

Biblioteka Główna WAT w mediach społecznościowych

Według Dawida Trzeciaka *social media* to zbiór relacji, zachowań, uczuć, interakcji pomiędzy użytkownikami, gdzie następuje wielokierunkowa komunikacja wymiany doświadczeń za pomocą zaawansowanych narzędzi komunikacji. To media pozwalające wspierać i realizować komunikacyjne i poznawcze potrzeby człowieka, umożliwiające wpływ na otaczający świat oraz aktywne współtworzenie informacji dystrybuowanych przez media i firmy¹.



Od kilku lat szkolnictwo wojskowe przeżywa progres. Z roku na rok wzrasta liczba kandydatów na studia wojskowe. Studenci wojskowi stanowią obecnie istotną grupę wśród użytkowników naszej biblioteki. Dla tej grupy odbiorców *social media* są często podstawowym źródłem informacji dotyczących funkcjonowania i oferty Biblioteki. W związku z tym nasza aktywność w mediach społecznościowych jest rozbudowywana i uatrakcyjniana, tak aby dotrzeć do jak największej liczby potencjalnych użytkowników.

W dobie społeczeństwa informacyjnego biblioteki, zwłaszcza akademickie, powinny stale dostosowywać swoją ofertę do potrzeb użytkowników – pracowników naukowo-dydaktycznych oraz studentów, by w pełni zaspakajać ich potrzeby edukacyjno-informacyjne. Tak też jest w przypadku BG WAT, która od kilku lat sukcesywnie wzbogaca swoją ofertę o nowe zasoby oraz usługi.

Biblioteka Główna WAT to nowoczesny, przestronny budynek z bogatym księgozbiorem oraz z przyjaznymi dla użytkowników przestrzeniami, w których można spędzać czas nie tylko na nauce. Dodatkowo biblioteka oferuje m.in. urządzenia samoobsługowe, które umożliwiają samodzielne wypożyczenie i zwrot książek (książkomat oraz wrzutnia). Ale nowoczesne usługi i nowoczesny budynek to nie wszystko. Należy pamiętać, że jeżeli biblioteka chce być obecna w życiu użytkowników i promować swoje usługi, musi zaznaczać swą obecność tam, gdzie przebywają oni najczęściej, czyli w serwisach społecznościowych. Jednak w świecie przepelnionym nadmiarem informacji, tzw. szumem informacyjnym, zwrócenie uwagi użytkowników na rzetelne i sprawdzone treści w Internecie oraz zbudowanie z nimi relacji jest

wyzwaniem. Wyzwaniem jest także przekazywanie informacji z obszaru nauki, dydaktyki czy kultury w interesującej i atrakcyjnej formie. I choć pozornie wydawać by się mogło, że obecność biblioteki w mediach społecznościowych wykracza poza podstawowe jej zadania, takie jak gromadzenie, opracowywanie i udostępnianie księgozbioru, to jednak *social media* mają ogromny wpływ na jej pozytywny wizerunek. Jak zatem media społecznościowe wpływają na funkcjonowanie naszej biblioteki oraz komunikację i marketing biblioteczny? Przede wszystkim służą bibliotekarzom nie tylko do budowania sieci kontaktów, ale także w przyjazny i błyskawiczny sposób pomagają informować o bogatej ofercie naukowo-dydaktycznej.

FACEBOOK



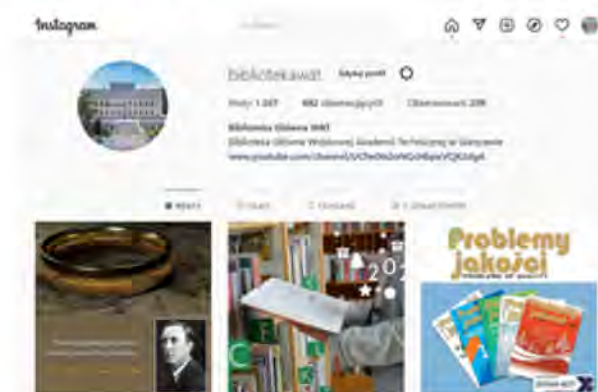
Głównym kanałem mediów społecznościowych, dzięki któremu przekazujemy najwięcej wiadomości dotyczących funkcjonowania Biblioteki, jest Facebook. Na naszym fanpage'u czytelnik odnajdzie zarówno dane kontaktowe, godziny otwarcia Biblioteki, jak i wszystkie informacje dotyczące prowadzonej przez nas działalności. Zamieszczane posty zawierają informacje o dostępnych zasobach elektronicznych, jak też i tych w dostępie testowym. Poprzez posty informujemy m.in. o nowościach wydawniczych, które pojawiają się w naszych zbiorach. Staramy się zrobić to tak, aby zachęcić studentów do przejrzania także innych materiałów dostępnych w naszej bibliotece.

Profil na Facebooku umożliwia szybkie rozprzestrzenianie informacji, szybką wymianę treści oraz gromadzenie kontaktów. Pozwala w czasie rzeczywistym uzyskać informację zwrotną od użytkowników na temat usług i nowości bibliotecznych. Serwis stanowi ważne uzupełnienie strony internetowej Biblioteki. Oficjalny fanpage Biblioteki Głównej Wojskowej Akademii Technicznej jest prowadzony od 2011 roku. Tematyka wpisów dostosowana jest do działalności Biblioteki i Akademii, jak również do potrzeb użytkowników. Jest to doskonałe narzędzie do komunikacji z użytkownikiem. Miarą popularności profilu, a w związku z tym zasięgu/zasięgów umieszczanych postów, jest liczba polubień profilu i liczba obserwujących. Im więcej polubień, tym większy zasięg oddziaływania. Całkowita liczba polubień Fb strony Biblioteki wynosi 1573, a liczba obserwujących 1670 (stan

¹ D. Trzeciak, *Czym są social media - era social media* [online] <https://bit.ly/3riE1bC>.

na 31.12.2021). W minionym roku największą grupę odbiorców stanowili użytkownicy w wieku 25–34 lat, w tym mężczyźni 51,8% i kobiety 48,2%. W 2021 roku zostało opublikowanych 274 postów, wśród nich największy zasięg uzyskał ten dotyczący odbioru zamówionych książek z księżkomatu (opublikowany w październiku, uzyskał zasięg 7069).

INSTAGRAM



Ten serwis, w przeciwieństwie do Facebooka, stawia na stronę wizualną zamieszczanych postów. To medium do promowania głównie tzw. „żywych zdjęć”. Instagram to minimum treści, a maksimum obrazu. Zainteresowanie, zwłaszcza młodego użytkownika, ofertą Biblioteki za pomocą obrazu nie jest łatwe, stąd może mniejsza liczba obserwujących followersów w porównaniu z Facebookiem.

Konto Biblioteki Głównej WAT na Instagramie zostało utworzone w lutym 2016 roku. Od tego momentu sukcesywnie wzrasta liczba osób obserwujących konto, a więc i liczba potencjalnych użytkowników Biblioteki. Przez cały okres prowadzenia profilu na Instagramie opublikowano 1267 postów. W 2021 roku zostało opublikowanych 249 postów. Konto Biblioteki obserwują ogółem 692 osoby.



BLOG

Blog Biblioteki Głównej WAT został utworzony w 2013 roku. Łączna liczba wpisów wynosi 173, natomiast ogólna liczba wyświetleń wynosi 64 571. W 2021 roku zostało

opublikowanych 17 wpisów. Tematyka wpisów związana jest z Biblioteką i uczelnią, zagadnieniami bibliotekarskimi oraz wydarzeniami kulturalnymi.



YOUTUBE

Biblioteka Główna WAT zaistniała na kanale YouTube w 2019 roku. W 2021 roku zamieszczono 6 spotów związanych z działalnością BG WAT. Spoty dotyczą bezpiecznego korzystania z Biblioteki i jej zbiorów oraz działalności wystawienniczej:

1. Zamawianie książek przez katalog online;
2. Borrowing books from the library using Primo search engine;
3. Zamawianie książek przez multiwyszukiwarkę Primo;
4. Mikołajki w BG WAT.

Wystawy wirtualne:

1. Sylwester Kaliski – Komendant WAT w latach 1967–1974;
2. 70 lat Wojskowej Akademii Technicznej.

Łącznie na kanale jest dostępnych 16 spotów.

Biblioteka Główna WAT, jak każda nowoczesna biblioteka, jest obecna w popularnych serwisach komunikacyjnych. Próbujemy dotrzeć do użytkownika różnymi możliwymi kanałami informacyjnymi. Osoby preferujące nowe technologie znajdą informacje nt. działalności i usług Biblioteki na naszej stronie internetowej i w mediach społecznościowych. Pozostała grupa użytkowników takie informacje uzyska na miejscu w Bibliotece, dzięki szerokiej gamie drukowanych materiałów informacyjnych.

Podsumowując, *social media* to dla instytucji non profit, takich jak nasza Biblioteka, oprócz wymienionych już powyżej korzyści, także: brak kosztów, łatwość w użyciu oraz możliwość budowania pozytywnego wizerunku Biblioteki jako instytucji nowoczesnej i atrakcyjnej dla użytkowników.

**Autorzy: Mariola Nawrocka
Iwona Piwońska**

Bibliografia:

J. Dziwulski, T. Ogrzebac, *Media społecznościowe jako element strategii zarządzania relacjami z klientem w dobie globalizacji* [w:] *Wpływ zglobalizowanego świata na zarządzanie* pod red. W. Harasima, Wyższa Szkoła Promocji, Mediów i Show Businessu, Warszawa 2017.

D. Trzeciak, *Czym są social media – era social media* [online] <https://bit.ly/3riElbC>.



**Wojskowa
Akademia
Techniczna**



**MEDIA
SPOŁECZNOŚCIOWE**

W BIBLIOTECE