

Список використаних джерел:

1. Wiki-ВікіОсвіта [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.eduwiki.uran.net.ua/wiki/index.php?title=Wiki>.
2. Довідка: Створення нової статті [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://uk.m.wikipedia.org/wiki/Довідка:Створення_нової_статті.
3. Черниш Н. І. Українські електронні енциклопедії як складова національного інформаційного простору // Вісник Книжкової палати. 2016. №2. С. 29–34.
4. Вікіпедія Вільна енциклопедія: [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Українська_Вікіпедія
5. Вікіпедія Вільна енциклопедія: [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Вікіпедія:Історія_української_Вікіпедії

Бутенко І.М.,

студент ІV курсу факультету менеджменту і бізнесу ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв»;

Науковий керівник: Єрмолаєва Г.А.,
кандидат педагогічних наук, ВП
«Миколаївська філія Київського
національного університету культури і
мистецтв» м. Миколаїв

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ В ДІЯЛЬНОСТІ ОБЛАСНИХ БІБЛІОТЕК м. МИКОЛАЄВА

Розвиток сучасних інформаційних технологій сприяє появі нових тенденцій у комунікаціях між людьми. Інтернет став найвпливовішим джерелом отримання інформації. Усі події, які відбуваються у суспільстві сьогодні повністю відображені у віртуальній реальності. Саме цей канал формує перше враження про територію (країну, регіон, місто) та поширює ці асоціації і образи серед реципієнтів. За сучасних умов все більшої популярності по всьому світові набувають соціальні мережі [1].

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).

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 запущені 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 [2].

Упродовж 2008 року в світі відбувся бум використання сайтів соціальних мереж. Багато бібліотек відкрило свої сторінки у MySpace, Second Life, Facebook та ін., для того щоб увійти в тісніший контакт зі своїми користувачами і запропонувати свої послуги. Вибір соціальних мереж на сьогоднішній день достатньо великий, проте організувати присутність установи у кожній з них є нереальним завданням. Основним критерієм для обрання соціальної мережі стає факт максимальної концентрації на ній потенційних та реальних користувачів організації. Маркетологи попереджають також, що вихід установи у соціальну мережу позбавлений сенсу, якщо вона ще немає власного сайту. Відсутність сайту у віртуальному світі сьогодні рівноцінна відсутності установи у світі реальному [3].

Використання соціальних мереж бібліотеками зумовлена тим, що вони надають можливість: збільшити ареал впливу своїх установ на населення; презентувати нові матеріали швидко та легко; розвиток інформаційних послуг; поєднання стаціонарного обслуговування з дистанційним; створити позитивний імідж бібліотеки та її діяльності; висвітлити життя установи; підвищити рівень інформаційного обслуговування.

Соціальні мережі відрізняються одна від одної складом аудиторії та можливостями просування. Сьогодні основне призначення веб-ресурсу бібліотеки – слугувати джерелом інформації, а призначення соціальної мережі – інтерактивне спілкування бібліотекаря з читачами та колегами.

Серед вітчизняних авторів роботи яких присвячено питанню використання соціальної мережі в діяльності бібліотек є А. Бондар [1], О. Соцков [2], М.Назаровець [3], О. Кафтан, О. Белодєд [4].

Об'єктом нашого дослідження на регіональному рівні – соціальні мережі Миколаївської обласної універсальної наукової бібліотеки [5], [6], Миколаївської обласної бібліотеки для юнацтва [7], Миколаївської обласної бібліотеки для дітей ім. В. Лягіна [8], [9].

Параметри для моніторингового дослідження: головна сторінка бібліотеки: інформація (адрес, карта, контакти, посилання на веб-сайт, фото), контент сторінки (кількість постів; актуальність постів; фото-відео наповнення; активність на сторінці (кількість підписників сторінки; кількість переглядів відео; кількість лайків постів; кількість поширень постів).

Основна ціль використання соціальних мереж у роботі бібліотек постає в налагодженні зв'язку з користувачами та створення позитивного іміджу установи через її онлайн сторінку. Головна сторінка дає розуміння, чим

займається установа та відповідає на основні питання нових відвідувачів, а саме: де знаходиться бібліотека, як вона виглядає, яке її призначення. Далі слідує основна стрічка новин, де публікується інформація про нові надходження та влаштовуються опитування.

Акаунт Миколаївської обласної універсальної наукової бібліотеки бере свій початок у мережі Instagram [5] з 12 травня 2021 року, кількість фоловерів станом на 11 листопада 2021 р. складається досить небагато, а саме 83. У своїх публікаціях використовують також українську мову, публікуються пости та оновлюється актуальна інформація. Сторінка у соціальній мережі Facebook [6] була створена 13 серпня 2015 року, кількість фоловерів станом на 11 листопада 2021 р. - 1339.

Бібліотека має власні хештеги та теми для постів, котрі активно використовуються при публікації інформації. Виходячи з аналізу сторінок можна виділити основні, а саме: Хештеги: «бібліотека», «книги», «топ_7_книг_на_тиждень». Теми публікацій: святкування визначної дати підбірка книжок, оголошення та опитування, відеосюжети та фоторепортажі з бібліотеки, новини бібліотек, заохочення до участі у масових заходах, конкурси.

Сторінки Миколаївської обласної бібліотеки для юнацтва у соціальній мережі Instagram нажалі немає, а сторінка у мережі Facebook ведеться дуже активно. Акаунт у соціальній мережі Facebook [7] було створено 22 липня 2013 року, кількість фоловерів станом на 11 листопада 2021 р. складається із 577 людей. Теми для постів досить різні, здебільшого рекомендації літератури та освітлення визначних дат для сфери бібліографознавства. Публікація результатів проведення урочистих заходів, конференцій та тренінгів. Також постійно публікуються актуальні новини з життя бібліотеки та її працівників.

Сторінка Миколаївської обласної бібліотеки для дітей ім. Лягіна у соціальній мережі Instagram [8] була створена 27 листопада 2017 року, кількість фоловерів станом на 11 листопада 2021 р. - 829. У своїх публікаціях використовують українську мову, публікуються пости та оновлюється актуальна інформація. Акаунт у соціальній мережі Facebook [9] був створений 22 липня 2013 року., кількість фоловерів станом на 11 листопада 2021 р. складається - 2830. Сторінки мають унікальний стиль написання постів та власні теми для публікацій, а саме - Арт гурманіка та картинки на тему креативу в архітектурі.

Проведено дослідження уможливує такі висновки: соцмережа для бібліотеки – це: додатковий ресурс для бібліотеки; платформа для реалізації бібліотечних проєктів; можливість заявити про себе; можливість безпосередньо спілкуватися з колегами, читачами, дізнаватися про їх думку, побажання, зауваження; можливість інформувати про діяльність бібліотеки; інструмент маркетингових досліджень.

Список використаних джерел:

1. Соціальні мережі як інструмент формування внутрішнього і зовнішнього бренду території / А. Бондар // Політичний менеджмент. - 2012. -

№ 1-2. - С. 82-87. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PoMe_2012_1-2_13.
– Назва з екрану.

2. Соцков О. Соціальні мережі та бібліотеки / О. Соцков // Бібліотечний форум: історія, теорія і практика. – 2016. – № 3. – С. 15–17.-
Режим доступу: <https://libenc.korolenko.kharkov.com/informatsiini-tekhnologii/sotsialni-merezhi-ta-biblioteku>.- Назва з екрану.

3. Назаровець, М. А. Використання комунікаційних можливостей соціальної мережі Facebook бібліотеками ВНЗ [Електронний ресурс] / М. А. Назаровець // Матеріали V міжнар. наук.-практ. конф. «Сучасні проблеми діяльності бібліотеки в умовах інформаційного суспільства», 11–12 верес. 2013 р. – Львів : Вид-во «Львівська політехніка», 2013. – С. 183– 190. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/21325/1/18-183-190.pdf>. – Назва з екрану.

4. Соціальні мережі: можливості використання в бібліотеці ВНЗ [Текст] : дайджест / уклад. О. І. Кафтан, О. В. Белодед. – Миколаїв : НУК, 2015. – 7 с.

5. Миколаївська обласна універсальна наукова бібліотека [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.instagram.com/knigovirus/>. - Назва з екрану.

6. Миколаївська обласна універсальна наукова бібліотека [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.facebook.com/reglibrary.mk>. – Назва з екрану.

7. Миколаївська обласна бібліотека для юнацтва [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://inlnk.ru/LAzRk>. – Назва з екрану.

8. Миколаївська обласна бібліотека для дітей ім. В.О.Лягіна [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.instagram.com/bibliotekadityachamykolaiv/>. – Назва з екрану.

9. Миколаївська обласна бібліотека для дітей ім. В.О.Лягіна [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.facebook.com/reglibrary.mk>. – Назва з екрану