

## СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ТА БІБЛІОТЕКИ

**Соціальні мережі** – (англ. *social networking servic* або *social networking site*, або *SNS*) – платформи, он-лайн сервіси чи веб-сайти, призначені для побудови, відображення й організації соціальних взаємовідносин в Інтернеті.

Соціальні мережі – різновид соціальних засобів комунікації, які входять до соціальних медіа (англ. *social media*). Основними характеристиками соціальних мереж є доступні інтерактивні комунікації, особиста доля користувачів у генерації і ретрансляції медійного контенту, високий ступінь залученості користувачів до процесу інтерактивної комунікації, максимальна швидкість зворотного зв'язку між користувачами, персоналізація користувача.

Соціальні мережі – це спільноти людей в Інтернеті зі схожими інтересами, що обмінюються повідомленнями, діляться інформацією та займаються спільною діяльністю. Зв'язок здійснюється за допомогою внутрішньої пошти або сервісів миттєвого обміну повідомленнями (чат). Першою соціальною мережею вважається створений у 1995 р. у США портал *Classmates.com*. Офіційним початком буму соціальних мереж прийнято вважати 2003–2004 рр., коли були запуснені *MySpace* та *Facebook*, найбільш популярною з яких згодом стала *Facebook*. Не менш популярним у світі є сервіс мікроблогів *Twitter*. Соціальні мережі набувають щороку більшої популярності. За дослідженням провідної американської публічної соціологічної маркетингової компанії Нільсен (*Nielsen Holdings N.V.*), у соціальних мережах та блогах щодня знаходяться 66,8% користувачів Інтернету. Найбільш активними є підлітки та молодь, останнім часом зростає й такий сегмент, як дорослі, в основному у віці 35–55 років.

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

У пабліках, спільнотах (групах), на сторінках соціальних мереж бібліотекарі взаємодіють з віртуальною аудиторією, залучаючи її до бібліотеки. Завдяки соціальним мережам бібліотеки створюють повноцінні

інтерактивні інтернет-представництва. Бібліотекарі використовують соціальні мережі також як інструмент, корисний для вирішення професійних завдань. Соціальні мережі є відкритим форумом задля отримання нових ідей: завдяки спілкуванню з колегами у віртуальному режимі відбувається обмін інноваціями.

Характерними властивостями соціальних мереж є універсальність, інтерактивність, доступність, мобільність, комунікативність. Соціальні мережі мають таку специфіку: можливість роботи з аудіо- або відеоматеріалами, зі статичними або динамічними відеодокументами; з макро- або мікрооб'єктами, а також текстами. Ключовими факторами використання соціальних мереж для бібліотек є:

- види додатків, де користувач може самостійно створювати свій запис; технології оповіщення, пов'язані з поширенням новин;
- культура відкритості, що робить контент доступним для поширення і повторного використання;
- культура довіри, що підтримує поширення контенту, обговорення і внесення зауважень;
- сервіси соціального співробітництва, що допомагають поширювати зображення, розповіді, коментарі.

Соціальні мережі відрізняються одна від одної складом аудиторії та можливостями просування. Найбільш затребувані українською аудиторією Facebook, ВКонтакте, Однокласники, Google+, Twitter, Instagram. За даними Alexa Internet (сайта дочірньої компанії Amazon.com, де збирається статистика про відвідуваність інших сайтів) станом на липень 2015 р. кількість користувачів Facebook становила 1,5 млрд, з яких 968 млн відвідує свої акаунти щодня. Facebook за відвідуваністю є другим сайтом у світі та п'ятим в Україні. Кількість українських користувачів станом на травень 2014 р. становила майже 6 млн. За даними анкетування бібліотек Харківщини та моніторингу веб-сайтів книгозбірні та бібліотекарі найбільш активно почали реєструватися у соціальних мережах з 2012 р.

Офіційні представництва у соціальних мережах мають усі бібліотеки харківських вишів. Активність публічних книгозбірень Харкова у соціальних мережах зростає. Центральні районні бібліотеки міста та їх філії мають 55 офіційних сторінок та пабликів у соціальних мережах, 302 бібліотекарі відкрили акаунти, з них 100 – у Facebook. Найбільш креативно працюють публічні книгозбірні Слобідського району Харкова. Так, головна бібліотека Слобідської ЦБС активно просувала та рекламувала бібліотечні сервіси, висвітлювала цікаві інноваційні доробки на своїй офіційній сторінці у

Facebook. Серед віртуальних користувачів популярними були й мовні групи ЦБС: «Language café» та «Веселий English». Бібліотекарі Слобідського району одними з перших, з 2011 р., опанували можливості соціальних мереж. На 1 серпня 2016 р. зареєстровано 53 індивідуальних акаунти бібліотекарів публічних книгозбірень Слобідського району, з них 41 – на Facebook.

Мають представництво у соціальному просторі Інтернету й переважна більшість центральних районних бібліотек Харківської області, окремі сільські бібліотеки-філії. Бібліотечне співтовариство України, в тому числі Харківщини, найчастіше обирає Facebook. Це акаунти бібліотекарів, сторінки-представництв бібліотек та тематичні бібліотечні групи. Серед спеціалізованих бібліотечних груп у Facebook найактивнішими є «Сучасний бібліотекар», «Книга в тренді», «Бібліотеки, повні людей» та ін.

Соціальна мережа ВКонтакте розрахована, перш за все, на школярів, студентську молодь. У цій мережі зареєстровано понад 100 млн користувачів, серед них 20 млн – українських акаунтів (за даними компанії «Яндекс»). Бібліотеки використовують цю соціальну мережу як можливість спілкування з молоддю, обізнаності у сучасних трендах молодіжної поп-культури, рекламування своїх програм.

Через низку законів РФ конфіденційність російських соціальних мереж ВКонтакте, Однокласники, Мой мир та ін. значно послабла, тому Українська бібліотечна асоціація не рекомендує бібліотекам відкривати свої сторінки, пабліки та акаунти і пропонує покинути названі російські соціальні мережі. Проте альтернативи ВКонтакте в Україні, на жаль, не існує. Незаслужено рідко бібліотеки Харківщини використовують можливості Instagram, Google+, Pinterest, Tumblr, LinkedIn та Twitter. У Twitter зареєстровані та активно працюють з віртуальними користувачами окремі бібліотеки харківських вишів та Харківська державна наукова бібліотека імені В. Г. Короленка. Популярна у бібліотечних товариствах США, Канади та у країнах Європи Instagram поки що замало використовується бібліотеками України, в тому числі Харківщини, задля просування читання та реклами бібліотечних послуг. За даними проникнення соціальних мереж по містах України – у Харкові лідирують ВКонтакте, Однокласники і Facebook.

Сучасна стратегія бібліотечного маркетингу спрямована на залучення й утримання користувачів, знаходження можливостей розширення використання сервісів та послуг. Саме тому бібліотеки зацікавлені у перетворенні потенційних користувачів на реально існуючих через використання соціальних мереж.

## Джерела

1. Федорова О. Л. Ера соціальної комунікації: проблематика нових медіа [Електронний ресурс]. URL: [http://www-philology.univer.kharkov.ua/nauka/e\\_books/visnyk\\_1027/content/fedorova.pdf](http://www-philology.univer.kharkov.ua/nauka/e_books/visnyk_1027/content/fedorova.pdf).
2. Данько Ю. А. Феномен соціальних мереж у контексті становлення і розвитку мережевого суспільства // Вісн. Міжнар. Слов'ян. ун-ту. Сер. «Соціол. науки». Харків. Т. XV. 2012. № 1, 2. С. 53–59.
3. Пасмор Н. П., Фролова Н. М. Веб-сайт та соціальні мережі як засіб інтернет-представництва університетської бібліотеки // Короленківські читання 2015. Бібліотеки, архіви, музеї: інноваційні моделі розвитку : матеріали XVIII Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Харків, 8 жовт. 2015 р.). Харків, 2016. С.85–94. Електрон. аналог: URL: [http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/9694/1/Pasmor\\_Frolova.pdf](http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/9694/1/Pasmor_Frolova.pdf).
4. Іващук Л. Соціальні мережі Інтернету в сучасній політичній комунікації // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. 2011. Вип. 32. С. 63–70.
5. Ушакова І. О. Соціальні мережі як засіб впливу на взаємовідносини з клієнтами [Електронний ресурс]. URL: <http://bit.ly/29P1olb> .
6. В социальных сетях зарегистрировано 30 млн украинских аккаунтов [Електронний ресурс]. URL: <http://ain.ua/2012/09/21/96039#more-96039>.
7. Исследование показало, как украинцы используют социальные сети [Електронний ресурс]. URL: <http://mmr.ua/show/issledovanie-pokazalo-kak-ukraincy-ispolzujut-socialnye-seti/31922> .
8. Романенко О. В. Погляди сучасних зарубіжних дослідників на роль соціальних медіа в політичній комунікації [Електронний ресурс]. URL: [http://www.nbu.gov.ua/old\\_jrn/Soc\\_Gum/Gileya/2012\\_62/Gileya62/P14\\_doc.pdf](http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Gileya/2012_62/Gileya62/P14_doc.pdf)
9. How global consumption of video content has evolved: The Nielsen Global Digital Landscape Survey 2015 [Електронний ресурс]. URL: <http://popsop.com/2015/04/how-global-consumption-of-video-content-has-evolved-the-nielsen-global-digital-landscape-survey-2015/>.

**Соцков Олег Володимирович**

*Статтю створено 28.07.2016*