

Світлана Молчанова,
завідувачка науково-методичного відділу
НБ ХНУ

ПОЗИЦІОНУВАННЯ БІБЛІОТЕКИ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ ЯК ЗАСІБ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ МІЖ БІБЛІОТЕКОЮ І КОРИСТУВАЧАМИ

***Анотація.** У статті наведені результати дослідження щодо популяризації інформаційних ресурсів; бібліотечних послуг; просвітницьких, інформаційних та масових заходів; ефективності комунікації між бібліотекою та користувачами у мережі «Фейсбук»; з'ясовано причини меншої кількості підписників серед студентської молоді проти інших категорій користувачів, розроблено рекомендації з метою подальшого удосконалення роботи з цільовою аудиторією та отримання регулярного зворотного зв'язку з нею.*

***Ключові слова:** інформаційний простір, соціальні мережі, дослідження, бібліотека ЗВО, комунікація, користувачі.*

Вступ

У сучасному інформаційному суспільстві бібліотека відіграє важливу роль як посередник між знанням і користувачем. Проте ефективне виконання цієї ролі потребує активного позиціонування бібліотеки в інформаційному просторі. Це передбачає створення впізнаваного образу установи, здатної оперативно реагувати на потреби громади, забезпечувати доступ до різних джерел інформації та підтримувати двосторонній зв'язок з користувачами.

Соціально-комунікаційні тенденції в діяльності бібліотечних установ є предметом вивчення як вітчизняних, так і закордонних дослідників, зокрема, Abd Rahim, M. K. Abdullah

Sani, S. Shuhidan, B.Горового Л. Ковальської, Л. Костенко, К. Лобузіної, О. Мар'їної, Н. Ревякіна, С. Humphries, Я. Шрайберга, А. Чекмарьова, Т. Ярошенко та інших [1-5,7].

Мета дослідження – дослідити ефективність комунікації між бібліотекою та користувачами у мережі «Фейсбук», з'ясувати причини меншої кількості підписників серед студентської молоді проти інших категорій користувачів, розробити рекомендації з метою подальшого удосконалення роботи з цільовою аудиторією та отримання регулярного зворотного зв'язку з нею.

Об'єкт дослідження – місце бібліотеки в сучасному інформаційному просторі.

Предмет дослідження – комунікативна діяльність бібліотеки, популяризування її ресурсів, послуг та можливостей в соціальній мережі «Фейсбук».

Завдання дослідження – визначити, які категорії підписників сторінки наукової бібліотеки у фейсбуці є найактивнішими; виявити тематику дописів з найбільшою кількістю переглядів та зворотнім зв'язком; визначити шляхи та засоби покращення популяризації ресурсів, послуг і можливостей бібліотеки в соціальній мережі, збільшення користувачів серед студентської молоді.

Методи дослідження – для розв'язання поставлених завдань було використано емпіричні методи (спостереження, порівняння, підрахунок) та теоретичні (аналіз і синтез, узагальнення).

Виклад основного матеріалу

Наукова бібліотека ХНУ (далі бібліотека) як інституція, орієнтована на забезпечення необхідного інформаційного супроводу навчального процесу та освітніх потреб, завдяки представництву в соціальній мережі «Фейсбук» має можливість не лише підвищити ефективність реалізації покладених на неї завдань, але й виступати додатковим інструментом реклами своєї діяльності. У цьому контексті завдання книгозбірні у соціальній мережі полягає в популяризації інформаційних ресурсів (традиційних та електронних); бібліотечних послуг;

просвітницьких, інформаційних та масових заходів. Серед підписників сторінки бібліотеки в соцмережі «Фейсбук» найбільший відсоток складає не студентська молодь, а вікова група 35-44 роки (Рис.1). Цей факт потребує прийняття заходів та визначення нових шляхів для залучення студентства до комунікації з бібліотекою. Особливо це важливо в контексті сьогоденних реалій (переходу на дистанційне навчання через війну в Україні та запровадження карантину під час спалаху захворювання на Ковід-19).

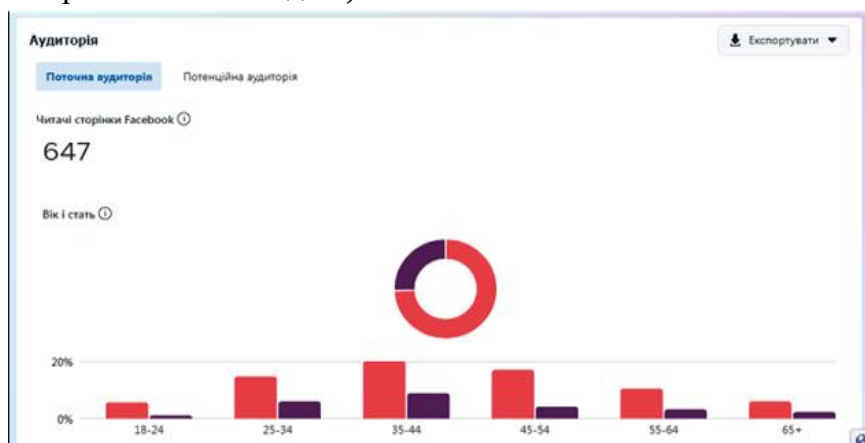


Рис.1

Попри порівняно невеликий відсоток студентської аудиторії проти інших категорій підписників зростання користувачів сторінки бібліотеки відбувається регулярно, більше за рахунок університетської спільноти (викладачів та співробітників), колег. До прикладу, станом на 01.01.2022 року аудиторія ресурсу становила 647 шанувальників (тих, хто підписався) і демонструвала стійку тенденцію до зростання (минулого року – 585 підписників) (Рис.2). Вікова аудиторія охоплює діапазон 18 – 65+, найбільша вікова група відповідає 35-44 рокам та включає 20,3% жінок та 8,7% чоловіків.

Загалом гендерну аудиторію користувачів фейсбук-сторінки бібліотеки на 74,6% становлять жінки, на 25,4% - чоловіки (Рис.2).

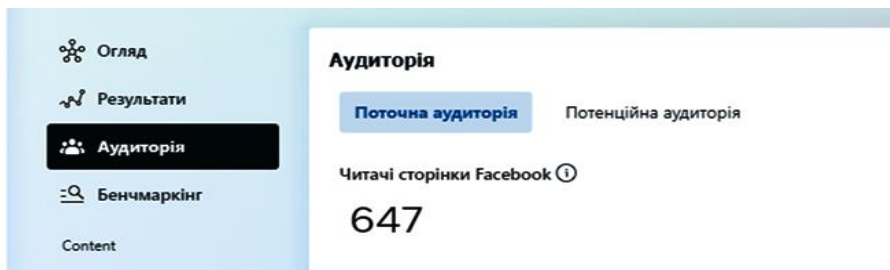


Рис.2

Аудиторія сторінки охоплює фоловерів не лише з України, а й з Німеччини (2,3%), Польщі (2%), Італії 1.2%, Росії (0.9%), Сполучених Штатів Америки (0.8%), Канади (0.5%), Болгарії (0.3%), Великої Британії (0.3%), Туреччини (0.3%) (Рис.3).



Рис.3

За відвідуваністю сторінки по території України до топу міст входять Хмельницький (45,7%), Київ (5,9%), Кам'янець-Подільський (2,6%), Львів (1,9%), Одеса (1,7%), Старокостянтинів (1,4%), Вінниця (0,9%), Дніпро (0,8%), Тернопіль (0,8%) (Рис.4).

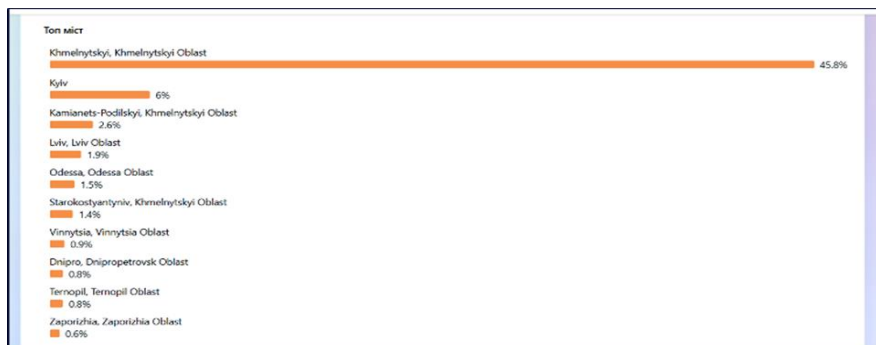


Рис.4

Оскільки підписниками сторінки є не лише користувачі бібліотеки, які мають читацький квиток (студенти, випускники, аспіранти, викладачі, співробітники), а й науковці, які стежать за інформацією, опублікованою на бібліотечній сторінці, можна стверджувати, що книгозбірня сприяє розвитку наукової комунікації не лише в стінах університету, а й за його межами та допомагає налагодити комунікацію між українськими науковцями. Зокрема, книгозбірня 2022 року активно інформувала користувачів про інформаційні ресурси і послуги; про доступ до авторитетних наукометричних баз даних, реферативних журналів, до бібліографії наукових статей із престижних періодичних видань, книг та матеріалів наукових конференцій та ін. У рамках підтримки українських науковців світовою спільнотою під час війни в країні поширювалися дописи про надання віддаленого доступу до Scopus, Web of Science та інших баз даних; серії вебінарів «Clarivate науковцям», Web of Science українською мовою; безоплатний доступ до електронних ресурсів провідних міжнародних видавців, зокрема платформи Research4Life, та світових бібліотечних ресурсів за принципом міжбібліотечного абонементу.

Популяризуючи інформаційні ресурси (традиційні та електронні), послуги, просвітницькі заходи тощо, бібліотека намагалася діяти відповідно до сучасних трендів, використовуючи відео та аудіоконтент. Так, протягом 2022 року в

соціальній мережі демонструвалися відеороліки та відеопрезентації; виставлялися пости з актуальною інформацією; проводилися флешмоби; висвітлювалась участь у акціях; надавалися анонси про заходи та фотозвіти; популяризувалося читання тощо.

До прикладу, за 2022 рік на сторінці бібліотеки в соціальній мережі «Фейсбук» було зроблено 164 публікації, отримано близько 5000 уподобайок, дописи поширювалися користувачами майже 400 разів. Зокрема, через представництво наукової бібліотеки університету в соціальній мережі «Фейсбук» у 2022 році була поширена така інформація:

- ✓ онлайнові ресурси та сервіси бібліотеки;
- ✓ місячник першокурсника;
- ✓ професійні науково-практичні конференції, вебінари;
- ✓ вебінари «Web of Science» для науковців;
- ✓ надання відкритого доступу до освітніх ресурсів та сервісів;
- ✓ заняття зі стандартизації, основ інформаційної культури, академічної доброчесності;
- ✓ просвітницькі онлайн-заходи;
- ✓ флешмоби;
- ✓ пізнавально-оглядові екскурсії;
- ✓ віртуальні подорожі;
- ✓ психологічні тренінги;
- ✓ національно-мистецькі свята;
- ✓ нові надходження до фонду бібліотеки;
- ✓ відзначення 60-річного ювілею наукової бібліотеки та Хмельницького національного університету;
- ✓ міжнародний Digital інтелектуальний студентський турнір "#СловоСковороди_ми_побудуємо_світ_кращий"
- ✓ інформування про нові надходження до наукової бібліотеки;
- ✓ соціологічне опитування;
- ✓ національний тиждень читання;
- ✓ рандеву-кастинг;
- ✓ міжнародний день дарування книг та ін.

Відображення на сторінці бібліотеки знайшли також повідомлення про ювілейні дати видатних письменників, науковців, громадських діячів, діячів науки і культури, педагогів; про великі державні та релігійні свята та багато ін.

Значну увагу на сторінці було присвячено популяризації читання відповідно до діючого «Проекту популяризації книги, читання і розвитку читацької культури студентської молоді університету». Зокрема, наукова бібліотека інформувала про такі заходи та події: екскурсію книгозбірнею за участі студентів ГПФ (гр. СОУ-22-1, СОУ-22-2, ФУМ -22-1) і кураторки Оксани Ющишиної; національний тиждень читання, протягом якого на сторінці демонструвалися добірки книжок відповідно до теми дня, обраної Українським інститутом книги; літературно-мистецьке свято «Слово – це те, що житиме вічно» організаторами та співорганізаторами якого виступили кафедра української філології ГПФ, студентський літературний театр «Глорія» ХНУ, наукова бібліотека ХНУ та Хмельницька обласна універсальна наукова бібліотека; участь у Міжнародному Digital інтелектуальному студентському турнірі «#СловоСковороди_ми_побудуємо_світ_кращий», який відбувся з нагоди 300-літнього ювілею Григорія Сковороди; літературні години та ін.

Протягом року на сторінці книгозбірні в мережі «Фейсбук» надавалися фотозвіти про просвітницькі заходи, які відбулися як в приміщенні бібліотеки, так і онлайн як-от: «Альфред Нобель – меценат світової науки», «Вишиванка – душа українського народу», «Мода і люди. Коко Шанель», «Пересопницьке Євангеліє – визначна пам'ятка староукраїнської мови та мистецтва», «Монументальна творчість родини Мазурів», «Григорій Сковорода – символ мудрості української землі», «Міняйте світ до кращого, дбайте про нього, бо ви в ньому живете...» (до річниці загибелі Кузьми Скрябіна), «Володимир Івасюк – митець, який надто любив Україну», віртуальні подорожі Хмельниччиною та країнами Євросоюзу тощо.

З метою інформування кураторів академічних груп про

можливість замовлення просвітницьких заходів, наукова бібліотека публікувала дописи з посиланням на загальний перелік тем та до визначних подій 2022 року, зокрема 300-річчя від дня народження Григорія Сковороди.

Найбільшу кількість переглядів набрали фотозвіти заходів та дописи: «Коли лунають звуки повітряної тривоги і чути вибухи, лячно не тільки людям, але й пташкам..» (4219), «У приміщенні бібліотеки відбулася посвята у студенти (спеціальності «Професійна освіта. Транспорт», «Трудове навчання», «Декоративне мистецтво», «Технологія легкої промисловості»)» (1923), «Наукова бібліотека ХНУ сердечно вітає колег, студентів, випускників, ветеранів із 60-ою річницею від дня заснування Хмельницького національного університету!» (1912), «Проведення занять з риторики, культури мовлення і спілкування старшою викладачкою кафедри української філології Таїсією Петрівною Коваль в науковій бібліотеці» (1232), «До ювілею університету та бібліотеки хол книгозбірні прикрасила символічна інсталяція» (1150), «Мода і люди. Коко Шанель» – онлайн-захід для студентів групи ШВ-21-1 факультету технологій та дизайну, куратор Швець Галина» (1036), «19 травня – День вишиванки, світлини бібліотекарів наукової бібліотеки з їхніх сімейних альбомів» (923), «Літературно-мистецьке свято «Слово – це те, що житиме вічно» на честь вшанування Дня української писемності та мови» (736), «Поповнення фонду абонементів художньої та наукової літератури новими книгами в дарунок від Євгенії Марківни Заверач» (734), «3 нагоди відзначення 300-річчя від дня народження Григорія Сковороди» (728), «Мистецька година «Монументальна творчість родини Мазурів» для студентів груп ДМ-22-1 та ДМс-22-1» (603), «Безкоштовний доступ до платформи Research4Life» (588), «У НБ ХНУ відбувся рандевукастинг до СЛТ «Глорія» (засновниця і керівниця – викладачка кафедри української філології Таїсія Коваль) та екскурсія книгозбірнею за участі студентів ГПФ (гр. СОУ-22-1, СОУ-22-2, ФУМ -22-1) і кураторки Оксани Ющишиної» (580), «Історичний екскурс «Хмельницький – подорож у минуле» до відзначення

Дня міста для студентів гр. АТ -22-1, ЕМ-22-1» (556), «У світі чимале значення відводиться читанню» (513), «30 вересня ми відзначаємо Всеукраїнський день бібліотек» (497), «ХНУ увійшов до десятки переможців у Міжнародному Digital інтелектуальному студентському турнірі» (490) та ін.) (Рис. 5).

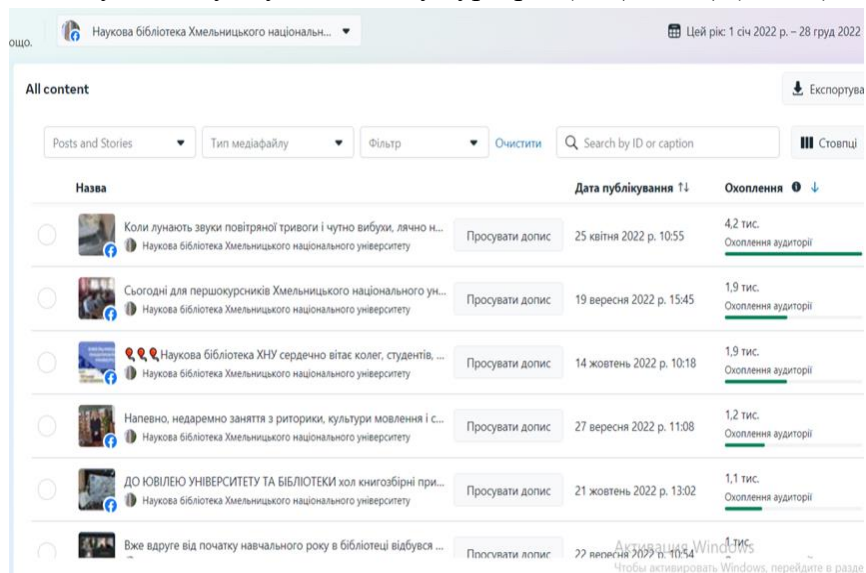


Рис.5

Найбільшу кількість реакцій зібрав допис «Проведення занять з риторики, культури мовлення і спілкування старшою викладачкою кафедри української філології Таїсією Петрівною Коваль в науковій бібліотеці» – 125 реакцій, «У приміщенні бібліотеки відбулася посвята у студенти (спеціальності «Професійна освіта. Транспорт», «Трудове навчання», «Декоративне мистецтво», «Технологія легкої промисловості»)» – 114 реакцій, «Наукова бібліотека ХНУ сердечно вітає колег, студентів, випускників, ветеранів із 60-ою річницею від дня заснування Хмельницького національного університету!» – 113 реакцій, «Коли лунають звуки повітряної тривоги і чути вибухи, лячно не тільки людям, але й пташкам..» – 108 реакцій, «До ювілею університету та бібліотеки хол книгозбірні прикрасила символічна інсталяція» – 102 реакції (Рис.6,7).

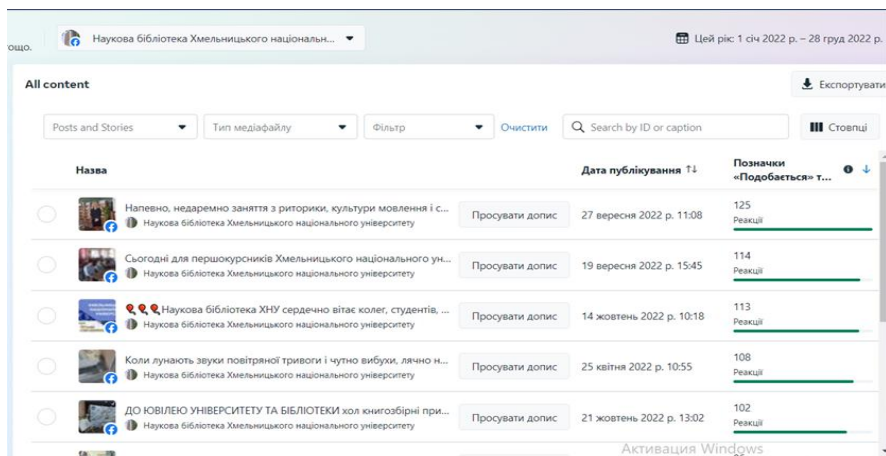


Рис.6

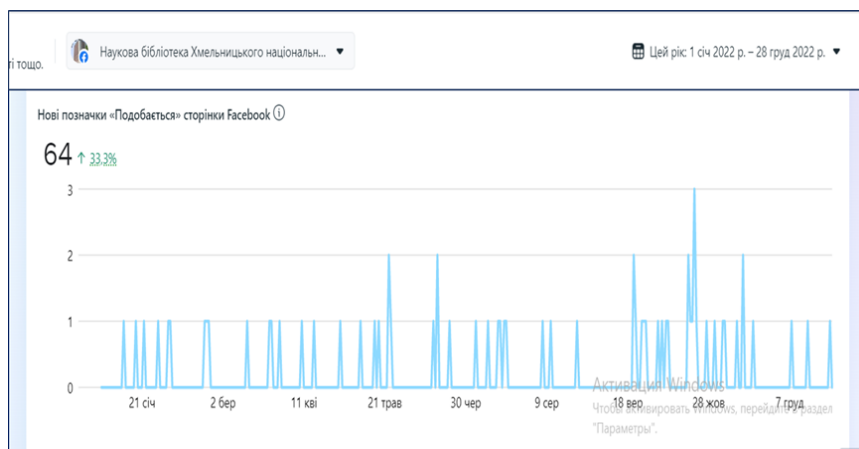


Рис. 7

Допис із найбільшою кількістю коментарів – «Наукова бібліотека ХНУ сердечно вітає колег, студентів, випускників, ветеранів із 60-ою річницею від дня заснування Хмельницького національного університету!» – 15 коментарів, До фонду наукової бібліотеки надійшов навчально-методичний посібник «Теоретичні основи архітектурної композиції» – 14 коментарів, «30 вересня ми відзначаємо Всеукраїнський день бібліотек» – 8

коментарів, «30 вересня ми відзначаємо Всеукраїнський день бібліотек» – 8 коментарів, «13 вересня – День комп'ютерника та програміста» – 6 коментарів (Рис.8).

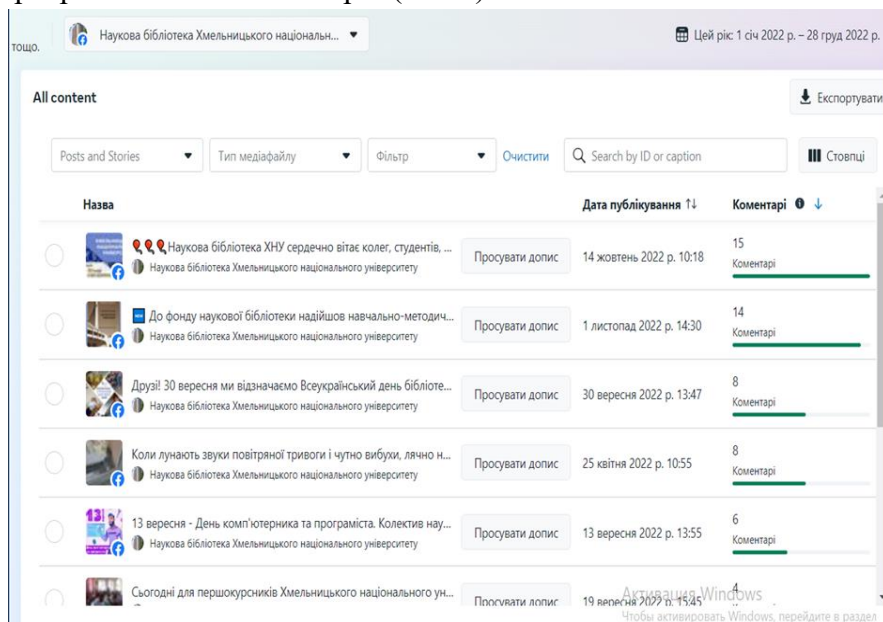


Рис. 8

Найбільшу кількість поширень зібрав допис «19 травня – День вишиванки, світлини бібліотекарів наукової бібліотеки з їхніх сімейних альбомів» – 11 поширень, «У приміщенні бібліотеки відбулася посвята у студенти (спеціальності «Професійна освіта. Транспорт», «Трудове навчання», «Декоративне мистецтво», «Технологія легкої промисловості»)» – 10, «Наукова бібліотека ХНУ сердечно вітає колег, студентів, випускників, ветеранів із 60-ою річницею від дня заснування Хмельницького національного університету!» – 10, «Бібліотека активно допомагає підтримувати освітній фронт університету» – 10, «До ювілею університету та бібліотеки хол книгозбірні прикрасила символічна інсталяція» – 9 (Рис.9).

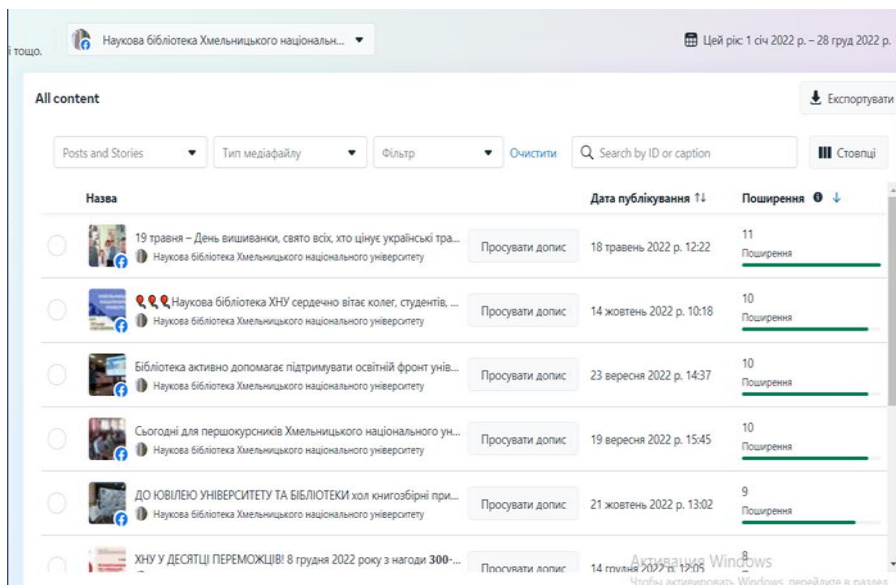


Рис.9

Найбільша кількість кліків на посилання у дописах «Наукова бібліотека пропонує відеопрезентацію віртуальної виставки, присвяченої 60-річному ювілею університету» – 22 кліки, «Наукова бібліотека ХНУ сердечно вітає колег, студентів, випускників, ветеранів із 60-ою річницею від дня заснування Хмельницького національного університету!» – 16 кліків, «3 нагоди відзначення 300-річчя від дня народження Григорія Сковороди наукова бібліотека презентує...» – 10 кліків, «21 лютого в Україні і світі святкують Міжнародний день рідної мови» – 10 кліків, «До ювілею університету та бібліотеки хол книгозбірні прикрасила символічна інсталяція» – 9 кліків.

Висновки і рекомендації

1. Діяльність наукової бібліотеки в соціальній мережі «Фейсбук» сприяє розвитку комунікації зі своїми користувачами – студентами, випускниками університету, аспірантами, викладачами, співробітниками.

2. Серед активних користувачів бібліотеки найбільший відсоток складає вікова група 35-44 роки, що говорить про те, що покоління до 29 років обирає інші соціальні мережі, зокрема Інстаграм. Про це свідчать і дані рейтингу соціальних мереж в Україні та світі (актуальна статистика після 24 лютого 2022 року) [6].

3. Налагоджується також наукова комунікація між українськими науковцями. Розвиток наукової комунікації відбувається не лише в стінах університету, а й за його межами.

4. Кількість переглядів та коментарів на розміщений бібліотекою в соціальній мережі контент свідчить про поступове підвищення ефективності задоволення та забезпечення якості комунікації з користувачами, в основному з університетською спільнотою (викладачами та співробітниками), а також з колегами – бібліотекарями. У меншій мірі – зі студентами.

Рекомендовано:

1. Вжити заходи для залучення більшої кількості студентської молоді до комунікації з бібліотекою, що є особливо важливим у контексті сьогоденних реалій (перехід на дистанційне навчання через війну в Україні та запровадження карантину під час спалаху захворювання на Ковід-19).

1.1. З огляду на те, що найбільшу кількість переглядів набирають дописи з додаванням відео та фото, що демонструють університетські та бібліотечні події, більше використовувати відео та фотозвітів заходів за участю студентів.

1.2. Звернути увагу на створення особистісно-орієнтованого контенту (індивідуалізація контенту під конкретного споживача (цільову групу) на основі демографічних, поведінкових характеристик), позиціонує власні ресурси, що підлаштовані під індивідуальні інформаційні потреби користувачів та привернення їхньої уваги (використання сучасних тенденцій і трендів на основі вподобань студентської молоді).

1.3. Популяризує інформаційні ресурси (традиційні та електронні), послуги, просвітницькі заходи тощо використовувати корпоративний стиль університету задля

впізнаваності та популяризації бібліотеки та університету в інформаційному просторі.

1.4. З метою отримання зворотного зв'язку з користувачами регулярно виявляти не тільки дописи, що мали найбільше реакцій підписників, але й дописи, що не мали відгуків, аналізувати їх задля створення актуального для фоловерів контенту.

1.5. Кожного тижня робочій групі (відповідальним за подання інформації у фейсбуці разом із модератором) складати коло важливих тем для створення актуального контенту, орієнтуючись на цільову групу.

1.6. З метою накопичення і об'єднання електронних ресурсів, створення корпоративних проєктів та ін. покращити комунікативний зв'язок з бібліотечною спільнотою.

1.7. Як альтернативу соціальній мережі «Фейсбук» активніше використовувати таку платформу, як «Ютуб». Розглянути на методичній раді створення сторінки бібліотеки в «Інстаграм».

Список використаних джерел

1. Abd Rahim, S. M., Abdullah Sani, M. K., & Shuhidan, S. (2024). A conceptual framework for social media engagement in academic library to advocate participatory service towards dynamic learning community. *Environment-behaviour proceedings journal*, 9, 3-11. doi:10.21834/e-bpj.v9iSI18.5459.
2. Горовий В. М. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс / наук. ред. Л.А. Дубровіна. Київ: НБУВ, 2010. 230 с.
3. Костенко Л. Й. Бібліотека суспільства знань: концептуальна модель. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2006. № 1. С. 23–28.
4. Лобузін К. Проблеми створення комплексних цифрових ресурсів історико-культурної та наукової спадщини. *Спеціальні історичні дисципліни: питання теорії та методики: зб. наук. праць*. Київ, 2013. С. 121–129.

5. Humphries, C. (2025). Reeling them in: using TikTok and video content to leverage engagement between academic librarians, libraries and students. Insights: the UKSG journal, 38,1- 11. doi: 10.1629/uksg.693.
6. Як змінився рейтинг соціальних мереж в Україні та світі: актуальна статистика після 24 лютого 2022 року. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/kakizmenilsya-rejting-soczialnyh-setej-v-ukraine-i-mire-aktualnaya-statistika-posle-24-fevralya-2022-goda/> (дата звернення 20.07.2023).
7. Ярошенко Т. О. Бібліотека, бібліотекарі та користувачі бібліотек в епоху Веб 2.0 : виклики часу. Бібліотечна планета. 2011. № 1. С. 17–22. 13.Veeranjaneyulu K. Role of Agricultural Librarians in the Virtual Library Environment. National Conference on Integrating.

Додаток 1

Список публікацій за результатами дослідження

1. Молчанова С. А. Ефективність комунікацій бібліотек ЗВО в соціомедійному просторі: недоліки, переваги, перспективи [Електронний ресурс] / С. А. Молчанова // Бібліотека у цифрову епоху: історія та тенденції розвитку : матеріали наук.-практ. конф. б-к ЗВО, присвяч. 60-річчю НБ ХНУ, 19–20 жовт. 2022 р. – Хмельницький, 2022. – С. 54–59. – Режим доступу: <https://elar.khmnu.edu.ua/handle/123456789/12889> . – Назва з екрана.
2. Молчанова С. Соціально-комунікаційна діяльність бібліотеки вишу в сучасному інфопросторі [Електронний ресурс] / С. Молчанова // Наук. пр. Кам'янець-Поділ. нац. ун-ту ім. І. Огієнка. Серія : Бібліотекознавство. Книгознавство. – Кам'янець-Подільський, 2023. – Вип. 7. – С. 138–144. – Режим доступу: <https://elar.khmnu.edu.ua/handle/123456789/15515>. – Назва з екрана.