



Пилипенко Н. В.

Запорізький національний технічний університет, Наукова бібліотека

ПОТЕНЦІАЛ І ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА В БІБЛІОТЕЦІ

У статті розглядається та аргументується необхідність активного використання соціальних медіа для комунікацій із користувачами бібліотеки і задоволення їх інформаційних потреб. Визначено особливості сучасного етапу та перспективи подальшого розвитку інтернет-представництв бібліотеки в соціальних мережах.

Ключові слова: бібліотека, бібліотека 2.0, соціальні медіа, соціальні мережі, Web 3.0.

В бібліотечній спільноті наразі вже всі звикли використовувати такі терміни як Web 2.0 та Бібліотека 2.0, але з часом швидке розповсюдження різноманітних веб-сервісів формує нові виклики та вимоги до роботи книгозбірень в онлайн-середовищі. Основою сучасного інформаційного суспільства є економіка знань, в якій саме людські знання покладено в основу економічних процесів, а не товар чи виробництво; саме знання набувають одночасно форм і товару, і фактору виробництва, знання перетворюються на рушійну силу розвитку цього суспільства. Активне розповсюдження і вдосконалення інформаційних технологій є запорукою формування вільного приросту знань, полегшення доступу до них, проникнення і використання Інтернету в найрізноманітніших сферах життя – все це є прикметною ознакою того, що ми вже давно існуємо в умовах Web 3.0.

Сучасний Web розвивається як інформаційний простір, призначений не лише для комунікації людини з людиною (як за умов Web 2.0), а й для співпраці комп'ютерів, які обробляють ту інформацію, що раніше була призначена для розуміння лише людиною. Цей етап отримав назву Семантичний Веб (Semantic Web). Точки зору обслуговування людських потреб особливість Семантичного Вебу полягає у звільненні людини від обтяжливих рутинних задач із отримання, пошуку, обліку та індексування інформації, що міститься в Вебу.

Ідея Semantic Web була запропонована ще в 1998 році британським вченим Тімом Бернерсом-Лі (Tim Berners-Lee), який є винахідником WWW, URI, HTTP та HTML, перехід до цього етапу розвитку Вебу відбувся в 2001 році. Під впливом науково-технічного прогресу Веб поступово трансформувалася від статичних інформаційних характеристик Web 1.0, де взаємозв'язки встановлювались між інформацією, через інтерактивний простір Web 2.0, де встановлювались зв'язки між людьми, – до семантичних технологій Web 3.0, де пов'язуються між собою певні знання, а на черзі перехід до Web 4.0, який ще називають Інтернетом речей.

Різноманітні аспекти використання соціальних медіа в роботі бібліотек досліджували в своїх публікаціях Головаха С., Лобузін К., Курбан О., Назаровець М., Мар'їна О., Струнгар В., Ярошенко Т. та інші. Проте через високу мінливість процесів в Інтернет-просторі залишається ще багато питань, що потребують висвітлення та узагальнення результатів.

Існування в умовах Web 3.0 розкриває для бібліотек потенційні можливості для покращення своєї представленості в мережі Інтернет через урізноманітнення «майданчиків» для ініціювання спілкування та захоплення певної ніші надання читачам експертних знань щодо роботи з інформацією. Коли інформація аналізується, обробляється і вміщується у певний контекст, вона стає знанням. Знання передбачає висновки й узагальнення, виявлення прихованих тенденцій і нестандартних виключень.

Еволюція веб-технологій на кожному з етапів, як зазначає К. Лобузін, привнесла в бібліотечну діяльність свої інструменти, що відобразилося на характері онлайн-сервісів і послуг. Web 1.0 створив умови для надання інформації про фонди та формування онлайн-бібліотечних каталогів. Web 2.0 створив передумови для впровадження інтерактивних бібліотечних довідкових сервісів, бібліотечних блогів, форумів, спільнот у соціальних мережах, вікі-сервісів. Технологічні рішення Web 2.0 надали імпульсу для розвитку архівів відкритого доступу з можливістю публікувати наукові матеріали самими користувачами. Web 3.0 має пригорнути інтерес до бібліотечних технологій, бо саме в них накопичений великий досвід упорядкування знань.

Розвиток Інтернет-технологій відбувається шляхом поєднання і поглиблення «соціальної» складової комунікації, а також – ускладнення алгоритмів відбору і обробки будь-якої інформації з використанням штучного інтелекту. Кожна бібліотека, яка розвиває власне представництво в мережі Інтернет, має враховувати зміни, що впливають на

формування і розповсюдження інформації та знань, бути обізнаними з тенденціями, які виникають у соціальних медіа.

Присутність бібліотеки в Інтернет-просторі найчастіше переслідує наступні цілі:

- формування лояльного ставлення до бібліотеки з боку певної спільноти (для бібліотеки ВНЗ це дві великі спільноти – студентство та професорсько-викладацький склад) та пошук нових читачів;
- моніторинг потреб користувачів;
- інформування та просування послуг бібліотеки;
- збільшення Інтернет-трафіку на основний сайт бібліотеки.

Але засоби вирішення цих задач не є незмінними в часі, оскільки наразі бібліотекам потрібно враховувати в роботі із представництвами в соціальних медіа наступні фактори:

- Соціальні мережі є лідерами з приросту змістового наповнення Інтернету (хоча якість цієї інформації залишається доволі низькою), а отже інтеграцію у соціальні медіа потрібно передбачати для всіх мережевих проєктів, для підвищення їх впливу і популярності. Окрім того, наявність посилань у соціальних мережах впливає на ранжування результатів видачі пошукових систем. За відсутності інтеграції з соціальними медіа посилання на сайт отримають нижчі позиції в результатах обробки запиту.
- Користувачі орієнтуються на отримання бажаного результату одним рухом, «однією кнопкою», до подібного стереотипу поведінки їх дуже швидко призвичаїли сучасні пошукові системи (наприклад, кнопка «Мені пощастить» у Google).
- Читачі бажають мати доступ до бажаної інформації у будь-якому місці і у будь-який час – поштовхом до цього стало поширення мобільних пристроїв – смартфонів та планшетів. За результатами звіту про стан розвитку ринку мобільного широкополосного доступу Ericsson Mobility Report до 2020 року 70 % світового населення будуть користуватися смартфонами (для України цей показник сягне 71 %). Вже в 2014 році обсяг мобільного трафіку досяг 61 Петабайт, а до 2020 року ця цифра буде вже 3000 Петабайт. Отже, сайти бібліотек обов'язково мають бути пристосовані для перегляду через мобільні пристрої. Принципи формування контенту також варто переглянути – малий

екран вимагає лаконічності та конкретності, текст стає жорстко структурованим.

- Телебачення та онлайн-ресурси є самими популярними каналами отримання інформації, але стрімко зростає популярність соціальних мереж як джерела отримання новин – українські користувачі все більше отримують інформації через стрічки новин. Отже, якщо бібліотеки також мають долучитися до новинного наповнення своїх спільнот, це перетворює роботу в соціальних мережах на щоденний процес.
- Автори та творці інформаційного контенту втрачають над ним контроль, вся повнота керування споживанням будь-яких новин переходить до користувача інформації. В соціальних мережах відбулась заміна хронологічного виводу новин у стрічці на алгоритмічний, і цей алгоритм постійно вдосконалюється і ускладнюється. Епоха Web 3.0 характеризується тотальним стеженням за користувачем із метою з'ясування його вподобань і смаків, а отже залишитися в сфері інтересів споживача для бібліотек стає більш складним завданням.
- Пошук приватності користувачами Інтернету – відбувається перехід аудиторії у месенджери, зростає популярність таких сервісів як WhatsApp, Telegram, Viber. Месенджери перетворюються на «нові соціальні мережі» – в них грають в ігри, переглядають відео, взаємодіють із брендами, обмінюються інформацією, а отже – варто замислитись над їх використанням і бібліотекам.
- Користувачі надають перевагу використанню візуального контенту, частка його споживання істотно зросла – отже бібліотекам краще в своїй роботі із читачами використовувати більше інфографіки, більше відео-інструкцій, долучитися до руху буктьюберів («книгоблогерів»). Наразі в спільнотах у соціальних мережах найчастіше переглядають фото та відео бібліотечних масових заходів.
- Онлайн-трансляції стали новим масовим форматом – Google-Hangouts, Periscope, Meerkat – стрімко набувають популярності. Глядачі бажають бути дотичними до подій, які відбуваються в поточний момент, миттєво отримувати інформацію. Бібліотеки долучаються до цієї тенденції, наприклад, через проведення онлайн-марафонів, присвячених різним знаменним датам. Наша бібліотека разом із колегами з Києва, Полтави, Луганської, Рівненської, Харківської, Хмельницької, Закарпатської та Херсонської областей в 2016 році

брала участь у подібному заході, присвяченому вшануванню пам'яті Тараса Григоровича Шевченка, – "По всій Україні звучать Шевченкові слова".

- Зростання частки неякісної інформації (фейки та інформаційні війни) відкриває перед бібліотекарями нову нішу з підвищення медіаграмотності своїх читачів і пропонування користувачам власних експертних знань із верифікації контенту і роботи з інформацією, що можна також популяризувати за допомогою соціальних медіа.
- Зростання інтересу аудиторії до гуманітарних проектів, освітніх технологій, наукових блогів, платформ для онлайн-навчання.
- Гейміфікація контенту – будь-який контент, що продукується бібліотекою, має транслювати сильні почуття та емоції, ділитися яскравими враженнями, щоб «зацепити за живе» читача.
- Охолодження інтересу до лонгвідів – проте будь-який матеріал, який розміщується в Інтернеті, все ще вимагає детального опрацювання та структурування, якісного дизайну, підвищення мультимедійності.
- Невирішеність питання добросовісного використання та вільного доступу до інформації, необхідність дотримання авторських прав.

Процес роботи бібліотеки ВНЗ в соціальних медіа вимагає від бібліотекарів розширення сфери компетенцій, або залучення до співпраці спеціалістів із інших сфер (PR та журналістика, IT, SMM, юриспруденція в частині дотримання авторських прав). Це має стати частиною щоденної роботи багатьох підрозділів, щоб у потенційних читачів склався повний образ бібліотеки як сучасного багатоканального інформаційного центру, орієнтованого на потреби користувача.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андон, Ф. И. Semantic Web как новая модель информационного пространства интернет [Электронный ресурс] / Ф. И. Андон, И. Ю. Гришина, В. А. Резниченко // Проблемы програмування. – 2008. – № 2-3. – С. 417–430. – Режим доступа: <http://dspace.nbuiv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/1414/08%20-%20Andon2.pdf>. – Загл. с экрана.
2. К 2020 году смартфонами будет пользоваться 70 % населения мира // Маркетинг и реклама. – 2015. – № 5-6. – С. 58–62.
3. Лобузін, К. В. Бібліотека 3:0: знання, сховища даних та експерти / К. В. Лобузін // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. – 2012. – № 1. – С. 26–35.

4. Мар'їна, О. Бібліотеки та соціальні медіа: технологія взаємодії [Електронний ресурс] / О. Мар'їна // Вісник Книжкової палати. – 2012. – № 8. – С. 19–21. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vkp_2012_8_8.pdf.
5. Мар'їна, О. Бібліотека в епоху розвитку технологій Web 3.0 [Електронний ресурс] / О. Мар'їна // Вісник Книжкової палати. – 2015. – № 7. – С. 18–20. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2015_7_6.
6. Назаровець, М. PR бібліотек вищих навчальних закладів у мережі Інтернет [Електронний ресурс] / М. Назаровець // Вісник Книжкової палати. – 2013. – № 12. – С. 21–22. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vkp_2013_12_5.pdf.
7. Пилипенко, Н. В. Формування іміджу бібліотеки за допомогою соціальних медіа / Н. В. Пилипенко // Сучасні проблеми діяльності бібліотеки в умовах інформаційного суспільства: матеріали шостої міжнародної науково-практичної конференції, 10–11 вересня 2015 року, Львів. нац. ун-т «Львівська політехніка», Науково-технічна бібліотека. – Львів, 2015. – С. 74–78.
8. Пуля, В. 10 трендов новых медиа в 2016 году / В. Пуля, М. Корнеев // Современная библиотека. – 2016. – № 2. – С. 20–23.
9. Самые популярные каналы получения информации в Украине // Маркетинговые исследования в Украине. – 2015. – № 6. – С. 56–57.

Пилипенко Н. В.

Запорожский национальный технический университет, Научная библиотека

ПОТЕНЦИАЛ И ПРЕИМУЩЕСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА В БИБЛИОТЕКЕ

В статье рассматривается и аргументируется необходимость активного использования социальных медиа для коммуникаций с пользователями библиотеки и удовлетворения их информационных потребностей. Определены особенности современного этапа и перспективы дальнейшего развития интернет-представительств библиотеки в социальных сетях.

Ключевые слова: библиотека, библиотека 2.0, социальные медиа, социальные сети, Web 3.0.

Pylypenko N. V.

Zaporizhzhya National Technical University, Scientific Library

THE POTENTIAL AND THE BENEFITS OF USING SOCIAL MEDIA IN THE LIBRARY

The article examines and discusses the need for the active use of social media for communication with the library users and meeting their informational needs. The features of the current stage and prospects of further development of the library Internet-representation in social networks are determined.

Keywords: library, Library 2.0, social media, social networking, Web 3.0.