

ІВАНО-ФРАНКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ НАФТИ І ГАЗУ

НАУКОВО-ТЕХНІЧНА БІБЛІОТЕКА



**Дослідження ефективності використання
соціальних мереж у науково-технічній бібліотеці в
умовах інформаційного суспільства**



Івано-Франківськ

2016

Укладач: **Кобітович Ю.В.**

Відповідальний за випуск: **Пилип Я.А.**

Комп'ютерна верстка: **Костюк Л.З.**

Д 70 Дослідження ефективності використання соціальних мереж у науково-технічній бібліотеці в умовах інформаційного суспільства / підгот. Ю.В. Кобітович. – Івано-Франківськ: НТБ ІФНТУНГ, 2016. – 14 с.

Сьогодні вітчизняні бібліотеки почали використовувати соціальні мережі як канали неформальної комунікації та способи мотивації розвитку професійної сфери. Тому вивчення та дослідження функціонування соціальних мереж є актуальною темою для бібліотечних працівників. Аналіз ефективності використання соціальних мереж Науково-технічної бібліотеки ІФНТУНГ представлено в даному виданні. Порівняльну характеристику різних статистичних показників доповнюють таблиці та діаграми.

УДК 004.738.5:027.7

ББК 78.075

Науково-технічна бібліотека
ІФНТУНГ, 2016

Щоб утримати свої позиції в сучасному інформаційно-комунікаційному просторі, створити комфортні умови для своїх користувачів, піднести рівень їх обслуговування, університетські бібліотеки почали долучатися до соціальних мереж. У наш час соціальні мережі асоціюються з особливим видом структур, які є інтернет-платформою для створення і підтримки особистих та професійних зв'язків між людьми. Соціальна мережа – це інтерактивний веб-сайт, контент якого наповнюється самими учасниками мережі. За умов, коли читачі масово перетворюються на віртуальних користувачів, бібліотекам недостатньо пропонувати свої послуги за традиційними схемами.

Нові реалії вимагають вести пошук нових моделей взаємодії з читачами. Зокрема, активно просувати інформаційно-аналітичні продукти в соціальних мережах, тобто переміщувати їх туди, де є потенційні споживачі цих продуктів.

В Україні функціонує понад 150 університетських бібліотек. Проте, тільки частина з них використовують можливості мережевих структур для реклами своєї діяльності та послуг. Серед соціальних мереж, в яких представлені вітчизняні університетські бібліотеки, найбільшої популярності набули: «Facebook», «ВКонтакте», хостинг відеоматеріалів «YouTube», «Twitter». Одночасно в двох і більше соціальних мережах представлені 10 університетських книгозбірень.

Серед фаворитів університетських бібліотек – соціальні мережі «Facebook» і «ВКонтакте». Рівень їх популярності досить високий, вони надають користувачам доволі зручний в

управлінні інтерфейс, забезпечують достатню швидкість роботи платформи. Завдяки зручному користувацькому інтерфейсу користувачі мають можливість змінювати свої профілі, використовувати швидкі повідомлення, переглядати власні повідомлення та дописи друзів на «стіні», коментувати повідомлення. Мережі надають безкоштовні сервіси, можливість спілкуватися з друзями і колегами. «Facebook» і «ВКонтакте» – мережі, які роблять акцент на спілкуванні з друзями, групами, з якими користувачі навчаються чи навчалися, зустрічаються (чи зустрічалися), колегами та рідними. Але основний недолік мереж – відсутність або низький рівень цензури в публікаціях, через що на сайт можуть потрапити некоректні, образливі висловлювання. Отже, бібліотека має встановити посилений контроль адміністратора за змістом власної сторінки.

Значного поширення серед університетських бібліотек набув хостинг також відеоматеріалів YouTube, завдяки якому з'явилася можливість завантажувати відеофайли та обмінюватися ними або встановлювати їх на окремі сайти (блоги, форуми).

Сьогодні у світі активно використовують соціальні мережі понад 600 млн користувачів. У 2015 р. кількість користувачів соціальних мереж в Україні вперше перевершила кількість користувачів електронної пошти – їх нині використовують 56% усієї інтернетаудиторії. Акаунтами в соцмережах, за мінімальними оцінками, володіє 12 мільйонів громадян України. Експерти відзначають високу динаміку проникнення соціальних мереж у життя українців, 81% українських інтернет-користувачів

zareєстровані сьогодні як мінімум в одній соцмережі [8]. Слідом за простими користувачами свою присутність в соціальних мережах стали розширювати і бібліотеки, що дало їм можливість розширити комунікацію з своїми користувачами.

Сьогодні на веб-сторінках університетських бібліотек у соціальних мережах найчастіше розміщені:

- фото бібліотеки;
- відомості про контакти, години роботи;
- відео про бібліотеку та напрями її діяльності;
- календар бібліотечних подій;
- онлайн-опитування користувачів щодо послуг, які надаються бібліотекою;
- інформація про нові надходження літератури;
- посилання на популярні бази даних та інші електронні ресурси.

Відповідно до інформаційного наповнення сторінок можна сформулювати основні напрями взаємодії університетських бібліотек і соціальних мереж. Будь-яка соціальна мережа для бібліотеки – це:

1. Додатковий ресурс для реклами бібліотеки, її стратегії, сегмента послуг.
2. Платформа для організації різних бібліотечних проєктів.
3. Можливість заявити про себе та «завоювати» користувацьку аудиторію.
4. Можливість безпосередньо спілкуватися з колегами, читачами (реальними і потенційними).

5. Можливість оперативно дізнаватися про думку користувачів, їх побажання, ідеї, зауваження.
6. Можливість своєчасно інформувати про діяльність бібліотеки (конференції, презентації, виставки).
7. Інструмент маркетингових досліджень.

Основне призначення веб-сайта бібліотеки – служити джерелом інформації, а призначення соціальної мережі – це інтерактивне спілкування бібліотекаря з читачами та колегами. Інформація про бібліотеку університету у соціальній мережі є відчутною підтримкою основного бібліотечного сайту. Сторінки бібліотек у соціальних мережах «Facebook» і «ВКонтакте» в основному перенаправляють трафік своїх користувачів на «головний сайт», бо поряд з власною інформацією у стрічці новин розміщують інформацію, запозичену на офіційному сайті бібліотеки.

Наприклад, на бібліотечному сайті у розділі «Новини» висвітлюється певна подія: відкриття виставки, проведення презентації та ін. Потім ця інформація дублюється на бібліотечній сторінці в соціальній мережі: «Facebook», «ВКонтакте» та ін. Тому новина, не чекаючи, коли її помітять, сама «заявляє» про себе, з посиланням на першоджерело.

У 2014 році науково-технічна бібліотека ІФНТУНГ долучилася до соціальних мереж. Було створено профілі бібліотеки у двох найпопулярніших соціальних мережах у нашій країні: «Facebook», «ВКонтакте».

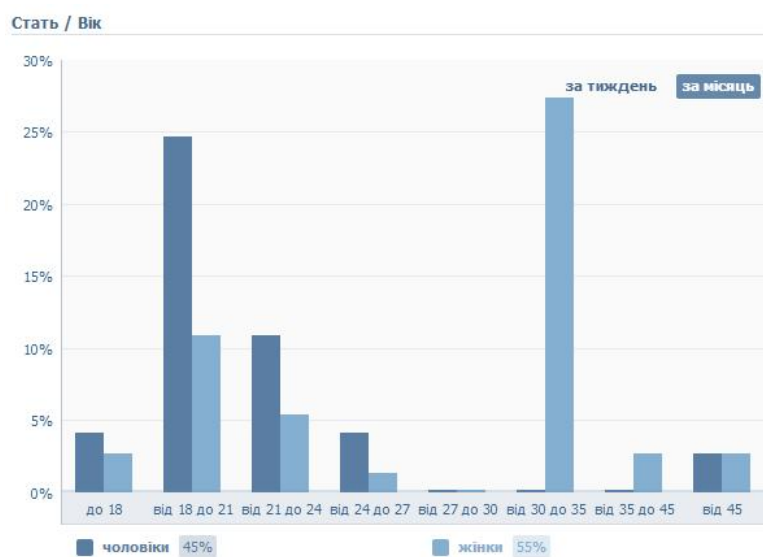
До профілю бібліотеки в соціальній мережі «ВКонтакте» активно долучаються учасники соціальної мережі. За рік існування понад 490 користувачів приєдналося до бібліотечної групи. (Рис.1)

Рисунок 1



Учасниками бібліотечної групи є переважно молодь віком від 18 до 27 років. Причому серед користувачів переважають жінки, частка яких склала 55% від усіх користувачів, та чоловіки – 45%.(Рис.2)

Рисунок 2

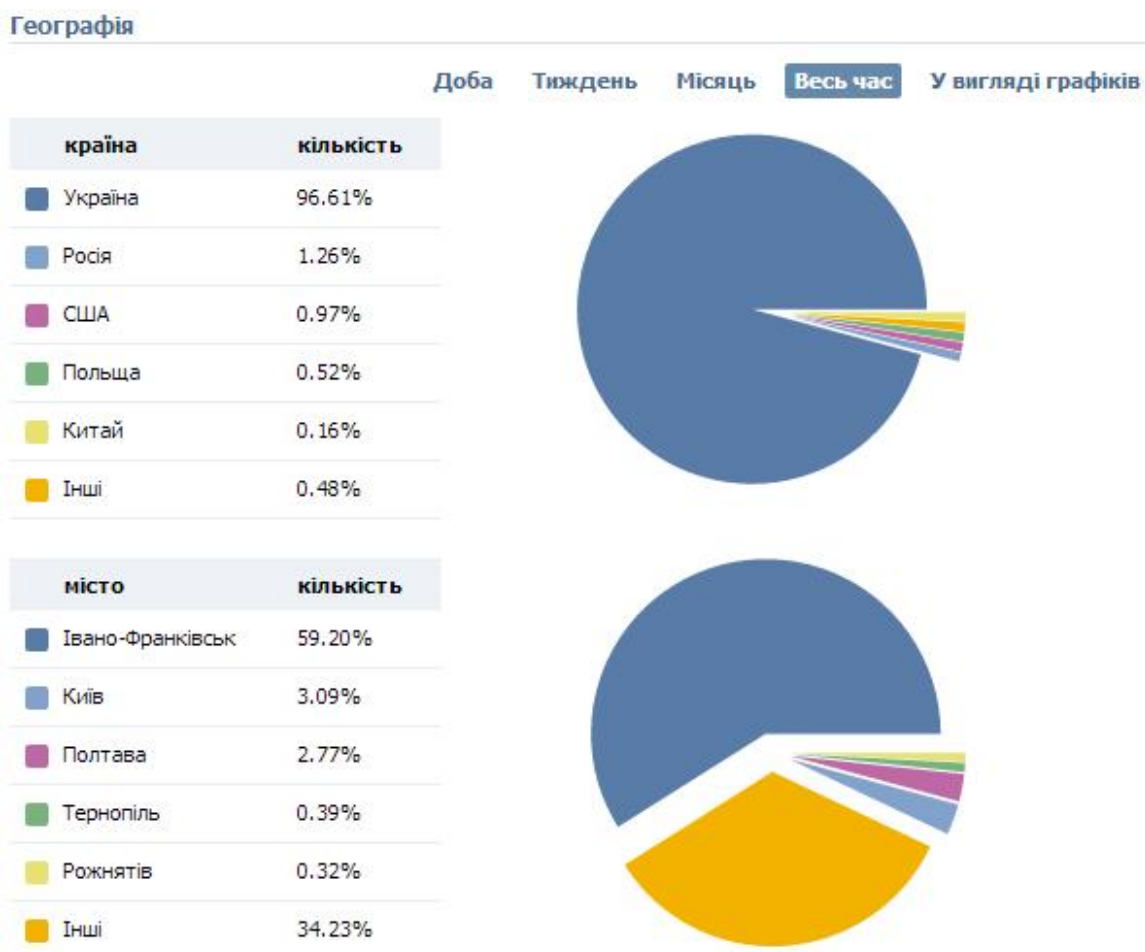


Географія користувачів бібліотечної групи розподілилася наступним чином. Найбільша кількість користувачів знаходиться в

Україні – 96,61%. Група стала популярною не тільки в нашій країні, але і за її межами: в Росії, США, Польщі, Китаї та інших країнах.

Географія українських відвідувачів групи також досить цікава. Найактивніше сайт відвідують користувачі з Івано-Франківська, Києва та Полтави. (Рис.3)

Рисунок 3



Також важливим при аналізі функціонування групи є показники, що характеризують джерела трафіка (Рис.4), які допомагають з'ясувати, скільки користувачів зайшли в групу бібліотеки цілеспрямовано (мали намір працювати з матеріалами сайту), скільки перейшли з інших сайтів та скільки у результаті

пошуку в певній пошуковій системі. Дані статистики засвідчили, що найпопулярнішим джерелом трафіку є прямі посилання на сайті бібліотеки – 40.68%, посилання, які залишають користувачі в інших групах – 20,51%, а також пошукові системи, частка переходів з яких на групу бібліотеки складає – 18,6%.

Рисунок 4

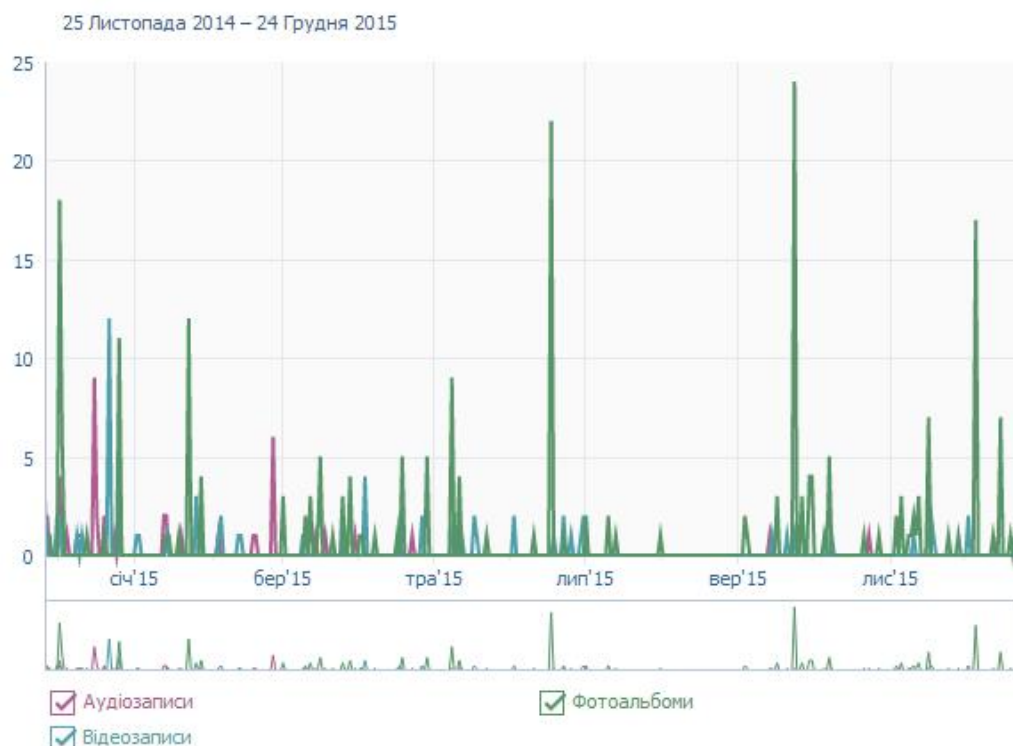
Джерела переходів



Щодо контенту, який цікавить користувачів в групі, вподобання розподілилися наступним чином: найбільша кількість переглядів припадає на розділ «Фотоальбоми», на другому місці «Відеозаписи», а на третьому – «Аудіозаписи». (Рис.5)

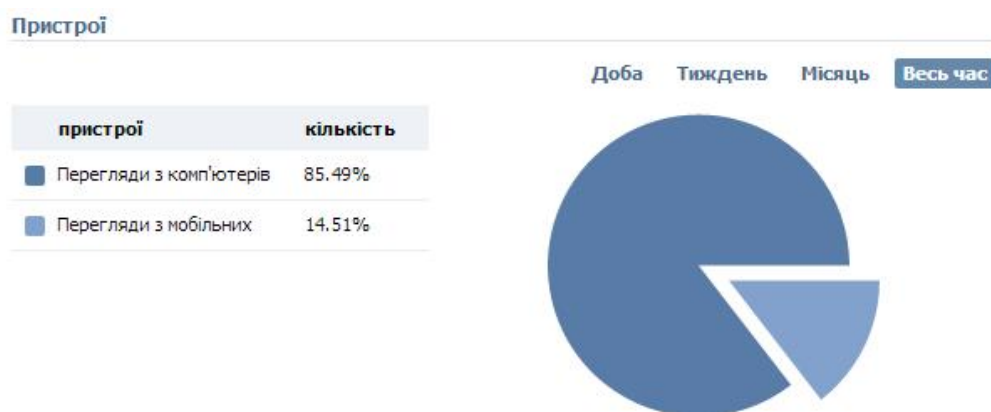
Рисунок 5

Перегляди розділів



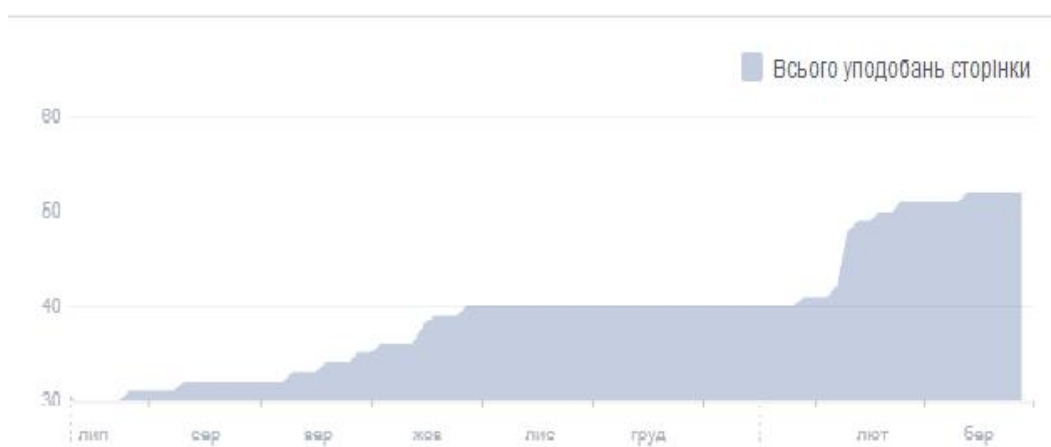
Для перегляду сторінки в соціальній мережі більшість користувачів використовують стаціонарні комп'ютери та ноутбуки – 85,49%. Але частка мобільних користувачів невпинно зростає – 14,51%, що в майбутньому дасть можливість охопити більшу користувацьку аудиторію, оскільки, для того щоб відвідати групу, буде достатньо лише мобільного телефону. (Рис.6)

Рисунок 6



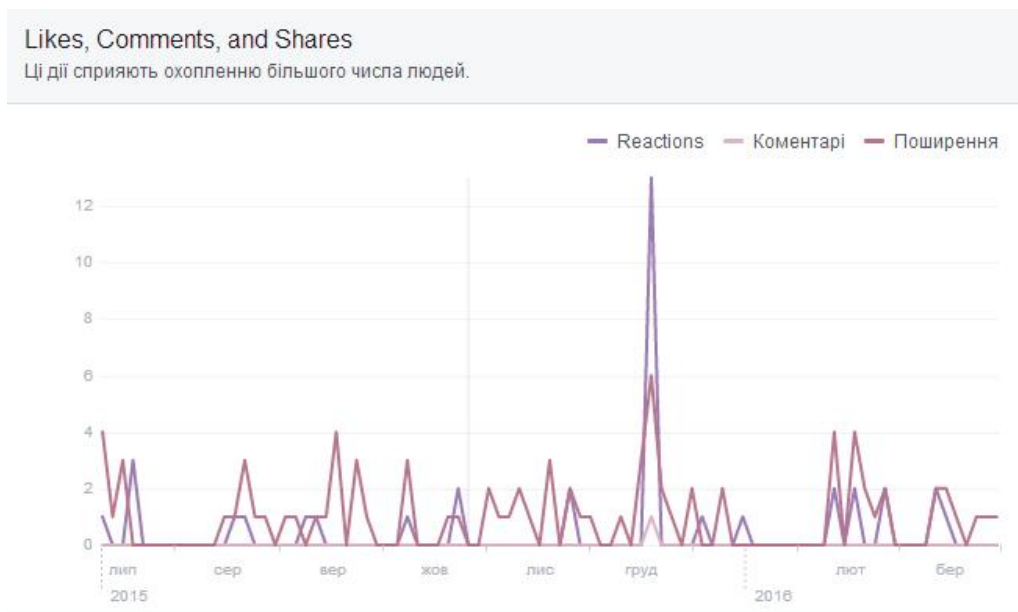
Кількість учасників групи науково-технічної бібліотеки на Facebook значно менша ніж в «ВКонтакте», і становить 52 користувачі (Рис.7). Це зумовлено в першу чергу тим, що соціальна мережа Facebook менш популярна в Україні, і була заснована пізніше ніж аналогічна група в «ВКонтакте». Проте, незважаючи на це, щотижня до групи приєднуються кілька нових користувачів.

Рисунок 7



За змістовим наповненням бібліотечна група в Facebook схожа на групу в «ВКонтакте». Тут постійно публікуються цікаві матеріали з бібліотечного життя, новини культури, науки, мистецтва, а також посилання на нові матеріали з головного сайту бібліотеки (Рис.8). Всі матеріали є унікальними і не дублюються з постами в «ВКонтакте». Таким чином бібліотека намагається привернути до себе уваги максимальної аудиторії користувачів з обох найпопулярніших соціальних мереж

Рисунок 8



Аналіз ефективності профілів науково-технічної бібліотеки в соціальних мережах свідчить про те, що такий вид комунікації з читачами набирає популярність не тільки серед користувачів ВНЗ, але є також затребуваним і серед сторонніх користувачів. Цьому сприяє постійне оновлення інформації в групах не тільки про роботу бібліотеки, а й цікаві факти з питань літератури, сучасного мистецтва, музики, науки та культури.

Створення в соціальній мережі співтовариств – це гарна нагода для університетських бібліотек залучити користувацьку аудиторію на власний сайт. У такий спосіб формується величезна кількість активних користувачів. Але потрібно постійно підтримувати зв'язок з користувачами: відповідати на запитання, щоб вони відчували, що на них звертають увагу; створити зручний майданчик для спілкування між членами спільноти, сформувати актив з учасників, які будуть постійно спілкуватися в групі, залучаючи до обговорення й інших учасників. Користувачі,

отримуючи оперативні відповіді, формують привабливий образ бібліотеки, за яким для них стоять бібліотекарі-професіонали.

У перспективі соціальні мережі стануть платформою для організації та обговорення бібліотечних проєктів. Отже, використання соціальних мереж університетськими бібліотеками виправдано і в майбутньому буде приносити відчутні результати.

Список використаної літератури

1. Вітушко А. Діяльність бібліотек у соціальних мережах: проблеми інформаційної безпеки / Антон Вітушко // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – Вип. 35. – С. 213–220.
2. Головаха, С. Наукова бібліотека в соціальних мережах / С. Головаха // Бібл. вісн. – 2013. – №1. – С.29-32.
3. Іващук Л. Соціальні мережі Інтернету в сучасній політичній комунікації / Леся Іващук // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – К., 2011. – Вип. 32. – С. 63–70.
4. Мар'їна, О. Бібліотеки та соціальні медіа: технологія взаємодії / О. Мар'їна // Вісн. кн. палати. – 2012. – № 8. – С.19-21.
5. Осаула, В. Образ бібліотечно-інформаційної професії в умовах інформатизації суспільства / В. Осаула // Вісн. кн. палати. – 2011. – №9. – С.22-24.

