

# Social media w bibliotekach akademickich: PolBiT 2019

Media społecznościowe (social media) istnieją dość krótko, ale bardzo intensywnie zaznaczyły swoją obecność w naszej rzeczywistości. Definiowane są jako zbiór relacji, zachowań, uczuć, interakcji pomiędzy użytkownikami, gdzie następuje wielokierunkowa komunikacja wymiany doświadczeń za pomocą zaawansowanych narzędzi komunikacji. Charakterystyką mediów społecznościowych jest: wykorzystywanie ich na dowolną skalę, modyfikowanie w nieskończoność informacji pierwotnej, wolny dostęp do odbioru i tworzenie treści, elementy będące wynikiem toku tworzenia, czy współtworzenia treści są stale dostępne, informacje powstają w sposób niewymuszony, treści popularyzowane są w wyniku społecznej interakcji<sup>1</sup>.

Biblioteki i bibliotekarze nie pozostali obojętni na te zmiany i social media stały się już istotną częścią procesu komunikacji z użytkownikiem w wielu bibliotekach na całym świecie. Nowe technologie zadomowiły się w nich i zmieniły wizerunek, funkcjonowanie, a także mentalność pracowników bibliotek. Przekształcenia te dotyczą nie tylko wykorzystywania różnorodnych narzędzi, lecz odnoszą się także do organizacji pracy bibliotek. Nowe technologie są wykorzystywane przy współpracy bibliotekarzy i czytelników, mających względem bibliotek nowe oczekiwania. Tutaj w sukurs przychodzą właśnie media społecznościowe, które dostarczają dużych możliwości w nawiązaniu interakcji z użytkownikami. Jak piszą Janina Przybysz i Paweł Pioterek: *Media społecznościowe to obecnie największa siła Internetu. To one spowodowały, że zamiast statycznego Internetu mamy dynamiczny, interaktywny Internet, na którego treści mają wpływ wszyscy użytkownicy.*



Do bibliotek uczelnianych wkroczyło pokolenie zwane pokoleniem kciuka, interfejsu, „head down” czy „cyfrowymi tubylcami”. To osoby, dla których Internet i smartfon są codziennością. Ci użytkownicy od uczelni, jak i od biblioteki, wymagają „takiej komunikacji, w jakiej na co dzień uczestniczą”. W związku z tym rodzaj usług bibliotecznych, informacyjnych, a przede wszystkim komunikacji z użytkownikiem, nie może być taki, jak te pro-



ponowane jeszcze kilka lat temu, musi być dostosowany do współczesnych potrzeb. Obecność bibliotek akademickich w świecie social mediów staje się koniecznością, przyczynia się do prowadzenia dwustronnej komunikacji, wzbogaca i udoskonala jakości usług bibliotecznych.

*Obecność bibliotek akademickich w mediach społecznościowych nie ogranicza się jedynie do założenia profilu w serwisie i traktowania go jako przedłużenia tradycyjnej strony WWW<sup>2</sup>. Niewątpliwie media społecznościowe sprzyjają budowaniu przez bibliotekarzy „sieci kontaktów”, ale przede wszystkim pomagają w informowaniu o działalności ich bibliotek. Są również ważnym elementem marketingu bibliotecznego. Placówki biblioteczne prowadzą głównie takie serwisy jak: Facebook, Instagram, Blog, YouTube i, rzadziej wykorzystywany, Twitter.*

Media społecznościowe prowadzone przez biblioteki to fakt, potrzeba czasu i wymóg dla nowoczesnej placówki. Biblioteka Główna WAT wpisuje się w ten nowoczesny nurt, prowadząc własny profil na: Facebooku, Blogu i Instagramie. Social media to żywe, wciąż ewoluujące, zjawisko społeczne, w związku z tym chęć wymiany doświadczeń bibliotekarskich z prowadzenia social mediów jest wielka i skłoniła pracowników BG WAT do zorganizowania 26 marca 2019 seminarium PolBiT pt. *Social media jako element marketingu i promocji w bibliotekach akademickich.*

Seminarium PolBiT jest przykładem – funkcjonującej od lat – współpracy grupy polskich bibliotek technicznych. Zainicjowane zostało przez Bibliotekę Politechniki Warszawskiej. Cyklicznie organizowane spotkania służą wymianie doświadczeń i rozwiązywaniu wspólnych problemów oraz poszukiwaniu sposobów realizacji nowych zadań. Tego rodzaju spotkania „robocze” pozwalają zająć się problemami powtarzającymi się w podobnych środowiskach, by dzielić się doświadczeniami i lepiej organizować pracę w poszczególnych bibliotekach.

W tegorocznym seminarium uczestniczyło 75 osób z 23 instytucji z całego kraju, m.in. z Politechniki Lubelskiej,

<sup>1</sup> J. Przybysz, P. Pioterek, *Media społecznościowe w służbie bibliotek*, [https://repozytorium.uwb.edu.pl/jspui/bitstream/11320/4519/1/23\\_Przybysz\\_Pioterek.pdf](https://repozytorium.uwb.edu.pl/jspui/bitstream/11320/4519/1/23_Przybysz_Pioterek.pdf) [dostęp 30.03.2019].

<sup>2</sup> B. Jaskowska, *Bądźmy tam gdzie oni! Elementy social media marketingu w bibliotece*, <https://depot.ceon.pl/handle/123456789/2518> [dostęp 30.03.2019].



Politechniki Częstochowskiej, Politechniki Warszawskiej, Biblioteki Uniwersytetu Warszawskiego, Politechniki Białostockiej, Politechniki Łódzkiej, Politechniki Gdańskiej, Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, Akademii Sztuki Wojennej, Centralnej Biblioteki Wojskowej i Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego. Gości przywitała dyrektor BG WAT dr Bogumiła Konieczny-Rozenfeld. Seminarium podzielone zostało na dwie sesje, które poprowadziły: mgr Anna Tonakiewicz-Kołosowska – zastępca dyrektora Biblioteki Głównej Politechniki Warszawskiej oraz mgr inż. Izabela Gajda z Oddziału Promocji i Informacji Biblioteki Politechniki Łódzkiej. Wystąpienia dotyczyły strategii prowadzenia social mediów, głównie Facebooka, Bloga, Instagrama, kanału You Tube, w bibliotekach akademickich. Podczas seminarium analizowano wpływ, jaki na wizerunek biblioteki ma prowadzenie wymienionych wyżej social mediów, a także zastanawiano się jak atrakcyjnie pokazać zamieszczane tam treści, aby przyciągały uwagę użytkowników biblioteki. Jedno z wystąpień drugiej sesji dotyczyło Twittera – medium wykorzystywanego głównie przez polityków i tzw. celebrytów, a niestety rzadko przez biblioteki szkół wyższych (jak ma to miejsce na Zachodzie). Prelegentka Katarzyna Bikowska z Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego przybliżyła uczestnikom spotkania właściwy sposób używania medium, jakim jest Twitter. Ponadto podkreślała konieczność odpowiedniego posługiwania się mediami społecznościowymi, poznania ich funkcji, odbiorców docelowych, formy i języka, jakiego trzeba używać, żeby osiągnąć pozytywne wyniki i być zauważonym w sieci.

Reprezentantami Biblioteki Głównej WAT byli: Dominika Górską i Rafał Łojewski. W swoim wystąpieniu zdemontrowali sposób prowadzenia mediów społecznościowych w BG WAT na tle pięciu wybranych wojskowych bibliotek akademickich.

Podczas kończącej spotkanie dyskusji uczestnicy podzielili się swoimi doświadczeniami i sposobami prowadzenia social mediów w swoich bibliotekach, zaznaczeni również, że prowadzenie mediów społecznościowych przez biblioteki wymaga od bibliotekarzy kreatywności, otwartości „technologicznej”, a także, bardzo często, zaangażowania poza godzinami pracy. Tegoroczne spotkanie PolBiT dowiodło, że biblioteki już nie zadają pytania, czy prowadzić social media, ale jak nimi zarządzać, aby spełniały jak najlepiej funkcje komunikacyjne, marketingowe i promocyjne w bibliotekach akademickich.

#### **Netografia:**

- Przybysz, J., Pioterek, P., *Media społecznościowe w służbie bibliotek* [online] [https://repozytorium.uwb.edu.pl/jspui/bitstream/11320/4519/1/23\\_Przybysz\\_Pioterek.pdf](https://repozytorium.uwb.edu.pl/jspui/bitstream/11320/4519/1/23_Przybysz_Pioterek.pdf) [dostęp 30.03.2019].
- Jaskowska, B., *Bądźmy tam gdzie oni! Elementy social media marketingu w bibliotece* [online] <https://depot.ceon.pl/handle/123456789/2518> [dostęp 30.03.2019].
- *Jak dobrze prowadzić komunikację w social media?* [online] <https://www.whitepress.pl/baza-wiedzy/451/jak-dobrze-prowadzic-komunikacje-w-social-media> [dostęp 30.03.2019].