

Жидкова Оксана Олегівна

*старший викладач кафедри філософії
Харківський національний університет
радіоелектроніки
м. Харків, Україна
e-mail: oksana.zhydkova@nure.ua
ORCID: 0000-0002-9045-3243*

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ЯК ЕЛЕМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ УНІВЕРСИТЕТСЬКОЇ БІБЛІОТЕКИ

Розглядаються питання представництва бібліотек у соціальних мережах, а також види діяльності, які можуть бути використані університетськими бібліотеками для утримання своєї позиції в інформаційно-комунікативному просторі.

Ключові слова: *інформаційно-комунікативний простір, соціальні мережі, Інтернет, університетська бібліотека, популяризація, інформаційні ресурси.*

Одне з головних завдань бібліотеки – організувати оптимальне спілкування, надати користувачам як можливість реалізувати потребу в ньому, так і необхідну інформацію. Виходячи з цього, університетську бібліотеку можна охарактеризувати як соціально-просвітницький, освітньо-науковий і культурний центр. Однак, щоб утримати свої позиції в сучасному інформаційно-комунікативному просторі, бути дійсно корисною, створити комфортні умови для своїх користувачів, сучасна бібліотека змушена постійно шукати нові способи надання своїх послуг.

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема, мережі Інтернет як нової форми комунікації, змінює звичайні стереотипи міжособистісного спілкування і можливостей доступу до інформаційних ресурсів. Сьогодні, коли до традиційних книжкових фондів додалися аудіо-та відеоматеріали, CD, електронні ресурси, коли пріоритетним джерелом інформації у суспільстві став Інтернет який взяв на себе частину функцій бібліотеки, її традиційна роль останньої має змінитися, вона повинна виходити у віртуальне середовище, де може відбуватися якісна і кількісна популяризація будь-яких ресурсів.

На наш погляд вихід на новий інформаційний рівень обслуговування допоможе університетським бібліотекам використовувати соціальні мережі, як засіб рекламування бібліотечної діяльності, оскільки: «Соціальна мережа – це спільнота людей в Інтернеті зі схожими інтересами, які обмінюються

повідомленнями, діляться інформацією та займаються спільною діяльністю. Зв'язок здійснюється за допомогою внутрішньої пошти або миттєвого обміну повідомленнями» [1]. У наш час соціальні мережі асоціюються з особливим видом структур, які розглядаються як інтернет-платформа для створення і підтримки особистих та професійних зв'язків між людьми. За умов, коли читачі масово перетворюються на віртуальних користувачів, бібліотекам недостатньо пропонувати свої послуги за традиційними схемами. Використовуючи соціальні мережі, бібліотеки зможуть розміщувати новини, знайомити своїх користувачів надходженнями і цікавими матеріалами, забезпечувати доступ до раніше недоступних архівів, оперативно відповідати на запитання, проводити опитування, поширювати фотографії, відеоматеріали тощо. Інформування дійсного і потенційного користувача про бібліотеку, її фонди, послуги і можливості через соціальні медіа підвищать популярність бібліотеки. Присутність бібліотек у інтерактивному просторі соціальних мереж – кількість акаунтів, активність і різноманітність комунікацій – дозволяє говорити про систему такого представлення і ставити питання про необхідність аналізу існуючих і розробку нових рекламних стратегій просування продуктів і послуг у діяльності бібліотек в електронному середовищі [2].

Бібліотекам потрібно наближатися до користувачів, постійно підтримувати емоційний й інформаційний зв'язок, забезпечувати безперебійне наповнення й оновлення створених сторінок, позиціонувати себе як надійне і безпечне джерело інформації, оперативно реагувати на негативні відгуки і підтримувати зворотний зв'язок. Крім того, слід використовувати новітні сервіси й обернути їх на свою користь, адже можливості, які відкривають соціальні медіа, дуже великі.

Отже, аналізуючи використання бібліотеками соціальних мереж із метою представлення своїх послуг [3], основними функціями будуть:

- представницька – презентація роботи бібліотеки, можливість підтримувати контакт зі своїми читачами, особливо молоддю, яка активно використовує не тільки електронну пошту, й сервіси миттєвого обміну повідомленнями;
- інформаційна (інструменти соціальних мереж допоможуть доносити інформацію до громад у дуже зручний спосіб, а також рекламувати діяльність бібліотеки);
- комунікативна, оскільки з'являється можливість миттєвого доступу до документів і користувача за допомогою електронних технологій;

- вивчення соціальної культури користувачів (завдяки простому спілкуванню в соціальних мережах можна дізнатися більше про людей, а отже, отримати змогу надавати їм кращі послуги).

Список використаних джерел

1. Социальные сети [Электронный ресурс] // Полилог. – Электрон. данные. – Режим доступа: <https://www.polylog.ru/ru/help/social-network> (дата обращения: 03.05.2018). – Загл. с экрана.
2. Балухова Г. Рекламна діяльність бібліотек (термінологічний аспект) / Г. Балухова // Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2014. – Вип. 39. – С. 256–266.
3. Гранчак Т. Використання національними бібліотеками соцмереж для представлення бібліотечних продуктів і послуг / Т. Гранчак. – Бібліотечний вісник. – 2016. – № 1. С. 18–29.

Жидкова Оксана Олеговна
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ КАК ЭЛЕМЕНТ
ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ УНИВЕРСИТЕТСКОЙ
БИБЛИОТЕКИ

Рассматриваются вопросы представительства библиотек в социальных сетях, а также виды деятельности, которые могут быть использованы университетскими библиотеками в информационно-коммуникативном пространстве.

Ключевые слова: *информационно-коммуникативное пространство, социальные сети, Интернет, университетская библиотека, популяризация, информационные ресурсы*

Zhydkova Oksana
USE OF SOCIAL NETWORKS FOR THE EFFECTIVE FUNCTIONING OF THE
UNIVERSITY LIBRARY

The issues of representation of libraries in social networks are considered, the types of activities that can be used by university libraries in the information and communication space.

Keywords: *information-communicative space, social networks, Internet, university library, popularization, information resources.*