



УДК 316.77:004.77

**Каїді В.В., Ярмак С.В.**

Національний фармацевтичний університет

Наукова бібліотека

## **ОСНОВНІ ПАТТЕРНИ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ІНФОРМАЦІЙНИМИ ЦЕНТРАМИ ТА БІБЛІОТЕКАМИ: ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД**

*Проаналізовано поточний стан використання соціальних медіа інформаційними установами, проведено аналіз методів використання соціальних мереж та надано рекомендації для подальшого розвитку своїх аккаунтів в соціальних мережах на засадах довгострокової стратегії у діяльності інформаційних організацій.*

*Ключові слова: соціальні мережі, Facebook, Instagram, фокус-група, телефонні інтерв'ю, онлайн-опитування, обговорення в соціальній мережі, інформаційні центри, бібліотеки.*

*Проанализировано текущее состояние использования социальных медиа информационными учреждениями, проведен анализ методов использования социальных сетей и даны рекомендации для дальнейшего развития своих аккаунтов в социальных сетях на основе долгосрочной стратегии в деятельности информационных организаций.*

*Ключевые слова: социальные сети, Facebook, Instagram, фокус-группа, телефонные интервью, онлайн-опросы, обсуждения в социальной сети, информационные центры, библиотеки.*

*The current state of social media using by information institutions, methods of social networks using have been analyzed in the article. The recommendations for the further development of their accounts in social networks on the basis of a long-term strategy in the activities of information organizations have been provided.*

*Keywords: social networks, Facebook, Instagram, focus group, telephone interviews, online surveys, social networking discussions, information centers, libraries.*

Соціальні мережі швидко стали звичною частиною повсякденної діяльності інформаційних організацій. Їхні онлайн-спільноти мають сильний вплив на розвиток сучасного інформаційного суспільства, при цьому багато що

---

можна отримати від безпосереднього спілкування з людьми через ці комунікаційні канали, в режимі онлайн, просуваючи продукт чи послугу або просто залишаючись в курсі останніх новин.

Соціальні мережі надають великі можливості для бібліотек та інформаційних центрів, а також ставлять серйозні завдання перед ними. Щодо більшості платформ соціальних мереж, варто відзначити, що вони мають величезний вплив на аудиторію та значну кількість користувачів [2]. При цьому головним питанням для інформаційних структур є проблема орієнтації на різних сайтах і ресурси, які допоможуть їм справлятися з натиском інформації, щоб забезпечити максимальний ефект від присутності в соціальних мережах [1].

Мета даної роботи полягає в тому, щоб на основі аналізу поточного стану використання соціальних медіа бібліотеками та інформаційними центрами за кордоном й вивчення методів використання соціальних мереж, надати рекомендації для подальшого розвитку своїх акаунтів в соціальних мережах на засадах довгострокової стратегії у діяльності інформаційно-комунікаційних установ.

Аналізуючи закордонний досвід інтеграції інформаційних осередків в електронний простір, було досліджено значну кількість закордонних доробків з цих питань. Цікавими, на наш погляд, були наукові розвідки таких вчених та наукових колективів – Дж. Белл, Т. Данковськи, Н. Даунд, Е. Гласс, М. Хаїджен, групи «Taylor & Francis» та інших [1-8], які спробували вирішити ці завдання, провівши власні ґрунтовні дослідження, вивчаючи способи застосування соціальних мереж в інформаційній галузі. Їх робота була націлена на те, щоб дати орієнтир, завдяки якому бібліотеки та інформаційні центри зможуть оцінювати свою діяльність в соціальних мережах, і надати рекомендації з найкращої практики, які допоможуть їм у пошуку нових підходів у роботі.

---

Зазначені вчені проводили дослідження у глобальному масштабі: більше 600 бібліотек та інформаційних центрів з різних країн поділилися своїми ідеями, досвідом і думками щодо використання соціальних мереж. Їхні дослідження включали:

- фокус-групи з Великобританії, США та Індії;
- телефонні інтерв'ю з лідерами інформаційних установ;
- онлайн-опитування;
- обговорення в соціальній мережі Twitter, де учасники групи «Taylor & Francis Library Lantern Twitter» ділилися своїм досвідом під час дискусії [1-8].

Найбільш важливими відкриттями у дослідженнях були наступні.

- **61% бібліотек та інформаційних центрів використовують соціальні мережі протягом трьох або більше років**

Оскільки такий високий відсоток інформаційних установ використовує соціальні мережі більше трьох років, можна зробити припущення, що соціальні медіа досить добре впроваджені в інформаційні комунікації. Попереднє опитування, що проводилося три роки тому, вказувало на те, що лише 10% працівників інформаційних структур стали використовувати соціальні мережі. Схоже, що більшість з них протягом деякого часу була поінформована про можливості соціальних мереж як засобу комунікації [7].

- **30% інформаційних установ публікуються в соціальних мережах щодня**

У зв'язку з тим, що 30% інформаційно-комунікаційних організацій відправляють кореспонденцію в мережах, в крайньому разі, щодня, підтверджується факт, що соціальні медіа рухаються у напрямку збільшення долі комунікаційної складової бібліотек та інформаційних центрів зі своїми користувачами [4].

---

- **25% інформаційних організацій мають більше 5 співробітників, які оновлюють їхні сторінки в соціальних мережах**

Поширеним було питання про те, які співробітники відповідають за роботу з соціальними мережами. У той час як вражаючі 25% установ інфосфери мають значний робочий ресурс, який працює зі своїми сторінками соціальних мереж (більше 5 співробітників оновлюють контент), у 42% бібліотек та інформаційних центрів тільки один або два співробітники, що відповідають за цю ділянку роботи. Там, де аккаунтом керувала тільки одна людина, весь потік інформації та загальний контент, що репрезентувався установою, аналізувався тільки з одного боку. Протилежним був результат, коли більше п'яти осіб надавали інформацію. При цьому кожен співробітник відділу публікував деяку частину загального контенту, який вирізнявся високою якістю й мав декілька складових (зображення, текст, аудіо- та відеоскладову), що були гармонійно поєднані [3].

- **Facebook та Instagram – найпопулярніші соціальні мережі**

Дуже цікаве відкриття, що кращими соціальними мережами є Facebook та Instagram, причому 58% працівників інформаційної галузі заявили, що вони використовували їх на регулярній основі. Twitter (46% використовують регулярно) і блоги (30% використовують регулярно) також мають істотне значення. Google+, Pinterest, Flickr, Academia.edu і ResearchGate використовувалися тільки невеликим колом або менше 10% всіх опитаних. На це варто звернути увагу, якщо порівнювати цю інформацію з коментарями, отриманими через фокус-групи, в яких йдеться про те, що молодь та студенти все частіше залишають Facebook, оскільки вони розглядають цю мережу як платформу для старшого покоління і менш релевантну їхнім комунікативним потребам. Один з дослідників звернув увагу на те, що «студенти та молодь спочатку шукають зображення, а потім текст», припустив що саме зорові канали

---

стали найзатребуванішими засобами спілкування з молодшими користувачами, і саме тому аудиторія Instagram зростає великими темпами [5].

- **72% бібліотек та інформаційних центрів не мають плану або політики використання соціальних мереж**

Значним відкриттям був факт, що в даний час у інформаційних установах немає політики або управлінської бази для публікації інформації в соціальних мережах, причому 75% повідомлень публікуються на разовій основі. У невеликій кількості опитаних (28%) вироблено відповідну політику, 30% планують ввести її в найближчому майбутньому. Це підтверджує експериментальний етап, на якому нині застосовуються в інформаційних центрах та бібліотеках соціальні медіа. Ті, хто мав план подачі інформації, поділилися з керівниками інформаційних установ перевагами політики управління випуском в плані витрат часу і ресурсів на соціальні мережі і можливостей приймати стратегічні рішення про те, як розширити аудиторію. Той факт, що 30% інформаційних організацій планують впровадити політику використання соціальних мереж в майбутньому, дозволяє побачити, які переваги можна використовувати при розробці плану дій, що допоможе контролювати діяльність інформаційних структур в соціальних мережах і будувати плани на майбутнє [6]. Наведені статистичні дані дають уявлення про напрямки діяльності бібліотек та інформаційних центрів у соціальних мережах, які потребують подальшого глибокого аналізу й розробки рекомендацій для них.

Дослідники також надають рекомендації з кращої практики на основі досліджень, зібраних до теперішнього часу. Одним з ключових моментів є детальне вивчення питань оцінки впливу діяльності в соціальних мережах на роботу інформаційних структур, використання соціальних мереж в якості успішного інструменту обслуговування споживачів, інструменту просування

---

продуктів та послуг в соціальних мережах, які б відповідали інформаційним потребам користувачів, а також проблема формування контенту, найбільш прийняттого для різних груп користувачів інформаційних організацій [4, 7, 8].

Стратегічний розвиток діяльності бібліотек та інформаційних центрів у соціальних мережах в майбутньому нині є складним завданням. Ця тема має велике значення для значної кількості інформаційних структур. Під час аналізу закордонних досліджень, було виявлено, що 88% опитаних надали позитивні відповіді на питання «чи стануть соціальні мережі більш важливими в майбутньому?» [4].

З приводу того, як буде виглядати даний напрямок роботи в майбутньому, відкрита напружена дискусія. Деякі дослідники пропонують бібліотекам та інформаційним центрам сконцентрувати увагу саме на розробці стратегії, головним вектором якої буде об'єднання діяльності в соціальних мережах з іншими каналами комунікації і більш тісного поєднання їх з інформаційними послугами та продуктами на якісно новому рівні [7].

Слід відзначити, що ключова проблема полягає в тому, як конкретно вплине розвиток соціальних мереж та інформаційно-комунікаційних технологій на роль інформаційних структур та їх функції. При аналізі закордонних досліджень було виявлено, що 73% досліджуваних бібліотек та інформаційних центрів погодилися з тим, що в майбутньому з'являться нові ролі та напрямки роботи, присвячені виключно соціальним мережам [2].

Під час проведення дослідження методом фокус-груп було виявлено, що інформаційним організаціям необхідно буде надавати основне значення цифровій грамотності, щоб вижити у все більш інтерактивному світі [5]. Онлайн-опитування, зокрема, надало деякі суттєві результати щодо того, як інформаційні структури в даний час використовують соціальні мережі і як це може розвиватися в майбутньому. В цілому, можна констатувати, що соціальні

---

медіа незалежно від форми стануть центральною частиною повсякденного спілкування та надання послуг користувачам бібліотек та інформаційних центрів у майбутньому.

Подальшого дослідження потребують напрямки розвитку соціальних мереж в інформаційній сфері.

### Література

1. Bell J. 5 ways libraries are using social media [Electronic recourse] / Jodie Bell // CILIP. – Access mode: <https://www.cilip.org.uk/blog/5-ways-libraries-are-using-social-media>. – The title from the screen.

2. Dankowski T. How Libraries Are Using Social Media [Electronic recourse] / Terra Dankowski. – Access mode: <https://americanlibrariesmagazine.org/2013/07/16/how-libraries-are-using-social-media/>. – The title from the screen.

3. Dowd N. Social Media: Libraries Are Posting, but Is Anyone Listening? [Electronic recourse] / Nancy Dowd // Library Journal. – Access mode: – <http://lj.libraryjournal.com/2013/05/marketing/social-media-libraries-are-posting-but-is-anyone-listening/>. – The title from the screen.

4. Glass A. 5 Tips for Using Social Media in Your Library [Electronic recourse] / Alison Glass. – Access mode: <https://ischool.syr.edu/infospace/2012/11/15/5-tips-for-using-social-media-in-your-library/>. – The title from the screen.

5. Heijden M. Social media in libraries [Electronic recourse] / Marianne Heijden. – Access mode: <https://www.slideshare.net/mheyden/social-media-in-libraries>. – The title from the screen.

6. Social Media for Libraries [Electronic recourse] . – Access mode: <https://www.pinterest.com/pinallibraries/social-media-for-libraries/>. – The title from the screen.

---

7. Use of social media by the library current practices and future opportunities [Electronic recourse] / Taylor & Francis Group. – Access mode: <http://www.tandf.co.uk/journals/access/white-paper-social-media.pdf>. – The title from the screen.

8. Social Media Marketing Tips for Libraries [Electronic recourse]. – Access mode: <http://oedb.org/ilibrarian/10-social-media-marketing-tips-for-libraries/>. – The title from the screen.