

Бак Оксана Василівна

бібліотекар 1 категорії

Українська медична стоматологічна академія

Комунікативні on-line сервіси бібліотеки УМСА

У статті розглянуто роль on-line сервісів як каналів комунікації бібліотек. Висвітлені основні платформи для спілкування у віртуальному просторі з читачами, переваги, критерії вибору ресурсу, ефективність для утримання своїх позицій в комунікаційному просторі. Показані основні тенденції при роботі через соціальні мережі та інші канали.

Ключові слова: бібліотека УМСА, соціальні мережі, smm, маркетинг, комунікація, нетикет.

В статье рассмотрено роль on-line сервисов как каналов коммуникации библиотек. Отображены основные платформы для общения в виртуальном пространстве с читателями, преимущества, критерии выбора ресурса, эффективность для удержания своих позиций в коммуникативном пространстве. Показаны основные тенденции при работе через социальные сети и другие каналы.

Ключевые слова: библиотека УМСА, социальные сети, smm, маркетинг, коммуникация, нетикет.

There is considered the role of on-line services, as communication channels of libraries in the article. The main platforms for communication in the virtual space with readers, advantages, criteria of resource selection, efficiency for keeping their positions in the communication space are highlighted. The main tendencies for work through social networks and other channels are shown.

Key words: UMSA library, social networks, SMM, marketing, communication, non-lectures.

Бібліотеки осучаснюються настільки швидко, що людина, яка кілька років не відвідувала книгозбірню має в своїй уяві ще усталений шаблон: книга, тиша, напівпусті зали. Завітавши до бібліотеки УМСА можна пересвідчитися, що читальні зали переповнені (фото 1, 2, 3), відбувається постійний рух у віртуальному просторі (фото 4). У час, коли веб-користувачі приділяють кілька секунд інформації в Інтернеті, наші працівники успішно змагаються за їхню увагу. Нові, невластиві раніше функції, digital-маркетинг, PR, smm – це все про

бібліотеку[2,3]. З-поміж комунікативних сервісів, якими користується бібліотека УМСА натеper можна виокремити:

- Facebook
- Instagram
- Youtube
- on-line-консультант на сайті
- Email



Фото № 1, 2, 3

Усі оприлюднені дописи				
			Охоплення: Органічне / Сплачене	Наці
Оприлюднено	Допис	Тип	Націлення	Охопле
22.04.2019 09:35	 Бібліотека одержала 12 назв			188
19.04.2019 09:40	 Щоб берегти землю, природу,			139
18.04.2019 14:23	 І знову поповнення			393
18.04.2019 09:32	 Нещодавно на полиці читальної			174
17.04.2019 15:10	 До бібліотеки #УМСА надійшов 6-			136
17.04.2019 08:45	 І знову велика партія нових книг!			2,4К
16.04.2019 10:46	 Дякуємо першому проректору проф.			188
16.04.2019 08:38	 16 квітня – Всесвітній день			160
15.04.2019 10:26	 Бібліотека #УМСА отримала з			1,2К
12.04.2019 11:34	 Сьогодні на методичному			227
10.04.2019 10:11	 Рубрика "Житач_рекоменду			142
09.04.2019 13:56	 Читальна зала бібліотеки #УМСА			417

Фото № 4

Деякі бібліотеки також використовують для комунікації Twitter та Telegram.

Для чого потрібні комунікативні сервіси? Завдяки ним всі напрацювання бібліотеки читачі можуть бачити в кілька кліків. Повсякденна робота, електронні ресурси, каталог, репозитарій та багато іншого розміщено на офіційному веб-ресурсі www.biblumsa.blogspot.com (фото 5).

Бібліотека УМСА

Забезпечення літературою

Забезпеченість періодичними виданнями

Забезпеченість навчальною літературою

Послуги бібліотеки

УДК

МБА & ЕДД

Видання бібліотеки

Бібліографічні покажчики

Нові надходження

Бібліографічні покажчики

На допомогу науковцю

Наукометрія

Бібліометричні профілі науковців УМСА

ДСТУ. Оформлення наукових робіт

Корисні посилання

Бібліометрика

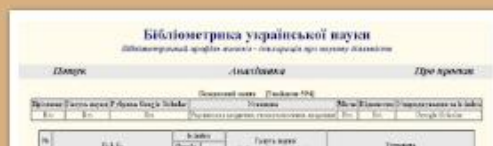
середа, 3 квітня 2019 р.

УМСА в бібліометриці української науки

Нещодавно оновилися дані
Бібліометрики української науки.



УМСА продовжує входити в десятку лідерів за кількістю бібліометричних портретів учених. Бібліотека, а також науковці самостійно, надсилали дані, тому на сьогодні ми маємо вже **594** наших науковців у цій базі.



Електронний каталог



Репозитарій УМСА



Дайджест новин



Цифрова періодика



Фото № 5

Завдяки цьому ресурсу можна комунікувати з відвідувачами: є можливість коментувати публікації. На ньому розміщений також on-line-консультант, де кожен, хто завітав на сторінку, може поставити запитання і оперативно отримати відповідь (фото 6). Але основними «майданчиками» для спілкування з користувачами є Facebook, Instagram, Email.

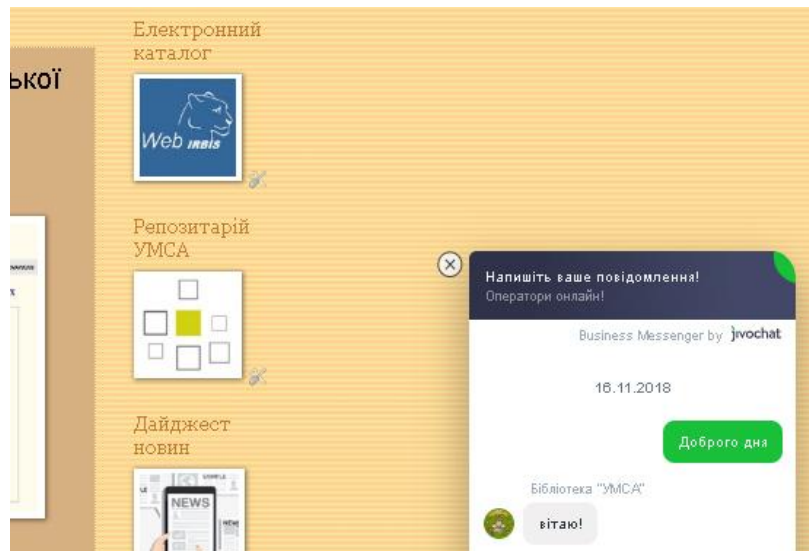


Фото № 6

Щодня багато людей надсилають електронні листи. Це і запити УДК, і запитання, і офіційні листи з інших бібліотек та міністерств; привітання, запрошення до участі в проектах, статті до репозитарію, запити до бібліографів тощо. Запит через електронну пошту традиційно вважається офіційнішим, ніж запит тієї ж послуги через соціальні мережі. Бібліотека УМСА має кілька електронних адрес на різних доменах. Так, адреса biblioteka@umsa.edu.ua є корпоративною, тільки завдяки їй можна, наприклад, зареєструватися на певних «онлайн-майданчиках». Є декілька Email на домені Google, вони надійні та універсальні. Кожна пошта використовується щоденно.

В останні роки активність бібліотеки УМСА у соціальних мережах зросла, і відповідно, зросла кількість комунікацій на власних публіках[4]. Facebook традиційно залишається комунікативним сервісом № 1 для бібліотеки ЗВО (фото 7). Зараз це платформа, де присутні користувачі різного віку, статі, освіти тощо. В УМСА можна зустріти і 17-річного студента із Нігерії, і 100-річного професора (так, саме цього року ми святкуємо 100-річчя нашого професора Максима Дудченка, і в нього теж є профіль в FB!), тому Facebook ідеально підходить для розповсюдження новин, комунікації з читачами, моніторингу вподобань, переймання досвіду колег тощо. Спостереження в повсякденному житті показують, наскільки потужною є система соціальних мереж та її вплив

на населення в усіх країнах, тому використовуємо цей засіб комунікації на повну![5]



Фото № 7

Робота з молоддю (переважно нашими користувачами є студенти 17-22 років) спонукала бібліотекарів бути присутніми в Instagram, оскільки саме ця вікова категорія на ньому є переважною більшістю. В Інстаграмі свої «закони», зокрема акцент на візуалізації, коротких текстах. Модераторам є що показати!(фото8). Адже кожен процес роботи фотографується, створюються колажі, цікаві композиції, тим самим молода аудиторія заохочується до реагування. Студенти запитують у direct все, що їх цікавить, також коментують, ставлять вподобання. Бібліотека адмініструє не тільки свою власну сторінку в Instagram, а ще й академічну (фото 9). А це значно більше постів, коментарів, запитань[6].



Фото № 8

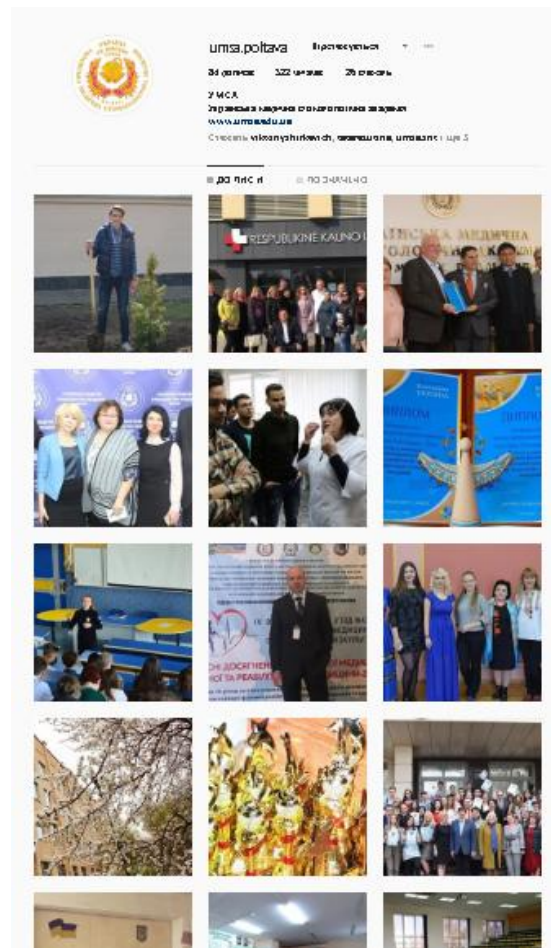


Фото № 9

Загальний обсяг інформації продовжує зростати, її настільки багато, що звичайній людині важко знайти відповідь на запитання, навіть якщо вона є в Мережі. Тому прогнозування, що бібліотекар із часом стане не потрібним, адже все можна буде знайти в Інтернеті, не виправдалися. Так, у Всемережжі можна знайти майже все, але неможливо опрацювати кількість знайденого матеріалу. Доводиться звертатися до спеціалістів і комунікувати через онлайн-сервіси.

При отриманні запитань важливо відповідати якнайшвидше. Навіть якщо потрібної інформації зараз немає, важливо відгукнутися до читача, показати, що його месидж був прочитаний, вказати коли приблизно буде готова відповідь. Це формує позитивний образ фахівця.

Коли йдеться про комунікативні сервіси, природно виникає питання нетикету. Після появи Інтернету з'явилися певні закони, правила спілкування в Мережі, які надалі отримали назву нетикет («Мережа» (англ. net) і «тикет» (фр.

etiquette)). Оскільки Мережа – це суспільне місце, то в ній не можна робити ті речі, які не заохочуються в будь-якому цивілізованому суспільстві [1].

Правила нетикету:

1. Пам'ятайте, що Ви спілкуєтеся з людиною.
2. Дотримуйтеся тих самих правил поведінки, що і в реальному житті.
3. Зберігайте особистість.
4. Допмагайте іншим там, де Ви спроможні це зробити.
5. Не втручайтесь у конфлікти і не допускайте їх.
6. Пам'ятайте про безпеку.
7. Поважайте право на приватне листування.
8. Пам'ятайте про авторське право.
9. Не зловживайте своїми можливостями.
10. Вчіться пробачати помилки іншим.

Загальні правила, крім очевидних, це наприклад, не надсилати поштучно 30 файлів, щоб отримувач не витрачав час на завантаження кожного окремо. Зауважимо про ВЕЛИКІ ЛІТЕРИ та кнопку CAPS LOCK. Великі літери, велика кількість знаків питання, оклику ідентифікуються, як крик. Використання клавіші CAPS LOCK рівнозначне гучному крикові в розмові. Часто в чатах і на форумах люди, що пишуть тільки великими буквами, отримують відповідь «НЕ КРИЧИ НА МЕНЕ!». У 2001 році в Швеції розпочалась справжня суспільна кампанія проти цієї клавіші. Метою акції було змусити виробників комп'ютерів прибрати її з клавіатури. Є навіть День клавіші CapsLock (28 червня). День, коли можна писати одними великими літерами і тобі за це нічого не буде! Також при веб-спілкуванні часто використовуються смайли. День смайлика – 19 вересня. А все тому, що візуалізація натеper вирішує все. На кожну емоцію вже є свій смайлик. Існує й емодзі – поєднання графіки і смайлів, завдяки яким можна взагалі не писати літер, використовувати лише картинки для розповіді.

Як бачимо, правила існують, але не завжди виконуються і у Всемережжі багато такого, від чого хочеться вберегти не тільки дітей, а й самих себе. Тому, не розраховуючи на людську свідомість, компанії мають модераторів, які

слідкують за «порядком» на своєму сайті. Розглянемо, наприклад, Facebook. Фейсбук має в системі низку правил, за порушенням яких слідує покарання у вигляді бану. Тривалість бану залежить від дії користувача. Зараз у ФБ близько 3 мільярдів користувачів. Це трохи менше половини світу. Звісно, потрібні правила, які регулюють взаємостосунки між цими людьми [5].

З самого початку одним із головних принципів Facebook була нетерпимість до насилля, порнографії, расизму, тероризму тощо. Увесь перелік обмежень можна знайти в Інтернеті, він постійно змінюється. Всі виважені рішення щодо прийнятності того чи іншого контенту приймають модератори. Не всі ресурси так слідкують за контентом.

У результаті досліджень, опитувань і спостережень з'ясувалося, що багато людей найчастіше користуються месенджерами, щоб щось передати, ніж телефонують. Особливо це стосується молоді.

Із рекомендацій:

– якщо вам потрібно зателефонувати – напишіть попередження в месенджер;

– якщо співрозмовник не відповідає, то через годину можна зателефонувати. Звісно це не стосується дуже термінових випадків;

– якщо дзвінок по роботі, то спочатку напишіть email. Якщо відповіді немає протягом доби – сміливо телефонуйте.

Чому ж з'явилися такі правила і взагалі постало питання «Писати чи телефонувати»? У сучасному світі з високим темпом життя, коли всі зайняті, писати є тактовнішим – ми не знаємо де застане наш дзвінок людину: за кермом, на операції, на засіданні, на уроці тощо. Адресат відповідь тоді, коли знайде для цього зручний час. Бувають ситуації, коли краще зробити мікс: написати й уточнити години для серйозної телефонної розмови.

Наразі дзвінок є лише однією з функцій смартфона, і далеко не основною. На роботі теж рекомендують писати. Адже сказане ніде не фіксується, можна неправильно зрозуміти співрозмовника, до того ж телефонна розмова заважає колегам, які знаходяться поруч. Якщо хтось щось пообіцяв у телефонній

розмові, цього ніколи не можна буде довести. При написанні можна підібрати лаконічніші фрази, без зайвих слів, краще сформулювати свою думку. Тому використання чату замість телефону вже стало не тільки нормою, але і вимогою сучасного життя.

Після того, як бібліотеки почали комунікувати за допомогою онлайн-сервісів з читачами, бібліотекарям довелося стати smtp-никами, маркетологами, блогерами, веб-дизайнерами, фотографами, журналістами та щодня створювати такий контент і рівень спілкування, щоб залишатися конкурентоспроможними у Мережі.

Література:

1. Абетка з нетикету [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://netiketka.4uth.gov.ua/home/rules-of-netiquette>, вільний. – Назва з екрана. – Дата звернення: 22.04.2019. – Мова укр.

2. Безноса С. П. Інформаційний потенціал бібліотеки як інструмент іміджевого позиціонування «УМСА» [Електронний ресурс] / С. П. Безноса // Бібліотеки і суспільство: рух у часі та просторі : III наук.-практ. інтернет-конференція, Харків, НБ ХНМУ, 22–29 жовтня 2018 р. – Харків, 2018. – С. 1–5.

– Режим доступу: <http://repo.knmu.edu.ua/bitstream/123456789/20495/1/%D0%91%D0%B5%D0%B7%D0%BD%D0%BE%D1%81%D0%B0.pdf>. – Назва з екрана. – Дата звернення: 24.04.2019. – Мова укр.

3. Боровик О. Б. Маркетингові комунікації в практичній діяльності бібліотеки ВДНЗУ «УМСА» [Електронний ресурс] / О. Б. Боровик // Вісник Одеського національного університету. Серія: Бібліотекознавство, бібліографознавство, книгознавство. – 2017. – Т. 22, вип. 2 (18). – С. 242–249. – Режим доступу: <http://elib.umsa.edu.ua/bitstream/umsa/6064/1/Marketing%20communication.pdf>. – Назва з екрана. – Дата звернення: 22.04.2019. – Мова укр.

4. Соціальні медіа [Електронний ресурс] // Вікіпедія. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D0>

%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96_%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%
B0, вільний. – Назва з екрана. – Дата звернення: 22.04.2019. – Мова укр.

5. Facebook [Електронний ресурс] // Вікіпедія. – Режим доступу:
<https://uk.wikipedia.org/wiki/Facebook>, вільний. – Назва з екрана. – Дата
звернення: 22.04.2019. – Мова укр.

6. Instagram [Електронний ресурс] // Вікіпедія. – Режим доступу:
<https://uk.wikipedia.org/wiki/Instagram>, вільний. – Назва з екрана. – Дата
звернення: 22.04.2019. – Мова укр.