

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ПОЗИЦІЮВАННІ БІБЛІОТЕК (досвід роботи наукової бібліотеки НЮУ ім. Ярослава Мудрого)

Брагінська Вікторія Володимирівна

завідувач сектором,
наукова бібліотека
Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого,
м. Харків, Україна,
v.v.braginska@nlu.edu.ua
ORCID: [0000-0002-1699-9176](https://orcid.org/0000-0002-1699-9176)

Щабельник Вікторія Вікторівна

провідний бібліограф,
наукова бібліотека
Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого,
м. Харків, Україна,
yishavi@ukr.net
ORCID: 0000-0003-3661-6774

Анотація: У статті розглянуто роль соціальних мереж як ефективних каналів комунікації, дієвих інструментів інтернет-представництва бібліотеки. Доведено, що присутність бібліотеки в соціомедійному просторі забезпечує презентацію інноваційної діяльності бібліотеки, сприяє просуванню бібліотечних проєктів, ресурсів, укріплює власні позиції бібліотеки у сучасному інформаційно-комунікаційному просторі, завдяки чому підтверджується користувачька зацікавленість бібліотекою.

Ключові слова: Наукова бібліотека Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого, соціальні мережі (СМ), SMM (Social Media Marketing), лонгрід, інтернет-представництво.

Annotation: The authors examined the role of social web works as effective communication channels. It is proved that the positioning of the library in the socio-media space ensures the effectiveness of communication, placement, promotion of library projects, resources, strengthens the position of the library in the modern information and communication space, and provide a steady user's interest in the library.

Keywords: Scientific Library of Yaroslav the Wise National Law University, social networks, SMM (Social Media Marketing), longridge, online representation

Аннотация: В статье рассмотрена роль социальных сетей в качестве эффективных каналов коммуникации, действенных инструментов интернет-представительства библиотеки. Доказано, что присутствие библиотеки в социомедийном пространстве обеспечивает презентацию инновационной деятельности библиотеки, способствует продвижению библиотечных проєктов, ресурсов, укрепляет

позиции библиотеки в современном информационно-коммуникационном пространстве, благодаря чему подтверждается пользовательская заинтересованность библиотекой.

Ключевые слова: *Научная библиотека Национального юридического университета имени Ярослава Мудрого, социальные сети, SMM (Social Media Marketing), лонгрид, интернет-представительство.*

У добу жвавого розвитку інтернет-технологій роль соціальних мереж (СМ) у позиціюванні бібліотек та просуванні бібліотечних ресурсів і проектів очевидна. Зосередимося на певному досвіді роботи наукової бібліотеки НЮУ ім. Ярослава Мудрого, яка сьогодні є взірцем сучасного освітнього, культурно-дозвільного центру з креативними архітектурними рішеннями, тематичними локаціями, лаунж-зонами. Завдяки цьому вона нині поєднує в собі функції як традиційної бібліотеки так і модерного Hub-простору, виставкових залів, со-working майданчику тощо. Звісно, що в реаліях сьогодення оновлення бібліотечного простору – вимога часу, відповідь на запити наших користувачів, які бажають, щоб бібліотека трансформувалася у зручне місце для зустрічей і проведення екскурсійних програм, воркспейс для дозвілля, навчання і творчості студентства [3]. Виходячи з цього саме соціальні мережі стають гнучким і зручним інструментом, дієвим засобом, який може допомогти і вирішити багато питань, зокрема щодо інтернет-представництва у Facebook¹, Instagram² та LinkedIn³, що дуже важливо, бо у сучасного студента або науковця немає проблем із доступом до СМ або до необхідної інформації і інформаційних ресурсів через використання стаціонарних комп'ютерів, чи будь-яких мобільних гаджетів тощо. Тому нам важливо розвивати такий напрям, як просування власних ресурсів і цікавих проектів у СМ.

Певний досвід бібліотеки у питаннях присутності в соціальних мережах та наші спостереження підтверджують, що Facebook, Instagram

¹ URL: <https://www.facebook.com/library.nlu/> (дата звернення: 09.10.2019).

² URL: <https://www.instagram.com/library.nlu/> (дата звернення: 08.10.2019).

³ URL: <https://www.linkedin.com/company/наукова-бібліотека-національного-юридичного-університету-імені-ярослава-мудрого> (дата звернення: 07.10.2019).

стали невід'ємною частиною життя студентської спільноти. Сьогодні майже кожен студент найчастіше зареєстрований у декількох соціальних мережах, у свою чергу легко пояснити, що соціальні мережі відрізняються одна від одної складом аудиторії, можливостями просування інформації, її повнотою і змістом. Виходячи з цього, як правило користувачі зареєстровані в декількох, хоча перевагу надають якійсь одній [2]. За нашими спостереженнями, матеріал, на який більше звертають увагу інтернет-користувачі у стрічці новин бібліотечної сторінки у Facebook та Instagram, супроводжується не тільки обміном фотографій, а й посиланнями на електронні видання, відеоматеріали, авторські проекти бібліотеки, тематичні ресурси. Саме тому для створення впізнаваного бренду бібліотеки ми намагаємося розробити і втілити у соцмережах авторські зображення, постійно розміщуємо у Facebook Stories. Як наслідок, ми маємо величезну кількість відгуків та звернень від наших підписників, а також, розширення аудиторії останніх. До прикладу, найбільшу активність інтернет-користувачі, продемонстрували звертаючись до мультимедійного лонгріду «Ярослав Мудрий: державотворець і просвітитель»), який був підготовлений до круглого столу, присвяченого 1000- річчю з дня вокняжіння Ярослава Мудрого. Вдалим прикладом відображення в інтерактивній інформаційно-контентній формі тематичного матеріалу став новий ресурс – бібліотрансформер «Ярослав Мудрий державотворець та книжник». Як комплексний інфоресурс він складається з п'яти модулів, об'єднаних ідеєю яскраво і змістовно представити постать Ярослава Мудрого. Використовуючи наочні бібліотечно-бібліографічні, цифрові засоби і форми просування у СМ, ми намагаємося вичерпно подати тематичну інформацію через інфоресурси, книжкові експозиції, мультимедійний лонгрід, рекламно-інформаційну листівку, наукову статтю з результатами історіографічного дослідження, бібліографічний покажчик.

На наш погляд, цей комплексний ресурс відрізняється оригінальністю подачі матеріалу, містить результати консолідованої праці як бібліотечних працівників так і окремих кафедр університету. Просуванню

бібліотрансформера сприяли його джерелознавчий потенціал в інтерактивному медіа-середовищі й активність студентства у СМ. Зокрема, з 54% інтернет-звернень 45% припадає саме на Facebook та 9% на LinkedIn [6]. Отримані дані щодо відвідувань із десктопних і мобільних веб-версій доводять, що значна кількість користувачів переглянули ресурс та його окремі тематичні модулі саме з мобільної версії. Із метою якомога більшого охоплення користувачів, які й надалі бажають звертатися до інфоресурсів бібліотеки у соцмережах, необхідно бібліотечний веб-портал адаптувати до сучасних вимог побудови сайту, зробити його максимально простим, зручним, доступним за структурою і континуальним на наповнення до мобільної версії, враховуючи тематичні інтереси, запити інтернет-аудиторії.

Додамо також, що інтернет-відвідувачі користуючись частіше СМ, звертають увагу на події, які рекламують і розкривають бібліотечні фонди, продукти й послуги, представлені на її офіційному сайті бібліотеки, а також сайті університету. Тому бібліотека, візуально представляючи свою діяльність, намагається системно інформувати про заходи й події, що відбуваються у її Hub-просторі (рубрики: Фото 360, Студенту, Багатобарвний світ, Наукометрія). Не можемо не сказати, що процес роботи в соціальних мережах є зворотнім, а також, намагаємося не тільки надавати різноманітну інформацію, а й спілкуємося, відповідаємо на коментарі, поставлені запитання, бо це дає змогу зрозуміти, що може ще зацікавити інтернет-аудиторію[1].

Розглядаючи більш детально представництво бібліотеки в Instagram, зауважимо, що ми свідомі того, що необхідно активізувати комунікацію зі студентством, молоддю, спонукаючи їх до відображення у СМ кращих прикладів роботи бібліотеки, розміщення цікавих, оригінальних, яскравих світлин, власних фото, відзначаючи бібліотеку в геолокації.

Отже, як Facebook, так і Instagram допомагає бібліотеці певним чином відстежувати інтереси, інфозапити, відгуки студентів, що дозволяє

корегувати власну діяльність щодо просування рекламних матеріалів, фотозвітів про нову літературу, новаційні проекти тощо.

Крім того, бажання і прагнення колективу бібліотеки знаходити нові креативні ідеї спонукає до пошуку нових спеціалістів, особливо в галузі ІТ, та встановлення ділових контактів. Для цього створено нову представницьку сторінку у СМ на LinkedIn. На базі безкоштовного облікового запису ми намагаємося поповнювати цю СМ корисними постами, інформацією про важливі новини з наукометрії та життя університету і наукової бібліотеки, відомостями про форуми, конференції, посиланнями на створені бібліотекою ресурси й сторонні соціальні мережі. Дана сторінка переважно орієнтована на спільноту, яка цікавиться актуальними питаннями вищої школи та науки та співробітників нашого ЗВО, профілі яких представлені на платформі соціальної мережі. Незважаючи на нетривалий досвід представництва наукової бібліотеки у LinkedIn, вже зараз маємо певні результати, аналізуючи які можна зробити висновок: сторінка бібліотеки у даній СМ привертає увагу в середньому від 200 до 600 відвідувачів на день. При цьому кількість відвідувань залежить від часу доби, дня тижня, важливості й актуальності постів і заходів, в яких бере участь наукова бібліотека й університет.

Підсумовуючи, скажемо, що сьогодні для бібліотекаря вміння працювати з каналами соціальних мереж професійно, технічно, креативно – це буденність, так само, як і володіти навичками ньюсмейкера [5]. Ми намагаємося перейти до професійного навчання співробітників у напрямі Social Media Marketing (SMM), вдосконалюємо професійний рівень на курсах підвищення кваліфікації, тренінгах, майстер-класах, робота в соціальних мережах потребує вузькопрофільних фахівців, без яких їй не стати по-справжньому доступною, популярною і затребуваною на сучасному ринку інформаційних послуг.

Саме це дає підстави стверджувати, що позиціонування бібліотеки в соціальних мережах є актуальним питанням, яке потребує подальшого

вивчення кращих існуючих як національних, так і зарубіжних практик задля забезпечення високого рівня якості просування бібліотечних послуг, ресурсів, інновацій у СМ. Важливим залишається також аспект інформаційної підтримки й збереження стійкого користувачького інтересу до бібліотечної діяльності, читання взагалі і до бібліотеки як сучасного модерного простору високих технологій.

Список бібліографічних посилань

1. Брагінська В. В., Зарвирог І. П. Бібліотеки в соціомедійному просторі (із досвіду наукової бібліотеки Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого). *Модель бібліотеки XXI століття* : Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 15 черв. 2018 р. Харків, 2018. URL: <http://conf.nlu.edu.ua/libmodel/index> (дата звернення: 20.09.2019).

2. Пасмор Н. П., Зарвирог І. П. Інноваційний workspace й архітектурно-ландшафтні локації у бібліотеках як вільні майданчики для генерації освітньо-наукових ідей. *Модель бібліотеки XXI століття* : Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 15 черв. 2018 р. Харків, 2018. URL: <http://conf.nlu.edu.ua/libmodel/index> (дата звернення: 23.09.2019).

3. Пасмор Н. П. Интернет-представительство университетской библиотеки. *Библиотека в системе академических ценностей университета* : моногр. / Нар. укр. акад ; под общ. ред. В. И. Астаховой. Харьков, 2017. С. 104–124.

4. Струнгар В. Представлення бібліотеки в інтерактивному медіа-середовищі: змістовий аналіз. *Центр досліджень соціальних комунікацій НБУВ*. URL: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3390:pre_dstavlennya-biblioteki-v-interaktivnomu-media-seredovishchi-zmistovij-analiz-2&catid=168&Itemid=515 (дата звернення: 08.10.2019).

5. Princ J. I. Social Media Librarianship in Academic Libraries: Optimizing Trends for Real-Time User Engagement through Digital Billboards = [Бібліотека соціальних медіа в академічних бібліотеках: оптимізація тенденцій залучення користувачів у режимі реального часу за допомогою цифрових рекламних щитів. URL: <http://www.ariadne.ac.uk/issue/77/prince-jacon-igwe/> (дата звернення: 08.10.2019).

6. Ярослав Мудрий: державотворець і просвітитель: мультимедійний лонгрід. URL: <http://yaroslavthewise.tilda.ws/> (дата звернення: 07.10.2019).