зору роботи бібліотеки є краєзнавчі, тематичні проекти, наприклад, «Тиждень Вінниччини 2017»¹¹. Бібліотеки можуть як популяризувати заходи, ініційовані вікі, так і висувати власні організаційні проекти для наповнення вікі-простору. Так, Бібліотека КПІ (KPI Library) повідомляє у соціальній мережі Facebook (допис від 30 січня 2017 р.) про те, що у межах вікімарафону фахівці бібліотеки доповнили сторінки дослідників КПІ посиланнями на повні тексти їхніх праць у відкритому доступі.

Значним прикладом сприяння розвитку вікі-проектів в Україні, є те, що Прем'єр-міністр України В. Гройсман підтримав пропозиції громадськості, спрямовані на розвиток україномовного розділу Вікіпедії, та доручив органам виконавчої влади вжити у 2017 р. заходів для їх реалізації. Серед запропонованих громадськістю заходів треба відмітити: сприяння проведенню конкурсу з розміщення наукових робіт в українському розділі Вікіпедії та створення електронного інформаційного ресурсу культурної спадщини і культурних цінностей. Реалізація запропонованих заходів надасть, наприклад, більшу свободу та можливості для освітян, учнів і студентів, поліпшить ситуацію з популяризацією та збереженням історико-культурної спадщини та музейних цінностей, а також сприятиме розвитку найбільшого україномовного енциклопедичного та інформаційного проекту, яким є Вікіпедія [23].

Можна зробити висновок, що на сьогодні за допомогою вікі-технологій створюється новий інформаційний центр, заснований на принципах

¹⁰ Марафони – змагання, які проводить вікі, присвячені написанню максимальної кількості статей за визначений час, зазвичай 72 години.

¹¹ «Тиждень Вінниччини 2017» – захід створений серед серії проектів спільної праці і співробітництва користувачів Української Вікіпедії над статтями, який дозволяє поновити і посилити співпрацю у відповідних тематичних проектах, присвячених регіонові.

співтворчості. Адже користувачі мають можливість дати оцінку інформації, отриманій за допомогою вікі-сайту, обговорити актуальні проблеми, дізнатися думки інших користувачів. Для бібліотеки і користувачів вікі є інструментом зворотного зв'язку та платформою для вироблення нового, актуального і затребуваного знання.

Досліджуючи зарубіжні бібліотечні вікі-проекти, можна стверджувати, що бібліотеки адаптують інноваційні технології для своїх цілей. Найкращим прикладом може слугувати колективна вікі – Library Success Wiki, де бібліотеки поділяють своє спільне знання про успішні програми та інші новаторські ідеї, корисні для бібліотечної спільноти в цілому [251]. Цей проект був створений, щоб представити універсальний простір для чудових ідей та інформації для бібліотекарів. Існує досить велика кількість блогів у бібліотекарів, які там надають і споживають інформацію, але немає жодного місця, де вся ця інформація зібрана і організована. Це і є головною метою цього колаборативного проекту.

Слід зауважити, що зарубіжні бібліотеки досить широко використовують вікі-технології у своїй діяльності. Вони полегшують співробітництво в бібліотеках, залучаючи користувачів в електронне середовище. Бібліотеки представляють колективне середовище, в якому бібліотекарі співпрацюють з користувачами.

Підсумовуючи результати аналізу практичного застосування вікі-проектів, можна виокремити три основні напрями цієї діяльності: співробітництво між бібліотеками; співробітництво бібліотеки і користувачів; співробітництво серед користувачів.

Співробітництво між бібліотеками може відбуватись за допомогою вікі-проектів, які представляють колаборативні ресурси для бібліотекарів: роздаткові матеріали, навчальні посібники; методики викладання, поради та прийоми; веб-сайти; глосарій і енциклопедію; бібліографію та тематичні вікі-ресурси.

Умовно серед співробітництва між бібліотеками варто виділити використання вікі-проектів бібліотекарями в якості локальної мережі, яке відбувається завдяки колаборативним базам знань. Загалом такі вікі-проекти представляють собою простори для динамічної колаборації співробітників бібліотеки і платформи спільного використання ресурсів (новини і оголошення; проекти; навчальні ресурси; робочі документи та допоміжні матеріали; інформація про громадську, наукову діяльність, конференції та публікації).

Щодо співробітництва бібліотеки і користувачів, то воно відбувається завдяки вікі-проектам, які представляють колекції ресурсів, щоб допомогти відвідувачам бібліотеки. Загалом такі проекти оновлюються бібліотекою для загальнодоступного використання.

Співробітництво між користувачами відбувається завдяки вікі-проектам, які дозволяють, наприклад, додавати рецензії на книги.

У результаті аналізу було визначено мету представлення бібліотек у вікі-проектах: спільне використання інформації; збір документації; підтримка конференцій; сприяння бібліотекарів і користувачів до колаборації; створення цифрових депозитаріїв; створення інтранету, бази знань, тематичних путівників; збір відгуків читачів.

Отже, бібліотекам необхідно активніше представляти свою діяльність та працювати у вікі-проектах, незважаючи на ряд проблем, які перед ними стоять, адже вікі-технології надають великі можливості щодо колаборації бібліотек з користувачами.

Однією з проблем, чому бібліотеки не використовують вікі-проекти, може бути бюджетний клімат у бібліотеках. Занадто часто є недостатність коштів, штату і ресурсів, щоб запропонувати бажаний рівень обслуговування. Іншою проблемою може виступати необхідність переосмислення бібліотекою ролі бібліотекарів та відвідувачів. На жаль, сьогодні відносини між бібліотекарем та відвідувачем сприймаються як односторонні, тобто потреба в допомозі бібліотекаря, а не навпаки. Ще

однією проблемою може бути можливість негативного авторитету вікі-проекту, навіть бібліотеки, якщо користувачам дозволено редагувати бібліотечний вікі-проект. Однією з причин того, чому бібліотеки не представляють свою діяльність у вікі-проектах, може бути й те, що вікі – все ще нові технології. Можливо, бібліотекарі експериментують у безпечніших контекстах, таким чином, вони набувають досвіду створення проектів, де їх експертні знання будуть необхідні. Якщо це припущення вірне, то можна прогнозувати тільки збільшення представленості бібліотек у вікі-проектах.

Таким чином, якщо на початку своєї діяльності бібліотеки лише надавали доступ до створеної в процесі розвитку суспільства інформації, то сьогодні завдяки соціальним медіа бібліотека не лише перейшла до вироблення власної продукції та надання доступу до неї, а й досліджує можливості використання мережевої платформи бібліотек для створення нової інформації спільно з користувачами. Отже, у сучасному комунікативному просторі важливими для розкриття потенціалу бібліотек є такі характерні риси функціонування краудсорсингових вікі-технологій, як ефективний зворотний зв'язок із користувачем, періодичність, оперативність, інформаційність та доступність. Тобто читач перестає бути читачем у бібліотеці, він стає учасником виробництва інформації, автором, читачем і коментатором в одній особі.

Можливості використання колаборативних технологій у процесі оптимізації бібліотечного обслуговування створили умови для співавторства бібліотеки та користувача, що дає змогу говорити про формування інтелектуального бібліотечного та користувацького ресурсів.

2.3. Використання бібліотеками мультимедійного, візуального та відеоконтенту соціальних медіа

Сьогодні соціальні медіа надали нові можливості щодо представлення та роботи бібліотеки та комунікації бібліотеки і користувача в інформаційно-комунікаційному середовищі. Наряду з колаборативними проектами соціальних медіа, не менш важливим для бібліотеки є мультимедійний, візуальний та відеоконтент соціальних медіа, а саме, представлення та специфіка роботи бібліотек у них.

Незважаючи на ряд наукових публікацій, присвячених різним питанням використання бібліотеками соціальних мереж [37, 136, 137], досі за межами наукового інтересу залишається специфіка представлення та робота бібліотек у соціальних медіа мультимедійного, візуального та відеоконтенту. Актуальним залишається, як саме бібліотеки представляють свою діяльність та використовують різні типи соціальних медіа з виявленням специфіки окремих типів соціальних мереж та роботи в них.

Для реалізації поставлених завдань було зроблено вибірку з 8 бібліотек, що активно використовують соціальні медіа. Визначальними підходами для такої вибірки було обрано активність бібліотеки в соціальних медіа і масштабність бібліотек. Крім того, важливим виявилось відібрати бібліотеки різних видів, що дасть змогу простежити залежність між стратегією ведення бібліотечного представництва в соціальних мережах, читацьким контингентом, масштабами обслуговування, завданнями та місією бібліотек. Отже, у вибірку для аналізу було включено: бібліотеки загальнодержавного значення (Бібліотека Конгресу, Британська бібліотека, Національна бібліотека Шотландії, Національна бібліотека Ізраїлю, Державна бібліотека України для юнацтва); ОУНБ (Дніпропетровська обласна універсальна наукова бібліотека (ДОНУБ) ім. Первоучителів слов'янських Кирила і Мефодія); бібліотеки ВНЗ (Наукова бібліотека Національного університету «Києво-Могилянська академія», Науково-

технічна бібліотека ім. Г. І. Денисенка Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»).

У результаті проведеного аналізу, найпопулярніші соціальні медіа, які використовують вітчизняні та зарубіжні бібліотеки, можна систематизувати у дві групи. Першу групу представляють соціальні мережі мультимедіального контенту: текстовий, візуальний та відеоконтент (наприклад, Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, Tumblr, ВКонтакте, віртуальні світи). До другої групи можна віднести соціальні медіа візуального та відеоконтенту (наприклад, YouTube, Flickr, SlideShare, Pinterest, Instagram).

Для аналізу представлення та виявлення специфіки роботи бібліотек у соціальних медіа використаємо критерії дослідження соціальних медіа як джерельної бази бібліотечно-науків рефлексій, а саме: представлення інформації про бібліотеку, централізованість/дисперсність, змістовність, інтенсивність зворотного зв'язку [149].

Було виявлено, що найбільша кількість зарубіжних та вітчизняних бібліотек представлена в соціальних мережах мультимедіального контенту. Найбільш популярною серед соціальних мереж є Facebook, в якій представлено найбільшу кількість бібліотек.

Результати аналізу представлення бібліотечних представництв у соціальних мережах, говорять про те, що всі бібліотеки приділили увагу цьому критерію. Представлення є важливою характеристикою будь-якого представництва соціальної мережі, оскільки дає змогу його ідентифікувати і отримати інформацію для ознайомлення з акаунтом. Також представлення бібліотечних представництв у соціальних медіа відіграє важливу роль щодо залучення користувачів.

Загалом як аватар бібліотечні представництва використовують однаковий офіційний логотип у всіх соціальних мережах, водночас різну обкладинку бібліотечного представництва.

Під час пошуку бібліотечного представництва у соціальній мережі, у першу чергу, користувачі шукають представництво за офіційною назвою бібліотеки. Якщо назва представництва відмінна від відомої офіційної назви, то це викликає проблеми під час пошуку. Тому бажано, щоб назва акаунту бібліотечного представництва в соціальних медіа і офіційна назва бібліотеки збігалася.

Наприклад, ДОУНБ ім. Первоучителів слов'янських Кирила і Мефодія у соціальній мережі Twitter надала назву офіційному бібліотечному представництву «Кирилло – Мефодиевка», що ускладнює її пошук у Мережі. До цього ж списку можна включити Національну бібліотеку Швейцарії, яка надає назву бібліотечного представництва у соціальній мережі Twitter – National Library. Водночас інші бібліотеки у соціальній мережі Twitter надають такі назви бібліотечних представництв: LibraryNaUKMA, Library for youth, «Бібліотека НТУУ КПІ», Library of Congress, NATL Library Israel.

Важливим елементом представлення бібліотечного представництва у соціальній мережі є профіль сторінки. Майже всі бібліотечні представництва надають опис бібліотеки або її послуг у соціальних мережах. Одні бібліотеки надають незначний опис представництва, інші у свою чергу надають більш інформативний. Наприклад, Державна бібліотека України для юнацтва не надала опис про себе у соціальній мережі Facebook (<https://ru-ru.facebook.com/4uth.gov.ua/>). Водночас дуже показово надає детальний опис про себе Бібліотека Конгресу в соціальних мережах. Так, в описі бібліотечного представництва Бібліотеки Конгресу в соціальній мережі Facebook (<https://www.facebook.com/libraryofcongress/>) зазначається рік заснування – 24 квітня 1800 р., режим роботи (з 8:30 до 17:00), контактні дані (адреса, телефон, розміщення на карті міста). У категорії «Інформація про організацію» вказано місію бібліотеки, що полягає в тому, щоб забезпечити цінним, різноманітним та стійким джерелом знань Конгрес, федеральний уряд та американський народ. Також надається додаткова

контактна інформація – це гіперпосилання на офіційний сайт бібліотеки (<http://www.loc.gov>); загальна інформація про бібліотеку, а саме про те, що вона є найбільшою бібліотекою у світі, з мільйонами книг, записів, фотографій, карт і рукописів у колекціях; прохання відвідати офіційний сайт бібліотеки; запрошення відвідати сервіс для отримання більш детальної довідкової інформації «Запитайте бібліотекаря» (Ask a Librarian) (<http://www.loc.gov/askalib/>), але представлена сторінка не працює; запрошення переглянути політику коментарів та публікацій бібліотеки на офіційному сайті (<https://www.loc.gov/legal/comment-and-posting-policy/>), де зазначено, що всі соціальні медіа бібліотеки регулюються загальними правилами шанобливого громадянського дискурсу та автори несуть повну відповідальність за все, що публікують; перелік громадського транспорту, яким можна дістатись до бібліотеки.

Бібліотека Конгресу в соціальній мережі Twitter (<https://twitter.com/librarycongress>) у профілі вказує, що вона найбільша бібліотека у світі та закликає до вивчення колекцій, послуг і планування відвідати бібліотеку. Також запрошує слідувати на сторінку Карли Гейден (@ LibnOfCongress), щоб зустрітись з 14-м бібліотекарем Конгресу. Водночас Карла Гейден на своїй сторінці закликає до вивчення офіційного представництва Бібліотеки Конгресу у Twitter та створення історії разом, використовуючи в описі хештег #makehistory. Бібліотека Конгресу в профілі бібліотечного представництва у Twitter надає гіперпосилання на офіційний сайт бібліотеки, зазначає дату реєстрації (червень 2007 р.).

У профілі відеохостингу Youtube Бібліотека Конгресу (<https://www.youtube.com/user/LibraryOfCongress>) зазначає, що представляє заходи і сучасні презентації Бібліотеки Конгресу. Крім того, пише, що є світовим видатним сховищем знань, серед яких мільйони записів, що належать до найбільш ранніх фільмів Едісона до теперішнього часу. Також зазначає, що є спонсором заходів, лекцій та концертів, які є безкоштовними і відкритими для громадськості та запрошує на сайт бібліотеки. На сторінці

бібліотека надає гіперпосилання на всі соціальні медіа, де вона представлена. У рубриці «Про канал», крім опису бібліотечного представництва, ще представлено інформацію, що вона приєдналась на Youtube 9 червня 2007 р. та зазначається, що представництво має 17 152 930 переглядів.

Бібліотека Конгресу у Pinterest (<https://www.pinterest.com/LibraryCongress/>) надає загальну інформацію про бібліотеку ту ж саму, що у Facebook та представляє гіперпосилання на політику коментарів та публікацій бібліотеки на офіційному сайті.

Водночас Бібліотека Конгресу у Flickr (https://www.flickr.com/photos/library_of_congress/) в профілі представництва зазначає, що є національною бібліотекою США, яка розташована у Вашингтоні (округ Колумбія) з більш ніж 142 млн предметів, збережених на 650-кілометрових книжкових полицях, є також найбільшою у світі бібліотекою. Вона говорить про те, що, крім книг, у них є фотографії, карти, бази даних, фільми, звукозаписи, ноти, рукописи та інформація в багатьох інших форматах. Бібліотека зазначає, що одержує фотографії із середини 1800-х років, коли фотографування стало новою технологією. А також інформує про те, що відділ друкованих видань і фотографій займається 14 млн фотографій бібліотеки та представляє понад 1 млн через онлайн-каталоги. Бібліотека зазначає, що надання історичних колекцій фотографій через Flickr – це прекрасна можливість більш широко розповсюджувати її найпопулярніші зображення. Нижче Бібліотека Конгресу нагадує про те, що місія бібліотеки полягає в тому, щоб зробити її ресурси доступними і корисними. Вона пише про те, що пропонує публічний доступ до широкого спектру інформації, включаючи історичні матеріали, які можуть містити образливий мову або негативні стереотипи і зазначає, що такі матеріали повинні розглядатися в контексті відповідного періоду часу та вона не підтримує погляди, виражені в таких матеріалах. Також Бібліотека Конгресу надає гіперпосилання на різні сайти, якщо користувач хоче більше дізнатись

про бібліотеку, наприклад, блоги бібліотеки; соціальні мережі; сайт; сторінки відділів бібліотеки; проекти на офіційному сайті, які представляють запитання та відповіді щодо історичних фотографій та газет, представлених у Flickr. Зупинимося на останньому аспекті детальніше.

Проект «Фотографії Бібліотеки Конгресу на Flickr: поширені запитання» (Library of Congress Photos on Flickr: Frequently Asked Questions) (http://www.loc.gov/rr/print/flickr_pilot_faq.html?locfr=flik) представляє собою сторінку на офіційному сайті бібліотеки, яка пропонує до перегляду чотири категорії: інформація про проект, доступ до фотографій на Flickr, «що ви можете зробити» (додавання тегів, заміток і коментарів до фотографій), технічна інформація. У кожному розділі розміщені запитання та відповіді, наприклад, щодо розміщення, вибору та кількості фотографій, створення облікового запису для перегляду зображень, пошуку матеріалів, участі користувачів у проекті, завантаження та оцифрування фотографій тощо. Наприклад, щодо запитання чому бібліотека розміщує фотографії на Flickr, вона зазначає, що в неї є декілька цілей присутності у Flickr, а саме, обмінюватись фотографіями з колекцій бібліотеки з користувачами, які використовують зображення, але не можуть відвідати власний веб-сайт бібліотеки; щоб краще зрозуміти, як соціальне тегування і внесок спільноти можуть принести користь як бібліотеці, так і користувачам колекцій; щоб отримати досвід участі у веб-спільнотах, які зацікавлені матеріалами в бібліотечних колекціях.

Також бібліотека Конгресу у Flickr створила нову ініціативу під назвою «Палата громад» (The Commons) (<http://www.flickr.com/commons>). Інститути культурної спадщини, які приєднуються до громади, обмінюються зображеннями своїх фотографічних колекцій, у яких немає обмежень авторського права, як способу підвищити поінформованість цих колекцій із широкою публікою. Зайшовши на сторінку «Палати громад» (The Commons), бачимо, що головна мета проекту – це обмін прихованими скарбами з загальнодоступних фотоархівів світу. І далі повідомляється

щодо прохання зробити фотографії більш відкритими, додавши теги і залишаючи коментарі: «Ваші вклади і знання роблять ці фотографії ще багатшими» (Your contributions and knowledge make these photos even richer).

Щодо другого проекту «Газети Бібліотеки Конгресу на Flickr: поширені запитання» (Library of Congress Newspapers on Flickr: Frequently Asked Questions), то він також представляє собою сторінку на офіційному сайті бібліотеки, яка пропонує ті ж самі рубрики, що і попередній проект, тільки щодо газет Бібліотеки Конгресу.

Повернемося до профілю Бібліотеки Конгресу у Flickr, тут також зазначено дату створення сторінки (червень 2007 р.), посилання на інші соціальні медіа, кількість переглядів сторінки (258,8 млн), теги (74,9 тис.), геотеги (66), групи (5).

В Instagram Бібліотека Конгресу (<https://www.instagram.com/librarycongress/>) в профілі представництва зазначає, що вона представляє на сторінці від поточних подій і концертів до багатих історичних фотографій та запрошує досліджувати затребувані зображення з найбільшою бібліотекою у світі та надає гіперпосилання на офіційний сайт бібліотеки.

Цікавою щодо представлення бібліотеки в соціальних медіа є Британська бібліотека, яка публікує у соціальній мережі Facebook (<https://www.facebook.com/britishlibrary>) детальну інформацію про бібліотеку. У Twitter Британська бібліотека (<https://twitter.com/britishlibrary>) наголошує, щоб стежили за новинами Британської бібліотеки та інформує про виставку «Історія магії», яка відкривається 20 жовтня 2017 р. і надає гіперпосилання щодо заходу на офіційний сайт бібліотеки. Щодо Pinterest, то бібліотека інформує (<https://www.pinterest.co.uk/britishlibrary/>) слідувати за нею, щоб відкрити візуальні скарби Британської бібліотеки. В Youtube Британська бібліотека повідомляє про те, що там представлені відео бібліотеки. Також в Youtube вона надає гіперпосилання на інші соціальні медіа та сайт, зазначається дата приєднання (29 жовтня 2007 р.), кількість

переглядів сторінки (1 847 951). В Instagram Британська бібліотека (<https://www.instagram.com/britishlibrary/>) повідомляє про те, що хотіла б показати деякі прекрасні колекції та розповісти історії про людей, які їх використовують та надає гіперпосилання на сторінку офіційного сайту бібліотеки «Каталог Полонського фонду оцифрованих єврейських рукописів» (The Polonsky Foundation Catalogue of Digitised Hebrew Manuscripts). У Google+ Британська бібліотека (<https://plus.google.com/+britishlibrary>) інформує загальну інформацію про бібліотеку, яка повторюється з інформацією, яку вона надала у Facebook, а саме, що вона має більше 13 млн книг, 920 000 журналів і газетних видань, 57 млн патентів і 3 млн звукозаписів та пропонує заходи, тимчасові виставки та галереї скарбів, в якій представлено більше 200 позицій, у тому числі «Велика хартія вольностей», «Біблія Гутенберга» і лірика «Бітлз». Бібліотека також надає гіперпосилання на соціальні медіа та офіційний сайт та закликає користувачів писати про те, що вони хотіли б побачити на її сторінці.

Щодо вітчизняних бібліотек, то серед них є лідером Наукова бібліотека НаУКМА (Національного університету «Києво-Могилянська академія») як щодо представленості у найбільшій кількості соціальних медіа, так і якості представленості. Бібліотека надає повний опис представленості у всіх соціальних медіа. Наприклад, у соціальній мережі Facebook бібліотека (<https://www.facebook.com/NaUKMA.Library>) надає години роботи (з 8:30 до 20:30), історію, контактні дані (адреса, телефон, розміщення на карті міста), додаткову контактну інформацію (адресу електронної пошти та офіційного сайту), а також місію бібліотеки: створення, розвиток, збереження та організація використання власних та світових інформаційних ресурсів, які служать науці та навчальному процесу в університеті. Крім того, на сторінці присутня загальна інформація про бібліотеку, а саме про те, що в лютому 1992 р. бібліотека відродженої Академії відновила свою діяльність, не

маючи жодної книжки та сьогодні колекція наукової бібліотеки – понад мільйон томів, третина з яких – електронні ресурси.

Так, у LinkedIn бібліотека НаУКМА надала відомості про те, що вона постачальник високоякісних наукових інформаційних ресурсів і послуг для спільноти НаУКМА та представила гіперпосилання на офіційний сайт бібліотеки.

У Flickr наукова бібліотека НаУКМА в профілі представництва надає історію бібліотеки та загальну інформацію про бібліотеку. Також на сторінці представлено дату реєстрації (жовтень 2010 р.), кількість переглядів (280 000), тегів (389).

Щодо Youtube, бібліотека НаУКМА в профілі також надає загальну інформацію про бібліотеку, а саме про те, що університетська бібліотека НаУКМА – координувана мережа з 10 бібліотек і бібліотеки надають широкий вибір ресурсів для забезпечення наукової та академічної місії університету. В описі зазначено, що для них важливим є створення якісного інформаційного забезпечення для підготовки бакалаврів та магістрів, підтримка наукових студій аспірантів, докторантів та викладачів. На жаль, гіперпосилання вказане тільки на сторінку бібліотеки в Google+. Також зазначена дата реєстрації (11 квітня 2011 р.) та кількість переглядів сторінки (14 692).

Отже, у результаті аналізу представленості бібліотек у профілі соціальних медіа бачимо, що одні бібліотеки представляють інформацію про бібліотеку, а інші про представництво бібліотеки в соціальних медіа. Наприклад, загальну інформацію про бібліотеку можна знайти й на офіційному сайті бібліотеки. Водночас у профілі бібліотек, які дотримуються другого підходу представлення бібліотеки у соціальних медіа, в описі було знайдено заклик до діалогу з користувачами.

Соціальні медіа є альтернативним каналом комунікації, тому доречно було б не дублювати загальну інформацію про бібліотеку, якою аудиторія вже володіє. І розраховуючи на залучення аудиторії, також варто

використовувати унікальність соціальних медіа як засобу спілкування з аудиторією.

Як показало дослідження, гіперпосилання на інші соціальні медіа в описі бібліотечних представництв відсутні у більшості бібліотек, у поодиноких випадках трапляються в одній соцмережі.

Представленість бібліотечного представництва є важливим елементом побудови зв'язку з користувачами, а також «обличчям» для користувачів.

Дуже цікавим типом соціальних медіа, які використовують бібліотеки, є віртуальні світи. Віртуальний світ – комп'ютерне моделювання середовища [199], що може бути заповнено багатьма користувачами, які можуть створювати особистий аватар, одночасно і самотійно вивчати віртуальний світ, брати участь у його діяльності та спілкуватися з іншими [191]. Ці аватари можуть бути текстовими, двома або тривимірними графічними уявленнями або живими відеоаватарами із слуховими та сенсорними відчуттями [206, 201]. За допомогою цих створених аватарів користувачі взаємодіють один з одним, подібно до відеогри. У віртуальних світах користувачі створюють будинок, бізнес, культурні організації та установи, такі, як бібліотеки, університети та музеї.

Наприклад, Бібліотечна система Альянсу (Alliance Library System) разом з іншими бібліотечними організаціями побудували віртуальну бібліотеку у віртуальному світі Second Life. Також Бібліотечна система Альянсу створила віртуальний інформаційний архіпелаг під назвою «Інформаційний Острів» (Info Island) [242]. Він складається з численних островів, де розміщуються різні бібліотеки та установи, наприклад, Бібліотека Стенфордського університету [284] та державні організації, такі як Центри контролю і профілактики захворювань [203]. Бібліотека Дублінського університетського коледжу створила першу ірландську бібліотеку у віртуальному світі Second Life [251], яка має декілька функцій і служб, включаючи опитування користувачів, служби електронної пошти, електронні книги, презентації, скриню коментарів, віртуальний ПК,

подарункові картки, батут, танцювальний апарат та лічильник відвідувачів. У бібліотеці була створена робоча група з обслуговування, технологій, кадрового забезпечення та маркетингу [258]. Власну віртуальну бібліотеку має держава Каледонія у віртуальному світі Second Life, яка виключно вікторіанської тематики [239].

Щодо іншого критерію присутності бібліотеки у соціальних медіа – централізованості/дисперсності, то аналіз передбачив виявлення неосновних сторінок, які існують паралельно з основними. Під неосновними сторінками мається на увазі або ж підрозділи бібліотеки мають окремі сторінки або ж за принципом рубрикації створюються окремі сторінки, тобто під певну тему [145].

Дуже цікавою з точки зору створення неосновних сторінок виявляється ДОУНБ ім. Первоучителів слов'янських Кирила і Мефодія. Вона представлена в соціальній мережі Facebook десятьма сторінками: Дніпропетровська обласна універсальна наукова бібліотека (<https://www.facebook.com/libr.dp.ua/>), Встречи с искусством Let's talk about art (<https://www.facebook.com/%D0%92%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B5%D1%87%D0%B8-%D1%81-%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE%D0%BC-Lets-talk-about-art-1559916770938969/>), Историческое Приднепровье (<https://www.facebook.com/ist.dnepr.ua/>), Книжковий сомельє он-лайн (<https://www.facebook.com/librbooksommelier/>), Скринька захоплень (<https://www.facebook.com/skrynja/>), День за днем (<https://www.facebook.com/denzadn/>), Italianissimo Dnipropetrovsk (Ukraine) (<https://www.facebook.com/Italianissimo-Dnipropetrovsk-Ukraine-308409852548545/>), TreffPUNKT (Dnipropetrovsk) (<https://www.facebook.com/treffpunktInDounb/>), Daile Dnepropetrovska (https://www.facebook.com/pg/DaileDnepropetrovska/about/?ref=page_internal), Harakka Ry - Dnipropetrovsk(Ukraine).

Доволі цікавим у даній вибірці видаються блоги науково-методичного відділу та відділу краєзнавчої літератури та бібліографії Публічної бібліотеки ім. Лесі Українки м. Києва: «Методична служба публічних бібліотек» (<http://olga-methodlibkyiv.blogspot.com>), «BOOKет від бібліофлористів» (<http://rec-book.blogspot.com>), СтоЛична бібліотека (<http://lesilib.tumblr.com>), «Як тебе не любити, Києве мій ?» (<https://kiekray-nadin.blogspot.com>), «Кияни: від А до Я» (<http://kraykiev.blogspot.com>).

Також виявлено дев'ять блогів Тернопільської обласної універсальної наукової бібліотеки: відділу міського абонементу «Абонемент на бульварі Шевченка, 15» (<http://abonement.library.te.ua>), відділу літератури іноземними мовами Window on America Center in Ternopil Scientific Library (<http://woa.library.te.ua>), відділу літератури з мистецтва «ART – світлиця» (<http://art.library.te.ua>), відділу технічної літератури «Світ очима технічної книги» (<http://tex.library.te.ua>) та ін.

Водночас Чернівецька обласна універсальна наукова бібліотека ім. Михайла Івасюка представлена дев'ятьма блогами: відділ інформаційних технологій та електронних ресурсів «Світ інформації» (<http://chounb.blogspot.com/>), відділ наукової інформації та бібліографії «Парк бібліографічної культури» (<http://parkbibcult.blogspot.com/>), відділ каталогізування «Каталогізатор_CV» (<http://katalogizatorcv.blogspot.com/>), науково-методичний відділ «Бібліометодистка» (<http://bibmetodystka.blogspot.com/>) тощо.

Розглянуті бібліотечні представництва не дублюють контент бібліотеки, вони створюють свій власний унікальний контент. Наприклад, бібліотечне представництво «Историческое Приднепровье» ДОУНБ ім. Первоучителів слов'янських Кирила і Мефодія в описі пропонує приєднатись до спільноти, яка регулярно надає інформацію про події, які відображають історію краю – Дніпропетровщини. Також бібліотека зазначає, що інформує про історичні події минулого і сьогодення, відомих людей і незвичайні явища в житті краю та пропонує стати частиною групи і

пізнавати край разом. Тому доцільно досліджувати не лише бібліотечні представництва, а й представництва окремих підрозділів бібліотек, які представлені в соціальних медіа.

Наступний критерій – змістовність бібліотечної сторінки у соціальних медіа, що визначається інформативним наповненням контенту. Змістовність бібліотечної сторінки надасть уявлення про те, якими правилами керуються бібліотеки при створенні контенту, створюючи галереї чи завантажуючи фотографії. Також буде виявлено чи використовують бібліотеки інструменти соціальних медіа [145].

Насамперед детальніше розглянемо змістове наповнення бібліотеки в соціальних мережах мультимедійного контенту: Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, Tumblr, ВКонтакте, віртуальних світів. У цих мережах бібліотеки представляють своє представництво за допомогою текстових повідомлень, світлин, відео- та аудіодокументів.

Facebook надає можливість представляти основний новинний потік інформації, що називається новинною стрічкою, систематизувати фотографії в альбоми та надавати відео.

У	Facebook	Бібліотека	Конгресу
---	----------	------------	----------

(<https://www.facebook.com/libraryofcongress/>) повідомляє про колекції бібліотеки, події та заходи, новини та популяризує бібліотеку. Цікавою видається новина бібліотеки (допис від 2 листопада 2017 р.) про те, що Конгрес створив Національну раду із збереженням кіновиробництва, щоб забезпечити виживання культурної спадщини Америки. Бібліотека представляє 6 альбомів – це світлини: з життєпису; профілю та обкладинки; будівлі бібліотеки; подій бібліотеки; музики, диско-культури, танцю та моди, що представлені в колекціях. Також бібліотека представляє 88 відео-матеріалів щодо заходів та подій, фондів тощо. Слід зазначити, що бібліотечне представництво створює події, як окремі підсторінки представництва та замітки [159], де інформує про події та новини бібліотеки. Так, Бібліотека Конгресу повідомляє в замітках про те, що вона з

березня 2006 р. архівує в цифровому форматі повідомлення в соціальній мережі Twitter – твіти.

Водночас Національна бібліотека Шотландії (<https://www.facebook.com/NationalLibraryOfScotland/>) в соціальній мережі інформує про події та заходи, фонди. Треба відмітити те, що бібліотека до текстового повідомлення завжди додає оригінальні світлини зроблені бібліотекою, а точніше веб-дизайнером бібліотеки. Бібліотека представляє 35 альбомів, серед яких світлини з життєпису; завантаження з мобільного; світлини обкладинки; світлини фондів, подій, бібліотечних будівель тощо. Також бібліотека представляє 63 відеоматеріали, серед яких події, новини, фонди та ін. Бібліотека створює події як окремі підсторінки та замітки, в яких інформує про події та новини бібліотеки.

Національна бібліотека Ізраїлю у Facebook (<https://www.facebook.com/NationalLibraryofIsrael>) повідомляє про фонди та події. Наприклад, бібліотека інформує про те, що вона знайшла оригінальну копію солдатського журналу Першої світової війни та надає гіперпосилання на офіційний сайт бібліотеки, де надається детальна стаття щодо завоювання землі Ізраїлю. Бібліотека представляє 77 альбомів щодо заходів, подій, фондів. Також представлено 73 відеоматеріали про події, новини та фонди бібліотеки. На сторінці присутні події бібліотеки, як окремі підсторінки; замітки щодо графіку роботи бібліотеки, фондів та ін.

Британська бібліотека у Facebook (<https://www.facebook.com/britishlibrary>) інформує про події, фонди, рекламує товари, які можна придбати в бібліотечній крамниці. Наприклад, Британська бібліотека запрошує відвідати чарівну крамницю роману «Гаррі Поттер» з гіперпосиланням на офіційний сайт бібліотеки, де можна придбати різні товари, серед яких – чарівні палички, мітли, книги, сувеніри тощо. Бібліотека представляє 67 відеоматеріалів щодо фондів, подій та заходів. Щодо альбомів, то їх бібліотека має 146, серед яких світлини подій та заходів; фондів; бібліотечних будівель; товарів, які можна придбати та ін.

Також бібліотека розміщує на сторінці події бібліотеки, як окремі підсторінки.

Наукова бібліотека НаУКМА у Facebook (<https://www.facebook.com/NaUKMA.Library>) повідомляє про події та заходи, фонди; популяризує університет та бібліотеку. Бібліотека має 101 альбом, серед яких світлини співробітників та бібліотеки, подій та заходів, фондів. Деякі альбоми названі у вигляді хештегів, це загалом заходи, наприклад, #LibraryShelfie Day, #kmalibrarychallenge. Цікавий і корисний, як захід, так і альбом під назвою ««Вікі-вишкіл» в рамках Вікіфлешмобу» – акція написання статей в україномовний розділ Вікіпедії, присвячена пам'яті загиблого 20 лютого під час подій Євромайдану студента-дописувача української Вікіпедії Ігоря Костенка. Також бібліотека на сторінці представляє 13 відеоматеріалів щодо подій, заходів та бібліотеки.

Бібліотека НТУУ КПІ (Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського») у Facebook (<https://www.facebook.com/LibraryKPI/>) інформує про події та заходи, графік роботи бібліотеки; популяризує бібліотеку. Бібліотека представляє 45 альбомів та 5 відеоматеріалів щодо подій та заходів бібліотеки. На сторінці присутні події бібліотеки, як окремі підсторінки та замітки. Так, у замітках бібліотека представляє власні продукти, наприклад, звіти та проекти бібліотеки.

Зупинимося детальніше на змістовому наповненню бібліотек у соціальній мережі Twitter. Бібліотека Конгресу (<https://twitter.com/librarycongress>) інформує про цифрові колекції, новини бібліотеки, перепости користувачів щодо бібліотеки, вікторини, події. Водночас Національна бібліотека Шотландії (<https://twitter.com/natlibscot>) надає розважальний контент; інформує про новини; репостить новини відділу колекцій бібліотеки (https://twitter.com/NLSColl_Care); повідомляє про вікторини. Національна бібліотека Ізраїлю інформує (<https://twitter.com/nlisrael>) про колекції. Так, Британська бібліотека

(<https://twitter.com/britishlibrary>) інформує по курси, колекції, виставки, події, популяризує бібліотеку. Державна бібліотека України для юнацтва (<https://twitter.com/Lib4uth>) інформує про події, заходи. Загалом бібліотека надає гіперпосилання на інші ресурси. Наукова бібліотека НаУКМА (<https://twitter.com/LibraryNaUKMA>) інформує про семінари, новини, ресурси, продукти, місце роботи, графік роботи, фонди. Бібліотека НТУУ КПІ (https://twitter.com/KPI_Library) повідомляє про графік роботи, події, питання працевлаштування бібліотекарів; популяризує бібліотеку. ДОУНБ ім. Первоучителів слов'янських Кирила і Мефодія (https://twitter.com/dounb_library) інформує про продукти, поповнення фондів. Загалом бібліотека надає одні гіперпосилання на ресурси.

Щодо соціальної мережі Google+, то Британська бібліотека в соціальній мережі (<https://plus.google.com/+britishlibrary>) інформує про виставки, фонди. Бібліотека НаУКМА (<https://plus.google.com/u/0/102775363876724183609>) повідомляє про новини бібліотеки, фонди, графік роботи, суспільно важливі події, заходи. Більше всього бібліотека повідомляє про новини бібліотеки. Бібліотека НТУУ КПІ в Google+ (goo.gl/3rFvKz) популяризує матеріали ЗМІ про бібліотеку, інформує про події в житті бібліотеки, продукти, графік роботи, заходи, фонди.

Щодо віртуальних світів, бібліотеки в них представляють цифрові виставки, наприклад, бібліотеки представляють виставки, що показують віртуальні зображення картин Ван Гога [241]. Метою таких виставок є залучення нових користувачів до традиційних бібліотек, а також встановлення зв'язків з бібліотекарями з усього світу [202].

Існують численні ініціативи щодо створення освітніх просторів у віртуальному світі Second Life: вікторіанські райони, в яких жителі одягаються в одяг певного періоду, Єгипетська могила та Острів Відродження, створені бібліотеками Альянсу [208]. Державний університет штату Міссурі створив репродукцію Гарлем 1920-х років [263].

Також бібліотеки використовуючи ігрові технології, представляють віртуальні події, такі як конференції, семінари та лекції. Наприклад, Бібліотечна система Альянсу організувала конференцію «Віртуальні світи: бібліотеки, освіта і музеї», де обговорювались освітні, інформаційні та культурні можливості віртуальних світів [208].

Тому віртуальні світи надають унікальні можливості для розширення горизонту традиційних бібліотечних послуг, залучення нових користувачів до традиційних бібліотек та зустрічей з бібліотекарями з усього світу. Крім того, бібліотеки у віртуальних світах можуть бути цінною частиною послуг університету, беручи участь у таких заходах, як надання завантажувальних послуг для лекційних записів.

Розглянемо змістове наповнення бібліотеки в соціальних медіа візуального та відеоконтенту (наприклад, YouTube, Flickr, SlideShare, Pinterest, Instagram). У цих мережах бібліотеки представляють свою діяльність за допомогою графічного та відеоконтенту.

SlideShare надає можливість представляти інформацію за допомогою слайд-шоу. Наукова бібліотека НаУКМА в SlideShare (<https://www.slideshare.net/naukmalibrary>) опублікувала 33 слайд-шоу, серед яких 24 презентації та 9 документів. Загалом бібліотека представляє свої продукти у вигляді презентацій та документів. Тематично – це наукові та бібліотечні слайди.

У Flickr бібліотеки представляють своє представництво за допомогою зображень, так званого потоку та альбомів, в яких зібрані зображення певної тематики. Всі зображення містять загальний опис, замітки, формат, інформацію про права, репозиторій; пропонуються зображення з кращою якістю, контактні дані, теги. Наприклад, Бібліотека Конгресу створює у Flickr колекцію «Історичні фотографії (пілотний Flickr проект бібліотеки Конгресу)»

(https://www.flickr.com/photos/library_of_congress/collections/72157601355524315/), яка містить 23 альбоми. Бібліотека Конгресу запрошує вивчити

історію візуально, дивлячись на цікаві фотографії з колекцій та закликає до коментування та написання тегів користувачів щоб допомогти багатьом людям знаходити та використовувати зображення. Бібліотека також зазначає, що співробітники створюють цифрові версії популярних колекцій зображень в Інтернеті якнайшвидше, спираючись, насамперед, на ідентифікаційну інформацію, що постачається з оригінальними фотографіями, тому цей текст може бути неповним, а іноді навіть неточним. Вона вітає будь-який внесок у роботу: внесок описів, місць розташування, тегів, а також загальних реакцій.

Показовим є приклад створення Бібліотекою Конгресу у Flickr колекції «Історичні газети (експериментальний Flickr проект бібліотеки Конгресу)» (https://www.flickr.com/photos/library_of_congress/collections/72157619370519453/), яка містить 3 альбоми. Бібліотека Конгресу пропонує вивчити «перший проект історії», подивившись ілюстровані сторінки в старих газетах, відібраних з онлайн-колекцій. Бібліотека Конгресу, у співпраці з Національним фондом гуманітарних наук, працює з багатьма партнерами в США, щоб забезпечити доступ до цифрових копій американських газет через Національну Цифрову Газетну Програму. Вона зазначає, що газети зазвичай оцифровуються з мікрофільмів з основною структурною інформацією, яка допомагає поміщати їх онлайн вільно доступним способом.

Сьогодні Бібліотека Конгресу єдина бібліотека, яка має широкий вибір галерей у Flickr – 15 галерей щодо бібліотечних будівель, бібліотечних фондів, читальних залів тощо. Цікавим є те, що наповнюють галереї фотографіями користувачі. Також важливим є те, що Бібліотека Конгресу входить в чотири групи, серед яких – «Палата громад Флікр» (Flickr Commons), «Урядовий Флікр» (Flickr Gov), «Тімоті Х. О'Салліван» (Timothy H. O'Sullivan), «Офіційні американські державні фотопотоки» («USA.gov – Official U.S. Government Photostreams»). Групи – це мікроспільноти, які створюються навколо світлин, об'єднаних за якимсь принципом. Кожна

група є специфічною за ідеєю, бувають і абстрактні групи, наприклад, в які надсилають світлини тільки, якщо на них є елементи червоного кольору. Лідером Бібліотека Конгресу є і за кількістю завантажених світлин – 30,105 тис. з 2007 р.

У Flickr Національна бібліотека Ізраїлю (<https://www.flickr.com/people/64126959@N03/>) представляє чотири колекції – це події та заходи бібліотеки, бібліотечні фонди, бібліотечні будівлі. Найбільша колекція Національної бібліотеки Ізраїлю у Flickr – це події в бібліотеці і вона налічує 33 альбоми.

Наукова бібліотека НаУКМА у Flickr (<https://www.flickr.com/people/library naukma/>) представлена 11 колекціями, серед яких альбоми подій та заходів у житті бібліотеки, фондів, архітектури бібліотеки. Серед представлених колекцій важливою є колекція «Архітектура та інтер'єр» бібліотеки НаУКМА, яка представлена трьома альбомами «Бібліотека Тетяни та Омеляна Антоновичів» (будівля до реконструкції), «Наукова бібліотека – Стара академічна будівля» (Research Library – Old Academic Bulding), «Бібліотека Тетяна та Омеляна Антоновичів» («Будівля під час реконструкції. 2004–2005 рр.»), що формує фотоімідж бібліотеки в інтерактивному просторі.

Щодо соціальної мережі Pinterest, завантажені світлини в Pinterest називаються пінами, водночас, альбоми, до яких вони належать дошки. Результати аналізу галерей бібліотек у соціальній мережі Pinterest показав, що вони цілком відповідають їх тематичному спрямуванню. Тобто, листівки, світлини, малюнки об'єднані однією тематикою.

Наприклад, Бібліотека Конгресу в соціальній мережі Pinterest (<https://www.pinterest.com/LibraryCongress/>) представляє 63 альбоми, серед яких 1734 світлини щодо представлення своїх фондів – листівки, світлини, ілюстрації, плакати; популяризації бібліотечних продуктів з гіперпосиланнями на офіційних сайт бібліотеки та реклами товарів із зображенням бібліотеки та фонду: «Афроамериканський місяць історії»

(African American History Month), «Весь той джаз» (All That Jazz), «Мистецтво хорошої їжі» (The Art of Good Eating), «Птахи Одюбона» (Audubon Birds), «Журнал Бібліотеки Конгресу» (Library of Congress Magazine), «Крамниця бібліотеки» (Shop the Library) тощо. Найбільше бібліотека Конгресу представляє в соціальній мережі Pinterest свої фонди. Цікавим є альбом «Журнал Бібліотеки Конгресу» (Library of Congress Magazine), в якому бібліотека представляє видання бібліотеки, яке видається двічі на місяць щодо історії бібліотеки, демонстрації її багатьох талановитих співробітників, а також розділення та сприяння використанню ресурсів найбільшої бібліотеки в світі. Не менш цікавим є альбом «Крамниця бібліотеки» (Shop the Library), який представляє книги, браслети, ручки та інші товари із зображенням бібліотеки та фонду з гіперпосиланнями на офіційний сайт бібліотеки, які можна придбати.

Британська бібліотека в соціальній мережі Pinterest (<https://www.pinterest.co.uk/britishlibrary/>) представляє 32 альбоми та 1958 світлин про фонди бібліотеки, заходи та події бібліотеки, будівлі бібліотеки, реклами товарів. Наприклад, «Аліса в Країні Чудес» (Alice in Wonderland), «Блоги Британської бібліотеки» (British Library Blogs), «Подарунки Британської бібліотеки» (British Library Gifts), «Зроблено з Британською бібліотекою» (Made with the British Library) тощо. Оригінальним є альбом Британської бібліотеки «Зроблено з Британською бібліотекою» (Made with the British Library), який містить світлини з гіперпосиланнями на статті та відеосюжети успіху користувачів, якого вони досягли завдяки користуванню бібліотечним фондом. Наприклад, Елеонора Стюарт використала онлайн-колекцію для того, щоб подивитись на «Пригоди Аліси під землею», яка надихнула її створити ілюстрований посуд. Діана Ньюол використала дивовижну колекцію карт, щоб відтворити втрачене місто Кандії, столиці Криту 15-го століття [258]. Альбом «Подарунки Британської бібліотеки» (British Library Gifts) містить світлини бібліотечної крамниці з гіперпосиланнями на офіційний сайт, де їх можна придбати. В альбомі

«Будівля Британської бібліотеки» (British Library building) представлено 50 чудових світлин будівель Британської бібліотеки.

Національна бібліотека Ізраїлю представлена в Pinterest (<https://www.pinterest.com/nliisrael/>) 41 альбомом та 384 світлинами, серед яких представлено фонди бібліотеки, події, бібліотечні будівлі. Наприклад, альбом «Список бібліотекаря» (The Librarian's List) містить 8000 світлин найулюбленіших книг бібліотеки, книжкових цитат, створених бібліотекарями для користувачів, в якому бібліотека закликає до співпраці користувачів у соціальній мережі. В альбомі «Будівля Національної бібліотеки» (The National Library Building) представлено 17 світлин установи, серед яких загалом світлини читальних залів та бібліотеки.

Сьогодні бібліотеки активно нарощують свою роботу в соціальній мережі Instagram. Світлини в соціальній мережі можна переглядати за допомогою потоку. На жаль, у соціальній мережі відсутня систематизація фотографій в альбоми. Потік світлин нагадує новинний потік офіційного сайту. У цьому разі бібліотекам доцільно використовувати хештеги, які дають змогу створити внутрішню бібліотечну базу за певною тематикою контенту. Загалом зображення в Instagram містять загальний опис та хештеги. Зарубіжні бібліотеки представляють в Instagram бібліотечні події та заходи, фонди. Водночас вітчизняні бібліотеки надають перевагу представляти в Instagram бібліотечні події та заходи, популяризувати бібліотеку, інформувати щодо графіку роботи бібліотеки.

Наприклад, Британська бібліотека (<https://www.instagram.com/britishlibrary/>) пропонує ознайомитись із світовою літературою та проектом «Відкриття літератури: 20 століття» (Discovering Literature: 20th Century), в якому розповідає про поетів та письменників минулого століття, пропонуючи ще і на офіційному сайті ознайомитись із літературною спадщиною кращих представників цієї галузі ХХ століття, яка представлена безпосередньо в бібліотеці [122].

Представництво бібліотеки університету Сан-Франциско (<https://www.instagram.com/unilibrary/>) налічує трохи більше 3464 читачів. Студенти в процесі підготовки викладають свої фото, відзначають бібліотеку, і це допомагає керівництву стежити за інтересами, запитами, відгуками студентів [122].

Щоб підвищити інтерес аудиторії до бібліотечного представництва в Instagram та виділитись на фоні інших бібліотек, бібліотека Мільбурського університету (<https://www.instagram.com/unilibrary/>) запустила онлайн-провідника, який допоможе аудиторії розібратись з постами. Таким чином, у бібліотечного представництва з'явився Кен – інтелектуал, який приваблює увагу, але тільки в кукольному виконанні. Керівництво бібліотечного представництва вигадало хештег – #libraryken [122].

YouTube – мережа, яка призначена для розміщення відео, які можна систематизувати у списки відтворення – плейлисти. Це третя за популярністю мережа серед зарубіжних та вітчизняних бібліотек [163]. Наприклад, Бібліотека Конгресу в YouTube представлена 41 плейлистом (<https://www.youtube.com/user/LibraryOfCongress>), серед яких відеоматеріали щодо подій і заходів бібліотеки, фондів. Найпопулярнішим відеоконтентом є матеріали щодо представлення фільмів бібліотеки.

Британська бібліотека в YouTube представлена 27 плейлистами (<https://www.youtube.com/user/britishlibrary>), серед яких відеоконтент про події та заходи бібліотеки, фонди. Цікавими є відеоматеріали щодо реєстрації в бібліотеці, користування читальними залами та колекціями (Registering with the Library, Using the Reading Rooms, Exploring the collections: the researcher) та ін. Найпопулярнішими виявились матеріали щодо популяризації бібліотеки. Слід зазначити, що на сторінці бібліотеки в YouTube присутнє дублювання інформації зі сторінкою бібліотеки у Pinterest.

Наукова бібліотека НаУКМА представлена в YouTube (<https://www.youtube.com/user/LibraryNaUKMA/feed>) 12 плейлистами щодо

подій та заходів, популяризації бібліотеки. Цікавим є плейлист бібліотеки «Відео, які сподобалися», серед яких представлено 11 відеоматеріалів щодо семінарів, флешмобів, різних консультативних відеоматеріалів на допомогу користувачу.

ДОУНБ ім. Первоучителів слов'янських Кирила і Мефодія в YouTube (<https://www.youtube.com/user/dounbkm/featured>) представлена 2 плейлистами, серед яких відеоматеріали щодо бібліотеки та буктрейлерів бібліотеки. Наприклад, плейлист «Конкурс буктрейлерів_Тарас Шевченко в кадрі_» містить 40 відеоматеріалів, серед яких відеоматеріали про золоті вірші великого Кобзаря, зібрання творів, вибрану поезію тощо.

Наступний важливий показник аналізу бібліотечного представництва та роботи в соціальних медіа – інтенсивність зворотного зв'язку з користувачами, що може визначатись кількістю уподобань (Likes) сторінки та вподобань сторінкою бібліотеки (інших публікацій, коментарів, акаунтів); наявністю рейтингу сторінки; вподобаннями (Likes), коментарями та репостами публікацій представництва бібліотеки [149].

Щодо кількості вподобань представництв, то першість серед проаналізованих зарубіжних бібліотек займає Бібліотека Конгресу у Facebook (376 995 вподобань), Британська бібліотека у Twitter (1,08 млн читачів), Британська бібліотека в Google+ (62 894 читачів), Бібліотека Конгресу у Flickr (69,3 тис. фоловерів), Британська бібліотека в Pinterest (237 649 читачів), Британська бібліотека в Instagram (138 тис. читачів), Бібліотека Конгресу в YouTube (67 626 читачів). Серед вітчизняних бібліотек, то лідером виступає Наукова бібліотека НаУКМА, яка має кількість читачів у Facebook – 4 918, Twitter – 557, YouTube – 139, Flickr – 15 (станом на 9 листопада 2017 р.).

Так, щодо рейтингу бібліотечних представництв, то його мають Британська бібліотека, Бібліотека Конгресу, Національна бібліотека Шотландії, Наукова бібліотека НаУКМА, Бібліотека НТУУ КПІ, Дніпропетровська обласна універсальна наукова бібліотека. Бібліотеки

можуть мати вищий оціночний бал сторінки, але менше відгуків і навпаки. Лідером у цій вибірці серед зарубіжних бібліотек виступає Британська бібліотека, яка має 9 369 відгуків та оцінку 4,6 (із 5) від користувачів (станом на 9 листопада 2017 р.). Загалом відгуки залишені користувачами про виставки, колекції, бібліотеку, персонал. Їх можна охарактеризувати як позитивні, текстові, монологічні, тематично – вираження емоцій і почуттів. Але існує і критика користувачами щодо організаційних питань бібліотеки, а саме, щодо переповненості приміщень виставок відвідувачами, відсутності великої кількості навушників на виставці тощо.

Щодо вітчизняних бібліотек, то у бібліотечних представництвах загалом присутній тільки оціночний бал, а відгуків майже немає. Є поодинокі відгуки, наприклад, на сторінці Бібліотеки НТУУ КПІ присутні два відгуки, один позитивний про бібліотеку, інший негативний із запитанням де програма курсу та методичний склад. Щодо сторінки ДОУНБ ім. Первоучителів слов'янських Кирила і Мефодія, то там присутні декілька відгуків, один негативний щодо того, що користувач давно надіслав монографію в фонд, а її немає в каталогах. На що бібліотека через дві неділі відповіла, що монографія вже є в каталозі.

Коментарі окремої публікації представництва бібліотеки в соціальних мережах можуть бути найголовнішим показником аналізу контенту бібліотеки. Наприклад, Бібліотека Конгресу повідомляє у соціальній мережі Facebook (допис від 3 листопада 2017 р.) щодо бібліотечної новини, а саме про те, що вона одержала архіви виступів ведучого Діка Каветта. Ця публікація отримала від користувачів 323 вподобань, 40 перепостів та 17 коментарів. Представлені коментарі до публікації – текстові, тематично – вираження емоцій і почуттів; монологічні; зв'язані, які утворюють тематичний дискурс; тональність – позитивна. Загалом користувачі в коментарях позитивно відгукуються про виступи ведучого.

Водночас Бібліотека НТУУ КПІ в соціальній мережі Facebook (допис від 27 жовтня 2017 р.) анонсує про тренінг «Зі статтями у Вікіпедії не все

так просто...» від Дмитра Столяренка. Користувачі відмітили публікацію 6 вподобаннями, зробили 3 перепости та залишили один коментар щодо того, чи буде відеозапис тренінгу, на який не отримали відповіді.

Отже, виявлено два підходи щодо формування профілю (основна інформація про бібліотеку на сторінці соціальних медіа): представлення інформації про бібліотеку, представлення інформації про представництво бібліотеки в соціальних медіа. Доцільно було б інтегрувати соціальних медіа та веб-сайти бібліотек в універсальні інформаційно-комунікаційні центри з акумуляції та забезпечення доступу до суспільно значущих інформаційних ресурсів. Було виявлено, що одні бібліотеки дублюють контент у різних соцмережах, інші подають унікальний контент залежно від типу мережі. Але більшість бібліотек подає унікальний контент відповідно до мережі, що є надзвичайно важливим для бібліотеки. Бібліотеки представляють події, заходи, фонди та ін. у різних соціальних мережах за допомогою повідомлень, світлин, відеоматеріалів. Обґрунтовано ефективність використання візуального і відеоконтенту та таких інструментів як «подія» та «опитування». У цьому контексті доведено перспективність використання соціальної мережі Pinterest щодо візуального представлення фондів та діяльності бібліотек. Особливо вітчизняним бібліотекам доцільно активніше вивчати перспективи використання різних соціальних мереж. Інтенсивність зворотного зв'язку – важливий показник аналізу бібліотеки в соціальних медіа. Обґрунтовано, що коментарі – провідний показник аналізу зворотного зв'язку бібліотеки в соціальних медіа. Треба також відзначити оперативність реагування адміністратора бібліотечного представництва на коментарі користувачів, яка вказує на високий рівень комунікації з користувачами. На відміну від зарубіжних, на сторінках вітчизняних бібліотечних представництв виявлено незначну кількість коментарів, на які здебільшого немає відповіді, що говорить про низький рівень зворотного зв'язку з користувачами.

Тому в результаті аналізу використання бібліотеками мультимедійного, візуального та відеоконтенту соціальних медіа можна говорити про формування системи представлення бібліотек у соціальних медіа, тобто акумулювання унікальної інформації в різних соціальних медіа – соціальних мережах, колаборативних проектах, віртуальних світах, блогах.

Підсумовуючи, зазначимо, що необхідно визначити підходи до аналізу представництва бібліотек у соціальних мережах, що здатні стати ефективними інструментами оцінювання роботи бібліотек в інтерактивному просторі, формування стратегії й тактики ведення бібліотечного представництва в соціальних медіа.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Висвітлено особливості представлення вітчизняних та зарубіжних бібліотек в інтерактивному інформаційному просторі. Для дослідження було відібрано 74 зарубіжних та 56 вітчизняних бібліотек, які використовують соціальні медіа. У вибірку було включено найбільші зарубіжні (за фондами, охопленням користувачів, виконанням функцій сучасних інформаційних центрів, такі як Бібліотека Конгресу, Бібліотека та архів Канади, великі університетські бібліотеки США, національні бібліотеки Великобританії, Франції, Іспанії, Хорватії, Норвегії, Угорщини, Шотландії, Ізраїлю, Кореї, Грузії тощо) та вітчизняні бібліотеки (ті, що мають статус бібліотек загальнодержавного значення, обласні універсальні наукові, бібліотеки вищих навчальних закладів).

Виявлено найпопулярніші соціальні медіа та рівень їх охопленості бібліотечними представництвами. Так, найпопулярніші соціальні медіа, які використовують зарубіжні бібліотеки, це – Facebook, Google+, LinkedIn; відеохостинг Youtube; мікроблог Twitter. Водночас спостерігається тенденція представленості бібліотек у національних соціальних медіа. Дослідження охоплення соціальних мереж українськими бібліотеками показало, що всі медіа, у яких представлені вітчизняні бібліотеки, є глобальними: соціальні мережі Facebook, Google+; відеохостинг Youtube; мікроблог Twitter. Вітчизняні бібліотеки не використовують національні соціальні мережі (WeUA, UaModna, «Українці», «Друзі» тощо) в силу їх слабкості та низької популярності.

Визначено, що найбільшу аудиторію, найчастіше оновлювані сторінки та, відповідно, високий показник активності читачів у соціальній мережі Facebook з переліку аналізованих (вказані ті, що є лідерами хоча б за двома з наведених показників) мають бібліотеки: Бібліотека Конгресу (США), Британська бібліотека, Національна бібліотека Чилі, Національна бібліотека Ізраїлю, Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського тощо.

Дослідження дало можливість виявити різні підходи до організації бібліотечної комунікації через соціальні медіа – від відсутності чи формальної представленості, до активного нарощування та розширення представленості в соціальних мережах. Характерними рисами представленості зарубіжних бібліотек у соціальних медіа є: «видимість» (наявність даних про представленість у соціальних медіа на офіційних сайтах), поліпредставленість, значна активність читачів бібліотечної сторінки. Щодо вітчизняних бібліотек, то на сучасному етапі характерними ознаками представленості в інтерактивному просторі є: монопредставленість, високий рівень охоплення соціальних медіа, висока оновлюваність сторінок. У результаті дослідження виявлено спільні риси щодо представленості зарубіжних і вітчизняних бібліотек у мас-медіа: глобальність, дисперсність, конвергентність.

Оскільки характерною ознакою соціальних медіа є персоналізованість, доцільно досліджувати не лише бібліотечні сторінки, а й сторінки окремих підрозділів бібліотек і бібліотекарів, які представлені в соціальних медіа, оскільки важливі не стільки масштаби організації, а саме зацікавленість, активність та особистості бібліотекарів, що представляють свої заклади в мережі.

Під час дослідження виявлено дві тенденції представлення зарубіжних та вітчизняних бібліотек у соціальних медіа: централізоване, за принципом «одна бібліотека – один акаунт у мережі»; або ж дисперсне – «одна бібліотека – акаунти різних підрозділів у мережі». Обґрунтовано, що, у силу вказаної вище персоналізованості як характерної риси соціальних мереж, друга тенденція з часом розширюватиметься, і, окрім «основного» акаунту бібліотеки створюватимуть додаткові, умовно «спеціалізовані» сторінки в цій же мережі. Статистично з'ясовано, що дисперсне представлення бібліотек може супроводжуватись створенням до 20 сторінок бібліотечного представництва. Дослідження показало, що дисперсне представництво в основному не призводить до дублювання контенту, оскільки структурні

підрозділи створюють свій власний унікальний контент. Обґрунтовано доцільність дослідження не лише основних бібліотечних сторінок, а й сторінок окремих підрозділів бібліотек.

Виокремлено дві форми використання вікі-технології бібліотеками: внутрішньоорганізаційний (вікі-проекти, які створюють для користувачів бібліотеки та як супровід бібліотечної діяльності) та участь у загальноінформаційних проектах, тобто, створених для всіх користувачів інформаційного простору без участі бібліотек, до яких бібліотеки можуть приєднуватись чи використовувати в роботі.

У результаті аналізу діяльності бібліотек у загальноінформаційних вікі-проектах виділено форми роботи: створення та редагування матеріалів, наприклад, створення або редагування статей, спрямованих на представлення бібліотеки (довідкові дописи про установи, історичні будівлі, документи і колекції; дописи з бібліотекознавчих і дотичних тем; статті про бібліотекознавців); організаційна діяльність (популяризація заходів Вікі, проекти ініційовані бібліотекою).

Виокремлено три основні напрями використання вікі-проектів: співробітництво між бібліотеками; співробітництво між бібліотеками і користувачами; співробітництво між користувачами.

Для аналізу представлення та характеристики представництва бібліотек у соціальних медіа вироблено та апробовано критерії дослідження: представлення (рівень надання інформації про бібліотеку), централізованість/дисперсність (наявність/відсутність декількох акаунтів бібліотек і структурних підрозділів у одній мережі), змістовність (інформативне наповнення сторінки), інтенсивність зворотного зв'язку (враховує користувацькі реакції).

Виявлено два підходи щодо формування профілю (основна інформація про бібліотеку на сторінці соціальних медіа): представлення інформації про бібліотеку, представлення інформації про представництво бібліотеки в соціальних медіа. З'ясовано, що соціальні медіа є альтернативним каналом

комунікації, тому обґрунтовано доречність відмови від дублювання загальної інформації про бібліотеку, якою аудиторія вже володіє. Розраховуючи на залучення аудиторії, також варто використовувати унікальність соціальних медіа як засобу спілкування з користувачами.

Обґрунтовано ефективність використання візуального і відеоконтенту та таких інструментів як «подія» та «опитування». У цьому контексті доведено перспективність використання соціальної мережі Pinterest щодо візуального представлення фондів та діяльності бібліотек.

Статистично обґрунтовано, що першість серед проаналізованих зарубіжних бібліотек щодо кількості читачів (фоловерів) представництв у різних типах соціальних медіа, займає Бібліотека Конгресу у Facebook, Flickr, YouTube та Британська бібліотека у Twitter, Google+, Pinterest, Instagram. Серед вітчизняних бібліотек, лідером серед кількості читачів виступає Наукова бібліотека Національного університету «Києво-Могилянська академія».

Доведено доцільність врахування рейтингу сторінки, що є вбудованим інструментом деяких соціальних мереж. Так, лідером за рейтингом представництва бібліотеки у соціальній мережі Facebook серед зарубіжних бібліотек виступає Британська бібліотека, яка має оцінку 4,6 (із 5) від користувачів (згідно обробки 9369 відгуків). Загалом відгуки залишені користувачами про виставки, колекції, бібліотеку, персонал. Їх можна охарактеризувати як позитивні, текстові, монологічні, тематично – вираження емоцій і почуттів. Але існує і критика користувачами щодо організаційних питань бібліотеки.

Обґрунтовано, що коментарі – провідний показник аналізу зворотного зв'язку бібліотеки в соціальних медіа. Слід також відзначити оперативність реагування адміністратора бібліотечного представництва на коментарі користувачів, яка вказує на високий рівень комунікації з користувачами. На відміну від зарубіжних, на сторінках вітчизняних бібліотечних представництв виявлено незначну кількість коментарів, на які здебільшого

немає відповіді, що говорить про низький рівень зворотного зв'язку з користувачами.

Визначено, що в результаті аналізу використання бібліотеками мультимедійного, візуального та відеоконтенту соціальних медіа можна говорити про формування системи представлення бібліотек у соціальних медіа, тобто акумулювання унікальної інформації в різних соціальних медіа – соціальних мережах, колаборативних проектах, віртуальних світах, блогах.

У другому розділі дисертації подано основні результати з наукових праць, включених до Списку публікацій й здобувача за темою дисертації і представлених у Списку використаних джерел: [147], [159], [157], [160], [153], [154], [161], [148].

РОЗДІЛ 3

ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ І КОНТЕНТУ БІБЛІОТЕКОЮ ДЛЯ СУСПІЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ

3.1. Бібліотечний сегмент соціальних мереж у контексті вивчення комунікації бібліотеки і користувача

На сьогодні бібліотеки дедалі більше нарощують свою присутність у інтерактивному медіа-середовищі, а саме в соціальних медіа, що дає змогу говорити про створення системи представлення бібліотек у цьому сегменті інформаційного простору. Це, відповідно, актуалізує дослідження проблеми не лише на рівні узагальнення практичного досвіду, а й на рівні теоретичного осмислення.

Відповідні напрацювання мають уже місце в бібліотекознавстві. Участь бібліотек у соціальних мережах текстового, візуального, відео- та аудіоконтенту, взаємодії з читачами за допомогою соціальних медіа в різних вимірах досліджувалися як зарубіжними, так і вітчизняними вченими. Узагальнюючи практичний досвід окремих бібліотек чи проектів, дослідники активно напрацьовують емпіричний матеріал. Так, Т. Ю. Гранчак висвітлює результати аналізу використання національними бібліотеками світу та України різних соціальних мереж у процесі вдосконалення бібліотечного обслуговування, розкриває особливості окремих мереж як платформ представлення бібліотечних продуктів і послуг [37]. Т. І. Усова розглядає основні Веб 2.0 проекти (блоги, онлайн-чати, підкасти, соціальні мережі тощо), які знайшли своє застосування в бібліотечній сфері університету Альберти, і на конкретних прикладах інтеграції цих технологій розглядає особливості взаємодії із читачами, надання інформації, професійного розвитку та внутрішньоорганізаційної комунікації [177]. Можливості та формат присутності бібліотек ВНЗ у

соціальних мережах, її завдання в контексті освітнього, культурно-просвітницького і виховного векторів роботи, насамперед зі студентством, розглядає І. В. Киричок [58]. М. А. Назаровець розглядає використання бібліотеками ВНЗ можливостей соціальної мережі Facebook як нового засобу комунікацій з користувачами [98]. Досліджуються механізми використання новітніх технологій у створенні іміджу сучасної бібліотеки й рекламування бібліотечних послуг [13, 31]. О. Ю. Мар'їна досліджує новітні віртуальні форми соціальної активності бібліотек у мережевому середовищі та пропонує ряд рекомендацій щодо їх просування у сфері соціальних медіа [81].

Виконуються і дослідження, спрямовані на теоретичні узагальнення. Зокрема, В. М. 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 [33]. Науковий колектив НБУВ працює над розробкою теоретичних питань, зокрема, у серії колективних монографій, створених під керівництвом О. С. Онищенка, В. М. Горового, В. І. Попика [136, 137, 169, 119].

Незважаючи на наявність наукових публікацій, досі недостатньо дослідженням залишається змістовий аналіз бібліотечних представництв у соціальних медіа. Актуальним є питання, як саме бібліотеки використовують інструменти й контент соціальних медіа для реалізації своїх завдань.

На вирішення поставлених завдань спрямований змістовий аналіз бібліотечних представництв у Facebook: смислів, ідей, трансльованих бібліотекою через соціальні медіа; з'ясування завдань, інструментів і методів бібліотечних сторінок у соціальних медіа. Оскільки попередні дослідження дали змогу дійти висновку, що абсолютна більшість вітчизняних і зарубіжних бібліотек представлені в соціальній мережі

Facebook [37, 163], то можна стверджувати, що інтерактивний простір саме цієї мережі є найпопулярнішим та може бути включений до переліку найоптимальніших засобів для інтерактивної комунікації бібліотеки і користувача у вітчизняних реаліях.

У вибірку для змістового аналізу бібліотечних представництв у Facebook було включено 19 вітчизняних і 20 зарубіжних бібліотек, що активно використовують цю соціальну мережу. Також сторінки найбільших за статусом, значенням, охопленням користувачів, виконанням функцій сучасних інформаційних центрів бібліотек: зарубіжних, таких як Бібліотека Конгресу, Національна бібліотека та архів Квебеку (Канада), великі університетські бібліотеки США, національні бібліотеки Великої Британії, Іспанії, Норвегії, Угорщини, Шотландії, Австралії, Ірландії, Колумбії, а також вітчизняних (таких, що мають статус бібліотек загальнодержавного значення, обласних універсальних наукових і вищих навчальних закладів). Наповненість проаналізованих сторінок вітчизняних і зарубіжних бібліотек (відповідно, емпірична база дослідження) становить 1 тис. 645 повідомлень за жовтень 2015 р. У дослідженні враховується тип контенту публікацій, що надає бібліотека: текстовий контент, мультимедійний контент (фотографії, відео, аудіо), гіперпосилання, специфічні тексти (опитування, події) [155].

Отже, у процесі змістового аналізу представлення бібліотеки в соціальних медіа об'єктом дослідження виступатимуть публікації бібліотечної сторінки у Facebook, що формують основний контент сторінки бібліотеки.

Сучасний розвиток медіа-середовища [147] призводить до конвергентних процесів, що проявляються у злитті засобів традиційних масової інформації та комунікації (Інтернет і засоби мобільної телефонії) у єдиний інформаційний ресурс – від переведення змісту в цифрову форму до асиміляції в мережі різних рис телебачення, друкованих видань, радіо та кінематографа. Має місце також взаємопроникнення технологій впливу: маніпулятивних, журналістських, публіцистичних, психологічних, PR,

рекламних. І це зближення різних медіа-практик створює новий дискурсивний простір із своїми особливостями [169].

Соціальні медіа можуть виступати одним з додаткових інструментів реалізації функцій бібліотек, що у бібліотекознавчих дослідженнях досить ґрунтовно описані різними авторами. Слід зауважити, що функції бібліотеки визначаються різними науковцями по-різному. Як відомо, більшість вчених серед багатьох функцій бібліотеки виділяють сутнісні меморіальну, кумулятивну, комунікативну, інформаційну та похідні культурно-освітню, соціалізуючу, ідейно-виховну [36]. Однією з базових або сутнісних функцій бібліотеки як соціокультурного інституту, на думку вітчизняних бібліотекознавців, є меморіальна (функція пам'яті). Вона полягає у збереженні документованих знань та інформації і обумовлює функціонування бібліотек як важливих інформаційних центрів суспільства, що забезпечують доступ людей до інформаційних та знаннєвих ресурсів.

Комунікаційна функція забезпечує доступ до документів і оперативне їх отримання користувачами [97]. Водночас, з точки зору дослідження впровадження інформаційно-комунікаційних технологій, що є предметом дослідження, представленого у даній роботі, важливим видається уточнення Т. Ю. Гранчак про те, що використовуючи нові електронні технології, бібліотека забезпечує не лише комунікацію між користувачем та потрібним йому документом, а й між користувачем і потрібною йому інформацією [36].

Для забезпечення комунікації між користувачами і необхідними їм документами, дані документи необхідно для початку зібрати, що є змістом кумулятивної функції [97]. Розширення кумулятивної функції може відбуватись через розширення роботи бібліотек із соціальними медіа: бібліотеки виступають як інститут, що акумулює, зберігає і надає доступ до інформації, продюкованої, зокрема, і у інтерактивному просторі [111].

Наступна функція – інформаційна – надання сучасних інформаційних послуг, результатом яких є «новий інтелектуальний продукт, підготовлений

співробітником бібліотеки» [188], і задоволення запитів користувачів на різні види інформації.

Щодо соціалізуючої функції, то, здійснюючи її, сучасна бібліотека підкреслює принцип рівності всіх користувачів. Сьогодні робота бібліотек у напрямі підвищення рівня суспільно-політичних знань та політико-правової культури суспільства стає складовою їх освітньої та культурної функції. Ідейно-виховна функція полягає у реалізації певних ідеологем шляхом формування стійких світоглядних цінностей [36].

У контексті дослідження діяльності бібліотек у соціальних медіа скористаймося систематизацією функцій соціальних мереж, представленою, наприклад, у останніх дослідженнях наукового колективу НБУВ [137]. Комунікативна функція відображає специфіку інформаційних обмінів у формі спілкування, з відповідною стилістикою використовуваного інформаційного ресурсу, з урахуванням напрямів комунікативної мотивації – спілкування зі знайомими й розширення кола спілкування за мотивацією. Певною мірою функцію самопрезентації – самовираження можна ув'язати з відомою «пірамідою Маслоу», згідно з якою саме самовираження є вищою потребою людини, випереджаючи навіть визнання й спілкування. При цьому кожен користувач отримує можливість не тільки спілкуватися і творити, а й ділитися плодами своєї творчості з багатомільйонною аудиторією того чи іншого соціального ресурсу. Розважальна (рекреаційна, дозвілєва) функція розкривається у тому, що багато користувачів розглядають ведення своїх сторінок, читання чужих і дискусії в коментарях як розважальний процес. Функція соціалізації спрямована на те, що соціальні мережі дають можливість підтримувати соціальні зв'язки. Ідеться про зростаючу соціалізацію сучасних людей, що отримали у своє розпорядження можливості для широкого спілкування в мережі. Кумулятивна функція: як і традиційний паперовий щоденник, блог, соціальні мережі, крім стандартних функцій, можуть усвідомлюватися і як такі, що виконують функцію зберігання, місця для записів особистого

характеру, які можуть стати в нагоді в майбутньому, стати способом упорядкування особистісної інформації, що має значення для розвитку конкретної особи, її самовдосконалення. Такі бази індивідуальної інформації в процесі розвитку сучасного суспільства матимуть зростаюче значення.

Наведені огляди функцій бібліотек і соціальних медіа дають підстави стверджувати, вони значним чином перетинаються, у чому виявляється їх спільна інформаційна природа. Завдання в межах цих функцій можуть відрізнятися, але ця генетична спорідненість дає змогу розглядати соціальні медіа з точки зору бібліотекознавства як інструменти, що реалізують низку завдань. Розглянемо їх далі.

Завдання інформування – публікація інформації, створеної бібліотекою (повідомлення про заходи; опис книг, колекцій; інформування про пам'ятні дати, значущі події тощо). Очевидно, що це одна з найпопулярніших складових бібліотечного представлення в соціальних медіа. Загалом бібліотеки інформують про події, заходи, новини, фонди, співпрацю з бібліотеками, університетами, інформаційними й соціальними центрами, графік роботи бібліотеки тощо.

Завдання продукування відрізняється від інформування, оскільки йдеться про дописи, де бібліотека виступає ініціатором – модератором – співавтором – формування актуальних подій, опитувань. У випадку продукування події соціальні мережі надають інструмент «створення події», що дає змогу створювати умовні підсторінки з описом, часом, датою й місцем проведення, передбаченою для читачів опцією відмітити свою участь, повідомити на власних сторінках про зацікавленість у події. У випадку створення опитувань у соціальній мережі без сторонніх сервісів йдеться про можливість у стрічці новин публікувати запитання і відмічати участь читачів, якщо йдеться про особисті сторінки бібліотекарів; використання інструмента «створення події», який надає можливість продукувати опитування за допомогою функції «створити опитування» з

наданням варіантів відповідей – це безпосередньо стосується офіційних бібліотечних сторінок; можливість використання інструмента «опитування», який дає можливість створювати запитання з представленими варіантами відповідей, якщо йдеться про бібліотечну групу або групу, що зацікавлена бібліотечною тематикою. У цьому випадку допис включає як інформаційну «основу», створену бібліотекою, так і інформацію, надану користувачами. Тобто у випадку «подія» інформативним є не лише «де», «коли», «про що» (створено бібліотекою), а і «хто» братиме участь (інформація користувачів).

Завдання посередництва – надання інформації із зовнішнього джерела та цитування. Посередництво дуже близьке за походженням до інформування. Відмінність між ними полягає в тому, що посередницькі завдання передбачають поширення інформації інших ресурсів, на відміну від прямого інформування, що передбачає створення первинного бібліотечного контенту. Бібліотечний контент – уся інформація, яка розміщена на веб-сторінці бібліотеки в соцмережі. Можна виокремити первинний і вторинний тип бібліотечного контенту. До першого належать усі публікації, які розміщує бібліотека. У свою чергу до іншого типу можна віднести публікації інших джерел інформації. На веб-сторінці бібліотеки можуть бути присутні дописи й коментарі користувачів, що не є бібліотечним контентом, але бібліотека в такому випадку виступає модератором цих дописів. Слід зазначити, що це наповнення бібліотечної сторінки в соціальних медіа. Щодо бібліотечного контенту, то він може бути як бібліотечний, користувацький, так і спільний.

Стрічка новин бібліотечної сторінки в соціальних медіа пристосована для публікації подій, заходів, новин, продуктів і послуг, фондів, матеріалів ЗМІ про бібліотеку й бібліотечну тематику. Треба зазначити, що згідно з нашим дослідженням бібліотеки найчастіше публікують у соціальній мережі гіперпосилання на подію чи захід, фонди, продукти й послуги,

представлені на сайті бібліотеки, що говорить про просування саме офіційного сайту бібліотеки.

Завдання акумуляції – публікація повідомлень певної тематики, що формує стрічку новин, фіксує їх у порядку появи; отримання експертного знання – збирання інформації для подальшого використання (наприклад, через згадану вище опцію голосування задля отримання необхідної інформації). Як специфічний інструмент збирання необхідної інформації в соціальних мережах можуть розглядатися хештеги, що вказують на певну рубрику. Тобто за допомогою хештегів бібліотеки створюють свій рубрикатор, що відповідає запитам користувачів. Важливість цього завдання полягає в тому, що бібліотека в соціальній мережі може виступати агрегатором інформації. Тобто агрегатором бібліотека виступає для читачів, водночас просуває себе і свої продукти й послуги в інформаційному просторі. Ці завдання оптимально виконують мережі типу Facebook, Twitter.

Сприяння – створення нового знання в результаті обговорення, надання комунікативної платформи на основі коментування, поширення та вподобання дописів. За допомогою цього завдання бібліотека може умовно визначати ефективність публікацій бібліотечної сторінки.

Завдання комунікації – здійснення обміну коментарями, створення діалогу і вираження емоцій. Найбільш перспективним, на нашу думку, прикладом складової комунікації є обговорення книг, фільмів (можливо англійською чи іншими мовами в межах певних проектів), надання рекомендацій. Важливим є те, що в цьому вимірі бібліотечні сторінки в соціальних мережах виступають як вільний простір спілкування однодумців.

Узагальнюючи дослідження сторінок вітчизняних і зарубіжних бібліотечних представництв у соціальній мережі, можна виокремити види публікацій: висвітлення подій, заходів, новин, діяльності підрозділів бібліотеки; інформування щодо розкриття фондів, конкурсів, вікторин, квестів, реклами партнерів через сторінки соціальних медіа; просування

послуг; висвітлення дописів щодо співпраці з бібліотеками, університетами й центрами; повідомлення щодо графіка роботи бібліотеки, питань працевлаштування; поширення та популяризація матеріалів ЗМІ про бібліотеку й бібліотечну тематику тощо. У реалізації описаних завдань інтерактивних бібліотечних сторінок широко використовуються інструменти соціальних медіа: завантаження мультимедіа (світлин, відео та аудіо), опитування, уподобання, репости, коментарі, емотикони¹², хештеги [155].

Загалом можна виділити два підходи до подачі публікацій бібліотекою в соціальні медіа: системний і спорадичний. У першому випадку бібліотека може подавати публікації календарно (за планом) чи надавати перевагу маркетинговій структурі інформувань – висвітлення подій у системі анонс – реліз – постреліз. Спорадичний – представлення публікацій бібліотекою час від часу, нерегулярно і випадково.

Бібліотеки використовують у своїх повідомленнях різний стиль публікацій (як офіційний, так і розмовний, науковий, публіцистичний), представлені різноманітні типи лексики повідомлень: літературні, сленгові, використовують спеціальні інтернет-жаргони та емотикони, поєднання декількох мов у одному тексті. Це свідчить про принципову суб'єктивність і неформальність комунікації в соціальних мережах.

Так, одним з найпоширеніших типів дописів є інформаційно-посередницькі повідомлення, що спрямовані на наповнення інформаційного простору. Характерною рисою представленого інформаційного блоку є виконання бібліотекою стратегічних і тактичних завдань одночасно в одній публікації. Тобто бібліотечні повідомлення можна об'єднати у дві групи: інформація про заходи й події в житті бібліотек: іменні читання, виставки, конференції, семінари, майстер-класи, зустрічі, презентації, театральні

¹² Емотикони (від англ. emoticon = emotion icon – емоційна іконка або, як їх часто називають у просторіччі, смайли, смайлики (від англ. smile – посмішка) – кластери типографічних символів, які наявні на клавіатурі комп'ютера, мобільного телефону або в соцмережах і компенсують нестачу паралінгвістичних засобів спілкування в мережі, виражають емоційне ставлення комуніканта до сказаного.

вечори, екскурсії, вебінари, конкурси, курси з іноземних мов, кіноклуби, читаські клуби, teens-клуби, тренінги, тематичні години, творчі зустрічі, лабораторні заняття; висвітлення суспільно важливих подій: пам'ятних дат, національних свят, річниць діячів і подій.

Згадане вище поєднання стратегічних і тактичних завдань бібліотечних публікацій у соціальних мережах проявляється в системності інформування, коли бібліотека, наприклад, з приводу пам'ятної дати просуває через сторінку інформацію про неї (суспільно-політичний, стратегічний аспект), інформує про заходи бібліотеки з цього приводу (тактичний) і представляє тематичний ресурс власних фондів (рекламування й наповнення фондів). Наприклад, бібліотеки, інформуючи про подію, водночас висвітлюють заходи, розкривають фонди, повідомляють про діяльність підрозділів бібліотеки.

Окремою формою інформування про події та заходи можна вважати створення галерей, за допомогою яких бібліотеки візуально представляють свою діяльність, надають детальний опис і гіперпосилання. Іншим аспектом системності інформування про заходи й події є публікація анонсу, релізу та пострелізу. Наприклад, бібліотека декілька разів повідомляє про одну подію в певний період часу: спочатку вона надає коротке повідомлення про подію, яка має відбутися найближчим часом, а потім повідомляє про проведення події, її підсумки, обговорення події. Також бібліотеки в соціальних медіа залучають користувачів за допомогою висвітлення різних конкурсів, вікторин, квестів, обіцяючи отримання призів, бонусів у разі перемоги.

Щодо тематичної направленості повідомлень, пропонуємо виділити бібліотечні, наукові й суспільні події, розважальний контент, що стосується головним чином бібліотек, книги, читання.

Бібліотеки активно використовують соціальні медіа для розкриття унікальності фондів, інформування про наповнення фондів і повідомлення про нові надходження. Бібліотеки, інформуючи про унікальність фондів, просувають власні фонди, книги, читання в інформаційному просторі. Щодо

наповнення фондів, інформаційним приводом для таких публікацій може бути власне поповнення фондів – користувачів інформують про нові надходження; можлива прив'язка до дати – свята, ювілею, увічнення пам'яті, пропонується рекомендаційний список; такі ж рекомендаційні списки використовуються для прив'язки до актуальних тем (наприклад, надання Україні безвізового режиму з Європейським Союзом) і надаються гіперпосилання на власний сайт, де можна отримати детальну інформацію та замовити книгу. Так, сторінка Національного університету «Києво-Могилянська академія» (Library of Kyiv Mohyla Academy) повідомляє про надходження до фондів бібліотеки роману «Улісс» Д. Джойса, інформуючи водночас про появу українського перекладу культової книги (допис від 16 червня 2016 р.). Повідомлення також містить пряме посилання на сторінку книги в каталогах бібліотеки й заклик до читачів: «Якщо ви досі не наважилися прочитати #Ulysses, то сьогодні – саме час!.. Для охочих перечитати – замовляйте у фонді перший український переклад “Улліса” від видавництва О. Жупанського та насолоджуйтеся». Більше того, сторінка публікує цей допис у контексті світового флеш-мобу Bloomsday. У цей день прихильники творчості Д. Джойса влаштовують заходи, читання, мандрівки Дубліном, відтворюючи 16 червня 1904 р. – той самий день Л. Блума, описаний у 700-сторінковому романі [15]. Представлений приклад цікавий з точки зору ілюстрації до розкриття фондів системного підходу: інформуючи про книгу, бібліотека повідомляє про культову подію, надаючи гіперпосилання на електронний каталог бібліотеки, і водночас просуває книгу у внутрішній соціальній мережі за допомогою хештегу.

Повідомляючи про наповнення фондів, бібліотеки просувають власні послуги через гіперпосилання сайту бібліотеки. Водночас, інформуючи про нові надходження, бібліотеки просувають заходи, книги й читання. Розкриваючи унікальність фондів, бібліотеки використовують культурний код як комунікаційно-знакову систему, пов'язану з накопиченням, збереженням і трансляцією інформації.

Також бібліотеки активно використовують соціальні медіа для інформування про бібліотечні продукти й послуги – бібліографічні покажчики, книги, рекомендаційні бібліографічні списки, видання бібліотеки, бібліотечні блоги, дайджести галузевих інтернет-новин¹³, добірки корисних порад і книжкових порадників, електронні бібліотеки, інформаційно-аналітичні випуски тощо. Бібліотеки можуть не обмежуватися окремими повідомленнями, а систематизувати їх. Наприклад, Державна наукова архітектурно-будівельна бібліотека ім. В. Г. Заболотного надає дайджести кожного дня в соціальній мережі Facebook. Полтавська обласна універсальна наукова бібліотека ім. І. П. Котляревського інформує в соціальному просторі про проект «Хроніка культурного життя Полтавщини», який являє собою оглядову довідку за матеріалами преси (загальні питання, культура для АТО, театральнo-концертне життя, образотворче мистецтво, бібліотечна справа, музейна справа, кіномистецтво, аматорство, просвітництво) за певний період часу. Національна бібліотека Шотландії повідомляє в соціальній мережі Facebook про безкоштовний щомісячний електронний інформаційний бюлетень (free monthly e-newsletter), який подає новини про колекції, послуги й події бібліотеки та залучає користувачів за допомогою підписки.

Так, сторінка НЮБ (<https://www.facebook.com/nllofua>) НБУВ у соціальній мережі Facebook системно повідомляє про звіти й результати роботи; рекомендує монографічну літературу, наукові публікації, наукові праці тощо; інформує про конференції. Такі дописи супроводжуються гіперпосиланнями на офіційний сайт інформаційно-аналітичних підрозділів НБУВ «Центр досліджень соціальних комунікацій» (<http://nbuviar.gov.ua>). Крім того, сторінка НЮБ у соціальній мережі поширює матеріали ЗМІ, що висвітлюють правову, політичну, суспільну, економічну інформацію,

¹³ Дайджести галузевих інтернет-новин – інформаційні продукти, що представлені добірками найважливіших матеріалів за визначеною тематикою та за визначений період. Такий інформаційний продукт надає змогу відслідковувати головні новини в певному напрямі, отримувати експертні оцінки та прогнози розвитку галузі. Перевагою цього виду отримання даних є відсутність інформаційного шуму.

формує інтегрований електронний ресурс, виступаючи як агрегатор якісної та актуальної інформації. Так, сторінка НЮБ за жовтень 2015 р. у соціальній мережі Facebook використовує у своїх публікаціях гіперпосилання на 25 різних ресурсів, серед яких офіційні сайти НЮБ, освітні, інформаційні, соціальні, правові, урядові, бібліотечні, наукові, літературні, видавничі веб-портали тощо. Тому бібліотека, зокрема й через інструменти соціальних медіа, виступає як утримувач інтелектуальних ресурсів суспільства.

До інших типів дописів можна віднести інформаційно-посередницькі повідомлення, що спрямовані на популяризацію бібліотеки: висвітлення закордонних візитів, зустрічей з політичними, громадськими діячами та студентами; інформування про співпрацю з університетами, бібліотеками університетів, закордонними колегами, інформаційними й соціальними центрами; поширення матеріалів ЗМІ про бібліотеку та бібліотечну тематику; просування послуг. Важлива складова цього інформаційного блоку – позиціонування бібліотеки як інформаційного й культурного центру громади: повідомлення про участь у національних чи регіональних соціальних, політичних, культурних проектах. Бібліотеки активно формують у соціальних медіа підтримку ініціатив, спрямованих на розв'язання важливих суспільних проблем, реалізацію актуальних проектів, об'єднуючи користувачів для волонтерської діяльності (зона АТО, тимчасово переміщені особи, хворі та літні люди), освітніх проектів (вивчення мов, тренінги).

У популяризації бібліотеки через соціальні медіа важливе місце має висвітлення широкого кола проектів із співпраці бібліотек з іншими інститутами; інформування щодо співпраці з університетами, бібліотеками університетів, закордонними колегами та інформаційними центрами. Ці повідомлення також дають змогу розширювати тематику, «підтягувати» повідомлення про різні суспільно важливі проблеми і проекти. Наприклад, повідомляючи про співпрацю з університетами, бібліотеки інформують про

освітні заходи та закликають університети до колаборації в наукових дослідженнях. Інформуючи про співпрацю з інформаційними центрами, водночас бібліотеки повідомляють про заходи й колаборацію користувачів у написанні сторінок «Вікіпедії». Такі публікації допомагають налагодити співпрацю між бібліотекою та громадою і водночас допомагають покращити інформаційні ресурси, які пропонує бібліотека.

Іншим прикладом популяризації бібліотеки в інформаційному просторі є поширення й популяризація матеріалів ЗМІ про бібліотеку й бібліотечну тематику на бібліотечній сторінці: інформація про акції, презентації книг, новини, продукти, зустрічі, семінари, події, ресурси. Активними в цій вибірці виявилися Закарпатська обласна універсальна наукова бібліотека ім. Ф. Потушняка, Полтавська обласна універсальна наукова бібліотека ім. І. П. Котляревського й Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського.

Ще одним з типів дописів є інформаційно-посередницькі повідомлення, що спрямовані на забезпечення ефективності роботи бібліотеки: інформування про графік роботи бібліотеки, питання працевлаштування бібліотекарів, підвищення професійної компетенції бібліотекарів.

Отже, бібліотека, поширюючи інформаційно-посередницькі повідомлення, що спрямовані на наповнення інформаційного простору, популяризацію бібліотеки, забезпечення ефективності роботи бібліотеки, у соціальній мережі Facebook виконує завдання інформування, посередництва, продукування, акумуляції, сприяння, комунікації.

У результаті дослідження контенту бібліотечних представництв за тематичною спрямованістю і, відповідно, адресатом у соціальних медіа виявлено три типи (магістралі) комунікації: бібліотека – користувач, бібліотека – бібліотека, користувач – користувач.

Система комунікації бібліотека – бібліотека в соціальних медіа охоплює широке коло фахівців бібліотечної галузі в контексті виробничої, наукової та неформальної комунікації. Наприклад, бібліотеки в соціальних медіа повідомляють про те, що вони поповнюють фонди інших бібліотек;

запрошують наукові бібліотеки до корпоративного формування порталу; висвітлюють закордонні візити щодо співпраці між бібліотеками; інформують про професійне підвищення кваліфікації (конференції, семінари); виробляють точки зору щодо бібліотечних професійних проблем; повідомляють про питання працевлаштування.

Змістова система бібліотека – користувач являє собою контент, інформаційно спрямований для користувачів: інформування про заходи й події бібліотеки, висвітлення суспільно важливих подій, розкриття фондів, інформування про наповнення фондів, повідомлення про нові надходження, інформування про продукти та послуги, повідомлення про графік роботи бібліотеки, інформування щодо популяризації бібліотеки. Варто відмітити, що система бібліотека – користувач може працювати як двостороння, коли зміст спрямований на бібліотеку: загалом це інформування користувачів і зворотний зв'язок. Слід зауважити, що користувачами можуть виступати як колективні користувачі, так і індивідуальний користувач. Як колективні користувачі можуть виступати інститути громадянського суспільства (ідеться про комунікацію, де бібліотека виступає партнером волонтерських ініціатив різного роду, співпрацює з громадськими об'єднаннями, територіальними громадами тощо).

Комунікаційна магістраль користувач – користувач являє собою взаємодію користувачів, за якої надання інформаційних майданчиків 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.

Таким чином, показовим критерієм вивчення бібліотеки в соціальних медіа треба зазначити змістове наповнення бібліотечної сторінки, а важливим напрямом дослідження контенту бібліотечних представництв у соціальному медіа-середовищі можна назвати аналіз сторінок, покликаний з'ясувати зміст контенту. Такі дослідження можуть стати перспективним інструментом оцінювання роботи бібліотек в інтерактивному медіа-

просторі, а також необхідним інструментарієм у формуванні стратегії ведення бібліотечного представництва в соціальних медіа.

3.2. Ефективність бібліотечного представництва у соціальних медіа

Сьогодні бібліотеки дедалі більше нарощують присутність в інтерактивному середовищі мас-медіа – у блогосфері, соціальних мережах, інших інтерактивних майданчиках, причому роблять це настільки активно, що вже можна говорити про формування системи представлення бібліотек у соціальних медіа. Відповідно, цей процес потребує детального аналізу. Представленість і досвід активності бібліотек у соціальних медіа дають змогу говорити про формування бібліотечної діяльності в соціальних медіа, її планування, здійснення й узагальнення потребує спеціальних методик досліджень контенту, технологій подачі публікацій, аудиторії бібліотечних сторінок у соціальних медіа.

Питання аналізу бібліотечного представництва в інформаційному інтерактивному просторі, комунікації з користувачами через соціальні мережі в різних аспектах досліджувалися як зарубіжними [212, 240], так і вітчизняними науковцями [109, 149, 151, 163]. Так, науковий колектив НБУВ системно досліджує соціальні інформаційні мережі, їхній зміст, особливості розвитку в системі соціальних комунікацій сучасності [136]. Т. Ю. Гранчак висвітлює результати аналізу використання національними бібліотеками світу та України різних соціальних мереж у процесі вдосконалення бібліотечного обслуговування, розкриває особливості окремих мереж як платформ представлення бібліотечних продуктів і послуг [37]. Т. О. Ярошенко та Т. О. Якушко розкривають теоретичні засади сучасного розвитку Інтернет і веб-технологій, зокрема сутність та основні принципи функціонування Веб 2.0, а також сприяють практичному опануванню та знайомству з основними його сервісами та можливостями їхнього використання в бібліотеках [168].

Попри науковий інтерес до проблеми, поле досліджень настільки широке й динамічне, що на сьогодні в науковому просторі ще не склалася ані системна практика аналізу бібліотечних сторінок, ані вироблені

методики, і навіть понятійний апарат. Відповідно, виявлення ефективних методик аналізу бібліотечних сторінок у соціальних медіа (як адаптація методів, що використовуються в маркетингових дослідженнях, так і вироблення власних бібліотекознавчих) є сьогодні нагальною науковою та практичною проблемою.

Напрацьовані на нинішньому етапі в практиці методи й підходи, які використовуються в інформаційному дослідженні контенту соціальних медіа бібліотек, можуть бути узагальнені. На нашу думку, можна говорити про затребуваність формування методології дослідження контенту бібліотечних сторінок у соціальних медіа, що є необхідною передумовою розвитку ряду напрямів для якісних і глибоких досліджень бібліотечного представництва в сучасних соціальних комунікаціях, зокрема визначення технологічних умов ефективності й дискурсивні дослідження смислів, продукованих і трансльованих бібліотеками.

Вирішенню поставлених завдань сприятиме використання контентного та змістовного підходу до аналізу бібліотечних сторінок у соціальних медіа, що покликані з'ясувати технологічні умови їхньої ефективності та проаналізувати зміст контенту.

Отже, у процесі вимірювання ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа для бібліотечних фахівців об'єктом дослідження виступатиме бібліотечна сторінка в соціальних медіа, система таких сторінок і окремі публікації, інтеракції, сукупність яких формує контент досліджуваної сторінки.

Доцільним видається оцінити публікації, що розміщені на сторінці бібліотеки в соціальній мережі за інтерактивністю, це дає можливість оцінити ступінь взаємодії бібліотечної публікації в соціальній мережі з користувачами. Оскільки різні соціальні мережі мають різні можливості для інтерактивної взаємодії, цей критерій охоплюватиме вподобання (Likes), коментарі та репости (шейри, поширення, ретвіти, інші форми інтеракції залежно від мережі). При цьому інтерактивність може бути оцінена як для

окремої публікації, так і визначений усереднений похідний показник, за потреби може бути визначено показник окремих взаємодій, так і їхнє співвідношення (уподобання як відмітка «прочитав, підтримую»; поширення – «рекомендую до ознайомлення своїм друзям/читачам»; коментар – «маю власну думку з цього приводу»).

За отриманими показниками як окремі публікації в соціальній мережі, так і сторінки можуть бути ранжовані, як такі, що мають високу/низьку інтерактивність. Для обґрунтування відповідних оціночних суджень доцільно визначати середньостатистичний показник, відносно якого описуватиметься рівень інтерактивності. У випадку дослідження бібліотечних сторінок варто враховувати, що доволі часто йдеться про офіційне інформування, що за визначенням не передбачає бурхливої комунікації. Водночас визначення тих типів комунікацій та тематики, що здатні активізувати зворотний зв'язок, видається перспективним для вибудовування комунікації в соціальних мережах. Наприклад, у результаті аналізу контенту представництва Бібліотеки Конгресу у Facebook (за жовтень 2017 р.) було визначено, що високий показник інтерактивності, тобто 400 вподобань, 38 коментарів, 280 репостів, має публікація щодо бібліотечної новини (допис від 17 жовтня 2017 р.), а саме: бібліотека повідомила про те, що вона оголошує експериментальну програму для бібліотекарів, щоб запропонувати фахівцям можливість розвивати свій досвід і сприяти створенню, управлінню і спільному використанню колекцій установи. Публікація набула чимало коментарів від користувачів, які можна охарактеризувати: тематично – вираження емоцій і почуттів, вираження думок і роздумів; спрямованість змішана (монолог та діалог); зв'язані, які утворюють тематичний дискурс; особисті; кількість вподобань коментарів – від одного до двох, це стосується коментарів, які підтримують бібліотеку щодо програми; позитивна тональність. Загалом коментарі стосуються підтримки бібліотеки щодо програми та виявленні великої зацікавленості користувачів щодо новини бібліотеки. Популярною за

показником інтерактивності на сторінці Бібліотеки Конгресу у Facebook також виявилася публікація щодо повідомлення бібліотекою про проведення творцями проекту «Відьма з Блейр: Курсова з того світу» (The Blair Witch Project) – фільму жахів 1999 р.; дискусії під час святкування Хелловіну в бібліотеці (допис від 28 жовтня 2017 р.), яка набула 110 вподобань, 31 коментар та 47 репостів. Коментарі були позитивними та стосувались обговорення фільму та бібліотеки. Також не менш популярним видається повідомлення Бібліотеки Конгресу у Facebook (552 вподобання, 26 коментарів, 92 репости) щодо реклами товарів, а саме: бібліотека пропонує придбати ексклюзивну бібліотечну карту з бібліотечної крамниці та надає гіперпосилання на офіційний сайт бібліотеки (допис від 17 жовтня 2017 р.). Тональність коментарів визначена позитивною, та стосуються вони товарів бібліотечної крамниці та бажанням їх придбати.

Проаналізувавши контент Бібліотеки Конгресу в соціальній мережі Twitter (за жовтень 2017 р.), було виявлено, що високий рівень інтерактивності (274 вподобання, 199 ретвітів, 13 коментарів) має повідомлення (допис від 19 жовтня 2017 р.) щодо події, бібліотека інформує що в цей день відбулась капітуляція в Йорктауні, надає гіперпосилання на статтю, що на офіційному сайті бібліотеки та просуває цифрову колекцію щодо цієї події. Коментарі до публікації позитивні та загалом стосуються події.

Щодо контенту Бібліотеки Конгресу в Youtube, то найпопулярнішими відео-матеріалами (за жовтень 2017 р.) за такими показниками, як кількість переглядів, вподобань, коментарів, можна визначити: повідомлення про бібліотечну новину (відео від 30 жовтня 2017 р.), а саме, про те, що бібліотека і Бостонська громадська телекомпанія WGBH будуть святкувати 50-ту річницю прийняття «Закону про публічне радіомовлення» 1967 р.; також анонсує про симпозіум та запрошує відвідувачів до бібліотеки. Це повідомлення набуло 2052 перегляди від користувачів. Також набув популярності відео-матеріал бібліотеки (відео від 27 жовтня 2017 р.) щодо

представлення бібліотекою відео-лекції з юриспруденції, який набув 764 перегляди від користувачів.

Водночас аналіз контенту Бібліотеки Конгресу в Instagram показав, що найпопулярнішим за рівнем інтерактивності (415 вподобань, 11 коментарів) виявилось повідомлення щодо бібліотечної новини (допис від 12 жовтня 2017 р.), а саме те, що бібліотека опублікувала документи Улісса С. Гранта. Щодо коментарів, то користувачі позитивно відреагували на повідомлення, підтримуючи бібліотеку, але користувач *tina_im_august* написав зауваження про те, що йому шкода, що німецькі листи кінця 19-го століття не було настільки легко прочитати. Також набуло значної уваги від користувачів, а саме, 479 вподобань та 8 коментарів, повідомлення бібліотеки (допис від 9 жовтня 2017 р.) щодо вдячності всім користувачам, що вони відвідали Національний центр збереження аудіовізуальної інформації в Калпепер. Коментарі до публікації загалом позитивні щодо підтримки бібліотеки.

Результат таких досліджень дасть змогу розробити методики аналізу, за якими бібліотеки змогли б виявити успішні стратегії, недоліки і, відповідно, коригувати тактику комунікації. При порівнянні різних бібліотечних сторінок найбільш перспективним видається структурувати публікації за усередненим коефіцієнтом інтерактивності, тому що цей показник, на нашу думку, є найбільш показовим. У публікаціях бібліотечних сторінок мало обговорень і репостів, порівняно з дописами блогерів, політиків, на що було вказано вище, тому для показовості вибірки доцільно, на наш погляд, визначити доволі тривалий термін, наприклад місяць.

Іншими важливими показниками аналізу публікації на сторінці бібліотеки є тематична спрямованість і спрямованість за аудиторією, які також можна аналізувати на предмет кореляції між собою. Наприклад, за тематичною спрямованістю серед публікацій можна виділити бібліотечні, наукові, літературні, мистецькі, суспільні чи сформувані інший рубрикатор, виходячи з мети дослідження. За аудиторією всі публікації можна поділити на три рівні інформаційної спрямованості: для користувачів, їхній комплекс

формує систему контенту «бібліотека – користувач»; для широкого кола фахівців бібліотечної галузі, переважно в контексті професійної комунікації, яка створює систему «бібліотека – бібліотекар»; нарешті, актуальні матеріали для обох аудиторій. Виходячи з цих критеріїв, можна систематизувати анонси подій, новини, релізи, інтерв'ю, «цікавинки» з бібліотечної, читацької тематики; повідомлення про нові надходження, експозиції виставок, семінари, продукти та послуги бібліотеки, ресурси, електронні репозитарії, конференції, доповіді, дискусії; книжкові рекомендації (художньої та наукової літератури), рецензії, довідкову інформацію тощо [149]. Наприклад, публікації сторінки НЮБ (<https://www.facebook.com/nllofua>) у соціальній мережі Facebook за тематикою логічно систематизувати як бібліотечні, наукові, літературні, мистецькі, суспільні, економічні тощо. Тобто публікації сторінки орієнтовані як на широке коло фахівців бібліотечної галузі, так і на користувачів.

Виходячи з тематичної різноманітності публікацій бібліотек у соціальних медіа та враховуючи різноманітність функцій, що їх бібліотеки реалізують в інтерактивному просторі, доволі затребуваними та перспективними в бібліотекознавчих дослідженнях виявляється аналіз змістового наповнення бібліотечних сторінок.

Визначальною в загальному аналізі публікації бібліотечної сторінки в соціальних медіа є інформаційно-комунікаційна складова, що описує її наповнення, виходячи із завдань сторінок: інформування, посередництва, продукування, акумуляції, сприяння, комунікації. Тому можна ранжувати публікації бібліотечної сторінки в соціальних медіа за представленими завданнями, що надасть уявлення про стратегію формування та представлення контенту бібліотеки в соціальній мережі, тобто від інформаційного забезпечення до творення чи сприяння комунікації.

У подальшому пропонуємо аналізувати бібліотечні сторінки за використовуваними технологіями та змістом. У першому випадку

визначальними виступатимуть показники ефективності просування контенту та установи в інтерактивному середовищі мас-медіа. Змістовий аналіз дає змогу зрозуміти, які смисли та ідеї транслює бібліотека. Тобто необхідно чітко розмежувати завдання: з'ясувати технологічні умови ефективності (тип, посилання, розміри, тематика) та проаналізувати зміст контенту (з'ясувати завдання, функції та інфостратегію сторінок). Аналіз дасть можливість з'ясувати, яку стратегію і тактику використовує бібліотечне представництво у соціальній мережі; не виключно, утім, що виявить стихійність і ситуативність у веденні бібліотечної сторінки. Тому нинішній етап – це пошуки шляхів ефективності в існуванні бібліотечного представництва в соціальній мережі.

За типом контенту публікації можуть характеризуватись як загальний текстовий контент, мультимедійний контент (фотографії, відео, аудіо), лінки (гіперпосилання на власні, спільні та національні бібліотечні продукти та послуги, традиційні засоби масової інформації, інші посилання), такі специфічні тексти, як опитування чи події. Наприклад, аналіз публікацій сторінки Бібліотеки Конгресу у Facebook (станом на жовтень 2017 р.) за типом показав, що бібліотека використовує різний тип контенту, серед них домінуючими є світлина та лінки.

Як наслідок, можна досліджувати, чи існує залежність вибору того чи іншого типу контенту та змісту з його ефективністю, що цілком статистично визначається через таку характеристику інтерактивного контенту, як взаємодія та на підставі зроблених висновків і узагальнень надавати рекомендації співробітникам, що адмініструють бібліотечні сторінки.

Змістовий аналіз публікацій можна здійснити за допомогою автоматичного та ручного моніторингу. Останній доцільно проводити, коли пріоритетними є точність результатів, при цьому йдеться про обмежену кількість матеріалу для аналізу. Змістовий аналіз публікацій можна проводити, виявивши ключові слова та частоту їхнього використання, для того щоб виявити трансльовані смисли публікацій та описати політику

просування їх в інтерактивному середовищі мас-медіа. Визначивши ключові слова, які вживаються в бібліотечній публікації, їх можна співвіднести з інтерактивністю: за сформованим списком ключових слів доцільно перевірити показники взаємодії, з'ясувавши, таким чином, які саме теми, трансльовані сторінкою, спричиняють дієвий (виражений в інтеракціях) інтерес користувачів.

Отримана інформація дасть можливість виявити «активні», «неактивні» меседжі та проаналізувати причини, чому вони не виявляють необхідної реакції у читачів. Важливо, щоб такий аналіз не виявився формальним: інформаційні публікації не завжди потребують реакції чи зворотного зв'язку, отже, говорити про їхню низьку ефективність за критерієм кількості взаємодій не логічно. Відповідно, цей аналіз, як власне, інші дослідження повинні враховувати, з якою метою публікувались аналізовані дописи. Загалом, на нашу думку, досягнення мети може вважатись основним критерієм ефективності публікації. Статистичні ж розрахунки є лише одним з інструментів перевірки, наскільки її досягнуто.

Наприклад, завданнями представлення бібліотеки в соціальних медіа може бути підвищення інформованості про бібліотеку; висвітлення нових ресурсів і послуг; демонстрація бібліотечних ресурсів і послуг; активізація зворотного зв'язку; забезпечення читачів через рекомендацію корисною та надійною інформацією; забезпечення зв'язку з користувачами бібліотеки; залучення нових користувачів за допомогою створення спільноти та налагодження взаємозв'язку з читачами; взаємодія із користувачами за допомогою інструментів, які вони використовують для комунікації; забезпечення інтерактивного або привабливого контенту, який має на меті – негайне використання користувачем та ініціювання комунікації з ним; розвиток бібліотечної спільноти; підтримка та просування бібліотечних цілей; допомога спільним науковим дослідженням; демонстрація потенціалу використання соціальних медіа для бібліотечної спільноти.

Залежно від мети та завдань бібліотеки щодо представлення в соціальних медіа, ефективність може бути визначена за допомогою таких показників: кількість і темп зростання читачів представництва бібліотеки в соціальних медіа; кількість і зміст дописів сторінки бібліотеки; контентна взаємодія бібліотечної спільноти (через описаний вище показник взаємодій); взаємодія сторінки бібліотеки тощо.

Наприклад, станом на 1.09.2017 р. аудиторія Бібліотеки Конгресу у Facebook становила 373 908 читачів (фоловерів) і демонструвала стійку тенденцію до зростання – за два з половиною місяці зросла на 3348 читачів (станом на 14.11.2017 р.). Щодо Бібліотеки Конгресу у Twitter, то станом на 1.09.2017 р. вона становила 1 057 251 читачів, а також треба відмітити, що з 01.09.2017 р. по 14.11.2017 р. кількість читачів збільшилася на 26 815 користувачів. В Youtube Бібліотека Конгресу мала 64 313 читачів, причому кількість їх постійно зростає, а саме, з 01.09.2017 р. по 14.11.2017 р. зросла кількість на 3559 читачів. Щодо Бібліотеки Конгресу в Instagram, то бібліотека мала 23,32 тис. читачів та їх кількість зросла на 2355 за два з половиною місяці. Визначення кількості читачів та їх темп зростання у різних типах соціальних медіа і є ефективністю для бібліотеки у тому разі, якщо це було її завданням.

Якщо завдання бібліотечного представництва в соціальних медіа – залучення читачів на сторінку бібліотеки, формування лояльності аудиторії, включення в комунікацію, то саме взаємодія є показником досягнутої мети. Відповідно, ефективність бібліотечної сторінки у соціальних медіа має визначатись ефективністю дописів.

Так, якщо просування бібліотечних подій, послуг або ресурсів є завданням бібліотеки, то визначення відвідування подій, пропагованих через соціальні медіа та порівняння їх з результатами, що не були рекламовані через соціальні медіа, або збір статистичних даних щодо використання рекламної послуги після її просування і буде ефективністю для бібліотеки.

Так, іншим показником ефективності може бути збільшення кількості відвідувачів сайту бібліотеки за допомогою використання соціальних медіа.

Вибір необхідних показників ефективності має важливе значення, так як вони допомагають перевірити досягнення бібліотеки в інтерактивному просторі. Після того як показники проаналізовано, можна проводити корегування стратегії і тактики представлення бібліотеки в соціальних медіа.

Наприклад, якщо кількість користувачів не зростає або зростає повільно, необхідно змінити вектори за допомогою яких бібліотека хоче досягти ефективності. Якщо рівень зацікавленості менший, ніж очікувався, необхідно обрати нову тактику та стратегію публікацій; змінити відповідального за роботу в соціальних медіа; змінити контент або інші параметри публікації контенту бібліотекою.

Бібліотека повинна бачити результати і досягти хоча б частини поставленої мети та завдань, тобто, повинні бути визначені мета та завдання. Наприклад, якщо спільнота бібліотеки в соціальних медіа не зростає більше ніж на один відсоток після шести місяців постійного розміщення дописів, вона повинна переглянути мету, завдання та виявити причини, чому встановила цей напрям.

Визначення ефективності бібліотеки в соціальних медіа це досить складний процес, тому що відсутні стандартні способи вимірювання ефективності, оскільки у кожної бібліотеки свої мета та завдання в соціальних медіа. Будь-яка робота бібліотеки в соціальних медіа потребує час і залучення співробітників, а також чіткої мети та завдань бібліотечного представництва в соціальних медіа та визначення його ефективності. Можливо, найкращим показником ефективності бібліотеки в соціальних медіа може бути створення бібліотекою змістовного бібліотечного представництва в соціальних медіа.

За змістом бібліотечні публікації можна аналізувати за наявності хештегів, які найбільш часто вживаються бібліотекою. Виявлення хештегів

у публікаціях бібліотечної сторінки можна здійснювати за допомогою автоматичного та ручного пошуку. У цьому разі вибірка може визначатись з тегуванням або без тегування представленої публікації. Нагадаємо, що хештег – це ключове слово або словосполучення, перед якими ставиться символ «#» і які використовуються в публікаціях у соціальних мережах. Використання хештегів полегшує загальний та тематичний пошук у соціальних мережах. Тому логічним є висновок, що інтенсивний розвиток соціальних медіа породжує зручність у використанні інтерактивних медіа-ресурсів – вищу операбельність. Застосування та правильний підбір хештегів – це один з ефективних способів залучення читачів на бібліотечну сторінку. Як наслідок аудиторія не обмежена наявними читачами, а контент можуть знайти користувачі, яким цікаві певні тематики дописів. Досвідчені фейсбукери стверджують, що найбільш вдалі хештеги – це унікальні та найпростіші слова, які не повинні перевищувати більше двох-трьох на одну публікацію.

Наприклад, сторінка НБУВ у соціальній мережі Facebook за жовтень 2015 р. використовує сім хештегів у своїх публікаціях: #НБУВ, #Ресурси_НБУВ, #НБУВ_в_соціальних_медіа, #Поштові_листівки, #відзнаки_НБУВ, #наукові_видання_НБУВ, #Всесвітній_день_пошти. Найбільше бібліотека застосовує в цій вибірці хештег #НБУВ, але найбільшу увагу читачів привернули «#наукові_видання_НБУВ та #відзнаки_НБУВ». Це дає змогу припустити, що інформативні хештеги на основі конкретних словосполучень, надаючи повну інформацію як індикатора публікації, є ефективними. Водночас необхідно звернути увагу на те, що використання бібліотекою лаконічного хештега #НБУВ розширює можливості тематичного пошуку в соціальній мережі Facebook і залучає більше читачів на сторінку.

Водночас у зв'язку з тим, що в соціальній мережі Instagram відсутня систематизація фотографій в альбоми, бібліотекам доцільно використовувати хештеги, які дають змогу створити внутрішню бібліотечну

базу за певною тематикою контенту. Наприклад, Бібліотека Конгресу в соціальній мережі Instagram використовує чимало хештегів (станом на жовтень 2017 р.), серед них найбільше – #libraryofcongress, #librariesofinstagram, #LCHalloween, #collections, #halloween, #conservation, #behindthescenes, #librarylove, #LibraryOpenHouse, #youngreaders.

Оскільки в соцмережах користувачі публікують не лише власні дописи, а й зовнішню, створену іншими користувачами або ЗМІ інформацію, користуючись технологією гіперпосилань, створений гіпертекст (сукупність текстів і посилань) є, на нашу думку, доволі перспективним простором для аналізу. Виявлення та аналіз посилань дає можливість простежити коло зв'язків з іншими ресурсами, зацікавлень бібліотеки. Густота посилань бібліотечної сторінки говоритиме про сильні зв'язки з іншими установами, водночас спорадичні посилання – про слабкі, як мінімум, у соціальних мережах. Також для кожної бібліотечної сторінки можна виявити найефективніші посилання. Характеристика таких зв'язків може бути елементом аналізу, які завдання бібліотека вирішує через інтерактивний простір. Наприклад, якщо найпопулярнішими посиланнями є лінки на власний сайт бібліотеки, то Facebook-сторінка використовується для поширення та популяризації офіційного ресурсу. Так, Бібліотека Конгресу у своїх публікаціях використовує два гіперпосилання: на офіційний сайт бібліотеки (loc.gov) та сторінку блогів на офіційному сайті бібліотеки (blogs.loc.gov) за жовтень 2017 р. Було визначено, що найпопулярніші посилання Бібліотеки Конгресу на офіційний сайт бібліотеки, тобто, представництво використовується для поширення і популяризації власного ресурсу. Тому з вищесказаного випливає висновок, що фейсбук-сторінкам характерна поліфункціональність, яка пов'язана з актуалізацією в соціальних мережах різних функціональних установок.

Фейсбукери стверджують, що ідеальна публікація для просування контенту в інтерактивному середовищі мас-медіа – це доволі короткий пост. Такі пости, як правило, отримують більшу кількість уподобань і коментарів,

іншими словами, велику реакцію та залученість читачів. Тому можна впевнено стверджувати, що ідеальний пост бібліотечної сторінки – це короткий, чіткий, зрозумілий та простий допис. Отже, можна аналізувати довжину бібліотечних постів залежно від мети дослідження, використовуючи автоматичний або ручний моніторинг. Так, проаналізувавши довжину публікацій сторінки НБУВ й НЮБ у соціальній мережі Facebook, ми виявили, що найчастіше публікуються пости довжиною до 500 символів.

Дуже важливою складовою аналізу сторінки є періодичність оновлення та подальший аналіз зв'язку цього показника з інтерактивністю та загальною популярністю сторінки. Це може бути інструментом коригування стратегії наповнення бібліотечної сторінки в соціальних медіа. Наприклад, у сторінки НБУВ у Facebook майже 30 % повідомлень опубліковано в середині робочого тижня (дані за жовтень 2015 р.), тоді як у вихідні дні майже відсутні публікації. Така особливість цілком узгоджується із специфікою робочого часу бібліотечного співробітника, що відповідає за наповнення сторінки в соціальних медіа. Водночас перевірка ефективності публікацій за показниками вподобань, коментарів, репостів виявила, що найбільшу ефективність мають пости, опубліковані у вихідні дні. Власне, питання ефективності часу та періодичності публікації в бібліотечних соціальних мережах заслуговує на окремий аналіз, у тому числі і в контексті вироблення підходів до організації роботи бібліотекарів – фахівців із соціальних мереж [151].

Дуже цікавим аспектом дослідження бібліотечної сторінки є також аналіз аудиторії за географічною, професійною, віковою (за можливості) складовою та порівняння аудиторій офіційного сайту й інтерактивних представництв.

Був проведений аналіз найактивніших користувачів Бібліотеки Конгресу у Facebook за допомогою ручного моніторингу, який показав, що 20% – це представники економічної сфери, 13,3% – представники медичної

галузі, 6,7% – представники міжнародних відносин, 6,7% – представники інформаційних технологій, 6,7% – представники авіаційної сфери, 6,7% – представники педагогічної діяльності, 6,7% – продюсери. Аналіз читачів представництва Бібліотеки Конгресу показав, що бібліотека орієнтована на широке коло користувачів різних галузей. Припустимо, що залучення суміжного контенту дозволить залучити нових читачів.

Також не менш цікавий був проведений аналіз користувачів представництва Бібліотеки Конгресу у Facebook за географічною складовою (за допомогою програми Facebook Insights), який представив такі результати: найбільше користувачів із США (55,3%), Бразилії (3,6%), Індії (3,4%), Єгипту (2,5%), Мексики (1,7%), Пакистану (1,6%), Італії (1,3%), Філіппінів (1,3%), Канади (1,2%) та ін. Аналіз аудиторії надав можливість виявити охоплення аудиторії офіційного представництва бібліотеки. Для наочності наведемо візуалізацію отриманих результатів на рис. 3.1, у яких показник аудиторії Бібліотеки Конгресу в соціальній мережі Facebook варіюється від 1036 до 208 512, графічно – від світлого до темного кольору.

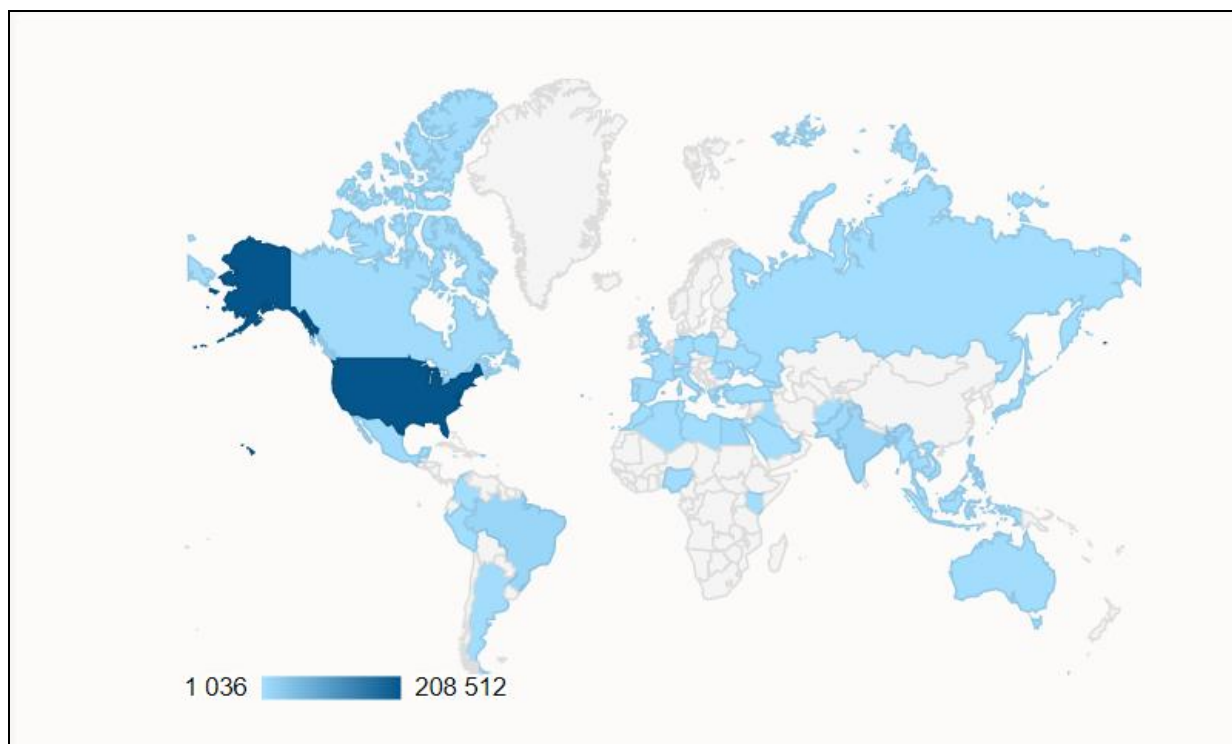


Рис. 3.1. Аудиторія представництва Бібліотеки Конгресу у Facebook

Цікавим видається аналіз дописів читачів за їх наявності на сторінці бібліотеки в соціальній мережі як важливого способу зворотного зв'язку та складової комунікації бібліотека – користувач. Дописи, у свою чергу, можна аналізувати за реакцією читачів і бібліотеки (уподобаннями, коментарями й репостами). За потреби можна аналізувати коментарі бібліотеки: «надала відгук», «видалила допис» і «не взяла до уваги», час відповіді на заявлений допис читача, а також періодичність написання дописів читачами.

На сьогодні метод моделювання широко використовується бібліотекознавцями для дослідження бібліотечних систем та процесів. Зокрема, пропонуються моделі бібліотеки, серед яких можна відзначити моделі Ю. М. Столярова [141], М. С. Слободяника [132], В. П. Леонова [75].

Наприклад, Ю. М. Столяров запропонував сутнісну модель бібліотеки, представлену двома контурами. Перший становлять елементи: бібліотечний фонд, контингент користувачів, матеріально-технічна база, бібліотечний персонал. Другий контур – це моделі названих чотирьох елементів і бібліотеки в цілому [141].

У цьому дослідженні пропонується інформаційно-комунікаційна модель бібліотечного представництва в соціальних медіа (Додаток Д).

Запропонована модель дає можливість простежити взаємозв'язки між її елементами, з'ясувати вплив розвитку (або його відсутності) якогось одного з них на решту і визначити напрями підвищення ефективності використання бібліотекою соціальних медіа.

Суб'єктом, що реалізовує функціонування бібліотечного представництва в соціальних медіа, є бібліотека, керуючись при цьому визначеними метою та завданнями такого представництва. Мета та завдання бібліотек можуть відрізнятись, залежно від виду, типу та підпорядкування бібліотеки. Наприклад, для наукової бібліотеки завданнями можуть виступати популяризація наукових ресурсів, допомога спільним науковим дослідженням, створення платформи для наукової комунікації тощо.

Другий елемент моделі – мета та завдання бібліотечного представництва в соціальних медіа стає підґрунтям для створення, наповнення, модерації представництва. Отже, відповідно до пропонованої моделі бібліотечного представництва в соціальних медіа, визначення мети та завдань бібліотекою стає поштовхом для створення чи системного розвитку бібліотечного представництва.

Що стосується третього елементу моделі – бібліотечного представництва в соціальних медіа, – то з позиції соціально-комунікаційного підходу пропонуємо розглядати його як комунікативний простір – майданчик (сукупність інформаційних онлайн-ресурсів) для реалізації комунікативних стратегій, процесу взаємодії бібліотеки і користувача, бібліотеки і бібліотеки, користувача та користувача (за посередництва бібліотеки) та представлення контенту.

Як впливає із сказаного, комунікація за посередництвом бібліотечного представництва в соціальних медіа відбувається за такими основними векторами: «бібліотека – користувач», «бібліотека – бібліотека», «користувач – користувач». У першому випадку йдеться про інформування користувачів (про заходи й події, графік роботи бібліотеки; інформування про продукти та послуги, розкриття фондів, повідомлення про нові надходження; стратегії, спрямовані на популяризацію бібліотеки; висвітлення суспільно важливих подій тощо. Також цей вектор передбачає зворотний зв'язок з користувачами: відгуки, пропозиції, анкетування і опитування, реалізацію колаборативних проєктів тощо. Зауважимо, що користувачами можуть виступати як окремі особи, так і групи. Як колективні користувачі можуть виступати інститути громадянського суспільства (ідеться про комунікацію, де бібліотека виступає партнером волонтерських ініціатив різного роду, співпрацює з громадськими об'єднаннями, територіальними громадами тощо).

Вектор «бібліотека – бібліотека» охоплює взаємодію широкого кола спеціалістів бібліотечної галузі в контексті фахової, наукової та

неформальної комунікації. Ідеться, зокрема, про реалізацію корпоративних проектів різного рівня, налагодження співпраці бібліотек, професійні дискусії, підвищення кваліфікації (конференції, семінари). У широкому розумінні зазначений вектор може охоплювати комунікацію загалом з інформаційними, культурними інституціями (інформаційними центрами, музеями, архівами).

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.

Всі зазначені вектори комунікації передбачають створення і публікацію контенту. Цим терміном описуватимемо всю інформацію, яка транслюється бібліотечним представництвом в соціальних медіа. Можна виокремити первинний (інформація, створена бібліотекою) і вторинний (републікації інших джерел інформації) бібліотечний контент. За авторством публікації, окрім бібліотечного контенту, можуть бути користувацькими та колаборативними (із спільним авторством бібліотеки і користувача). Такі характеристики соціальних медіа, як гіпертекстуальність – створення гіпертексту (сукупності пов'язаних текстів і посилань); мультимедійність – використання різних знакових систем (вербальної, графічної, звукової, фото, відео, анімаційної); інтерактивність (ступінь взаємодії у соціальній мережі, полілоговість) визначають характеристики контенту бібліотечного представництва в соціальних медіа. Водночас інтерактивність, як і демократичність визначають орієнтованість бібліотечного представництва в соціальних медіа на користувача як суб'єкта комунікації.

Отже, на основі моделі бібліотечного представництва в соціальних медіа, формується система використання бібліотеками соціальних медіа – складна та впорядкована множина елементів (суб'єктів – бібліотеки,

користувачів; та об'єктів – сукупності інформаційних онлайнових ресурсів), та зв'язків між ними.

Таким чином, розроблена модель бібліотечного представництва в соціальних медіа дає змогу визначити напрями підвищення ефективності використання бібліотекою соціальних медіа, які передбачають:

- визначення мети та завдань бібліотечного представництва в соціальних медіа;
- визначення аудиторії бібліотечного представництва в соціальних медіа;
- вироблення контенту бібліотечного представництва в соціальних медіа;
- забезпечення комунікації за векторами бібліотека – бібліотека, бібліотека – користувач, користувач – користувач;
- визначення ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа;
- забезпечення навчання бібліотечних фахівців щодо створення, наповнення та модерації бібліотечного представництва в соціальних медіа.

При цьому, необхідно зазначити, що модель бібліотечного представництва в соціальних медіа враховує створення відповідної матеріально-технічної бази, а саме – бібліотечної комп'ютеризації й інтернетизації бібліотечної діяльності.

Створення, наповнення, модерацію бібліотечного представництва та визначення його ефективності організовують саме бібліотечні фахівці. Тільки за умов трансформації бібліотечного фахівця стає можливим розвиток бібліотечного представництва, який сьогодні потребує користувач.

Отже, задля формування, наповнення ефективного функціонування бібліотечного представництва в соціальних медіа бібліотеки повинні визначити мету та завдання; бібліотечні фахівці мають володіти спеціальними знаннями, необхідними для роботи із соціальними медіа, адже формування та наповнення бібліотечного контенту потребує відповідних

професійних навичок; користувачі повинні брати участь у формуванні бібліотечного контенту.

3.3. Формування стратегії бібліотечного представництва у соціальних медіа

Соціальні медіа відіграють все більш важливу роль у бібліотеці, ефективно досягаючи своїх стратегічних цілей.

Важко не погодитися з твердженням Е. Ленарца, який наголошує, що формування стратегії бібліотечного представництва в соціальних медіа є «першим і найважливішим кроком бібліотеки» [254] перед початком роботи в соціальних медіа.

Розробка керівних принципів або політики щодо створення бібліотечного представництва в соціальних медіа повинна сприяти використанню соціальних медіа у створенні спільноти, а керівні принципи повинні бути «максимально простими та зрозумілими» [254]. Бібліотекам необхідно планувати впровадження соціальних медіа та визначати мету реалізації стратегії бібліотечного представництва в них.

На сьогодні проблема вироблення стратегії та аналізу ефективної присутності бібліотек у соціальних медіа перебуває у полі зору наукового бібліотечного співтовариства.

О. В. Воскобойнікова-Гузєва, досліджуючи процеси розвитку і трансформації бібліотечно-інформаційної сфери України в період 1990–2010-х років, детально розглянула стратегічні орієнтири розвитку провідних бібліотек світу, обґрунтувала перспективну модернізаційну модель розвитку бібліотечно-інформаційних установ, простежила генезис фахового уявлення шляхів розвитку вітчизняної бібліотечної системи [24].

О. Ю. Мар'їна у своєму дослідженні «Бібліотека в цифровому просторі» запропонувала контент-стратегію розвитку бібліотек у цифровому просторі, визначила основні тенденції цифрової адаптації бібліотек, напрями та динаміку створення цифрових активів, мережевих продуктів та послуг; узагальнила особливості застосування новітнього техніко-технологічного інструментарію та соціокомунікаційних технологій

для підвищення ефективності цифрової модернізації бібліотечних установ; окреслила можливості стимулювання залученості користувачів у бібліотечну діяльність [83].

Для успішної реалізації стратегії бібліотечного представництва в соціальних медіа потрібна чітко визначена мета. Як стверджує Е. Ленарц, «соціальні медіа володіють потенціалом для значних можливостей, а також серйозних наслідків для студентів, співробітників, викладачів, адміністраторів бібліотеки та навчального закладу в цілому» [254]. Встановлення керівних принципів допоможе запобігти виникненню негативних проблем і, як наслідок, приведе до збільшення використання і ефективності соціальних медіа в цілому.

Як приклади вироблення керівних принципів можна навести стратегію соціальних медіа Національної бібліотеки Австралії Social media strategy [279], яка складається із 6 розділів, у яких зазначено, що бібліотека використовує інструменти соціальних медіа для просування, розвитку та надання послуг і збору матеріалів. Бібліотека найбільш активно використовує бібліотечне представництво у Twitter і Facebook для підтримки комунікаційних та маркетингових заходів: трансляції новин; просування подій, послуг і збору матеріалів.

Бібліотека також має акаунти в інших соціальних медіа: YouTube, Flickr, Instagram і Slideshare, які використовуються як спеціальні ширококомовні канали для обміну навчальними та рекламними матеріалами, такими як інтерв'ю з співробітниками бібліотеки, презентаціями і матеріалами щодо використання скрінкастів бібліотеки.

Бібліотека має п'ять блогів, які створені за допомогою програмного забезпечення WordPress і відрізняються за подіями; послугами бібліотеки, наприклад, веб-архівуванням; загальним збором матеріалів, наприклад, публікацій; заходами щодо їх збереження.

На додаток до діяльності, пов'язаної з бібліотекою, співробітники бібліотеки створюють спеціалізовані канали соціальних медіа. Найбільш

примітним прикладом є агрегатор Trove, де соціальні мережі є основним компонентом комунікаційної та маркетингової стратегії. Мережеве представництво TroveTwitter надає читачам посилання на актуальні історичні газети та інші матеріали і є ідеальним каналом щодо інформування про нові сервіси, щоб користувачі могли спілкуватися з бібліотекою і один з одним.

Наступним етапом в стратегії визначаються цілі бібліотеки. Стратегічні напрями роботи бібліотеки: використовувати нові можливості в цифровому середовищі; підтримувати дослідження і навчання протягом усього життя для всіх австралійців, максимально використовуючи онлайн-доступ до колекцій і послуг; підтримувати і зміцнювати взаємодію з австралійськими спільнотами через можливості і послуги соціальних медіа, оптимізованих для мобільних пристроїв.

Цілями зовнішньої діяльності бібліотеки є: первинні – забезпечення громадської обізнаності про послуги, колекції та заходи; керування репутацією бібліотеки і зміцнення бренду; побудова відносин через взаємодію із спільнотою; гнучкі – дослідження і розуміння користувачів; підтримка користувачів; взаємодія із спільнотою, наприклад, спільне створення тегів Trove; забезпечення професійних навичок фахівців; сприяння обміну знаннями, наприклад, веб-архівації блогу.

Цілями всієї діяльності бібліотеки є: збільшення використання послуг і колекцій бібліотеки; підвищення і збереження репутації; бути активним у просторі соціальних медіа; збільшення взаємодії з користувачами; отримання зворотного зв'язку.

Окремим розділом стратегії є інформування про переваги у використанні різних типів соціальних медіа: підвищення поінформованості про послуги, заходи і збір матеріалів; управління репутацією та зміцнення бренду; побудова відносин за допомогою взаємодії; дослідження і розуміння користувачів.

Стратегія містить рекомендації щодо ресурсів у впровадженні соціальних медіа: надання часу фахівцю, щоб координувати соціальні медіа у реалізації поставлених цілей; надання часу іншим фахівцям, які відповідають за контент.

Бібліотека визнає, що необхідно постійно розробляти стандарти звітності для соціальних мереж. Стандарти повинні розроблятися, щоб відображати унікальні характеристики середовища і проблеми, пов'язані з визначенням ефективності. Тим часом бібліотека інформує, що відстежує читачів і коментарі, а також відслідковує хештеги, ключові слова та намагається виміряти ефективність.

Розроблена стратегія містить інформацію про ряд ключових обов'язків, пов'язаних із плануванням, управлінням і підтримкою поточної діяльності бібліотечного представництва в соціальних медіа. Фахівці можуть виконувати одну роль (наприклад, бути контент-менеджером) або можуть виконувати кілька ролей (контент-менеджер і радник/експерт).

Бібліотека надає список посад щодо роботи у соціальних медіа:

1. Координатор соціальних медіа – відповідає за управління корпоративними акаунтами бібліотеки; публікування повідомлень для корпоративних акаунтів бібліотеки від імені інших співробітників бібліотеки; надання відповідей на запитання, коментарі та взаємодії по каналах бібліотеки; координацію створення контенту розробляючи плани публікацій, визначення актуального контенту, планування подій; інтегрування соціальних медіа в маркетингову діяльність; навчання і розробку документації; дослідження, тестування і оцінку нових платформ та інструментів моніторингу; обговорення небібліотечних каналів і участь у відповідних заходах.

2. Контент-менеджер – відповідає за створення контенту; відправлення контенту координатору соціальних медіа; відстеження каналу щодо запитань та надання відповідей; надання «експертної» консультації.

3. Адміністратор каналу – відповідає за визначення цілей; керування ресурсами; перегляд контенту (редакційного) і опублікування контенту для каналів; координаційний моніторинг і звітність; проведення оцінки; координування навчання.

4. Радник/експерт – відповідає за відповіді на коментарі та надання консультацій; надання технічної підготовки фахівцям; технічну підтримку, включаючи створення каналів; консультацію фахівців по контенту; репутацію/відносини з громадськістю.

5. Стратеги – відповідають за розробку стратегії; дослідження веб-середовища; затвердження нових каналів.

У стратегії зазначаються дві моделі управління соціальними медіа. У першій моделі основною позицією виступає участь фахівців бібліотеки, а також користувачів. Інша модель управління соціальними медіа є децентралізованою, яка дозволяє окремим відділам адмініструвати ресурси. Основною групою моделі виступають стратеги, які надають підтримку за допомогою створення заходів щодо підвищення кваліфікації співробітників, контролюють дотриманням вимог політики бібліотеки та надають рекомендації щодо її розвитку. Акаунти бібліотеки залежать від кваліфікованого штату бібліотеки, який забезпечує навчання, визначає ефективність бібліотечного представництва в соціальних медіа.

У стратегії зазначається, що вона необхідна для того, щоб підтримувати рівень активності бібліотеки в соціальних медіа. Метою зазначеної стратегії є визначення ресурсів і моделей технологічного процесу, необхідних для того, щоб досягнути цілі бібліотеки.

Не менш важливою є політика соціальних медіа Національної бібліотеки Австралії Social media policy [278] призначена для забезпечення роботи фахівців бібліотечного представництва в соціальних медіа. Сферою застосування політики є соціальні мережі, мікроблоги, блоги, форуми, вікі-проекти. Політикою соціальних медіа визначаються також вимоги щодо їх офіційного використання, серед яких:

1. Отримання згоди завідувача відділу, задля використання соціальних медіа офіційно.
2. Дотримання вимог фахівців бібліотеки правил та інструкцій в Інтернеті та електронній пошті (внутрішній документ, який доступний у внутрішній мережі).
3. Забороняється коментувати діяльність іншого відділу чи підрозділу бібліотеки, крім надання фактичної інформації, яка є у загальнодоступному звіті, якщо фахівці не мають повноважень.
4. Уникнення будь-яких тверджень, які можуть негативно вплинути на імідж бібліотеки.
5. Отримання дозволу на розголошення офіційної інформації.
6. Дотримання законів, що стосуються клевети, конфіденційності та захисту інтелектуальної власності.

У політиці також дається визначення невідповідного використання соціальних медіа: ведення приватного бізнесу; використання дискримінаційної, образливої або іншої неприйнятної мови у публікаціях; доступ, завантаження або передача інформації про використання зброї, вибухових речовин та інших засобів насильства чи тероризму; доступ, завантаження або передача будь-якого матеріалу, який вважається незаконним відповідно до законодавства Австралії; доступ, завантаження або передача ненависних промов та відкритого расизму; порушення цілісності даних або інформаційних служб бібліотеки тощо.

Зазначається, що бібліотека, згідно з політикою використання соціальних медіа, має право видаляти чи вимагати від фахівця видалення будь-якого матеріалу, в якому порушуються правила, описані у політиці.

Щодо політики соціальних медіа Social media policy Публічної бібліотеки Глісона [277] (США), яка відповідно до місії бібліотеки «сприяти особистим і цивільним зв'язкам, охоплювати навчання та пошук знань, надавати професійні послуги ...», використовує соціальні медіа, відповідно до яких фахівці бібліотеки і користувачі можуть взаємодіяти. Ця політика

регулює публікації і коментарі офіційних бібліотечних представництв у соціальних медіа.

Використання бібліотекою соціальних медіа може включати просування заходів, можливості для волонтерів, довідкову допомогу або інші подібні заходи для реалізації місії бібліотеки.

Окремо в політиці звернуто увагу на контент, який створюють користувачі. Повідомлення будуть видалені і користувач може бути позбавлений можливості публікувати будь-які наступні повідомлення на офіційному бібліотечному представництві соціальних медіа у разі публікування:

1. Нецензурного або расистського контенту;
2. Образ або загрозової мови;
3. Наклепницьких тверджень;
4. Плагіату або матеріалів, захищених авторськими правами;
5. Особистої інформації, опублікованої без згоди;
6. Коментарів, які повністю не пов'язані зі змістом форуму;
7. Гіперпосилань на матеріал, які безпосередньо не пов'язані з обговоренням;
8. Комерційних акцій або спаму;
9. Організованої політичної діяльності;
10. Світлин, які потрапляють у будь-яку з вищевказаних категорій.

Так, актуальною є політика Бібліотеки Конгресу щодо коментарів та публікацій у соціальних медіа (Comment & Posting Policy) [220]. Як вказано на сайті Бібліотеки Конгресу, не допускається дискримінації щодо будь-яких поглядів, проте, представники бібліотеки можуть контролювати будь-який контент, створений користувачами, на свій розсуд і залишають за собою право видаляти контент з будь-якої причини без згоди. Нижче представлені основні правила (оновлення сторінки від 28 лютого 2017 р.):

1. Ми видалятимемо контент, який явно не відповідає тематиці.

2. Ми видалятимемо образливий, вульгарний, расистський, загрозливий контент або образливі терміни, призначені для конкретних осіб або груп.

3. Ми видалятимемо спам і контент, який просуває продукти та послуги, або пов'язаний з політичною кампанією, лобіюванням.

4. Ми можемо видалити контент, що містить особисту інформацію (власну або чужу), у тому числі домашню адресу, домашній або мобільний номер телефону, персональну адресу електронної пошти, щоб захистити конфіденційність.

5. Необґрунтовані гіперпосилання на сайти і повторні подання одних і тих же (або дуже схожих) публікацій розглядатимуться як спам і можуть привести до видалення контенту.

6. Не відправляйте нічого, що Ви не маєте права відправити. Ми не будемо публікувати коментарі, що публікуються без дозволу та будемо слідувати процедурі повідомлення та видалення матеріалів у разі скарг на порушення авторських прав відповідно до «Закону про захист авторських прав у цифрову епоху».

7. Ми публікуємо контент тільки від дописувачів, які старші 13 років.

8. Комунікація, що створюється за допомогою постів в соціальних мережах жодним чином не буде являти собою юридичне та офіційне повідомлення, коментар Бібліотеці Конгресу або будь-якій посадовій особі чи співробітнику бібліотеки для будь-яких цілей.

9. Користувацький контент публікується в суспільне надбання, якщо учасник чітко не стверджує інакше, тому не представляйте те, що Ви не хочете транслювати широкій публіці.

10. Можуть бути заблоковані користувачі, які не дотримуються цих стандартів поведінки [215].

У політиці соціальних медіа Social Media Policy, яку розробила Публічна бібліотека Роанок (США) [276], зазначається, що контент буде

створений співробітниками бібліотеки для надання допомоги у виконанні місії із забезпечення доступу до знань та інформації, які будуть інформувати, навчати і обслуговувати співтовариство бібліотеки. Значна частина контенту належить до бібліотек, книг і книговидавничої індустрії; програм, подій, фотографій, зображень або спеціальних тем, які спонсоруються бібліотекою, проводяться або просуваються.

У політиці звертається увага на користувацькі дописи та коментарі до яких висунуті вимоги побудовані на схожих засадах інших політик бібліотек (видалення нецензурного контенту, плагіату, не пов'язаного контенту тощо). Цікавим є те, що окремими розділами політики виступає блог, Facebook, Twitter, LinkedIn, в яких зазначаються вимоги щодо публікування матеріалів, можливість подання апеляції щодо видалення повідомлень, підтримка представництв директором бібліотеки.

На схожих засадах побудована політика соціальних медіа Публічної бібліотеки Квінсленда (Австралія) (SLQ Staff Social Media Policy) [274], метою якої є надати рекомендації фахівцям бібліотеки щодо впорядкування їх роботи в соціальних медіа. Окремими пунктами в політиці зазначаються рекомендації щодо використання соціальних медіа в особистих цілях у разі ідентифікації у якості фахівця бібліотеки; активного просування бібліотеки з особистих акаунтів в соціальних медіа.

Бібліотека університету Каліфорнії Сан Маркос (США) розробила рекомендації Social Media Guidelines [275] щодо соціальних медіа, у яких зазначає, що бібліотека прагне забезпечити активне навчальне середовище для підтримки інформаційних потреб спільноти університету. Бібліотека зазначає, що соціальні медіа визначені як обліковий запис, створений та підтримуваний бібліотекою, що полегшує середовище для співробітників бібліотеки та користувачів для залучення та обговорення поточних подій, пов'язаних з університетом.

У політиці наголошується, що цілями бібліотеки в соціальних медіа є: залучення студентів, співробітників та факультетів університету; створення

діалогу з користувачами; просування послуг, що пропонуються викладачами та співробітниками бібліотеки університету; інформування про події; популяризування порад щодо досліджень та корисних інструментів для науковців.

Бібліотекою розроблено рекомендації в роботі із соціальними медіа:

1. Необхідно робити заголовки і повідомлення короткими; розміщувати контент, який буде корисний, цікавий або привабливий для аудиторії; не відправляти тільки гіперпосилання на інші джерела;
2. Перед публікацією необхідно перевіряти факти, вказувати джерела і перевіряти орфографію і граматику. Не використовувати захищені авторським правом фотографії та зображення.
3. Необхідно оновлювати бібліотечне представництво постійно. Бібліотека рекомендує одну публікацію в день, тобто, до п'яти публікацій на тиждень та щонайменше одну публікацію на тиждень.
4. Необхідно звертати уваги на комунікацію з користувачами.
5. Потрібно стежити за представництвом і створювати обговорення. Регулярно читати повідомлення на своїй сторінці, у тому числі опубліковані іншими користувачами.
6. Захищати конфіденційну інформацію. Все, що розміщено через бібліотечне представництво в соціальних медіа, має відповідати політиці університету.

Наголошується, що бібліотека не публікуватиме матеріали або коментарі, які є непристойними, расистськими, зневажливими: образу або загрозливий мову, наклепницькі твердження, плагіат, комерційні акції або спам.

Окремим аспектом бібліотека повідомляє про доступ до соціальних медіа, а саме про те, що соціальні медіа відкриті для всіх користувачів, окрім тих, які порушують правила сайту, публікують образливі матеріали.

Бібліотека залишає за собою право видаляти будь-які повідомлення або коментарі. Причини видалень включають, але не обмежують: образливу

мову; спам; а також коментарі, що не відносяться до теми. Ці керівні принципи регулюють тільки офіційні соціальні медіа бібліотеки, а не особисті облікові акаунти викладачів і співробітників.

Цікавою видається політика соціальних медіа Бібліотеки Джеррі Фалвелла Університету Ліберті (США) Jerry Falwell Library Social Media Policy [245]. Бібліотека дотримується університетської політики соціальних медіа. Крім того, у бібліотеки є комітет із соціальних медіа, який спостерігає за роботою бібліотеки в соціальних медіа.

Керівник відділу комунікацій та обслуговування користувачів очолює комітет, разом із системним бібліотекарем та двома призначеними контент-менеджерами, розміщують контент і представляють бібліотечне представництво в соціальних медіа. Цей комітет відповідає всім політикам, встановленим університетом, і прагне своєчасно і оперативно надавати відповідну інформацію для користувачів бібліотеки. Бібліотека залишає за собою право видаляти коментарі або повідомлення, які не відповідають політиці.

Аналіз стратегій та політик зарубіжних бібліотек щодо використання соціальних медіа дав можливість окреслити основні напрями діяльності бібліотек, що позиціонуються як стратегічні.

Зокрема можна виділити такі як:

1. Інформування та просування новин, подій, послуг бібліотеки.
2. Збір матеріалів бібліотекою.
3. Обмін навчальними та рекламними матеріалами.
4. Комунікація бібліотеки – користувача, бібліотеки – бібліотеки, користувача – користувача.
5. Залучення студентів, співробітників, факультетів університету.
6. Популяризація порад щодо досліджень та корисних інструментів для науковців.

Водночас аналіз стратегій та політик зарубіжних бібліотек дає змогу виокремити такі спільні тенденції як:

1. Визначення мети, завдань та ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа.
2. Дотримання законів та авторського права під час публікацій.
3. Видалення образливого, вульгарного, расистського, загрозливого контенту або образливі терміни, призначені для конкретних осіб.
4. Видалення контенту, який не відповідає тематиці.
5. Видалення контенту, що містить особисту інформацію.
6. Видалення плагіату або матеріалів, захищених авторськими правами.
7. Видалення спаму і контенту, який просуває продукти та послуги або пов'язаний з політичною кампанією.

Слід зауважити, що на сьогодні вітчизняні бібліотеки поки що не мають ґрунтовних розробок стратегій, політик, детальних інструкцій, які б регламентували діяльність бібліотек у соціальних медіа, тому створення бібліотечних представництв у соціальних медіа відбувається з урахуванням загальноприйнятих вимог до їх функціонування.

Наукові розвідки щодо вироблення стратегій, політик, інструкцій, які б регламентували мету присутності бібліотеки в соціальних медіа, умови її реалізації, принципи наповнення сторінки, визначали б вимоги до користувацького інтерфейсу, правила комунікації між бібліотекою та користувачами мають істотні прогалини.

З огляду на зростаючу роль представленості бібліотек у соціальних медіа, актуальною видається розробка і запровадження стандартів присутності бібліотек у середовищі соціальних медіа, які б сприяли підвищенню їх ефективності як каналів соціальних комунікацій.

Визначення початку планування реалізації соціальних медіа є важким завданням, особливо якщо незначна кількість фахівців бібліотеки має досвід роботи із соціальними медіа. Уникнення неефективного використання соціальних медіа тісно пов'язане з цілеспрямованим плануванням. Перше

запитання, яке необхідно розглянути в процесі планування впровадження соціальних медіа для бібліотеки, – яка мета реалізації соціальних медіа?

Бібліотечне представництво в соціальних медіа повинно визначати мету та відповідати на запитання: Чому бібліотека хоче працювати в соціальних медіа? Яка мета бібліотеки в соціальних медіа? Як бібліотека буде визначати ефективність бібліотечного представництва в соціальних медіа? Хто є цільовою аудиторією бібліотечного представництва в соціальних медіа? Які дописи будуть стимулювати користувачів поширювати контент бібліотеки?

Стратегія бібліотечного представництва в соціальних медіа передбачає розробку цілей, які базуються на чіткому розумінні комунікації в соціальних медіа. Соціальні медіа – це розвиток відносин та побудова спільнот, тому стратегії комунікації повинні мати це на увазі та віддавати перевагу спілкуванню; важливо пам'ятати про те, що спілкування повинно бути діалоговим, а також не дозволяти публікаціям перетворюватись у монолог. Соціальні медіа включають часові зобов'язання, а не просто час для публікації та коментування. Час необхідний для того, щоб слухати спільноту, оскільки бібліотека встановлює присутність у соціальних медіа, формуючи відносини з аудиторією, а також відстежуючи, оцінюючи та адаптуючи свої зусилля.

Задля функціонування бібліотечного представництва в соціальних медіа бібліотеки повинні визначити мету, бібліотечні фахівці володіти спеціальними знаннями.

Враховуючи інтенсивний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, постійно існує потреба в навчанні бібліотечних фахівців.

Д. Райлі-Хафф та Дж. Ролс обговорили технологічні навички та бібліотечну діяльність, відзначаючи необхідність вдосконалення навичок, пов'язаних з «інтеграцією прикладних програмних інтерфейсів Веб 2.0 та платформи соціальних мереж» [271]. Дж. Муллінс зазначив: «Набір навичок для бібліотекарів буде продовжувати розвиватись відповідно до потреб та

очікувань змінюваного населення (студентів та викладачів), які вони обслуговують» [267]. Бібліотеки, які активно працюють в соціальних медіа, говорять про необхідність створення базових навичок комп'ютерної грамотності як найважливіших навичок, необхідних для впровадження соціальних медіа в бібліотеках. Здебільшого основними навичками комп'ютерної грамотності є навички, що використовуються бібліотечними фахівцями в повсякденних робочих ситуаціях для виконання ними своїх службових обов'язків. Ці навички можуть включати, але не обмежуватись ними: введення тексту та даних; основи файлової системи: знання про встановлення та запуск програм. Також корисно знати, як використовувати базові компоненти операційної системи, наприклад, панель заголовку, панель меню, панель інструментів, панель завдань. Також важливим є використання веб-браузера: навігація на веб-сайтах, проведення пошуків через пошукову систему та завантаження файлів. Відкриття декількох вкладок браузера та вікон може бути корисним під час навігації між різними соціальними медіа. Корисними будуть і комунікаційні навички: використання миттєвих повідомлень, чатів.

Бібліотечні фахівці повинні досягти базового рівня компетентності в галузі комп'ютерної грамотності, щоб успішно працювати в соціальних медіа. Рішучість, наполегливість та терпіння допоможуть більшості бібліотечних фахівців, які будуть працювати в соціальних медіа. Наприклад, можна створити список основних навичок комп'ютерної грамотності для соціальних медіа, який допоможе забезпечити, щоб основні навички були досягнуті всіма співробітниками, що працюють з користувачами бібліотеки.

Співробітники бібліотеки, які працюють у соціальних медіа, повинні мати можливість продемонструвати свої знання: читати та надсилати електронні листи та обробляти вкладення електронної пошти; знайти та отримати інформацію з Інтернету; завантажувати, переглядати та зберігати файли з Інтернету; змінювати шрифт, розмір шрифту, вирівнювання або стиль (жирний, курсив, підкреслення) тексту; вставляти зображення або

інші медійні об'єкти (наприклад, аудіо- чи відеоматеріали) у файлах; змінювати розмір та переміщати медіа-об'єкти; створювати гіперпосилання; перевіряти орфографію та послідовність, виправляти помилки та редагувати файли.

Якщо виявлено, що бібліотечні фахівці, які залучені до роботи із соціальними медіа в бібліотеці, не володіють достатніми навичками комп'ютерної грамотності, необхідно розробити заходи щодо підвищення кваліфікації. Наприклад, можна провести семінари, індивідуальні заняття, майстер-класи; знайти онлайн-ресурси, які можуть використовуватись при навчанні. Для того, щоб фахівці бібліотеки мали нагоду та час стати впевненими, компетентними та спроможними користувачами технологій, бібліотека повинна мати кваліфікований набір співробітників, який допоможе розвивати бібліотечне представництво в соціальних медіа.

Задля ефективного використання соціальних медіа необхідно розробити інструкцію чи політику. Якщо бібліотека планує використовувати ті чи інші соціальні медіа, у першу чергу розробка повинна стосуватись тієї мережі. Наприклад, можна встановити політику щодо використання Twitter, Facebook, YouTube або інших соціальних мереж. Процес розробки політики може забезпечити суттєве розуміння використання бібліотечним представництвом соціальних медіа. Наприклад, як було розглянуто вище, Публічна бібліотека Роанок (США) [276] розробила політику на подібних засадах, виокремлюючи блог, Facebook, Twitter, LinkedIn.

«Ефективні керівні принципи встановлять стратегію соціальних медіа, визначать умови використання, очікування та наслідки» [254]. Керівні принципи повинні включати основні визначення щодо того, хто буде постити повідомлення і створювати розклад для публікацій. Інші міркування можуть включати способи реагування на негативні коментарі та налаштування робочих процесів для інтеграції завдань соціальних медіа. Постійна підтримка соціальних медіа та визначення відповідального за

роботу є ще іншим аспектом, який необхідно включити в керівні принципи. Для початку можна розпочати роботу із соціальними медіа у бібліотеці лише з однієї соціальної мережі. Потім можна буде описати керівні принципи та документувати досвід, відзначаючи успіхи та проблеми. Можна відкрити розмову з учасниками соціальних медіа про те, що працює, а що ні. Обов'язково треба переглядати керівні принципи та вносити зміни в політику для інших соціальних медіа, які використовує бібліотека.

Рекомендації та політика найкраще розробляються в межах усього співтовариства, оскільки спільнота, потенційно може включати викладачів, студентів, випускників, адміністраторів та бібліотечних фахівців. Члени кожної з цих груп повинні бути залучені в створення політики соціальних медіа, оскільки, залучаючи повний спектр зацікавлених сторін, співтовариство відображає користувацьку спільноту. Політика або керівні принципи можуть розглядатись як онлайн-розширення основних правил бібліотеки, які вже існують, а також правил, не обмежуючи обслуговування.

Видається доцільним створення комітету із соціальних медіа як це зробила Бібліотека Джеррі Фалвелла Університету Ліберті (США) [245]. Як тільки комітет сформований, будь-яка його робота повинна бути як легкодоступною, так і прозорою. Протоколи засідань комітетів повинні регулярно розміщуватись у соціальних медіа. Якщо це можливо, то для тих, хто не може бути присутнім особисто, слід надати відео-, аудіоматеріали або дистантний доступ. Бібліотечне представництво в соціальних медіа може розглянути можливість включення таких критеріїв.

1. Бібліотека повинна оперативно оновлювати інформацію в соціальних медіа, щонайменше має бути щоденне оновлення.

2. Бібліотека повинна перевіряти інформацію перед публікацією, щоб уникнути потреби оголошення про виправлення або скорочення пізніше. Якщо можливо, треба наводити гіперпосилання на джерела не лише для точності, а й на допомогу в побудові спільноти. Якщо бібліотека виявила помилку під час публікації, її треба швидко виправити та зазначити,

що це виправлення, оскільки відповідальне поводження з помилками заслуговує на повагу в онлайн-спільноті.

3. Необхідно бібліотеці звертати увагу на аудиторію. Студенти, випускники, адміністратори та бібліотечні фахівці можуть бути аудиторією бібліотечного представництва в соціальних медіа. Оскільки соціальні медіа розмивають межі між професійними та особистими відносинами, важливо бібліотеці звернути увагу на публікації та конфіденційність. Також необхідно ретельно обирати світлини до дописів. Щодо аватарів бібліотечного представництва в соціальних медіа, то вони повинні відповідати світлинам офіційної бібліотеки. Використання різного стилю написання повідомлень, повинно залучати увагу аудиторії, але не вважатись непрофесійним.

4. Повідомлення бібліотеки в соціальних медіа повинні бути ввічливими та конструктивними. Необхідно поважати мету спільноти, де бібліотека розміщує повідомлення. Можна створити соціальний медіа-план, написавши відповіді на такі запитання: визначення відповідальних співробітників (Хто буде відповідати за розміщення, підтримку та контроль бібліотечної присутності в соціальних медіа? Чи мають вони необхідні навички та час? Перерахуйте членів команди); обґрунтування цілей та стратегій (Що бібліотека сподівається зробити: запустити рекламну кампанію, рекламувати свій відділ, спілкуватись? Визначте мету та список рекламних тактик, наприклад, перерахунок бібліотечних представництв у соціальних медіа на всіх друкованих матеріалах); визначення ефективності (Що бібліотека хоче отримати? Як бібліотека дізнається, що вона отримала те, що хоче? Чи хоче бібліотека збільшити кількість користувачів офіційного сайту? Чи хоче бібліотека спілкуватися з колегами? Необхідно визначити ефективність); ідентифікація аудиторії бібліотечного представництва (Орієнтація на конкретні групи користувачів, наприклад, студентів, викладачів, які допоможуть адаптувати бібліотеці контент та спілкування; Необхідно перерахувати основну аудиторію бібліотечного

представництва; Чи є у бібліотеки вторинна аудиторія? Необхідно пам'ятати, що просто створити бібліотечне представництво в соціальних медіа недостатньо, важливо запросити користувачів на сторінку); залучення та спілкування (Як бібліотека буде неформально спілкуватись з аудиторією? Необхідно ставити запитання, спілкуватись та писати коментарі; Можна запитати аудиторію якої вони думки про бібліотеку, ресурси бібліотеки тощо; Потрібно залишатись активними та відповідати на коментарі для залучення користувачів); бібліотека повинна слухати (Що говорять про бібліотеку? Хто говорить про бібліотеку? Можна перерахувати, хто говорить, про що і де; Які публікації, коментарі чи розмови викликають більшість відповідей? Можна спробувати створити те, що працює; Якщо певні публікації про події та ресурси популярні в спільноті, то можна зробити припущення щодо опублікування інших подібних подій або ресурсів; Аудиторія підкаже, що вона хоче почути від бібліотеки, так як вона взаємодіє з бібліотекою); визначення бібліотекою контенту (Якому контенту бібліотека надає перевагу? Можна перерахувати контент, який бібліотека буде надсилати через соціальні медіа; Чи буде реакція від користувачів на контент бібліотечного представництва? Як бібліотека створить лояльність? Необхідно оперативно реагувати на коментарі; Необхідно спільно використовувати представництво бібліотеки з користувачами; можна анонсувати події; додавати та оновлювати мультимедійний контент).

5. Визначення ефективності використання бібліотекою соціальних медіа. Необхідно планувати ефективність, виходячи з плану, який вказаний вище, відповідаючи на рекомендаційні запитання. Треба бути готовим переробити контент та стратегію бібліотечного представництва в соціальних медіа. Постійне визначення ефективності повинно бути частиною зусиль бібліотеки.

У результаті аналізу наукових публікацій та документів запропоновано практичні рекомендації для формування стратегії бібліотечного представництва в соціальних медіа, які передбачають:

- визначення мети та завдань бібліотечного представництва в соціальних медіа. Мета та завдання бібліотек можуть відрізнятись, залежно від виду, типу та підпорядкування бібліотеки. Наприклад, для наукової бібліотеки завданнями можуть виступати популяризація наукових ресурсів, допомога спільним науковим дослідженням, створення платформи для наукової комунікації тощо. Так, на сторінці бібліотечного представництва НЮБ у соціальній мережі Facebook (<https://www.facebook.com/nllofua/>) проходять обговорення наукових статей Центру досліджень соціальних комунікацій;

- оцінку ресурсів для створення та підтримки бібліотечного представництва в соціальних медіа (фінансові ресурси, час, технологічні ресурси, професійні навички). У бюджет бібліотеки повинні закладатись кошти на закупку техніки, програмного забезпечення, хостингу; просування ресурсів у мережі Інтернет; залучення фахівців для створення ресурсів, контенту; розробки дизайну, інформаційної архітектури ресурсів; відстеження щодо дотримання вимог авторського права; підвищення кваліфікації фахівців. Час необхідний для того, щоб створити ресурси, потім необхідний час для адміністрування ресурсів. Окрім цього, час повинен бути прописаний у посадовій інструкції фахівця, який відповідає за соціальні медіа. Наприклад, скільки часу він має приділяти соціальним медіа загалом, скільки часу необхідно для постів, коментарів, видалення образливого, вульгарного контенту тощо. Щодо технологічних ресурсів, то необхідно мати техніку, програмне забезпечення, запроваджувати нові технології. Професійні навички можуть включати планування роботи бібліотеки в соціальних медіа, контент-менеджмент, програмування, створення дизайну, написання контенту, формування політики бібліотечного представництва в соціальних медіа, технічне управління,

просування соціальних медіа, оцінку ефективності бібліотечного представництва, дотримання вимог авторського права. Щодо кадрових ресурсів, то слід зазначити, що задля ефективного функціонування бібліотечного представництва в соціальних медіа, необхідно, щоб були задіяні три фахівця – це технічний фахівець, контент-менеджер, фахівець з юридичних питань;

- створення інструкції або політики використання соціальних медіа бібліотеками, яка може містити загальні рекомендації, процедури та обов'язки, керівні принципи контенту, захист конфіденційної інформації, авторське право. Наприклад, до загальних рекомендацій використання бібліотекою соціальних медіа можна віднести: оперативне оновлення бібліотечного представництва в соціальних медіа, перевірка публікації перед опублікуванням допису бібліотекою, визначення аудиторії бібліотечного представництва, окреслення контенту бібліотеки в соціальних медіа тощо;

- визначення ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа. Визначення ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа необхідне задля розуміння того, наскільки досягнуто мету та завдання бібліотечного представництва в соціальних медіа. Це оцінка діяльності бібліотечного представництва в соціальних медіа. Якщо завдання бібліотечного представництва в соціальних медіа – залучення читачів на сторінку бібліотеки, формування лояльності аудиторії, включення в комунікацію, то саме взаємодія є показником досягнутої мети. Відповідно, ефективність бібліотечної сторінки у соціальних медіа має визначатись ефективністю дописів.

Отже, визначення спільних тенденцій стратегій та політик зарубіжних бібліотек дає змогу використовувати їх у роботі вітчизняними бібліотеками або ж, взявши до уваги досвід зарубіжних бібліотек, створювати свої власні стратегії та політики. Таким чином, запропоновані практичні рекомендації для формування стратегії бібліотечного представництва в соціальних медіа

покращать ефективність бібліотечного представництва в соціальних медіа; дозволять регламентувати робочий час фахівця із соціальних медіа з уточненням його посадових обов'язків; визначать фінансові, технологічні та професійні ресурси для підтримки бібліотечного представництва в соціальних медіа; покращать комунікацію за всіма векторами; дадуть можливість збільшити відвідуваність бібліотечного представництва; нададуть змогу підвищити активність користувачів; у результаті приведуть до покращення бібліотечного обслуговування користувачів. Також слід зазначати, що практичні рекомендації для формування стратегії можуть виступати як путівник, який допоможе орієнтуватись бібліотечному представництву в соціальних медіа.

Запропоновані практичні рекомендації для формування стратегії бібліотечного представництва в соціальних медіа не є досконалими, вони можуть змінюватись, доповнюватись та може мати широке обговорення.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

Досліджено представництва бібліотек у соціальних медіа. Основну увагу зосереджено на змістовому аналізі бібліотечного контенту в інтерактивному медіа-середовищі. Розглянуто, як саме використання інструментів соціальних медіа сприяє реалізації завдань і функцій бібліотек.

Охарактеризовано завдання, інструменти і функції бібліотечних представництв у соціальних медіа. Визначено завдання бібліотечних представництв у соціальних медіа: інформування, продукування, посередництва, акумуляції, сприяння, комунікації.

Досліджено використання бібліотеками соціальних медіа для розкриття унікальності фондів, інформування про наповнення фондів, повідомлення про нові надходження, про нові бібліотечні продукти й послуги (бібліографічні покажчики, книги, рекомендаційні бібліографічні списки, видання бібліотеки, бібліотечні блоги, дайджести галузевих інтернет-новин, добірки корисних порад і книжкових порадників, електронні бібліотеки, інформаційно-аналітичні випуски тощо).

Проведено змістовий аналіз бібліотечних представництв у Facebook, який дав можливість з'ясувати смисли, ідеї, трансльовані бібліотекою через соціальні медіа, наприклад, популяризація національної історичної, культурної спадщини, передових наукових здобутків.

Виявлено два підходи до подачі публікацій бібліотекою в соціальні медіа: системний і спорадичний. У першому випадку бібліотека може подавати публікації календарно (за планом) чи надавати перевагу маркетинговій структурі інформувань – висвітлення подій у системі анонс – реліз – постреліз. Спорадичний – представлення публікацій бібліотекою нерегулярно і випадково.

Визначено, що найпоширенішими типами дописів бібліотеки в соціальній мережі Facebook є інформаційно-посередницькі повідомлення, що спрямовані на наповнення інформаційного простору (інформація про

заходи й події в житті бібліотек: іменні читання, виставки, конференції, семінари, майстер-класи, зустрічі, презентації, театральні вечори, екскурсії, вебінари, конкурси, курси з іноземних мов, кіноклуби, читацькі клуби, teens-клуби, тренінги, тематичні години, творчі зустрічі, лабораторні заняття; висвітлення суспільно важливих подій: пам'ятних дат, національних свят, річниць діячів і подій); популяризацію бібліотеки (висвітлення закордонних візитів, зустрічей з політичними, громадськими діячами та студентами; інформування про співпрацю з університетами, бібліотеками університетів, закордонними колегами, інформаційними й соціальними центрами; поширення матеріалів ЗМІ про бібліотеку та бібліотечну тематику; просування послуг) та забезпечення ефективної діяльності бібліотеки (інформування про графік роботи бібліотеки, питання працевлаштування бібліотекарів, підвищення професійної компетенції бібліотекарів).

У результаті дослідження контенту бібліотечних представництв за тематичною спрямованістю і, відповідно, адресатом у соціальних медіа виявлено три типи (вектори) комунікації: бібліотека – користувач, бібліотека – бібліотека, користувач – користувач.

Визначено критерії оцінки ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа: інтерактивність, спрямованість публікацій; тип контенту; гіпертекстуальність; періодичність оновлення; охоплення аудиторії; активність користувачів.

Обґрунтовано зручність, інформативність та доцільність інтерактивного інструментарію з оцінки публікацій (Likes, коментарі, репости), що розміщені на сторінці бібліотеки в соціальній мережі, що дало можливість оцінити ступінь взаємодії бібліотечної публікації в соціальній мережі з користувачами. При цьому інтерактивність може бути оцінена як для окремої публікації, так і визначений усереднений похідний показник, за потреби може бути визначено показник окремих взаємодій, так і їхнє співвідношення (уподобання як відмітка «прочитав, підтримую»;

поширення – «рекомендую до ознайомлення своїм друзям/читачам»; коментар – «маю власну думку з цього приводу»).

У роботі проведено ранжування за отриманими показниками вподобань, коментарів, репостів як окремих бібліотечних публікацій у соціальній мережі, так і сторінок в цілому на такі, що мають високу або низьку інтерактивність. Для обґрунтування відповідних оціночних суджень було визначено середньостатистичний показник, відносно якого й описувався рівень інтерактивності. Наприклад, у результаті аналізу контенту представництва Бібліотеки Конгресу у Facebook (за жовтень 2017 р.) було визначено, що високий показник інтерактивності, тобто 400 вподобань, 38 коментарів, 280 репостів, має публікація (від 17.10.2017 р.) щодо оголошення бібліотекою експериментальної програми для бібліотекарів з розвитку досвіду та спільного використання колекцій установи.

Визначено, що важливими показниками аналізу публікації на сторінці бібліотеки є тематична спрямованість та за аудиторією, які також можна аналізувати на предмет кореляції між собою. Наприклад, публікації сторінки НЮБ у соціальній мережі Facebook за тематикою систематизовані як бібліотечні, наукові, літературні, мистецькі, суспільні, економічні тощо. Тобто публікації сторінки орієнтовані як на користувачів, так і на широке коло фахівців бібліотечної галузі.

Встановлено, що за типом контенту публікації можуть характеризуватись як загальний текстовий контент, мультимедійний контент (фотографії, відео, аудіо), лінки (гіперпосилання на бібліотечні продукти та послуги, традиційні засоби масової інформації, інші посилання), такі специфічні тексти, як опитування чи події. Статистично домінуючим типом контенту є візуальний (світлина) та лінки.

Виявлено «активні» і «неактивні» повідомлення та проаналізовано причини, чому вони не виявляють необхідної реакції у читачів. Звернуто увагу на те, що інформаційні публікації не завжди потребують реакції чи

зворотного зв'язку, тому, говорити про їхню низьку ефективність за критерієм кількості взаємодій не логічно, а отже, важливо під час аналізу враховувати мету публікації. На переконання автора, досягнення мети може вважатись одним з основних критеріїв ефективності публікації, статистичні ж розрахунки є лише одним з інструментів перевірки, наскільки її досягнуто.

Охарактеризовано, що залежно від мети та завдань бібліотеки щодо представлення в соціальних медіа, ефективність визначається за допомогою таких показників: кількість і темп зростання читачів представництва бібліотеки в соціальних медіа; кількість і зміст дописів сторінки бібліотеки; контентна взаємодія бібліотечної спільноти тощо. Наприклад, станом на 1.09.2017 р. аудиторія Бібліотеки Конгресу у Facebook становила 373 908, Twitter – 1057251, Youtube – 64 313, Instagram – 23,32 тис. читачів (фоловерів) і демонструвала стійку тенденцію до зростання – за два з половиною місяці зросла на 3348 у Facebook, 26 815 – у Twitter, 3559 – у Youtube, 2355 в Instagram читачів (станом на 14.11.2017 р.). Визначення кількості читачів та їх темп зростання в різних типах соціальних медіа є одним з показників ефективності для бібліотеки.

Обґрунтовано важливість вибору необхідних показників ефективності в процесі встановлення результатів представлення бібліотеки в інтерактивному просторі. Детальний аналіз показників ефективності дає можливість проводити корегування стратегії і тактики представлення бібліотеки в соціальних медіа.

Встановлено, що за змістом бібліотечні публікації можна аналізувати за наявності хештегів, які найбільш часто вживаються бібліотекою. Наприклад, сторінка НБУВ у соціальній мережі Facebook у середньому за місяць використовує 5–7 хештегів у своїх публікаціях, серед яких: #НБУВ, #Ресурси_НБУВ, #НБУВ_в_соціальних_медіа, #відзнаки_НБУВ, #наукові_видання_НБУВ. Найбільше бібліотека застосовує в цій вибірці хештег #НБУВ, але найбільшу увагу читачів привернули

«#наукові_видання_НБУВ та #відзнаки_НБУВ». Це дає змогу припустити, що інформативні хештеги на основі конкретних словосполучень, надаючи повну інформацію як індикатора публікації, є ефективними. Водночас необхідно звернути увагу на те, що використання бібліотекою лаконічного хештега #НБУВ розширює можливості тематичного пошуку в соціальній мережі Facebook і залучає більше читачів на сторінку.

Визначено, що створений бібліотекою гіпертекст (сукупність текстів і посилань) є перспективним матеріалом для аналізу. Наприклад, Бібліотека Конгресу переважно у своїх публікаціях використовує два гіперпосилання: на офіційний сайт бібліотеки (loc.gov) та сторінку блогів на офіційному сайті бібліотеки (blogs.loc.gov). Було визначено, що найпопулярніші посилання Бібліотеки Конгресу на офіційний сайт бібліотеки, тобто, фейсбук-сторінка використовується для поширення і популяризації власного ресурсу.

Обґрунтовано, що важливою складовою аналізу сторінки є періодичність оновлення та подальший аналіз зв'язку цього показника з інтерактивністю та загальною популярністю сторінки. Це може бути одним з інструментів коригування стратегії наповнення бібліотечної сторінки в соціальних медіа. Наприклад, у сторінки НБУВ майже 30 % повідомлень публікуються в середині робочого тижня, тоді як у вихідні дні публікації майже відсутні. Така особливість цілком узгоджується із специфікою робочого часу бібліотечного фахівця, що відповідає за наповнення сторінки в соціальних медіа. Водночас дослідження публікацій за показниками вподобань, коментарів, репостів виявило, що найбільшу ефективність мають дописи, опубліковані у вихідні дні.

Обґрунтовано, що важливою складовою аналізу сторінки є періодичність оновлення та подальший аналіз зв'язку цього показника з інтерактивністю та загальною популярністю сторінки. Це може бути одним з інструментів коригування стратегії наповнення бібліотечної сторінки в соціальних медіа. Наприклад, у сторінки НБУВ майже 30 % повідомлень

публікуються в середині робочого тижня, тоді як у вихідні дні публікації майже відсутні. Така особливість цілком узгоджується із специфікою робочого часу бібліотечного фахівця, що відповідає за наповнення сторінки в соціальних медіа. Водночас дослідження публікацій за показниками вподобань, коментарів, репостів виявило, що найбільшу ефективність мають дописи, опубліковані у вихідні дні.

Запропоновано практичні рекомендації для формування стратегії бібліотечного представництва в соціальних медіа, які передбачають: визначення мети та завдань бібліотечного представництва в соціальних медіа; оцінку ресурсів для створення та підтримки бібліотечного представництва в соціальних медіа (фінансові ресурси, час, технологічні ресурси, професійні навички); створення інструкції або політики використання соціальних медіа бібліотеками, яка міститиме загальні рекомендації, процедури та обов'язки, керівні принципи контенту, захист конфіденційної інформації, авторське право; визначення ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа.

Обґрунтовано, що запропоновані практичні рекомендації для формування стратегії бібліотечного представництва в соціальних медіа покращать ефективність бібліотечного представництва в соціальних медіа; дадуть змогу регламентувати робочий час фахівця із соціальних медіа з уточненням його посадових обов'язків; визначать фінансові, технологічні та професійні ресурси для підтримки бібліотечного представництва в соціальних медіа; покращать комунікацію за всіма векторами; дадуть можливість збільшити відвідуваність бібліотечного представництва; нададуть змогу підвищити активність користувачів; у результаті приведуть до покращення бібліотечного обслуговування користувачів.

У третьому розділі дисертації подано основні результати з наукових праць, включених до Списку публікацій здобувача за темою дисертації і представлених у Списку використаних джерел: [151], [158], [155], [150].

ВИСНОВКИ

У процесі дослідження досягнуто мету дисертації, яка полягає у визначенні й охарактеризуванні бібліотечного сегмента соціальних медіа, розкритті засад його формування і функціонування в контексті використання соціальних медіа, створено інформаційно-комунікаційну модель цього процесу, вирішено поставлені завдання, що дало підстави для таких наукових висновків:

1. Різні аспекти бібліотечного представництва в соціальних медіа було висвітлено в працях таких науковців, як О. С. Онищенко, В. М. Горовий, Т. Ю. Гранчак, Ю. М. Половинчак, І. О. Давидова, В. О. Ільганаєва, О. Ю. Мар'їна, К. В. Лобузїна, О. І. Горошко, Є. В. Кулик та ін., чий науковий доробок став теоретичним підґрунтям для розуміння специфіки, завдань та значення соціальних медіа в системі бібліотечної діяльності. Проте дослідження згаданих учених не передбачали комплексного аналізу питання, вивчення та узагальнення досвіду використання соціальних медіа зарубіжними й вітчизняними бібліотеками, ґрунтовного розгляду перспективних напрямів розвитку представництва бібліотеки в соціальних медіа.

2. У процесі дослідження було використано систему методів і підходів, базовим серед яких став соціально-комунікаційний підхід. Джерелознавчий аналіз, застосування соціологічних та статистичних матеріалів щодо впровадження інтерактивних технологій у бібліотечну діяльність дало змогу обґрунтувати значення соціальних медіа в бібліотечній діяльності як сполучної ланки між соціумом і бібліотекою в умовах глобалізації інформаційного простору для усебічного включення бібліотек в інформаційно-комунікаційні процеси, що є необхідною передумовою їх синхронного розвитку із суспільством, що трансформується. З цієї позиції присутність бібліотечного представництва в соціальних медіа є характерною ознакою трансформації існуючої системи функціонування

бібліотек з метою досягнення відповідності їх діяльності новим суспільним потребам.

3. У процесі дослідження уточнено понятійний апарат досліджуваної теми та запропоновано визначення поняття «бібліотечного представництва в соціальних медіа» з позиції соціально-комунікаційного підходу як технологічної та інформаційної платформи для взаємодії бібліотеки і користувача, бібліотеки і бібліотеки, користувача та користувача (за посередництва бібліотеки), орієнтованої на задоволення інформаційних потреб суспільства у контексті реалізації бібліотеками комунікаційної функції.

4. Узагальнення аналізу бібліотечної діяльності з використанням соціальних медіа засвідчило, що спостерігаються різні стратегії комунікаційної діяльності бібліотек у соціальних медіа – від формальної представленості, до активного нарощування присутності в соціальних мережах. Глобальними соціальними медіа, в яких представлені вітчизняні та зарубіжні бібліотеки, було визначено: соціальні мережі Facebook, Google+; відеохостинг Youtube; мікроблог Twitter. Статистично обґрунтовано, що найпопулярнішою соціальною мережею для бібліотечних представництв є Facebook. Характерною особливістю представленості зарубіжних бібліотек у соціальних медіа є: «видимість» (наявність даних про представленість у соціальних медіа на офіційних сайтах), поліпредставленість, значна активність читачів бібліотечної сторінки. Щодо вітчизняних бібліотек, то конституюючими ознаками представленості в соціальному просторі є: монопредставленість, високий рівень охоплення соціальних медіа, висока оновлюваність сторінок. У результаті дослідження виявлені спільні риси щодо представленості зарубіжних і вітчизняних бібліотек у мас-медіа: глобальність, дисперсність, конвергентність.

5. Типологічна класифікація показала наявність таких типів мас-медіа, де відзначається присутність бібліотек: за контентом – орієнтовані на представлення мультимедійного контенту (текстових повідомлень,

світлин, відео- та аудіодокументів) та моноформатного контенту (відео, фотоконтенту, слайд-шоу); за комунікативною стратегією – соціальні медіа, які забезпечують комунікацію користувачів; колаборативні проекти, які передбачають колаборативну співпрацю та взаємодію з користувачами; рекомендаційні сервіси, орієнтовані на базові уподобання користувача; файлообмінні спільноти, орієнтовані на спільне використання файлів, засновані на рівноправності учасників обміну; медіа-хостинги, які передбачають розміщення матеріалів користувачами.

6. Запропоновано комплекс діючих методів та критеріїв оцінки бібліотечних представництв у соціальних медіа, що дають змогу отримати достовірний результат. Визначено, що для дослідження рівня представленості бібліотек в інтерактивному медіа-середовищі, охопленості бібліотечними представництвами соціальних медіа, контенту бібліотечних представництв доцільним є використання моніторингу, статистичного методу та контент-аналізу задля з'ясування технологічних та змістовних умов ефективності сторінки; методу прогнозування.

Обґрунтовано, що з метою виявлення загальних тенденцій функціонування бібліотечних сторінок у соціальних мережах доцільно аналізувати їх за такими критеріями: представлення інформації про бібліотеку, централізованість/дисперсність, змістовність, інтенсивність зворотного зв'язку. Необхідно враховувати можливість похибки і відносність показників соціальних медіа, що зумовлено їх мінливістю, динамічністю, реактивністю, гібридністю та інтерактивністю, відтак – принципову неможливість абсолютно точних розрахунків.

Визначено критерії оцінки ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа: інтерактивність, спрямованість публікацій; тип контенту; гіпертекстуальність; періодичність оновлення; охоплення аудиторії. На основі статистичного методу вироблено шкалу оцінок: високий, середній, низький рівень ефективності.

7. Розроблена інформаційно-комунікаційна модель бібліотечного представництва в соціальних медіа, яка представляє структуру елементів та функціональні взаємозв'язки між ними відповідно до мети і завдань бібліотечного представництва в соціальних медіа, зокрема по лінії комунікації: бібліотеки – бібліотеки, бібліотеки – користувача, користувача – користувача за посередництвом бібліотеки. А також з огляду на такі види діяльності як створення, наповнення та модерація виокремлено види контенту (бібліотечний, користувацький) та його зміст. Розроблена модель дає змогу простежити взаємозв'язок між цими елементами та їх взаємовплив, визначити напрями підвищення ефективності використання бібліотекою соціальних медіа.

8. Визначено і обґрунтовано перспективні завдання використання соціальних медіа в бібліотеці, такі як: підвищення інформованості про бібліотеку; демонстрація бібліотечних ресурсів і послуг; активізація зворотного зв'язку та взаємодії із користувачами; забезпечення читачів через рекомендацію корисною та надійною інформацією; залучення нових користувачів за допомогою створення спільноти; створення користувацького контенту та залучення користувачів до колаборації; розвиток бібліотечної спільноти; підтримка та просування бібліотечних цілей; допомога спільним науковим дослідженням; демонстрація потенціалу використання соціальних медіа для бібліотечної спільноти.

Перспективами розвитку бібліотечного представництва в інтерактивному медіа-середовищі визначено:

- створення системи представлення бібліотек у соціальних медіа, тобто акумулювання унікальної інформації в різних соціальних медіа – соціальних мережах, колаборативних проектах, віртуальних світах, блогах;

- інтеграція соціальних медіа та веб-сайтів бібліотек в універсальні мережеві інформаційно-комунікаційні центри з акумуляції та забезпечення доступу до інформаційних ресурсів;

- удосконалення співпраці бібліотеки в соціальних медіа з користувачами за допомогою впровадження інтерактивних форм комунікації;
- формування інтелектуального користувацького і бібліотечного ресурсу як сукупності знань бібліотечних фахівців та користувачів, які використовуються або можуть бути використані в інформаційній діяльності бібліотеки;
- розвиток присутності українських бібліотек у національному медіа-просторі шляхом розвитку форм і методів використання українських соціальних мереж та комунікативних технологій, а також з іншого боку – бібліотечно-інформаційних засобів популяризації цих мереж;
- визначення ефективності бібліотечного представництва в соціальних медіа;
- створення індивідуальних стратегій та політики щодо використання бібліотекою соціальних медіа.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аксиологический и идеологический статус сетевого общества в информационном социальном пространстве: постановка проблемы. URL: http://journals.tsu.ru/huminf/&journal_page=archive&id=1166&article_id=30494 (дата звернення: 05.04.2017).
2. Антоненко І. Електронні ресурси як об'єкт каталогізації: історія питання, термінологія, форматне забезпечення. *Бібл. вісн.* 2004. № 2. С. 11–22.
3. Антопольский А. Б. Системы метаданных в электронных библиотеках. *Библиотеки та асоціації в мінливому світі: нові технології та нові форми співробітництва* : 8 Міжнар. конф. «Крим 2001» : матеріали конф. Москва, 2001. Т. 1. С. 287–298.
4. Арпентьева М. Р. Нравственные проблемы медиатизации и когнитивные способности личности. *Цифровое общество как культурно-исторический контекст развития человека* : сб. науч. ст. Коломна : Гос. соц.-гуманитар. ун-т, 2016. С. 28–36.
5. Баркова О. В. Електронні ресурси як об'єкти універсальної електронної бібліотеки. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія.* 2004. № 2. С. 75–80.
6. Бек У. От индустриального общества к обществу риска. *THESIS.* 1994. № 5. С. 161–168.
7. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования. 2-е изд., испр. и доп. Москва : Академия, 2004. 783 с.
8. Бжезинский З. Выбор. Глобальное господство или глобальное лидерство. Москва : Междунар. отношения, 2005. 288 с.
9. Бібліотека в реалізації державотворчої інформаційної політики : монографія / Т. Гранчак, В. Бондаренко, С. Горова та ін. Київ, 2016. 324 с.
10. Бодрийяр Ж. Прозрачность зла. Москва : Добросвет, 2009. 387 с.

11. Бондаренко В. Бібліотечне інтернет-обслуговування: стан та перспективи : монографія / наук. ред. Т. Гранчак. Київ, 2016. 278 с.
12. Бондаренко В. І. Дистантне інтернет-обслуговування користувачів сучасної бібліотеки (кінець ХХ – початок ХХІ ст.) : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій. Київ, 2013. 19 с.
13. Булахова Г. Бібліотеки в соціальних мережах та блогосфері як засіб рекламування. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2013. Вип. 36. С. 192–200.
14. Булахова Г. І. Соціальні мережі як засіб реклами бібліотечної діяльності. *Адаптація завдань і функцій наукової бібліотеки до вимог розвитку цифрових інформаційних ресурсів* : матеріали міжнар. наук. конф. Київ, 2013. С. 128–130.
15. Булахова Г. Рекламна стратегія просування продуктів і послуг бібліотек у соціальній мережі Facebook. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2016. Вип. 43. С. 331–345.
16. Валлерстайн И. Конец знакомого мира: Социология ХХІ века. Москва : Логос, 2003. 368 с.
17. Вебер Л. Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети. 2010. 320 с.
18. Вебер М. Избранные сочинения. Москва : Прогресс, 1990. 808 с.
19. Вицентий А. В. Применение адаптивной геовизуализации в геосоциальных медиа. *Тр. Кольского науч. центра РАН. Сер.: Информ. технологии*. 2016. Вып. 6 (40). С. 108–120.
20. Вікіфікуймося! Бібліотеки & Вікіпедія. URL: http://kmalibrary.wordpress.com/2014/04/30/wiki_and_libraries/ (дата звернення: 15.04.2016).
21. Вітушко А., Струнгар А. Веб-сервіси для підвищення комунікативності бібліотечних сайтів. *Вісн. Книжк. палати*. 2013. № 3. С. 23–24.

22. Войтович О. П., Сергієнко В. П., Войтович І. С. Створення та використання навчальних вікі-ресурсів з природничих дисциплін. *Оновлення змісту, форм та методів навчання і виховання в закладах освіти*. 2014. Вип. 8. С. 159–165.
23. Володимир Гройсман дав доручення сприяти розвитку україномовної Вікіпедії. URL: <https://wikimediaukraine.wordpress.com/2017/01/19/hroysman-support-wikimedia> (дата звернення: 19.01.2017).
24. Воскобойнікова-Гузєва О. В. Стратегії розвитку бібліотечно-інформаційної сфери України: генезис, концепції, модернізація : монографія / наук. ред. Г. І. Ковальчук. Київ : Академперіодика, 2014. 362 с.
25. Воскобойнікова-Гузєва О. Дискусійні питання розвитку теорії і методології бібліотекознавства. *Бібл. вісн.* 2007. № 2. С. 3–9.
26. Галіч Т. О. Соціальні Інтернет-мережі та віртуалізація суспільного життя. *Соціологія майбутнього* : наук. журн. з проблем соціології молоді та студентства. Харків, 2010. Вип. 1. С. 145–152.
27. Гениева Е. Ю. Библиотеки как институт модернизации. *Библ. дело*. 2011. № 21 (159). С. 2–8.
28. Гидденс Э. Ускользающий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. Москва : Весь мир, 2004. 116 с.
29. Гильмиянова Р. А. О месте библиотек в информационном обществе. *Педагогический журнал Башкортостана*. 2013. № 2. С. 76–85.
30. Глазырина Л. Д., Колбышева С. И. Основы медиатизации: значение media в социокультурном пространстве. *Проблемы управления*. 2009. № 3. С. 215–223.
31. Головаха С. Наукова бібліотека в соціальних мережах. *Бібл. вісн.* 2013. № 1. С. 29–32.
32. Горовий В. М. Бібліотека в інформаційному суспільстві. URL: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3025:bibl

ioteka-v-informatsijnomu-suspilstvi&catid=81&Itemid=415 (дата звернення: 08.05.2017).

33. Горовий В. М. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс : монографія. Київ, 2010. 360 с.

34. Горовий В. Особливості розвитку соціальних інформаційних баз сучасного українського суспільства : монографія. Київ, 2005. 300 с.

35. Горошко Е. И. Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры. Москва : Наука, Изд-во Флинта, 2012. С. 9–52.

36. Гранчак Т. Бібліотека і політична комунікація : монографія. Київ, 2012. 481 с.

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

38. Гэлбрейт Д. К. Справедливое общество. Гуманистический взгляд. Новая постиндустриальная волна на Западе: антология. Москва : Academia, 1999. С. 223–242.

39. Давидова І. О. Бібліотечне виробництво в інформаційному суспільстві : монографія. Харків : ХДАК, 2005. 295 с.

40. Давидова І. Соціально-комунікаційна теорія бібліотечної діяльності: становлення та шляхи розвитку. *Бібл. вісн.* 2014. № 6. С. 8–12.

41. Данилюк С. Особливості використання Інтернет-технології «вікі» у процесі формування професійної компетентності майбутніх філологів. *Вісн. Луган. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. Сер.: Пед. науки.* 2012. № 22(3). С. 245–252.

42. Дебрэ Р. Введение в медиологию. Москва, 2009. 368 с.

43. Дієва бібліотека – успішна громада! URL: https://ula.org.ua/images/documents/3584/ULA_Advocacy_Progr_2016.pdf (дата звернення: 02.12.2016).

44. Дубровіна Л. А. Методологічні засади історичних досліджень в бібліотекознавстві та документознавстві: базові принципи і поняття. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2005. № 1. С. 22–30.
45. Дубровіна Л. А., Онищенко О. С. Бібліотечна справа в Україні в ХХ столітті : монографія. Київ, 2009. 530 с.
46. Дягло Н. Вікі-технології у сучасній освіті. *Комп'ютер у школі та сім'ї*. 2009. № 2. С. 30–31.
47. Електронні інформаційні ресурси бібліотек у піднесенні інтелектуального і духовного потенціалу українського суспільства : монографія / О. С. Онищенко, Л. А. Дубровіна, В. М. Горовий та ін. Київ : НБУВ, 2011. 248 с.
48. Ефимов Е. Г. Социальные Интернет-сети (методология и практика исследования). Волгоград : Волгоград. науч. изд-во, 2015. 168 с.
49. Ильганаева В. А. Гармонизация культурной среды в условиях информационного общества. Харьков : ХДАК. 36 с.
50. Ильганаева В. А. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность). Харьков : КП «Городская типография», 2009. 392 с.
51. Іванова Н. Г. Електронне інформування в правовій сфері як бібліотечний аспект розвитку інформатизації в Україні (1998–2008) : автореф. дис. ... канд. іст. наук : 27.00.03. Київ, 2010. 19 с.
52. Ільганаєва В. О. Бібліотечна освіта: нова парадигма розвитку. Київ : Ред. журн. «Бібл. вісн.», 1996. 256 с.
53. Інноваційні технології як фактор розвитку сучасних інформаційних комунікацій інформаційно-аналітичного обслуговування дистантних користувачів бібліотеки. URL: <http://nbuviar.gov.ua/images/naukprazi/32.pdf> (дата звернення: 06.07.2016).
54. Інтеграція України у світове співтовариство в контексті розвитку бібліотечних інформаційних технологій : монографія / О. С. Онищенко, Л. А. Дубровіна, В. М. Горовий та ін. Київ : НБУВ, 2011. 224 с.

55. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Москва, 2000. 608 с.
56. Кастельс М. Могущество самобытности. Новая постиндустриальная волна на Западе: антология. Москва : Academia, 1999. С. 296–308.
57. Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Академ. проект, 2006. 448 с.
58. Киричок И., О. Русанова О., Тесленко К. Вузовское виртуальное сообщество: миссия библиотеки в социальных сетях. *Бібл. форум України*. 2014. № 3. С. 18–20.
59. Ключок А. Створення порталу наукової бібліотеки: структура, функціональні вимоги та сучасні веб-технології. 2013. Вип. 38. С. 350–365.
60. Кобелєв О. М. Інформаційна аналітика в структурі бібліотечної діяльності в Україні : монографія. Харків : ХДАК, 2012. 246 с.
61. Кодекс етики бібліотекаря. URL: https://ula.org.ua/fileadmin/uba_documents/others_documents/doc_for_ubadoc/Code_of_Professional_Ethics_2013_Edited_Nov26.pdf (дата звернення: 13.12.2015).
62. Колесникова Т. О. Комунікаційні моделі діяльності бібліотек ВНЗ в умовах інформатизації : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.03. Харків. 2012. 22 с.
63. Коломиец В. П. Медиасреда и медиапотребление в современном российском обществе. *Социол. исследования*. 2010. № 1. С. 58–66.
64. Конституція України: Закон України від 28 черв. 1996 р. № 254к/96-ВР. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр> (дата звернення: 30.09.2016).
65. Концепція якісних змін бібліотек задля забезпечення сталого розвитку України (до 2025 року). URL: https://ula.org.ua/images/documents/3089/Conception_07_2015_var3.pdf (дата звернення: 30.09.2016).

66. Копанєва В. О. Бібліотека як центр збереження інформаційних ресурсів Інтернету : монографія. Київ, 2009. 198 с.
67. Костенко Л. Й. Бібліотека суспільства знань: концептуальна модель. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2006. № 1. С. 23–28.
68. Костенко Л., Сорока М. Бібліотека інформаційного суспільства. *Бібл. вісн.* 2002. № 3. С. 33–34.
69. Костирко Т. М. Інституційний репозитарій – сучасна стратегія організації вільного доступу до наукової інформації. URL: http://eir.nuos.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/1409/Kostyrko_17.pdf?sequence=1 (дата звернення: 30.08.2016).
70. Кулик Є. Застосування технологій Веб 2.0 у практиці бібліотечно-інформаційного обслуговування юнацтва. *Бібл. вісн.* 2015. № 3. С. 23–28.
71. Кулик Є. Соціальні медіа як середовище професійної бібліотечної співпраці, кооперації та обміну досвідом. *Бібліотека – територія єдності* : зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. Київ : УБА, 2014. С. 70–73.
72. Курбан О. В. Класифікація соціальних мережових технологій як PR-інструментів. *Інформ. суспільство*. 2013. Вип. 17. С. 41–43. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/is_2013_17_11.pdf (дата звернення: 23.10.2015).
73. Лаврик О. Л. Академическая библиотека в современной информационной среде. Новосибирск : ГПНТБ СО РАН, 2003. 250 с.
74. Лаврик О. Л. Использование новейших технологий для реализации информационной функции библиотеки. *Библиосфера*. 2010. № 1. С. 35–41.
75. Леонов В. П. Пространство библиотеки: Библиотечная симфония. Москва : Наука, 2003. 123 с.
76. Лещенко А. М. Социальные сети как механизм конструирования коммуникации в современном обществе : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11. Пятигорск, 2011. 25 с.

77. Лобузіна К. Технології організації знаннєвих ресурсів у бібліотечно-інформаційній діяльності : монографія. Київ, 2012. 252 с.
78. Лобузіна К. Шляхи інтеграції бібліотечної діяльності до онлайнового середовища. *Вісн. Книжк. палати*. 2012. № 7. С. 1–5.
79. Луман Н. Теория общества. Москва : КАНОН-пресс-Ц, 1999. 416 с.
80. Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. Москва : КАНОН-Пресс-Ц, Кучково Поле, 2003. 464 с.
81. Мар'їна О. Бібліотеки та соціальні медіа: технологія взаємодії. *Вісн. Книжк. палати*. 2012. № 8. С. 19–21.
82. Мар'їна О. Ю. Адаптація бібліотек до цифрового простору: переосмислення соціальних змін. *Бібліотека. Наука. Комунікація: формування національного інформаційного простору* : матеріали міжнар. наук. конф., м. Київ, 4–6 жовт. 2016 р. Київ : НБУВ, 2016. С. 215–218.
83. Мар'їна О. Ю. Бібліотека в цифровому просторі. Харків : ХДАК, 2017. 326 с.
84. Мар'їна О. Ю. Веб-орієнтована концепція розвитку бібліотек в контексті еволюції веб-технологій. *Вісн. Книжк. палати*. 2016. № 10. С. 24–27.
85. Мар'їна О. Ю. Веб-технології в бібліотеках: нові можливості розвитку комунікаційного середовища. *Вісн. Харк. держ. акад. культури*. 2012. Вип. 36. С. 105–113.
86. Мар'їна О. Ю. Використання краудсорсинг-технологій у діяльності зарубіжних бібліотек. *Вісн. Харк. держ. акад. культури*. 2013. Вип. 41. С. 212–221.
87. Мар'їна О. Ю. Інформатизація бібліотек України: стратегії опанування медіапростору. *Вісн. Харк. держ. акад. культури*. 2012. Вип. 37. С. 105–113.

88. Мар'їна О. Ю. Моделювання поведінки користувачів електронних бібліотек: із досвіду реалізації зарубіжних проектів. *Вісн. Книжк. палати*. 2015. № 2. С. 19–21.
89. Мартинюк О. Д. Соціальні мережі в бібліотечній справі: сучасний стан та можливості застосування. URL: <http://libconf.oa.edu.ua/conf/item/37> (дата звернення: 14.06.2016).
90. Марчук Ю. М. Забезпечення регіональних органів управління ситуативною інформацією: бібліографознавчий підхід : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 07.00.08. Київ, 2003. 15 с.
91. Марьина Е. Ю. Цифровое пространство: противоречия становления и развития. *Молодой ученый*. 2016. № 9 (36). С. 335–339.
92. Масуда Й. Комп'ютопія. *Філософ. і соціол. думка*. 1993. № 6. С. 36–50.
93. Матрехина Н. В. Социальная сеть человека в контексте его жизненных ситуаций : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05. Санкт-Петербург, 2006. 22 с.
94. Мнацаканян О. Л. Методика использования социальных сетевых сервисов в школьном курсе информатики : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02. Москва, 2012. 23 с.
95. Морено Я. Л. Социометрия: экспериментальный метод и наука об обществе. Москва : Академ. проект, 2004. 320 с.
96. Морзе Н., Варченко-Троценко Л. О. Формування навичок ефективної співпраці студентів під час використання Вікі-порталу. *Інформ. технології і засоби навчання*. 2014. Т. 40. вип. 2. С. 92–106.
97. Мотульский Р. С. Библиотека как социальный институт. Минск : Бел. гос. ун-т культуры, 2002. 374 с.
98. Назаровець М. А. Використання комунікаційних можливостей соціальної мережі Facebook бібліотеками ВНЗ. *Сучасні проблеми діяльності бібліотеки в умовах інформаційного суспільства* : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 11–12 верес. 2013 р.). Львів, 2013. С. 183–190.

99. Назаровець С. Підтримка руху відкритого доступу у вітчизняному бібліотекознавстві. URL: http://eprints.rclis.org/17964/1/nazarovets_case.pdf (дата звернення: 25.04.2014).
100. Национальная библиотека Шотландии открыла вакансию википедитекаря. URL: <http://lenta.ru/news/2013/04/25/wikipedian/> (дата звернення: 25.04.2014).
101. Онисько Г. Завдання вікі-ресурсу та інституційного репозитарію у формуванні науково-освітнього середовища вищого навчального закладу. *Вісн. Львів. ун-ту. Сер.: Книгозн., бібліотекозн. та інформ. технології*. 2012. Вип. 7. С. 297–300.
102. Онищенко А. С. Национальная библиотека Украины имени В. И. Вернадского как многопрофильный научно-исследовательский центр. *Б-ки нац. акад. наук: проблемы функционирования, тенденции развития* : науч.-практ. и теорет. сб. Киев, 2003. Вып. 2. С. 15–39.
103. Пальгугева Г. М. Новая стратегия или новая упаковка. Эра «цифровых аборигенов». *Библ. дело*. 2011. № 6 (144). С. 10–15.
104. Пальчук В. Бібліотеки в інформаційно-аналітичному забезпеченні органів державної влади : монографія. Київ, 2014. 314 с.
105. Перенесієнко І. Використання можливостей соціальної інтернет-мережі Facebook у роботі бібліотек. Київ, 2013. Вип. 35. С. 203–212.
106. Пінчук О. П. Історико-аналітичний огляд розвитку соціальних мережних технологій та перспектив їх використання у навчанні. *Інформ. технології і засоби навчання*. 2015. Т. 4. № 48. С. 14–34.
107. Половинчак Ю. Конвергентні процеси в сучасному інфопросторі: трансформації текстів, практик, ієрархій. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2017. Вип. 46. С. 31–44.
108. Половинчак Ю. М. Мобілізаційний та маніпулятивний потенціал дискурсу соціальних медіа в умовах перехідного суспільства. URL: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1083:obilizatsijnij-ta-manipulyativnij-potentsial-diskursu-sotsialnikh-media-v-umovakh

perekhidnogo-suspilstva&catid=127:naukovi-statti&Itemid=460 (дата звернення: 12.06.2017).

109. Половинчак Ю. М. Особливості функціонування української блогосфери. *Science and Education a New Dimension, Humanities and Social Sciences*. 2015. No. III (7). Issue 42. pp. 99–102.

110. Половинчак Ю. М. Сучасне інформаційно-комунікаційне середовище як простір трансформації української національної ідентичності : монографія. Київ, 2016. 295 с.

111. Половинчак Ю. Н. Дискурсивный подход к сохранению историко-культурной памяти в интерактивной среде. *Библиотека как феномен культуры: Информационные ресурсы библиотек в образовательной, научной и социокультурной среде* : материалы IV Междунар. конгр., г. Минск, 4–6 окт. 2016 г. Минск, 2016. С. 289–293.

112. Присяжна Л. В. Роль бібліотечно-інформаційних продуктів у задоволенні потреб органів державної влади в інформації (на прикладі НБУВ). URL: http://nbuviap.gov.ua/images/konferenciya/konf_lviv/Prusyagna.pdf (дата звернення: 11.04.2017).

113. Про бібліотеки і бібліотечну справу: Закон України від 27 січ. 1995 р. № 32/95-ВР. *Відом. Верховної Ради України*. 1995. № 7. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/32/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 01.01.2017).

114. Про інформацію: Закон України від 2 жовт. 1992 р. № 2657-XII. *Відом. Верховної Ради України*. 1992. № 48. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2657-12> (дата звернення: 01.01.2017).

115. Про надання Центральній науковій бібліотеці імені В. І. Вернадського статусу національної: Указ Президента України від 5 квіт. 1996 р. № 244/96. *Верховна Рада України* : офіц. веб-сайт. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/244/96> (дата звернення: 01.01.2017).

116. Про Національну програму інформатизації: Закон України від 4 лют. 1998 р. № 74/98-ВР. *Відом. Верховної Ради України*. 1998. № 27–28. С.

181. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/74/98-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 01.01.2017).

117. Про Національну програму правової освіти населення: Указ Президента України від 18 жовт. 2001 р. № 992/2001. *Верховна Рада України* : офіц. веб-сайт. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/992/2001> (дата звернення: 01.01.2017).

118. Про Національну юридичну бібліотеку: Указ Президента України від 23 лип. 1999 р. документ 921/99. *Верховна Рада України* : офіц. веб-сайт. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/921/99> (дата звернення: 01.01.2017).

119. Проблеми суспільної безпеки в процесі розвитку соціальних мереж : монографія / В. Попик, В. Горовий, О. Онищенко та ін. Київ, 2015. 202 с.

120. Програма «Інформація для всіх». URL: <http://www.ifap.ru/ofdocs/unesco/programr.pdf> (дата звернення: 01.04.2017).

121. Пронина Л. А. Информатизация культурно-образовательного пространства: методологические аспекты исследования : автореф. дис. ... д-ра филос. наук : Тамбов, 2007. 47 с.

122. Профили библиотек в Instagram, на которые всем стоит подписаться! URL: <https://chernozem.info/journal/profil-bibliotek-v-instagram-na-kotorye-vsem/> (дата звернення: 14.09.2016).

123. Пунченко Н. О. Информационные технологии, их место в структуре конвергентных технологий и информатизации. *Гуманітар. вісн. Запоріз. держ. інж. акад.* 2016. № 64. С. 168–177.

124. Пурник А. В. От Библиотеки к Библиотеке 2.0. Новые методики построения системы. *Библ. дело.* 2011. № 6 (144). С. 6–10.

125. Ржеуський А. В., Кунанець Н. Е. Соціальні мережі як компонента віртуальної комунікації. *Держава та регіони. Сер.: Соц. комунікації.* 2013. № 3–4. С. 184–188.

126. Різун В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій. URL: http://journalib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodologiyi.pdf (дата звернення: 12.05.2016).

127. Розвиток ресурсної бази вітчизняного інформаційного середовища : монографія / О.С. Онищенко, В. М. Горовий, Л. А. Дубровіна та ін. Київ, 2012. 246 с.

128. Романуха З. В. Використання соціальних мереж університетськими бібліотеками України. *Бібліотека вищої школи на новому етапі розвитку соціальних комунікацій* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Дніпропетровськ, 24–25 жовт. 2013 р.). Дніпропетровськ, 2013. С. 200–202.

129. Ростовцев С. С. Формування системи інтернет-маркетингу в бібліотеках України : дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.03. Харків, 2016. 230 с.

130. Самсонов М. Реклама бібліотек в онлайнових соціальних мережах. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. Київ, 2012. Вип. 33. С. 532–542.

131. Симоненко Т. В. Науково-інформаційний портал НАН України: становлення, напрями розвитку. *Документознавство. Бібліотекознавство. Інформаційна діяльність: Проблеми науки, освіти, практики* : зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 16–18 трав. 2005 р.). Київ, 2006. С. 147–149.

132. Слободяник М. С. Базова модель бібліотеки як соціально-комунікаційної інституції. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Bdil/2009_4/2.pdf (дата звернення: 10.11.2017).

133. Слободяник М. С. Наукова бібліотека: еволюція структури і функцій. Київ, 1995. 268 с.

134. Солис Б. Макротренды в бизнесе. Как стать компанией новой волны, создавая эмоции, привлекающие клиентов. Манн, Иванов и Фербер, 2014. 256 с.
135. Соловяненко Д. В. Интернет-технології бібліотечного сервісу в Україні: становлення і розвиток (1990-ті рр. – початок ХХІ ст.) : автореф. дис. ... канд. іст. наук : 07.00.08. Київ, 2008. 20 с.
136. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства : монографія / О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін. Київ, 2014. 260 с.
137. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : монографія / О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін. Київ, 2013. 250 с.
138. Статут Всеукраїнської громадської організації «Українська бібліотечна асоціація». URL: https://ula.org.ua/images/documents/3585/ULA_Statut_2016.pdf (дата звернення: 15.01.2017).
139. Степанов В. К. Будущее библиотек в системе цифровых коммуникаций: подход к проблеме. *Школ. б-ка*. 2011. № 6/7. С. 75–77.
140. Стеценко Г. Практичне використання вікі-енциклопедії в навчально-виховному процесі. *Комп'ютер у школі та сім'ї*. 2009. № 6. С. 18–21.
141. Столяров Ю. Н. Двухконтурная системная модель библиотеки. URL: <http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea2002/trud/sec1114/Doc68.HTML> (дата звернення: 10.11.2017).
142. Столяров Ю. Н. Научный миф о специальных методах документально-коммуникационных дисциплин. URL: <http://intranet.gpntb.ru/subscribe/?journal=ntb&year=2006&num=10&art=1> (дата звернення: 10.01.2017).
143. Стратегічний план 2016–2021. URL: <http://www.ukrbook.net/IFLA.pdf> (дата звернення: 09.11.2016).

144. Стратегія розвитку бібліотечної справи в Україні до 2025 року «Якісні зміни бібліотек задля забезпечення сталого розвитку України». URL: https://ula.org.ua/images/documents/3181/Strategy_Text_07_2015_3.pdf (дата звернення: 09.02.2017).
145. Струнгар А. В. Інформаційно-аналітичний портал бібліотеки як засіб наукової комунікації : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.03. Київ, 2016. 20 с.
146. Струнгар В. Бібліотека і соціальні медіа: нові можливості комунікації. *Молодь. Наука. Інновації* : зб. матеріалів п'ятої міжнар. наук. конф. молодих учених (м. Київ, 15 трав. 2014 р.). Київ, 2014. С. 53–57.
147. Струнгар В. Бібліотека і соціальні медіа: термінологічно-понятійний аспект. *Бібл. вісн.* Київ, 2014. № 6. С. 23–27.
148. Струнгар В. Бібліотечні Інтернет-сервіси соціальних медіа в контексті розвитку мережових інформаційних технологій (термінологічний аспект). *Місце і роль бібліотек у формуванні національного інформаційного простору* : матеріали міжнар. наук. конф. (м. Київ, 21–23 жовт. 2014 р.). Київ, 2014. С. 290–293.
149. Струнгар В. Бібліотечні проекти в соціальних медіа як джерела бібліотекознавчих досліджень. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. Київ, 2015. Вип. 41. С. 371–381.
150. Струнгар В. Використання соціальних медіа в бібліотекознавчих дослідженнях. *Бібліотека. Наука. Комунікація* : матеріали міжнар. наук. конф. (м. Київ, 6–8 жовт. 2015 р.). Київ, 2015. С. 310–313.
151. Струнгар В. Вікі-проекти: формування інтелектуального користувацького і бібліотечних ресурсів. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. Київ, 2015. Вип. 42. С. 115–125.
152. Струнгар В. Дослідження комунікації бібліотеки та користувача в соціальних медіа. *Інформаційна діяльність, документознавство, бібліотекознавство: історія, сучасність, перспективи* : матеріали II наук.-практ. конф. (м. Київ, 27 квіт. 2016 р.). Київ, 2016. С. 61–64.

153. Струнгар В. Дослідження термінологічно-понятійного апарату бібліотечних соціальних медіа. *Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку* : матеріали міжнар. наук. конф. (м. Харків, 24–25 листоп. 2016 р.). Харків, 2016. С. 140–142.
154. Струнгар В. Змістовний аналіз контенту бібліотечних сторінок соціальних мереж: завдання, критерії, перспективи. *Бібліотека. Наука. Комунікація. Стратегічні завдання розвитку наукових бібліотек* : матеріали міжнар. наук. конф. (м. Київ, 3–5 жовт. 2017 р.). Київ, 2017. С. 265–268.
155. Струнгар В. Методологія дослідження контенту бібліотечних сторінок у соціальних медіа. *Наук. пр. Нац. б-ки ім. В. І. Вернадського*. Київ, 2016. Вип. 43. С. 488–500.
156. Струнгар В. Моніторинг соціальних медіа як інструмент аналізу в бібліотечній роботі. *Бібліотека XXI століття: Перспективи та інновації* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 23 квіт. 2015 р.). Київ, 2015. С. 81–83.
157. Струнгар В. Новые профессиональные навыки библиотечной работы в интерактивной среде масс-медиа. *Библиотека в XXI веке: аспекты развития* : материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых и специалистов (г. Минск, 29–30 окт. 2015 г.). Минск, 2015. С. 231–234.
158. Струнгар В. Особливості представлення бібліотек у соціальних медіа. *Бібліотека. Наука. Комунікація: формування національного інформаційного простору* : матеріали міжнар. наук. конф. (м. Київ, 4–6 жовт. 2016 р.). Київ, 2016. С. 263–266.
159. Струнгар В. Представлення бібліотеки в інтерактивному медіа-середовищі: змістовий аналіз. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. Київ, 2017. Вип. 46. С. 329–344.
160. Струнгар В. Соціальні медіа в сучасному інформаційно-бібліотечному середовищі. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. Київ, 2014. Вип. 39. С. 219–229.

161. Струнгар В. Соціальні медіа як простір взаємодії бібліотеки і читача. *Сучасні проблеми діяльності бібліотек в умовах інформаційного суспільства* : матеріали шостої міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 10–11 верес. 2015 р.). Львів, 2015. С. 307–311.
162. Струнгар В. Соціальні медіа як простір наукової комунікації та інструмент оцінки наукової діяльності. *Лабіринти реальності* : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Монреаль, 30–31 жовт. 2016 р.). Канада, Монреаль, 2016. С. 267–269.
163. Струнгар В. Статистичний підхід до вивчення комунікації бібліотеки і користувача через соціальні медіа. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2015. No. III (11). Issue 67. pp. 80–84.
164. Струнгар В. Украинские библиотеки в интерактивной среде читача. *Библиотека как феномен культуры: Чтение и информационная культура в современном обществе* : материалы III Междунар. конгр. (г. Минск, 21–22 окт. 2015 р.). Минск, 2015. С. 98–104.
165. Струнгар В. Участие научных библиотек в вики-проектах. *Библиотека как феномен культуры* : материалы IV Междунар. конгр. (г. Минск, 4–6 окт. 2016 г.). Минск, 2016. С. 107–112.
166. Тапскотт Д. Электронно-цифровое общество: Плюсы и минусы эпохи сетевого интеллекта. Москва : Рефл-бук, 1999. 403 с.
167. Тарасенко Н. Розкриття бібліотечних фондів засобами соціальних мереж як фактор наповнення інформаційного простору. URL: <http://nbuviar.gov.ua/images/naukprazi/39.pdf> (дата звернення: 08.06.2016).
168. Технології веб 2.0 для бібліотек і користувачів : метод. матеріали. Харків : ХОУНБ, 2013. 21 с.
169. Технології розвитку і захисту національного інформаційного простору : монографія / О. Онищенко, В. Горовий, В. Попик та ін. Київ, 2015. 296 с.

170. Тойнби А. Дж. Постижения истории. Москва : Прогресс, 1991. 736 с.
171. Тоффлер Э. Метаморфозы власти. Москва : ООО «Изд-во АСТ», 2003. 669 с.
172. Трачук Л. Бібліотечний блог як прояв концепції «Бібліотека 2.0». *Вісн. Книжк. палати*. 2012. № 9. С. 22–25.
173. Турен А. Возвращение человека действующего. Очерк социологии. Москва : Науч. мир, 1998. 204 с.
174. Українська бібліотечна асоціація: документи і матеріали : 2001–2009 рр. / Укр. бібл. асоц. ; уклад.: В. С. Пашкова, Т. В. Добко, В. Г. Дригайло. 5-те вид., допов. і переробл. Київ : Самміт-Книга, 2010. 144 с.
175. Уразова С. Л. Социальные сети как форма общественного диалога и массовых коммуникаций. URL: <http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/39816/1/iurp-2016-150-03.pdf> (дата звернення: 02.07.2016).
176. Урсул А. Д. Информатизация общества: введение в социальную информатику. Москва : Акад. обществен. наук при ЦК КПСС, 1990. 190 с.
177. Усова Т. Использование популярных Web 2.0 технологий в работе библиотечной системе университета Альберты. URL: <http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea2009/disk/23.pdf> (дата звернення: 09.10.2017).
178. Фурастье Ж. Великая надежда XX века. Москва : Наука, 2001. 183 с.
179. Чумиков А. Н. Медиарилейшнз : учеб. пособие для студ. вузов. Москва : Аспект Пресс, 2014. 184 с.
180. Чуприна Л. Оперативна Інтернет-інформація в інформаційно-аналітичній діяльності бібліотек України : монографія. Київ, 2014. 208 с.
181. Чуприна Л. Оперативна інформація в соціальних мережах: особливості обігу та використання бібліотеками. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. Київ, 2012. Вип. 33. С. 507–523.

182. Шемаєва Г. В. Бібліотека в системі наукової комунікації: коеволюційні процеси розвитку : автореф. дис. ... д-ра наук із соц. комунікацій. Харків, 2009. 42 с.
183. Шемаєва Г. В. Електронні ресурси бібліотек України в системі наукових комунікацій : монографія. Харків : ХДАК, 2008. 289 с.
184. Шестёркина Л. П., Борченко И. Д. Основные характеристики новых социальных медиа. *Учёные записки ЗабГУ. Сер.: Филология, история, востоковедение*. 2014. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-harakteristiki-novyh-sotsialnyh-media> (дата звернення: 12.06.2016).
185. Шматько О., Дмитрів С. Віртуальна «реальність» публічних бібліотек : метод. поради. Львів : Ліга-Прес, 2011. 40 с.
186. Шпенглер О. Закат Европы: очерки морфологии мировой истории. Москва : Айрис-пресс, 2004. Т. 1. 524 с.
187. Шрайберг Я. Л. Современные тенденции развития библиотечно-информационных технологий. URL: <http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea2001/tom/sec1/Doc1.HTML> (дата звернення: 16.09.2017).
188. Юдина И. Г., Лаврик О. Л. Информационная функция библиотеки: теория и современная практика. *Библиосфера*. 2008. № 4. С. 37–42. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnaya-funktsiya-biblioteki-teoriya-i-sovremennaya-praktika> (дата звернення: 15.11.2017).
189. Як бібліотеки можуть протистояти цензурі. URL: https://ula.org.ua/images/documents/3751/ULA_Statement_2017.pdf (дата звернення: 10.11.2017).
190. Ярошенко Т. Зелений шлях відкритого доступу. Репозитарії та їх роль у науковій комунікації: перші двадцять років. *Бібл. вісн.* 2011. № 5. С. 3–10.
191. Ярошенко Т. О. Бібліотека, бібліотекарі та користувачі бібліотек в епоху Веб 2.0: виклики часу. *Бібл. планета*. 2011. № 1. С. 17–22.
192. Ярошенко Т. О., Якушко Т. О. Технології Веб 2.0 для бібліотек і користувачів: нові можливості розвитку бібліотечного середовища : посіб.

для бібліотекарів за прогр. підвищ. кваліфікації. Київ : Самміт-книга, 2013. 106 с.

193. Яценко А. Л. Функциональные особенности социальных сетей в коммуникационном пространстве глобализирующегося общества : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11. Ставрополь, 2012. 21 с.

194. Aghaei S., Nematbakhsh M. A., Farsani H. K. Evolution of the world wide web: From Web 1.0 to Web 4.0. *International Journal of Web & Semantic Technology*. 2012. Vol. 3. No. 1. pp. 1–10.

195. Agosti M. Understanding user requirements and preferences for a digital library Web portal. *International Journal on Digital Libraries*. 2010. Vol. 11. No. 4. pp. 225–238.

196. Aichner T., Jacob F. Measuring the Degree of Corporate Social Media Use. *International Journal of Market Research*. 2015. Vol. 57 (2). pp. 257–275.

197. Albrechtslund A. Online social networking as participatory surveillance. 2008. Vol. 13. No. 3. URL: <http://firstmonday.org/article/view/2142/1949> (last accessed: 12.05.2016).

198. An Act To improve the operation of the legislative branch of the Federal Government: Public Law 91-510. 91st Congress, H. R. 17654. October 26, 1970. URL: <https://www.gpo.gov/fdsys/pkg/STATUTE-84/pdf/STATUTE-84-Pg1140.pdf> (last accessed: 15.08.2016).

199. Anderson P. Web 2.0 and beyond: Principles and technologies. URL: <http://proquest.safaribooksonline.com/9781439828687?uicode=stanford> (last accessed: 16.09.2016).

200. Arlitsch K., Obrien P., Clark J., Young Sc., Rossmann D. Demonstrating library value at network scale: leveraging the Semantic Web with new knowledge work. *Journal of Library Administration*. 2014. Vol. 54. Issue 5. pp. 413–425. URL: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/01930826.2014.946778> (last accessed: 10.03.2017).

201. Askey D., Arlitsch K. Heeding the signals: applying Web best practices when Google recommends. *Journal of Library Administration*. 2015. Vol. 55. No. 1. pp. 49–59. URL: http://scholarworks.montana.edu/xmlui/bitstream/handle/1/8812/HTTPSEverywhere-pre-print_2014-10-16.pdf?sequence=3&isAllowed=y (last accessed: 10.10.2016).
202. Baity C., Chappell P., Rachlin D., Vinson C., Zamarripa M. When Real and Virtual World Collide: A Second Life Library. URL: <https://web.archive.org/web/20120323051006/http://www.desktop-computing.com/capstone/Documents/WhenVirtualWorldsCollideFinal.pdf> (last accessed: 12.12.2017).
203. Barnes J. A. Class and committees in a Norwegian Island Parish. URL: <https://pierremerckle.fr/wp-content/uploads/2012/03/Barnes.pdf> (last accessed: 12.11.2017).
204. Bartle R. Designing Virtual Worlds. New Riders. 2003. 768 p.
205. Bavelas A. A Mathematical Model for Group Structures. *Human Organization*. Vol. 7. No. 3. pp. 16–30. URL: <http://www.galileoco.com/literature/bavelasalex48.pdf> (last accessed: 12.11.2017).
206. Begault D. R. 3-D Sound for Virtual Reality and Multimedia. URL: <https://ntrs.nasa.gov/archive/nasa/casi.ntrs.nasa.gov/20010044352.pdf> (last accessed: 12.12.2017).
207. Bejune M. M. Wikis in Libraries. *Information Technology and Libraries*. 2007. No. 26 (3). pp. 26–38.
208. Bell L. Virtual Worlds: Libraries, Education and Museums Conference. URL: <http://lisnews.org/node/29040> (last accessed: 15.09.2017).
209. Bell L., Lindbloom M., Peters T., Pope K. Virtual Libraries and Education in Virtual Worlds: Twenty-first century library services. *Policy Futures in Education*. 2008. No. 6 (1). pp. 49–58.
210. Berube L. Do You Web 2.0? Public Libraries and Social Networking. *Chandos Publishing*. 2011. p. 160.

211. Biocca F., Levy M. Communication in the Age of Virtual Reality. Routledge. 1995. p. 416.
212. Bradley P. Social Media for Creative Libraries. *Facet Publishing*. 2015. p. 256.
213. Brantley S., Armstrong A., Lewis K. Usability testing of a customizable library web portal. *Faculty Research & Creative Activity*. 2006. Vol. 45. pp. 146–163.
214. Buettner R. Getting a Job via Career-oriented Social Networking Sites: The Weakness of Ties. URL: <https://www.prof-buettner.com/downloads/buettner2016b.pdf> (last accessed: 16.10.2017).
215. Burkart R. Kommunikationswissenschaft. UTB : Stuttgart, 2002. s. 608.
216. Casey M. E. Library Crunch. URL: <http://www.librarycrunch.com/> (last accessed: 05.09.2017).
217. Casey M. E., Savastinuk L. Library 2.0: Service for the next-generation library. URL: <http://www.libraryjournal.com/article/CA6365200.html> (last accessed: 05.09.2017).
218. Chen D. Y. T., Chu S. K. W., Xu S. Q. How do libraries use social networking sites to interact with users. URL: <http://web.hku.hk/~samchu/docs/Chen-2012-How-do-libraries-use-social-networking-sites-to-interact-with-users.pdf> (last accessed: 08.10.2017).
219. Chu S. K. Using Wikis in Academic Libraries. *The Journal of Academic Librarianship*. 2009. No. 35 (2). pp. 170–176.
220. Comment & Posting Policy. URL: <https://www.loc.gov/legal/comment-and-posting-policy/> (last accessed: 10.10.2017).
221. Correa T., Hinsley A. W., Zuniga H. G. D. Who interacts on the Web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*. 2010. No. 26 (2). pp. 247–253.

222. Couldry N. Media, society, world: Social theory and digital media practice. Polity Press, 2012. p. 242.
223. Crosbie V. What is New Media? URL: https://digmediaman.files.wordpress.com/2011/09/what_is_new_media_by_vin_cr_crosbie.pdf (last accessed: 22.06.2016).
224. Danowski P. Library 2.0 and User-Generated Content. What can the users do for us? URL: <http://archive.ifla.org/IV/ifla73/papers/113-Danowski-en.pdf> (last accessed: 20.06.2016).
225. Davis J., Lin H. Web 3.0 and Crowdservicing. URL: https://aisel.aisnet.org/amcis2011_submissions/192 (last accessed: 20.08.2016).
226. Dholakia N., Dholakia R.R., Zwick D., Laub M., Hwang Y. S. Electronic commerce and the transformation of marketing in Fritz. *Internet-Marketing*. Stuttgart : Schäffer-Poeschel, 1999. pp. 55–77.
227. Dijck V. J. The culture of connectivity: A critical history of social media. Oxford University Press, 2013. p. 240.
228. Ellison N., Steinfield C., Lampe C. The benefits of Facebook «friends»: Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*. Vol. 12. No. 4. pp. 1143–1168. URL: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x> (last accessed: 24.09.2017).
229. Farkas M. Using wikis to create online communities. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/11879692.pdf> (last accessed: 14.05.2017).
230. Feldman T. An introduction to digital media. Routeledge, 1997. p. 192.
231. Fichter D. What Is a Mashup? URL: http://www.facetpublishing.co.uk/downloads/file/sample_chapters/Library%20Mashups%20Ch1.pdf (last accessed: 18.07.2017).
232. Fuchs C. Social media: A critical introduction. London : Sage, 2014. p. 242.

233. Furner J. The World-Wide Web in libraries. *VINE*. 1995. No. 99. pp. 3–14.
234. Gao H., Barbier G., Goolsby R. Harnessing the crowdsourcing power of social media for disaster relief. *IEEE Intelligent Systems*. 2011. Vol. 26. No. 3. pp. 10–14.
235. Gentle A. Conversation and Community: The Social Web for Documentation. XML Press, 2012. p. 242.
236. Gillin P. The New Influencers: A Marketer's Guide to the New Social Media. Linden Publishing 2007. p. 236.
237. Golder S., Huberman B. Usage Patterns of Collaborative Tagging Systems. URL: https://www.researchgate.net/publication/220195608_Usage_Patterns_of_Collaborative_Tagging_Systems (last accessed: 17.08.2017).
238. Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. Cambridge, Massachusetts : The MIT Press. p. 301.
239. Habib M. C. Toward Academic Library 2.0: Development and Application of a Library 2.0 Methodology. URL: <http://www.mchabib.com/masterspaper.pdf> (last accessed: 09.08.2017).
240. Hile L. Social Networks and Blogs. Raintree, 2010. p. 56.
241. Hill V., Lee H. Libraries and immersive learning environments unite in Second Life. *Library Hi Tec*. 2009. Vol. 27 (3). pp. 338–356.
242. Holley R. Crowdsourcing and social engagement: Potential, Power and Freedom for Libraries and Users. URL: <http://www.dlib.org/dlib/march10/holley/03holley.html> (last accessed: 15.11.2017).
243. Independent State of Caledon. URL: <https://web.archive.org/web/20110508222218/http://www.steampunkwiki.com/wiki/> (last accessed: 02.12.2017).

244. Jenkins H., Deuze M. Convergence culture. *Convergence*. 2008. Vol. 14 (1). pp. 5–12. URL: <http://dx.doi.org/10.1177/1354856507084415> (last accessed: 12.10.2017).
245. Jerry Falwell Library Social Media Policy. URL: <http://www.liberty.edu/library/social-media-policy/> (last accessed: 15.12.2017).
246. Kanter B. Alliance Library System and Second Life Library/Info Island Official Opening. URL: http://beth.typepad.com/beths_blog/2006/10/alliance_librar.html (last accessed: 15.12.2017).
247. Kaplan A. M., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*. 2010. pp. 59–68. URL: <http://michaelhaenlein.eu/Publications/Kaplan,%20Andreas%20-%20Users%20of%20the%20world,%20unite.pdf> (last accessed: 12.07.2017).
248. Kietzmann J. H., Hermkens K., McCarthy I. P., Silvestre B. S. Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business horizons*. 2011. Vol. 54. pp. 241–251.
249. King D. L. Managing Your Library's Social Media Channels. ALA TechSource, 2015. p. 36.
250. Koontz C., Mon L. Marketing and Social Media: A Guide for Libraries, Archives, and Museums. Rowman & Littlefield Publishers, 2014. p. 310.
251. Kroski E. Web 2.0 for Librarians and Information Professionals. New York : Neal-Schuman Publishers, 2008. p. 209.
252. Kubicek H. Bürgerinformation durch neue Medien? : Analysen und Fallstudien zur Etablierung Elektronischer Informationssysteme im Alltag. Verlag für Sozialwissenschaften : Opladen, 1997. s. 279.
253. Kumar C. R. Social networks impact on Academic Libraries in Technology Era. *Social networks*. 2015. Vol. 5 (3). pp. 101–108.
254. Lenartz A. J. Establishing Guidelines for the Use of Social Media in Higher Education. *Misbehavior Online in Higher Education*. Bingley, UK : Emerald, 2012. pp. 333–353.

255. Leuf B., Cunningham W. The Wiki Way: Quick Collaboration on the Web. Boston : Addison-Wesley, 2001. p. 464.
256. LibWorld: Library blogging worldwide. Dortmund. 2008. p. 197. URL:
https://www.researchgate.net/profile/Nadine_Ullmann/publication/27621242_LibWorld_-_library_blogging_worldwide/links/0a85e52efa9240c619000000/LibWorld-library-blogging-worldwide.pdf (last accessed: 16.10.2017).
257. Lombardo N. T., Mower A., McFarland M. M. Putting Wikis to Work in Libraries. *Medical Reference Services Quarterly*. 2008. Vol. 27 (2). pp. 129–145.
258. Made with the British Library. URL:
<https://www.pinterest.co.uk/britishlibrary/made-with-the-british-library/> (last accessed: 15.08.2017).
259. Mahmood K., Richardson J. V. Adoption of Web 2.0 in US academic libraries: a survey of ARL library websites. Program. 2011. Vol. 45. pp. 365–375.
260. Maletzke G. Psychologie der Massenkommunikation. Hans Bredow-Institut, 1963. s. 311.
261. Maness J. M. Library 2.0 Theory: Web 2.0 and Its Implications for Libraries. *Webology*. 2006. Vol. 3. No. 2. URL:
<http://www.webology.org/2006/v3n2/a25.html> (last accessed: 18.09.2017).
262. Manovich L. New Media From Borges to HTML. URL:
http://manovich.net/content/04-projects/033-new-media-from-borges-to-html/30_article_2001.pdf (last accessed: 19.10.2017).
263. McCauley C. The Library in Second Life. URL:
<https://web.archive.org/web/20110727010726/http://www.jibs.ac.uk/events/works-hops/web2.0/second-life.ppt> (last accessed: 18.11.2017).
264. Media. URL: <http://www.media-pedagogics.ru/lectures.html> (last accessed: 15.08.2017).

265. Miller P. Web 2.0: Building the New Library. URL: <http://www.ariadne.ac.uk/issue45/miller> (last accessed: 18.09.2017).
266. Mitchell J. C. Social Networks in Urban Situations. Manchester, England : Manchester University Press, 1969. p. 388.
267. Mullins J. L., Allen F. R., Hufford J. R. Top ten assumptions for the future of academic libraries and librarians: A report from the ACRL Research Committee. *College & Research Libraries News*. 2007. Vol. 68(4). pp. 240–246.
268. O'Reilly T. What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. URL: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> (last accessed: 23.05.2017).
269. Pandey S. R., Panda K. C. Semantic solutions for the digital libraries based on semantic web technologies. *Annals of Library and Information Studies*. 2014. Vol. 61. pp. 286–293. URL: [http://nopr.niscair.res.in/bitstream/123456789/30336/1/ALIS%2061\(4\)%20286-293.pdf](http://nopr.niscair.res.in/bitstream/123456789/30336/1/ALIS%2061(4)%20286-293.pdf) (last accessed: 26.06.2017).
270. Pross H. Medienforschung. Habel : Darmstadt, 1972. s. 128.
271. Riley-Huff D. A., Rholes J. M. Librarians and Technology Skill Acquisition: Issues and Perspectives. *Information Technology and Libraries*. 2011. Vol. 30. pp. 129–140. URL: <http://0-www.ala.org.catalog.wbilib.org/lita/ital/sites/ala.org.lita.ital/files/content/30/3/pdf/sep11.pdf#page=47> (last accessed: 20.07.2017).
272. Ronneberger F. Kommunikationspolitik. Mainz, 1978. s. 303.
273. Shirky C. The political power of social media: Technology, the public sphere, and political change. *Foreign affairs*. 2011. pp. 28–41.
274. SLQ Staff Social Media Policy. URL: <http://www.slq.qld.gov.au/about-us/corporate/policies/slq-staff-social-media-policy> (last accessed: 15.07.2017).

275. Social Media Guidelines. URL: <https://biblio.csusm.edu/content/social-media-guidelines> (last accessed: 15.07.2017).
276. Social Media Policy. URL: <http://roanoke.lib.in.us/policies/social-media-policy/> (last accessed: 15.07.2017).
277. Social Media Policy. URL: http://www.gleasonlibrary.org/social_media.htm (last accessed: 15.07.2017).
278. Social media policy. URL: <http://www.nla.gov.au/policy-and-planning/social-media> (last accessed: 15.07.2017).
279. Social media strategy. URL: <https://www.nla.gov.au/policy-and-planning/social-media-strategy-2013> (last accessed: 15.07.2017).
280. Swanson T. Managing Social Media in Libraries: Finding Collaboration, Coordination, and Focus. Chandos Publishing, 2012. p. 194.
281. Tamaro A. N., Verheul I., Witt S. W. (Eds.) Digital library futures: User perspectives and institutional strategies. Munich : De Gruyter, 2010. p.175.
282. UCD library joins Second Life. URL: http://www.ucd.ie/news/june07/062707_second_life.html (last accessed: 12.10.2017).
283. Wan G. How Academic Libraries Reach Users on Facebook. *College & Undergraduate Libraries*. 2011. Vol. 18. pp. 307–318.
284. Warriar N., Shivarama J., Angadi M. Role of Library and Information Professionals in Web 3.0 Era. URL: <http://ir.inflibnet.ac.in/bitstream/1944/1892/1/53.pdf> (last accessed: 12.04.2017).
285. Warschauer M., Grimes D. Audience, authorship, and artifact: the emergent semiotics of web 2.0. *Annual Review of Applied Linguistics*. 2007. No. 27. pp. 1–23.
286. Wellman B. Network analysis: some basic principles. *Sociological theory*. Vol. 1. pp. 155–200.

287. Wellman B., Berkowitz S. D. Structural analysis: from method and metaphor to theory and substance. *Social structures: a network approach*. Vol. 2. pp. 19–61.
288. What is social media? URL: <https://propr.ca/2008/what-is-social-media/> (last accessed: 11.02.2017).
289. Wichmann A., Rummel N. Improving revision in wiki-based writing: coordination pays off. *Computers & Education*. 2013. Vol. 62. pp. 262–270.
290. Wicklund D. See the Stanford Libraries' Island in Second Life. URL: <http://library.stanford.edu/department/library-communications-and-development> (last accessed: 31.10.2017).
291. Withers R. Something wiki this way comes. *College & Research Libraries News*. 2005. Vol. 66. pp. 775–777.
292. Witney D., Smallbone T. Wiki work: can using wikis enhance student collaboration for group assignment tasks? *Innovations in Education and Teaching International*. 2011. Vol. 48 (1). pp. 101–110.
293. Wright D. K., Hinson M. D. Examining how public relations practitioners actually are using social media. *Public Relations Journal*. 2009. Vol. 2 (3). pp. 1–33. URL: http://apps.prsa.org/searchresults/view/6D-030304/0/Examining_How_Public_Relations_Practitioners_Actua#.WshpCC5ubi w (last accessed: 15.07.2017).
294. Young S. W. H., Tate A. M., Rossmann D., Hansen M. A. The Social Media Toll Road: The Promise and Peril of Facebook Advertising. *College & Research Libraries News*. 2014. Vol. 75(8). pp. 427–434.
295. Zimmer M. The Twitter Archive at the Library of Congress: Challenges for information practice and information policy. 2015. Vol. 20 (7). URL: <http://firstmonday.org/article/view/5619/4653> (last accessed: 12.07.2017).

ДОДАТКИ

Додаток А

Список публікацій здобувача за темою дисертації та відомості про апробацію основних положень дисертаційної роботи

Список публікацій здобувача за темою дисертації:

Наукові праці, в яких опубліковано основні наукові результати дисертації

Статті, опубліковані у наукових фахових виданнях України:

1. Струнгар В. Соціальні медіа в сучасному інформаційно-бібліотечному середовищі / В. Струнгар // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2014. – Вип. 39. – С. 219–229.
2. Струнгар В. Бібліотека і соціальні медіа: термінологічно-понятійний аспект / В. Струнгар // Бібл. вісн. – Київ, 2014. – № 6. – С. 23–27.
3. Струнгар В. Бібліотечні проекти в соціальних медіа як джерела бібліотекознавчих досліджень / В. Струнгар // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2015. – Вип. 41. – С. 371–382.
4. Струнгар В. Вікі-проекти: формування інтелектуального користувацького і бібліотечних ресурсів / В. Струнгар // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2015. – Вип. 42. – С. 115–125.
5. Струнгар В. Методологія дослідження контенту бібліотечних сторінок у соціальних медіа / В. Струнгар // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2016. – Вип. 43. – С. 488–500.
6. Струнгар В. Представлення бібліотеки в інтерактивному медіа-середовищі: змістовий аналіз / В. Струнгар // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2017. – Вип. 46. – С. 329–344.

Статті у фахових виданнях, які включено до міжнародних наукометричних баз, та у виданнях іноземних держав:

7. Струнгар В. Статистичний підхід до вивчення комунікації бібліотеки і користувача через соціальні медіа / В. Струнгар // Science and Education a New Dimension, Humanities and Social Sciences. – 2015. – № III (11). – Issue 67. – pp. 80–85.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

8. Струнгар В. Бібліотечні Інтернет-сервіси соціальних медіа в контексті розвитку мережевих інформаційних технологій (термінологічний аспект) / В. Струнгар // Місце і роль бібліотек у формуванні національного інформаційного простору : матеріали Міжнар. наук. конф. (Київ, 21–23 жовт. 2014 р.) / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2014. – С. 290–293.

9. Струнгар В. Бібліотека і соціальні медіа: нові можливості комунікації / В. Струнгар // Молодь. Наука. Інновації : зб. матеріалів п'ятої міжнар. наук. конф. молодих учених (Київ, 15 трав. 2014 р.) / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2014. – С. 53–57.

10. Струнгар В. Використання соціальних медіа в бібліотекознавчих дослідженнях / В. Струнгар // Бібліотека. Наука. Комунікація : матеріали міжнар. наук. конф. (Київ, 6–8 жовт. 2015 р.) / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2015. – С. 310–313.

11. Струнгар В. Моніторинг соціальних медіа як інструмент аналізу в бібліотечній роботі / В. Струнгар // Матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. «Бібліотека XXI століття: Перспективи та інновації» (Київ, 23 квіт. 2015 р.) / Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – Київ, 2015. – С. 81–83.

12. Струнгар В. Соціальні медіа як простір взаємодії бібліотеки і читача / В. Струнгар // Матеріали шостої міжнар. наук.-практ. конф. «Сучасні

проблеми діяльності бібліотек в умовах інформаційного суспільства» / Наук.-техн. б-ка Нац. ун-ту «Львівська політехніка». – Львів, 2015. – С. 307–311.

13. Струнгар В. Украинские библиотеки в интерактивной среде читателя / В. Струнгар // Материалы III Междунар. конгр. «Библиотека как феномен культуры»: Чтение и информационная культура в современном обществе (21–22 окт. 2015 г.) / Нац. б-ка Беларуси. – Минск, 2015. – С. 98–104.

14. Струнгар В. Новые профессиональные навыки библиотечной работы в интерактивной среде масс-медиа / В. Струнгар // Материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых и специалистов «Библиотека в XXI веке: аспекты развития» (29–30 окт. 2015 г.) / Центр. науч. б-ка им. Якуба Коласа. – Минск, 2015. – С. 231–234.

15. Струнгар В. Особливості представлення бібліотек у соціальних медіа / В. Струнгар // Бібліотека. Наука. Комунікація : матеріали міжнар. наук. конф. (Київ, 4–6 жовт. 2016 р.) / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2016. – С. 263–266.

16. Струнгар В. Дослідження комунікації бібліотеки та користувача в соціальних медіа / В. Струнгар // Матеріали II наук.-практ. конф. «Інформаційна діяльність, документознавство, бібліотекознавство: історія, сучасність, перспективи» (27 квіт. 2016 р.) / Нац. акад. керів. кадрів культури і мистецтв. – Київ, 2016. – С. 61–64.

17. Струнгар В. Участие научных библиотек в вики-проектах / В. Струнгар // Материалы IV Междунар. конгр. «Библиотека как феномен культуры» (4–6 окт. 2016 г.) / Нац. б-ка Беларуси. – Минск, 2016. – С. 107–112.

18. Струнгар В. Дослідження термінологічно-понятійного апарату бібліотечних соціальних медіа / В. Струнгар // Матеріали міжнар. наук. конф. «Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку» (24–25 листоп. 2016 р.) / Харк. держ. акад. культури. – Харків, 2016. – С. 140–142.

19. Струнгар В. Соціальні медіа як простір наукової комунікації та інструмент оцінки наукової діяльності / В. Струнгар // Материалы III

Международ. науч.-практ. конф. «Лабиринты реальности» (30–31 жовт. 2016 р.). – Канада, Монреаль, 2016. – С. 267–269.

20. Струнгар В. В. Змістовний аналіз контенту бібліотечних сторінок соціальних мереж: завдання, критерії, перспективи / В. В. Струнгар // Бібліотека. Наука. Комунікація : матеріали міжнар. наук. конф. (Київ, 3–5 жовт. 2017 р.) / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2017. – С. 265–268.

Відомості про апробацію основних положень дисертаційної роботи:

- Міжнародна наукова конференція молодих учених «Молодь. Наука. Інновації» (Київ, 15 травня 2014 р., форма участі – публікація тез);
- Міжнародна наукова конференція «Місце і роль бібліотек у формуванні національного інформаційного простору» (Київ, 21–23 жовтня 2014 р., форма участі – публікація тез);
- Міжнародна наукова конференція молодих учених «Молодь. Наука. Інновації» (Київ, 15 травня 2015 р., форма участі – усна);
- Міжнародна наукова конференція «Бібліотека. Наука. Комунікація» (Київ, 7 жовтня 2015 р., форма участі – публікація тез);
- Всеукраїнська науково-практична конференція «Бібліотека ХХІ століття: Перспективи та інновації» (Київ, 23 квітня 2015 р., форма участі – публікація тез);
- Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні проблеми діяльності бібліотек в умовах інформаційного суспільства» (Львів, 11 вересня 2015 р., форма участі – публікація тез);
- Міжнародний науковий конгрес «Библиотека как феномен культуры» (Мінськ, 21–22 жовтня 2015 р., форма участі – публікація тез);
- Международная научно-практическая конференция молодых ученых и специалистов «Библиотека в ХХІ веке: аспекты развития» (Мінськ, 29–30 жовтня 2015 р., форма участі – публікація тез);

- Науково-професійна конференція «Социальные Коммуникации в Эпоху Возрастающего Потока Информации – 2015» (Будапешт, 1 листопада 2015 р., форма участі – заочна);
- Міжнародна наукова конференція «Бібліотека. Наука. Комунікація» (Київ, 4–6 жовтня 2016 р., форма участі – публікація тез);
- Міжнародний науковий конгрес «Библиотека как феномен культуры» (Мінськ, 4–6 жовтня 2016 р., форма участі – публікація тез);
- Науково-практична конференція «Інформаційна діяльність, документознавство, бібліотекознавство: історія, сучасність, перспективи» (Київ, 27 квітня 2016 р., форма участі – публікація тез);
- Міжнародна наукова конференція «Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку» (Харків, 24-25 листопада 2016 р., форма участі – публікація тез);
- Міжнародна науково-практична конференція «Лабиринты реальности» (Монреаль, 30-31 жовтня 2016 р., форма участі – публікація тез);
- Міжнародна наукова конференція «Бібліотека. Наука. Комунікація» (Київ, 3–5 жовтня 2017 р., форма участі – публікація тез).

Представленість бібліотек у соціальних медіа

Бібліотека	Представленість у соціальних медіа				
	Facebook	Google +	Youtube	Twitter	Інші (Linkedin, Flickr, Slideshare, Pinterest, Instagram, Tumblr)
<i>Державна бібліотека України для юнацтва (Київ)(http://www.4uth.gov.ua/)</i>	+	+	+	+	+
	(https://www.facebook.com/4uth.gov.ua?_rdr)	(https://plus.google.com/101656140548323802199/posts ; https://plus.google.com/+4uthGovUa/posts)	(https://www.youtube.com/user/lib4uth)	(https://twitter.com/Lib4uth)	(https://www.flickr.com/people/17648379@N05/ ; http://www.slideshare.net/lib4uth ; https://www.pinterest.com/lib4uth/)
<i>Державна наукова архітектурно-будівельна бібліотека імені В. Г. Заболотного (http://www.dnabb.org/)</i>	+			+	
	(https://www.facebook.com/dnabb.org)			(https://twitter.com/DnabbZ)	
<i>Державна науково-</i>	+				+

педагогічна бібліотека України імені В. О. Сухомлинського (Київ) (http://www.dnpb.gov.ua/)	(www.facebook.com/pages/ДНПБ-України-ім-В-О-Сухомлинського/240019389383740)				(ua.linkedin.com/pub/днпб-сухомлинського/7b/79a/824)
Державна науково-технічна бібліотека України (Київ) (http://gntb.gov.ua/ua/)	+(https://www.facebook.com/Technicallibrary/)	+(https://plus.google.com/102515659834995023506/about?gl=ua&hl=ru)	+(https://www.youtube.com/embed/WQJ9gHiD8dE)		
Львівська національна наукова бібліотека України ім. В. Стефаника (http://www.lsl.lviv.ua/)	+(www.facebook.com/pages/Львівська-національна-наукова-бібліотека-України-імені-Василя-Стефаника/1528849674070207)			+(https://twitter.com/biblioteka1940)	
Національна бібліотека України для дітей (Київ) (http://www.chl.kiev.ua/)	+(https://www.facebook.com/nbukids)	+(https://plus.google.com/110220465903206409634/posts)	+(https://www.youtube.com/channel/UCHZlMOCX2tHv33UPVRqsWbQ/playlists)		+(http://nbukids.tumblr.com/ ; http://www.slideshare.net/nbukidskiev/presentations ; https://instagram

					m.com/nbu_for_kids/)
Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського (Київ) (http://www.nbu.gov.ua/ ; http://nbuviap.gov.ua/)	+ (https://www.facebook.com/Vernadsky.Library/ ; https://www.facebook.com/siazua ; https://www.facebook.com/ufhvjysz?fref=photo ; https://www.facebook.com/nllofua ; https://uk-ua.facebook.com/fondprezudentiv ; https://www.facebook.com/cnbinbu?ref=pb&hc_location=profile_browser ; https://www.facebook.com/mus.fond ; www.facebook.com/pages/Österreich-Bibliothek-Kiew-Avstrijska-biblioteka-u-Kievi/45019915507				

	2622)				
Національна історична бібліотека України (Київ) (http://www.nibu.kiev.ua/)	+	+	+	+	+
	(https://www.facebook.com/historicallib)	(https://plus.google.com/107736712026915200999/posts)	(https://www.youtube.com/user/historicallib)	(https://twitter.com/historicallib)	(https://www.pinterest.com/historicallib/)
Національна наукова медична бібліотека України (Київ) (http://www.library.gov.ua/)	+	+	+	+	+
	(https://www.facebook.com/NNMBU)	(https://plus.google.com/115545652306733816078/posts)	(https://www.youtube.com/channel/UC1xnYTVD-IV8FoW0dVcugCQ)	(https://twitter.com/MedLib_Ukraine)	(https://www.flickr.com/photos/109719424@N05/ ; https://www.linkedin.com/company/national-medical-library-of-ukraine)
Національна наукова сільськогосподарська бібліотека (Київ) (http://dnsgb.com.ua/)	+				
	(https://www.facebook.com/nnsqb)				
Національна бібліотека України ім. Ярослава Мудрого (Київ) (http://www.nplu.org/)	+				
	(https://www.facebook.com/nplu.org/)				
Одеська національна наукова бібліотека (http://www.odnb.odessa.ua/)	+	+	+	+	+
	(https://www.facebook.com/odessa.natio)	(https://plus.google.com/11442837721)	(https://www.youtube.com/channel/UCHH)	(https://twitter.com/OdesaNatLibra)	(https://www.slideshare.net/O)

ua/)	nal.gorky.library?ref=hl)	9687317998/about)	2KV4iSYryhXLlKRt8htg)	ry)	NRL_M_Gorky/)
Харківська державна наукова бібліотека ім. В. Г. Короленка (http://korolenko.kharkov.com/)	+ (www.facebook.com/pages/Харьковская-государственная-научная-библиотека-им-ВГ-Короленко/173011756079093)	+ (https://plus.google.com/100219500561174554642/posts)	+ (https://www.youtube.com/user/MsAnngelina/about)	+ (https://twitter.com/hgnb_korolenko)	+ (www.linkedin.com/profile/view)
Центральна державна науково-технічна бібліотека гірничо-металургійного комплексу України (Дніпро) (http://www.cgntb.dp.ua/)					
Вінницька обласна універсальна наукова бібліотека ім. К. А. Тімірязєва (http://www.library.vn.ua/)	+ (www.facebook.com/pages/Вінницька-обласна-універсальна-наукова-бібліотека-ім-КАТімірязєва/172595769486153)	+ (https://plus.google.com/u/0/104797073363832450969)	+ (https://www.youtube.com/user/Timiryazevka)	+ (https://twitter.com/vounb)	+ (https://www.instagram.com/timiryazevka_vn/)
Волинська обласна	+				

<i>універсальна наукова бібліотека ім. Олени Пчілки</i> (http://www.ounb.lutsk.ua/)	(www.facebook.com/pages/Волинська-державна-обласна-універсальна-наукова-бібліотека-ім-Олени-Пчілки/187347708128552)				
<i>Дніпропетровська обласна універсальна наукова бібліотека</i>	+ (https://www.facebook.com/libr.dp.ua ; www.facebook.com/pages/Встречи-с-искусством-Lets-talk-about-art/1559916770938969open_in_new ; https://www.facebook.com/groups/972977736060913/?fref=ts ; https://www.facebook.com/ist.dnepr.ua?fref=ts ; https://www.facebook.com/librbooksom	+ (https://plus.google.com/118422403834586910797/posts)	+ (https://www.youtube.com/user/dounbkm)	+ (https://twitter.com/dounb_library)	

	melier; https://www.facebook.com/skrynja?ref=profile ; https://www.facebook.com/denzadn ; https://www.facebook.com/pages/Italinissimo-Dnipropetrovsk-Ucraina/308409852548545?fref=ts ; https://www.facebook.com/treffpunktInDounb?fref=ts ; https://www.facebook.com/DaileDnepropetrovska ; https://www.facebook.com/pages/Harka-Ry-DnipropetrovskUkraine/177274865731133?sk=timeline				
Житомирська обласна універсальна наукова бібліотека ім. О. Ольжича	+ (https://www.facebook.com/lib.zt.ua)	+ (https://plus.google.com/104918609164256487013/video)	+ (https://www.youtube.com/channel/UCTEz_8oFXInBPST-)		

(http://www.lib.zt.ua/)		s)	E9gtaTw?feature=em-upload_owner)		
Закарпатська обласна універсальна наукова бібліотека (Ужгород) (http://www.biblioteka.uz.ua/)	+(https://www.facebook.com/zak.ounb?hc_location=stream)				
Запорізька обласна універсальна наукова бібліотека (http://www.zounb.zp.ua/)	+(https://www.facebook.com/zounb.zp.ua)	+(https://plus.google.com/116511547701505662206/posts)	+(https://www.youtube.com/user/zounb)	+(https://twitter.com/zounb)	
Івано-Франківська обласна універсальна наукова бібліотека ім. І. Я. Франка (http://www.lib.if.ua/)	+(https://www.facebook.com/ifoynb)	+(https://plus.google.com/+ifoynb/posts)	+(https://www.youtube.com/user/ifoynb)	+(https://twitter.com/libifua)	
Обласна універсальна наукова бібліотека ім. Д. І. Чижевського (Кропивницький)(http://library.kr.ua/)	+(https://www.facebook.com/KirovohradOUNB/timeline?ref=page_internal)	+(https://plus.google.com/u/0/+LibraryKrUa/posts)			
Львівська обласна універсальна наукова бібліотека (http://lounb.org.ua/)	+(https://www.facebook.com/lvivounb)				
Миколаївська обласна універсальна наукова бібліотека ім. О.	+(https://www.facebook.com/reglibrary.m)	+(https://plus.google.com/u/0/10193823)			

Гмирьова (k/) http://www.reglibrary.mk.ua/		0999922514938)			
Одеська обласна універсальна наукова бібліотека ім. М. Грушевського (http://biblioteka.od.ua/)	+(www.facebook.com/pages/Одесская-областная-универсальная-научная-библиотека-им-М-Грушевского/204831279574349open_in_new)	+(https://plus.google.com/u/0/101222351369620556978)	+(https://www.youtube.com/channel/UC_6X9XzX1gjQ89as0JLa8AA)		+(https://www.instagram.com/oounb.grushevsky/)
Полтавська обласна універсальна наукова бібліотека імені І. П. Котляревського (http://www.library.pl.ua/)	+(www.facebook.com/pages/Полтавська-обласна-универсальна-наукова-бібліотека-імені-ІПКотляревського/139597822915752)				
Публічна бібліотека ім. Лесі Українки м. Києва (http://lucl.kiev.ua/)	+(uk-ua.facebook.com/pages/Публічна-бібліотека-імені-Лесі-Українки-м-	+(https://plus.google.com/101631652710625951884/posts)	+(https://www.youtube.com/channel/UCCR0OhEif1ELsDJP9L9O7Yw)		+(http://lesilib.tumblr.com/)

	Київ/182756355102010)				
Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека (http://www.libr.rv.ua/)	+	+	+	+	+
	(https://www.facebook.com/libr.rv)	(https://plus.google.com/100970532584118002220)	(https://www.youtube.com/user/libr1rv)	(https://twitter.com/libr_rv)	(https://www.instagram.com/rivnelibrary/)
Сумська обласна універсальна наукова бібліотека (http://www.ounb.sumy.ua/)		+	+		
		(https://plus.google.com/u/0/113394503906524703295)	(https://www.youtube.com/user/Sumyounb)		
Тернопільська обласна універсальна наукова бібліотека (http://www.library.te.ua/)	+	+	+	+	+
	(https://www.facebook.com/ternounb)	(plus.google.com/+ТернопільськаОУНБ)	(https://www.youtube.com/user/wolfe1979vr/videos)	(https://twitter.com/TernopilOUNB)	(https://www.instagram.com/ternopilaskaoynb/ ; https://www.slideshare.net/Ternopil_OUNB)
Харківська обласна універсальна наукова бібліотека (http://library.kharkov.ua/)	+	+	+		
	(www.facebook.com/pages/Харківська-обласна-універсальна-наукова-бібліотека/631146356971183)	(https://plus.google.com/103587594374978165335/posts)	(https://www.youtube.com/channel/UCPr5_0WqdOYgZ1RfeJtKi9g)		
Херсонська обласна	+	+	+	+	

універсальна наукова бібліотека імені Олеся Гончара (http://lib.kherson.ua/)	(https://www.facebook.com/khersonlibrary)	(https://plus.google.com/108186400205273494114/videos)	(https://www.youtube.com/channel/UCdImxfRtLQWOEwuVKHW6F6w)	(https://twitter.com/Kherson_lib)	
Хмельницька обласна універсальна наукова бібліотека (http://www.ounb.km.ua/)	+ (www.facebook.com/pages/Читальний-зал-ХОУНБ-ім-М-Островського/237038839814437open_in_new ; www.facebook.com/pages/ХОУНБ-ім-Н-Островського-Отдел-производственной-литературы/723998640965432)	+ (https://plus.google.com/u/0/108441512493017335001/about)			
Черкаська обласна універсальна наукова бібліотека імені Тараса Шевченка (http://www.library.ck.ua/)	+ (ru-facebook.com/Черкаська-ОУНБ-імені-Тараса-Шевченка-1295775210457482)				
Чернівецька обласна універсальна наукова бібліотека ім. Михайла	+ (www.facebook.com/pages/ЧОУНБ-	+ (https://plus.google.com/11366224316	+ (https://www.youtube.com/user/VITbibl?fe	+ (https://twitter.com/LibraryCV)	

Івасюка (http://www.library.cv.ua/)	імені-Михайла-Івасюка/697688800318481)	4801017920/posts)	ature=watch)		
Чернігівська державна обласна універсальна наукова бібліотека ім. В. Г. Короленка (http://libkor.com.ua/)	+ (www.facebook.com/pages/Чернігівська-обласна-універсальна-наукова-бібліотека-імені-ВГ-Короленка/279889292111904)	+ (https://plus.google.com/114620149587040292652)	+ (https://www.youtube.com/channel/UCOdPsuphAMLo-Eebb0Sb1Uw)		
Бібліотека Запорізької державної інженерної академії (http://www.library.zgia.zp.ua/ukr/index.php)					
Бібліотека ім. Ярослава Мудрого Міжрегіональної Академії управління персоналом (Київ) (http://library.iapm.edu.ua/)	+ (www.facebook.com/pages/Бібліотека - МАУП/295361670659304)				
Бібліотека Київського національного економічного	+ (https://www.facebook.com/library.kneu	+ (https://plus.google.com/10795484979	+ (https://www.youtube.com/channel/UCKa_		

університету імені Вадима Гетьмана (http://lib.kneu.edu.ua/)	.edu.ua; https://vk.com/kneu 2013)	0828479874/posts)	zsQPUXcaewuLVyn uC5A)		
Бібліотека Київського національного університету будівництва і архітектури (http://library.knuba.edu.ua/)	+(https://www.facebook.com/library.knuba.edu.ua/)				
Бібліотека Кременчуцького державного політехнічного університету імені Михайла Остроградського (http://www.kdu.edu.ua/LIB1/home.html)					
Бібліотека Національного транспортного університету (Київ) (http://www.library.ntu.edu.ua/)					
Наукова бібліотека Національного університету	+(https://www.facebook.com/libnuk)	+(https://plus.google.com/communities/	+(https://www.youtube.com/channel/UC0Z2		

кораблебудування (http://lib.nuos.edu.ua/)		111914211659059 945353)	T0SgWZGrhQZukv1 wsfg)		
Бібліотека Тернопільського державного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка (http://www.library.tnpu.edu.ua/)	+ (https://www.facebook.com/library.tnpu.edu.ua)				+ (https://www.instagram.com/naykova_biblioteka_tnpu/)
Наукова бібліотека ім. М. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка (http://www.library.univ.kiev.ua/ukr/title4.php3)	+ (https://www.facebook.com/MaksymovychScientificLibrary)				
Наукова бібліотека Львівського національного університету імені Івана Франка (http://library.lnu.edu.ua/bibl/)	+ (https://ru-ru.facebook.com/librarylnu/)				
Наукова бібліотека Національного педагогічного	+ (www.facebook.com/pages/Наукова-			+ (https://twitter.com/lib_npu)	+ (https://www.instagram.com/l

<i>університету імені М. П. Драгоманова (http://lib.npu.edu.ua/)</i>	бібліотека-НПУ-імені-МП-Драгоманова/496992180396191)				ib.npu.edu.ua/)
<i>Наукова бібліотека Національного університету «Києво-Могилянська академія» (http://www.library.ukma.edu.ua/)</i>	+ (https://www.facebook.com/NaUKMA.Library)	+ (https://plus.google.com/102775363876724183609/posts)	+ (https://www.youtube.com/channel/UCiXnaUHqqCdjjzPPt9xgs4Q/)	+ (https://twitter.com/LibraryNaUKMA)	+ (https://instagram.com/kmalibrary/?ref=badge; http://ua.linkedin.com/in/librarynaukma; https://www.flickr.com/photos/librarynaukma/; https://www.slideshare.net/naukmalibrary)
<i>Наукова бібліотека Національного університету «Острозька академія» (http://lib.oa.edu.ua/)</i>					
<i>Наукова бібліотека Одеського національного університету ім. І. І.</i>	+ (https://www.facebook.com/ScientificLibraryONU/)			+ (https://twitter.com/nb_onu)	

<i>Мечникова (</i> <i>http://library.onu.edu.ua/)</i>					
<i>Наукова бібліотека</i> <i>Радіоастрономічного</i> <i>інституту НАН</i> <i>України (Харків) (</i> <i>http://www.ri.kharkov.ua/library/)</i>					
<i>Наукова бібліотека</i> <i>Тернопільського</i> <i>державного</i> <i>економічного</i> <i>університету</i> <i>(http://library.tneu.edu.ua/)</i>					
<i>Наукова бібліотека</i> <i>Тернопільського</i> <i>державного технічного</i> <i>університету імені</i> <i>Івана Пулюя (</i> <i>http://library.tntu.edu.ua/)</i>	+	(www.facebook.com/pages/Бібліотека-ТНТУ-імені-Івана-Пулюя/543024105729037)			
<i>Наукова бібліотека</i> <i>Української академії</i> <i>банківської справи</i> <i>(Суми) (</i> <i>http://lib.uabs.edu.ua/)</i>	+	(https://www.facebook.com/naukova.biblioteka.uabs.nbu)		+	(https://twitter.com/library_uabs)
<i>Наукова бібліотека</i>					

Фізико-технічного інституту низьких температур НАН України (Харків) (http://www.ilt.kharkov.ua/bvi/structure/library_r/library.html)					
Науково-технічна бібліотека Вінницького національного технічного університету (http://lib.vntu.edu.ua/)	+ (https://ru-ru.facebook.com/ntbvntu1960/)	+ (https://plus.google.com/101695171428437528148)	+ (https://www.youtube.com/channel/UCpDDaZ22pxX_i838AEeyqIA)		
Науково-технічна бібліотека Головної астрономічної обсерваторії НАН України (Київ) (http://www.mao.kiev.ua/index.php/ua/bibliomain)					
Науково-технічна бібліотека Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна (http://www.dnupetrovskrailway.gov.ua/)	+ (https://www.facebook.com/diitlib)	+ (https://plus.google.com/118105989901812898059)	+ (https://www.youtube.com/user/diitlibrary)	+ (https://twitter.com/diitlib)	+ (https://www.instagram.com/librarydnurt/)

http://library.diiit.edu.ua/					
Науково-технічна бібліотека Івано-Франківського Національного технічного університету нафти і газу (http://library.nung.edu.ua/)	+ (https://www.facebook.com/ntbifntung)				
Науково-технічна бібліотека Національного авіаційного університету (Київ) (http://www.lib.nau.edu.ua)	+ (https://www.facebook.com/NTBNAU)			+ (https://twitter.com/NtbNau)	
Науково-технічна бібліотека Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» (http://library.khai.edu/)	+ (https://www.facebook.com/pages/Khai_library/100126073491970)	+ (https://plus.google.com/107712570317564305625)	+ (https://www.youtube.com/channel/UCP8nzBG7aPggECLyAgu13uQ)	+ (https://twitter.com/khai_library)	+ (https://instagram.com/khai_library/)
Науково-технічна бібліотека ім. Г. І.	+ (https://www.facebook.com)	+ (https://plus.google.com)		+ (https://twitter.com)	+ (https://instagram.com)

Денисенка Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут» (http://www.library.kpi.ua/)	ok.com/LibraryKPI)	.com/11695730180 8903735634)		m/KPI_Library)	am.com/kpi_li brary/)
Науково-технічна бібліотека Національного технічного університету «Харківський політехнічний університет» (http://library.kpi.kharkov.ua/)	+ (https://www.facebook.com/librariankhp i?fref=ts)		+ (https://www.youtube.com/user/LibraryKhPI)	+ (https://twitter.com/LibrarianKhPI)	+ (https://ru.pinterest.com/aldaliel/)
Науково-технічна бібліотека Національного університету «Львівська політехніка» (http://library.lp.edu.ua/)	+ (https://uk-ua.facebook.com/librarynulp)	+ (https://plus.google.com/u/0/105849634342620063886)			
Науково-технічна бібліотека					

Приазовського державного технічного університету (http://ntb.pstu.edu/)					
Науково-технічна бібліотека Харківського національного автомобільно-дорожнього університету (http://www.khadi.kharkov.ua/library/)					
Херсонська обласна наукова медична бібліотека (http://www.khonmb.org.ua/)	+		+		
	(https://www.facebook.com/MEDLIB.KHERSON/)		(https://www.youtube.com/channel/UCsPY-h20EJfvbMY3VMqnLWA)		
Центральна наукова бібліотека Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна (http://www-library.univer.kharkov.ua/)	+			+	
	(https://www.facebook.com/Karazin.library)			(https://twitter.com/karazinlibrary)	
Українська бібліотечна асоціація (http://ula.org.ua/ua/)	+	+	+	+	+
	(https://www.facebook.com/ula.org.ua)	(https://plus.google.com/11678921772)	(https://www.youtube.com/user/ukrbibl/)	(https://twitter.com/ukrainelibrary)	(https://www.flickr.com/photo)

		5612685509/posts)			s/51235748@N04/; https://www.pinterest.com/ukrlib/; https://www.linkedin.com/company/ukrainian-library-association-ula-?trk=prof-following-company-logo/)
Книжкова палата України імені Івана Федорова (Київ)(http://www.ukrbook.net/)					
Український інститут науково-технічної та економічної інформації (Київ) (http://www.uintei.kiev.ua/main.php)	+(https://www.facebook.com/UkrISTEI/)				
Національна бібліотека Аргентини (Biblioteca Nacional) (https://www.bn.gov.ar/)	+(https://www.facebook.com/BNMMArgentina/)		+(https://www.youtube.com/user/bibnal)	+(https://twitter.com/BNMMArgentina)	+(https://www.instagram.com/biblioteca_naci

					onal_argentina /)					
Національна бібліотека Бразилії (Biblioteca Nacional) (https://www.bn.gov.br/)	+	(https://www.facebook.com/bibliotecanacional.br?fref=ts)		+	(https://www.youtube.com/channel/UCLOJDjeIojQcPX2wyaUd9Xw)	+	(https://twitter.com/FBN)	+	(https://www.instagram.com/fundacao_biblioteca_nacional/)	
Національна бібліотека Чилі (Biblioteca Nacional) (http://www.bibliotecanacional.cl/615/w3-channel.html)	+	(https://www.facebook.com/BibliotecaNacionaldeChile)				+	(https://twitter.com/BNChile)	+	(https://www.instagram.com/bnchile/)	
Національна бібліотека Колумбії (Biblioteca Nacional de Colombia) (http://bibliotecanacional.gov.co/es-co)	+	(https://www.facebook.com/bncolombia)	+	(https://plus.google.com/102936879358182195244)	+	(https://www.youtube.com/user/bnacionaladmin)	+	(https://twitter.com/BibliotecaNalCo)		
Національна бібліотека Іспанії (Biblioteca Nacional de España) (http://www.bne.es/es/Inicio/index.html)	+	(https://www.facebook.com/bne)	+	(https://plus.google.com/100853076525300418772)	+	(https://www.youtube.com/user/bibliotecaBNE)	+	(https://twitter.com/bne_biblioteca)	+	(https://www.flickr.com/photos/bibliotecabne ; https://www.slideshare.net/bne)
Національна бібліотека										

Мексика (<i>Biblioteca Nacional de México</i>) (http://bnm.unam.mx/)					
Національна бібліотека Панами (<i>Biblioteca Nacional de Panamá</i>) (http://www.binal.ac.pa/binal/)					
Національна бібліотека Португалії (<i>Biblioteca Nacional de Portugal</i>) (http://www.binal.ac.pa/binal/)	+	(https://www.facebook.com/biblioteca.nacional.portugal/)			
Національна бібліотека Куби (<i>Biblioteca Nacional José Martí</i>) (http://www.bnjm.cu/)					
Національна бібліотека Молдови (<i>Biblioteca Nationala a Republicii Moldova</i>) (http://www.bnrm.md/)	+	(https://www.facebook.com/bibliotecanationala/)			
Національна бібліотека Румунії (<i>Biblioteca Nationala a Romaniei</i>) (http://www.bibnat.ro/)	+	(https://www.facebook.com/BibNatRo/)			
Національна бібліотека Італії (<i>Biblioteca</i>)	+	(https://www.facebook.com/)			+
				(https://twitter.co)	

Nazionale Centrale di Firenze) (http://www.bncf.firenze.sbn.it/)	ok.com/BNCFirenze /)			m/bncfirenze)	
Національна бібліотека Албанії (Biblioteka Kombëtare e Shqipërisë) (http://www.bksh.al/)	+(https://sq-al.facebook.com/bksh.al/)				
Національна бібліотека Польщі (Biblioteka Narodowa) (http://www.bn.org.pl/)	+(https://www.facebook.com/bnbiblioteka/)				
Бібліотека Александрина (Εξυνη) (<i>Bibliotheca Alexandrina</i>) (http://www.bibalex.gov.eg/en/default)	+(https://www.facebook.com/bibalexOfficial/?fref=ts)		+(https://www.youtube.com/user/BAchannel)	+(https://twitter.com/ba_news_events)	+(goo.gl/D8Ko19)
Бібліотека та архів Канади (Bibliothèque et Archives Canada) (http://www.collectionscanada.gc.ca/)	+(https://www.facebook.com/LibraryArchives)	+(https://plus.google.com/114519841541208989488/video)	+(https://www.youtube.com/user/LibraryArchiveCanada/)	+(@LibraryArchives)	+(https://www.flickr.com/photos/lac-bac/collections/)
Національна бібліотека і архів Квебека (Канада) (Bibliothèque et Archives nationales du Québec) (http://www.banq.qc.ca/ac)	+(https://www.facebook.com/banqweb20)	+(https://plus.google.com/105994727482993174182/posts)	+(https://www.youtube.com/user/BAnQweb20)	+(https://twitter.com/_BAnQ)	

cueil/)					
Національна бібліотека Франції (Bibliothèque nationale de France) (http://www.bnf.fr/fr/acc/x.accueil.html)	+	+	+	+	+
	(https://www.facebook.com/bibliothequebnf)	(https://plus.google.com/115604915730089359499/posts)	(https://www.youtube.com/user/BibliothequeBnF)	(https://twitter.com/ActuBnF)	(https://instagram.com/bibliothequebnf/ ;)
Люксембурзька національна бібліотека (Bibliothèque nationale de Luxembourg) (http://www.bnl.public.lu/fr.html)	+				
	(https://www.facebook.com/pages/Biblioth%C3%A8que-nationale-de-Luxembourg/137249709735707)				
Королівська бібліотека Бельгії (Bibliothèque royale de Belgique) (https://www.kbr.be/)	+		+	+	
	(www.facebook.com/pages/Koninklijke-Bibliotheek-van-België-Bibliothèque-royale-de-Belgique/276661032407218)		(https://www.youtube.com/channel/UCZ8AN4sq7z2OPS7RHOU5RaQ)	(https://twitter.com/kbrbe)	
Королівська бібліотека (Данія) (Det Kongelige Bibliotek) (http://www.kb.dk/da/index.html)	+				
	(https://da-dk.facebook.com/DetKongeligeBibliotek/)				
Німецька національна	+			+	

бібліотека (Deutsche Nationalbibliothek) (http://www.dnb.de/DE/Home/home_node.html)	(https://www.facebook.com/DeutscheNationalbibliothek)			(https://twitter.com/DNB_Aktuelles)	
Національна бібліотека Естонії (Eesti Rahvusraamatukogu) (http://www.nlib.ee/)	+ (https://www.facebook.com/rahvusraamatukogu?_rdr=p)			+ (https://twitter.com/nationallibrary)	
Національна бібліотека Кенії (Kenya National Library Service Official Website) (http://www.knls.ac.ke/)			+ (https://www.youtube.com/user/knlskenya)	+ (https://twitter.com/knlsmedia)	
Королівська бібліотека Нідерландів (Koninklijke Bibliotheek) (https://www.kb.nl/)	+ (https://www.facebook.com/koninklijkebibliotheek)		+ (https://www.youtube.com/user/KBNederland)	+ (https://twitter.com/kb_nederland)	+ (https://www.pinterest.com/kbnederland;/goo.gl/8HZcPT)
Королівська бібліотека (Kungliga biblioteket) (http://www.kb.se/)	+ (https://www.facebook.com/kungligabiblioteket?_rdr=p)	+ (https://plus.google.com/102795185175026091427/about)	+ (https://www.youtube.com/user/KunglBiblioteket?ob=0&feature=results_main)	+ (https://twitter.com/kungbib)	+ (https://www.flickr.com/photos/25300312@N08/)
Національна бібліотека Латвії (Latvijas Nacionālā bibliotēka) (https://lnb.lv/)	+ (https://www.facebook.com/lnb.lv)			+ (https://twitter.com/LNB_lv)	+ (http://www.draugiem.lv/lnb/)

Бібліотека Конгресу (Library of Congress) (https://www.loc.gov/)	+	(https://www.facebook.com/libraryofcongress)	+	(https://plus.google.com/117792346116785438631/posts)	+	(https://www.youtube.com/user/LibraryOfCongress)	+	(https://twitter.com/librarycongress)	+	(https://www.pinterest.com/LibraryCongress/ ; https://www.flickr.com/photos/library_of_congress/ ;
Державна бібліотека Ліхтенштейну (Liechtensteinische Landesbibliothek) (http://www.landesbibliothek.li)	+	(https://www.facebook.com/Landesbibliothek/)								
Литовська національна бібліотека імені Мартінаса Мажвідаса (Lietuvos nacionalinė Martyno Mažvydo biblioteka) (https://www.lnb.lt)	+	(https://www.facebook.com/nacionalinebiblioteka)	+	(https://plus.google.com/116042469929270646369/videos)	+	(https://www.youtube.com/user/nbiblioteka)			+	(http://www.slideshare.net/nacionalinebiblioteka)
Азербайджанська національна бібліотека (Milli Kitabxana) (http://anl.az/new/)	+	(https://www.facebook.com/az.nat.lib/)								
Національна бібліотека Туреччини (Milli)										

Kütüphane Başkanlığı (http://www.mkutup.gov.tr/tr/Sayfalar/default.aspx)					
Национална и универзитетска библиотека Загреб (Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu) (http://www.nsk.hr)	+		+	+	+
	(https://www.facebook.com/nskzg)		(https://www.youtube.com/user/nskzagreb)	(https://twitter.com/NSK_Zagreb)	(https://www.pinterest.com/nskzagreb/ ; https://www.linkedin.com/company/nacionalna-i-sveu-ili-na-knji-nica-u-zagreb?trk=tyah#!)
Национална библиотека Норвегії (Nasjonalbiblioteket) (https://www.nb.no)	+	+	+	+	+
	(https://www.facebook.com/nasjonalbiblioteket)	(https://plus.google.com/111511979378345832190/posts)	(https://www.youtube.com/user/Nasjonalbiblioteket)	(https://twitter.com/nasjonalbibl)	(https://www.flickr.com/photos/national_library_of_norway/ ;)
Управління архівів та бібліотек (Бангладеш) (Directorate of Archives and Libraries) (http://www.nanl.gov.bd)					
Национална библиотека Індії (National library) (http://www.nationallibrary.org)					

y.gov.in)					
Національна бібліотека Австралії (National Library of Australia) (http://www.nla.gov.au)	+ (https://www.facebook.com/NationalLibrary.of.Australia)			+ (https://twitter.com/nlagovau)	+ (https://www.flickr.com/photos/national_library_of_australia_commons/)
Національна бібліотека Бутану (National Library of Bhutan) (http://www.library.gov.bt)	+ (https://www.facebook.com/pages/National-Library-Archives-of-Bhutan/150473151646225?ref=hl)				
Національна бібліотека Ірландії (National Library of Ireland) (http://www.nli.ie)	+ (https://www.facebook.com/NationalLibraryofIreland)			+ (https://twitter.com/NLIreland)	+ (https://www.flickr.com/photos/yournlireland/; https://www.flickr.com/photos/nlireland/)
Національна бібліотека Лівії (National Library of Libya) (http://www.nllnet.net)					
Національна бібліотека Нової Зеландії (National	+ (https://www.facebook				+ (http://turnbull

Library of New Zealand) (<i>http://natlib.govt.nz</i>)	ok.com/NationalLib raryNZ)				rarebooks.tum blr.com/)
Національна бібліотека Пакистану (National Library of Pakistan) (<i>http://www.nlp.gov.pk</i>)	+				
	(https://www.facebook.com/nationallibraryofpakistan/)				
Національна бібліотека Шотландії (National Library of Scotland) (<i>http://www.nls.uk</i>)	+	+	+	+	+
	(https://www.facebook.com/NationalLibraryOfScotland?v=wall)	(https://plus.google.com/108232141728727984422/posts)	(https://www.youtube.com/user/NLofScotland)	(https://twitter.com/natlibscot)	(https://www.flickr.com/photos/nlscotland/)
Національна бібліотека Південної Африки (National Library of South Africa) (<i>http://www.nlsa.ac.za</i>)	+				
	(https://www.facebook.com/NationalLibraryofSA/)				
Національна бібліотека Шрі-Ланки (National Library of Sri Lanka) (<i>http://www.natlib.lk</i>)	+		+		
	(https://www.facebook.com/natliblk/)		(https://www.youtube.com/channel/UC263Gyih_Jp0sodYT3wYAGQ)		
Національна й університетська бібліотека Словенії (NUK, Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana) (<i>http://www.nuk.uni-lj.si</i>)	+			+	
	(https://www.facebook.com/NarodnaUniverzitetnaKnjiznica?ref=nf)			(https://twitter.com/knjiznicaNUK)	

Публічна і національна бібліотека Гренландії (Nunatta Atuagaateqarfia) (https://www.katak.gl/kl/web/arena)	+	(https://www.facebook.com/pages/Nunatta-Atuagaateqarfia-Det-Gr%C3%B8nlandsk-e-Landsbibliotek/10150134176580551)								
Національна бібліотека Чеської Республіки (Národní knihovna České republiky) (http://www.nkp.cz)	+	(https://www.facebook.com/narodni.knihovna)	+	(https://plus.google.com/102705261537967998945/posts)		+	(https://twitter.com/narodniknihovna)			
Національна бібліотека імені Ференца Сечені (Országos Széchényi Könyvtár) (http://www.oszk.hu)	+	(https://www.facebook.com/nemzetikonnyvtar)	+	(https://plus.google.com/114309059631430797547/videos)	+	(https://www.youtube.com/user/nemzetikonnyvtar)	+	(https://twitter.com/nemzetikonyvtar)	+	(https://instagram.com/nemzetikonyvtar/; http://nemzetikonyvtar.tumblr.com/;)
Національна бібліотека Індонезії (Perpustakaan Nasional Republik Indonesia) (http://www.pnri.go.id/beranda/)	+	(https://www.facebook.com/ayokeperpusnas)	+	(https://plus.google.com/107538747378790417761/posts)	+	(https://www.youtube.com/user/Katinksg/videos)	+	(https://twitter.com/perpusnas1)		
Швейцарська	+				+		+			

національна бібліотека (Schweizerische Nationalbibliothek) (https://www.nb.admin.ch/snl/de/home.html)	(https://www.facebook.com/schweizerische.nationalbibliothek)		(https://www.youtube.com/channel/UCLuXIz3wg9CDggVmNoIJz4g)	(https://twitter.com/chnatbib)	
Словацька національна бібліотека (Slovenská národná knižnica) (http://www.snk.sk/en/)	+ (https://www.facebook.com/slovenskarnrodnakniznica)	+ (https://plus.google.com/108028787674793053573/posts)	+ (https://www.youtube.com/channel/UCUb3ELdugIeOIEKJM5-uioW)	+ (https://twitter.com/SNK_Martin)	+ (https://www.linkedin.com/company/slovensk-n-rodn-kni-nica?trk=NUS_CMPY_TWIT)
Національна бібліотека та інформаційний сервіс Багамських Островів (National Library & Information Services) (http://www.nlis.bs)	+ (https://www.facebook.com/NLISBAH/)				
Британська бібліотека (The British Library) (https://www.bl.uk/)	+ (https://www.facebook.com/britishlibrary)	+ (https://plus.google.com/+britishlibrary/posts)	+ (https://www.youtube.com/user/britishlibrary)	+ (https://twitter.com/britishlibrary)	+ (https://www.pinterest.com/britishlibrary/)
Національна бібліотека Фінляндії (The National Library of Finland) (https://www.kansalliskirjasto.fi)	+ (https://www.facebook.com/Kansalliskirjasto)		+ (https://www.youtube.com/channel/UCMKdIT517O4D8o9-)	+ (https://twitter.com/NatLibFi)	+ (https://instagram.com/natlibfi/)

asto.fi/en/)			lesbvQ)		
Національна бібліотека Ямайки (The National Library of Jamaica) (http://nlj.gov.jm)	+ (https://www.facebook.com/pages/National-Library-of-Jamaica/173845467835)	+ (https://plus.google.com/115977628730817842862/posts)	+ (https://www.youtube.com/user/nationallibjamaica)	+ (https://twitter.com/natlibja)	
Національна бібліотека В'єтнаму (THU VIEN QUOC GIA VIET NAM) (http://nlv.gov.vn)	+ (https://www.facebook.com/ThuVienQuocGiaVietNam/)				
Австрійська національна бібліотека (Österreichische Nationalbibliothek) (https://www.onb.ac.at)	+ (https://www.facebook.com/nationalbibliothek)				+ (https://www.instagram.com/nationalbibliothek/)
Національна бібліотека Білорусі (Національная библиотека Беларуси) (http://www.nlb.by/)					
Національна бібліотека Республіки Казахстан (Қазақстан Республикасының Ұлттық кітапханасы) (https://nlrk.kz/page.php)	+ (www.facebook.com/pages/Национальная-библиотека-Республики-Казахстан/245861158844682)			+ (https://twitter.com/NatLibKz)	+ (https://www.instagram.com/ulttyk_kitapkhana/)
Національна бібліотека	+				

Сербії (Народна библиотека Србије) (https://www.nb.rs)	(https://www.facebook.com/nbsrb?ref=hl)				
Національна бібліотека Ізраїлю (The National Library of Israel) (http://web.nli.org.il/sites/NLI/English/Pages/default.aspx)	+ (https://www.facebook.com/NationalLibraryIsrael)	+ (https://plus.google.com/112246268447216418638/posts)	+ (https://www.youtube.com/user/NLI2010/featured)	+ (https://twitter.com/NLIIsrael)	+ (http://www.flickr.com/photos/64126959%40N03/collections/ ; https://www.pinterest.com/nliisrael/ ; https://instagram.com/nli_israel/)
Національна бібліотека Ісламської Республіки Іран (National Library & Archives of IR of Iran) (http://www.nlai.ir)	+ (https://www.facebook.com/National-Library-Archives-of-IR-of-Iran-1411248529145788/)				
Національна бібліотека Алжиру (Bibliothèque nationale d'Algérie) (http://www.biblionat.dz/)					
Національна бібліотека Вірменії (National Library of Armenia) (http://www.nla.am)	+ www.facebook.com/nla.am				

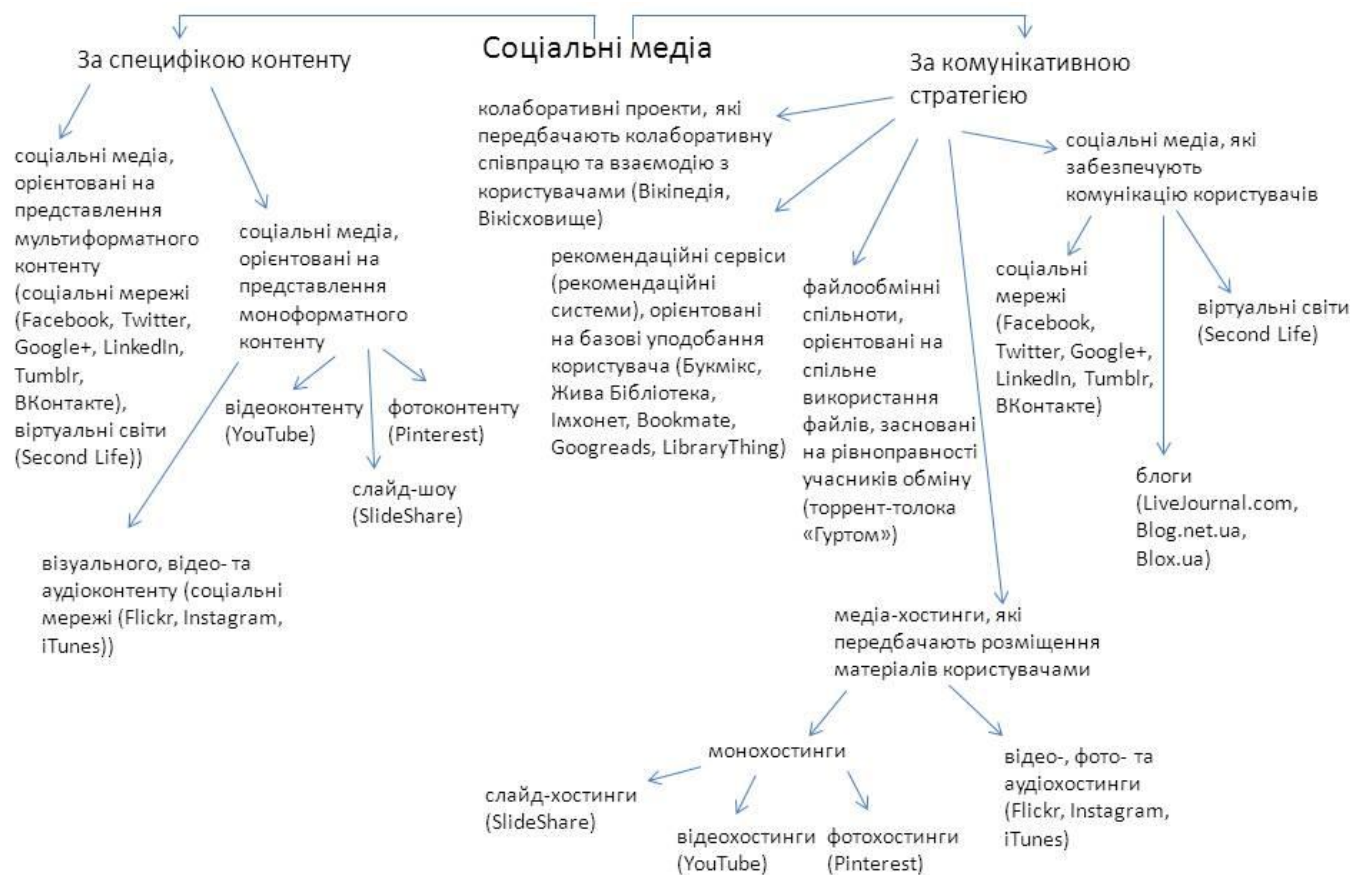
library of Armenia) (http://www.nla.am/arm/?q=hy)	pages/Հայաստանի-ազգային-գրադարան/603668326354243				
Національна бібліотека Греції (National Library of Greece) (http://www.nlg.gr)	+(https://el-gr.facebook.com/NLGreece/)				
Національна бібліотека Йорданії (National Library of Jordan) (http://www.nl.gov.jo/)	+(https://www.facebook.com/NationalLibrary/?fref=ts)		+(https://www.youtube.com/channel/UCvS72_aqh2wq9rDPAGqhFiw)		
Національна бібліотека Кабо-Верде (Biblioteca Nacional Cabo Verde) (http://www.bn.cv)	+(https://www.facebook.com/Biblioteca-Nacional-de-Cabo-Verde-660353667494075/)				
Національна бібліотека Китаю (National Library of China) (http://www.nlc.gov.cn)					+(http://www.weibo.com/nationallibrary ; http://e.t.qq.com/chnlibrary)
Національна бібліотека Кореї (National Library of Korea) (	+(https://ko-kr.facebook.com/nat	+(https://plus.google.com/10910431060	+(https://www.youtube.com/channel/UCKj	+(https://twitter.com/library1004	

http://www.nl.go.kr/nl/index.jsp)	ional.library.of.korea)	6799254193/video s)	WKI1yRlzWfgnF98 HZ_TA)		
Національна бібліотека Короля Фахда (Саудівська Аравія) (King Fahd National Library) (http://www.kfnl.org.sa/Ar/Pages/default.aspx)	+ (https://www.facebook.com/kfnlgovsa)		+ (https://www.youtube.com/channel/UCNTtXgOqs8mnEKkPz4CBWHw)	+ (https://twitter.com/kfnlgov)	+ (https://www.instagram.com/kfnlgov/)
Національна бібліотека Таїланду (National Library of Thailand) (https://www.nlt.go.th/th/)	+ (https://www.facebook.com/NationalLibraryThailand)			+ (https://twitter.com/NLThailand)	
Національна бібліотечна рада Сінгапуру (National Library Board, Singapore) (https://www.nlb.gov.sg/)	+ (https://www.facebook.com/nlbsg)			+ (https://twitter.com/NLB)	
Національна Парламентська бібліотека Грузії (National Library of Georgia) (http://www.nplg.gov.ge)	+ (https://www.facebook.com/NATIONALPARLIAMENTARYLIBRARYOFGEOORGIA)	+ (https://plus.google.com/105481428961087444384/posts)	+ (https://www.youtube.com/user/nplgofficial?feature=results_main)	+ (https://twitter.com/nplgofficial)	
Національна парламентська	+ (https://www.facebook.com)			+ (https://twitter.com)	

бібліотека Японії (National Diet Library) (http://www.ndl.go.jp)	ok.com/NDLexhibition)			m/NDLJP)	
Національна та Університетська бібліотека Ісландії (National and University Library of Iceland) (https://landsbokasafn.is)	+ (https://www.facebook.com/pages/Landsbokasafn-%C3%B3kasafn-%C3%8Dslands-H%C3%A1sk%C3%B3lab%C3%B3kasafn/49834298059)	+ (https://plus.google.com/103770924939122248579/video)	+ (https://www.youtube.com/channel/UC13SsrPtMBkSdKirHno9DkQ)	+ (https://twitter.com/Landsbokasafn)	+ (https://instagram.com/landsbokasafn)
Національна центральна бібліотека Тайваню (Тайвань, Республіка Китай) (National Central Library)	+ (https://www.facebook.com/ncl.tw/?ref=hl)		+ (https://www.youtube.com/channel/UC1ZTP3hdBYdkBsssZzVZPfA)		
Національна бібліотека святих Кирила і Мефодія (Націонална Библиотека «Св. Св. Кирил и Методий») (http://www.nationallibrary.bg/wp/?page_id=763)	+ (https://www.facebook.com/nbkmbg/)				
Національна бібліотека Узбекистану імені Алішера Навої (Національная	+ (https://www.facebook.com/pg/NationalLibraryOfUzbekista				

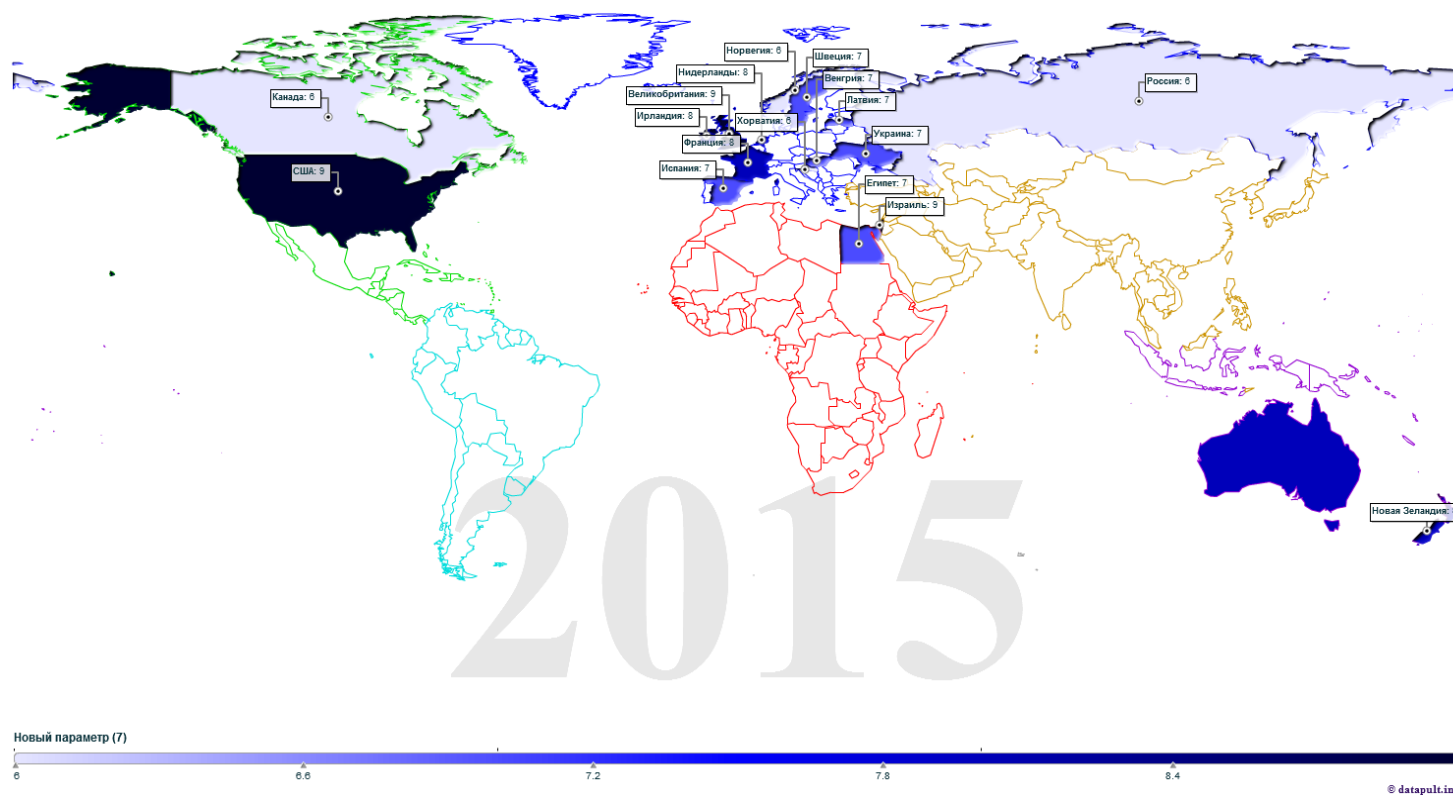
библиотека Узбекистана имени Алишера Навои) (http://www.natlib.uz)	n/about/?ref=page_i nternal)				
Національна й університетська бібліотека Святого Климента Охридського (Национална и универзитетска библиотека «Св. Климент Охридски») (http://nubsk.edu.mk/en/)	+ (https://www.facebook.com/nubsk.edu.mk)			+ (https://twitter.com/nubskedumk)	+ (https://github.com/NUBSK)
Російська державна бібліотека (Российская государственная библиотека) (https://www.rsl.ru)	+ (https://www.facebook.com/Leninka.ru)	+ (https://plus.google.com/113014200696293631210/about)	+ (https://www.youtube.com/user/RussianStateLibrary)	+ (https://twitter.com/Leninka_ru)	+ (https://www.flickr.com/photos/leninka/)
Монгольська національна бібліотека (Үндэсний Номын Сан) (http://www.nationallibrary.mn/ru/)	+ (https://www.facebook.com/National.Library.of.Mongolia)				

Типологічна класифікація соціальних медіа

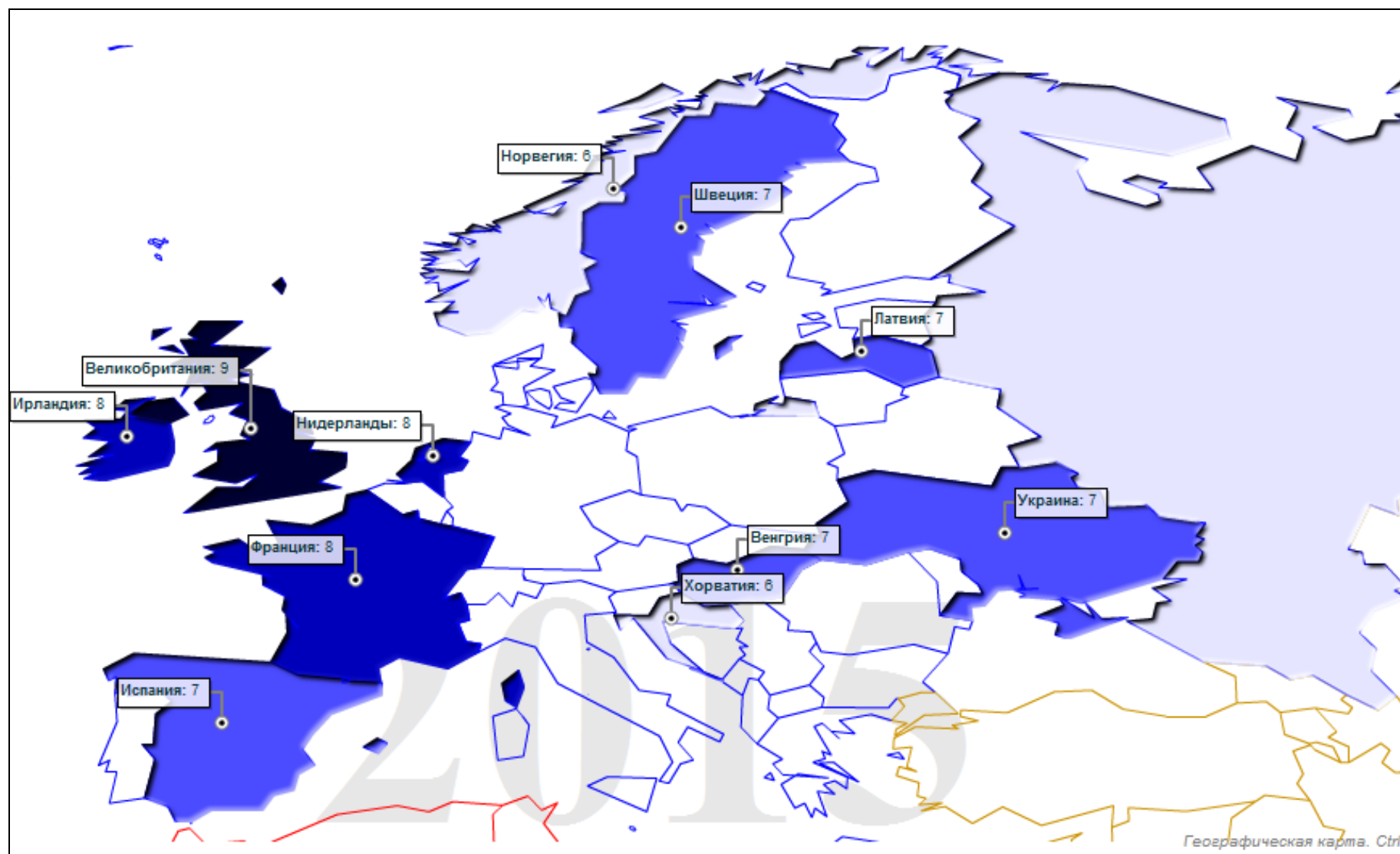


Додаток Г

Рівень охоплення соціальних медіа зарубіжними і вітчизняними бібліотеками



Карта світу мас-медіа



Інформаційно-комунікаційна модель бібліотечного представництва в соціальних медіа

