

mgr Janina Przybysz
Biblioteka Wyższej Szkoły Bankowej
w Poznaniu
janina.przybysz@wsb.poznan.pl

mgr Paweł Pioterek
Biblioteka Wyższej Szkoły Bankowej
w Poznaniu
pawel.pioterek@wsb.poznan.pl

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE W SŁUŻBIE BIBLIOTEK

SOCIAL MEDIA IN THE SERVICE OF LIBRARIES

Abstrakt

Social media stały się ważną częścią strategii komunikacyjnych i marketingowych w wielu bibliotekach na całym świecie, otwierając je na zmiany technologiczne i cywilizacyjne. Dzięki nim można poprawić relacje z użytkownikami na innym poziomie niż wcześniej i uzyskać wsparcie dla wielu ich działań. Autorzy przedstawiają zjawisko social media koncentrując się na ich cechach szczególnych i historii. Próbuje również zbadać wybrane biblioteki akademickie, biorąc pod uwagę wykorzystanie serwisów społecznościowych.

Słowa kluczowe: social media, Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, nowe technologie.

Abstract

Social media has become an important part of communication and marketing strategies of many libraries around the world, opening them further to technological and civilizational changes. Thanks to them, libraries can create and enhance relationships with users on a different level than before and obtain support for many of their actions. The authors present the phenomenon of social media focusing on its specific features and history. They also attempt to examine selected academic libraries taking into account their use of social networking sites.

Keywords: library, social media, Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, new technologies.

Wstęp

Wokół współczesnych bibliotek zmienia się rzeczywistość. Nowe technologie na dobre w nich zagościły, zmieniając wizerunek, funkcjonowanie i mentalność pracowników. Przy czym zmiany te nie ograniczają się tylko do wykorzystania różnego typu narzędzi, ale dotyczą także organizacji pracy bibliotek.

Współczesna biblioteka coraz częściej jest przedstawiana jako nowoczesne centrum informacyjne, będące miejscem kreatywności, innowacyjności i współpracy. I tak jest rzeczywiście, coraz częściej są one nowoczesnymi centrami informacyjnymi, udostępniającymi szeroką gamę zbiorów tradycyjnych i elektronicznych, informacji, usług edukacyjnych i kulturalnych. Nowe, interaktywne technologie od kilku lat są wykorzystywane przy współpracy bibliotekarzy i czytelników.

Nowe technologie wpłynęły na rzeczywistość informacyjną, w której funkcjonują czytelnicy i wpłynęły na zmianę ich oczekiwań względem bibliotek. Biblioteki nie mają więc dzisiaj specjalnych możliwości wyboru, muszą być częścią tej rzeczywistości. Bez spełnienia tego warunku trudno mówić o efektywnym nawiązaniu współpracy z ich dotychczasowymi, ale także potencjalnymi odbiorcami. I tutaj pojawiają się media społecznościowe (*social media*), dające duże możliwości w nawiązaniu dialogu z użytkownikami.

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. To w nich można znaleźć informacje o aktualnych wydarzeniach, najważniejszych imprezach, publikacjach, akcjach itp. Celem artykułu jest pokazanie, w jaki sposób media te wpływają na rozwój i działalność bibliotek oraz komunikację i marketing biblioteczny.

Bez wątpienia *social media* służą dzisiaj bibliotekarzom nie tylko do budowania sieci kontaktów, ale przede wszystkim pomagają w informowaniu innych o działalności poszczególnych bibliotek. Stanowią także element nowoczesnego marketingu bibliotecznego. Wśród wykorzystywanych przez biblioteki mediów społecznościowych znajdują się takie serwisy jak: Facebook, Twitter, Instagram, Google+, YouTube i blogi.

Historia mediów społecznościowych

Internet na początku lat 90. ubiegłego wieku stawał się coraz bardziej miejscem spotkań z innymi ludźmi. Pierwsze serwisy społecznościowe po-

jawily się na rynku amerykańskim w drugiej połowie tych lat. Za zadanie miały zrzeszać internautów wokół portali, które pozwalałyby im na wymianę poglądów, zdjęć, plotek, zainteresowań. Do najwcześniejszych założonych serwisów należały **ClassMates** (1995) i **SixDegrees** (1996), jednak ich rozwój nastąpił dopiero na początku XXI wieku. Za pierwszy w pełni portal społecznościowy można uznać **serwis Fotka**, który powstał w 2001 roku. W tym czasie pojawiła się również największa wirtualna encyklopedia – **Wikipedia**. Zaraz potem powstały popularne do dziś kanały: **LinkedIn** (2003), **Facebook** (2004), **Twitter** (2006). Wiek XXI to także era obrazu, dlatego nie można pominąć powstałego w 2005 kanału **YouTube**, który jako pierwszy udostępniał na tak szeroką skalę materiały multimedialne, takie jak utwory muzyczne i filmy. Około roku 2000 pojawiły się też pierwsze **blogi** tworzone przez użytkowników, dzięki którym można było nawiązać wiele przyjaźni. W ostatnich latach powstały i bardzo szybko się rozwijają takie portale jak **Instagram**, gdzie użytkownicy umieszczają zdjęcia i **Pinterest**, gdzie można zamieścić tablice inspiracji zdjęciowych i mikroblogi.

Wspominając o początkach mediów społecznościowych w Polsce, trzeba przypomnieć jeden z pierwszych kanałów, jakim było powstałe w 2004 roku **Grono.net**. Był to portal skupiający zamkniętą społeczność internautów, do której można było dołączyć wyłącznie dzięki zaproszeniu wysłanemu przez jednego z jej członków. Swoją działalność portal ten zakończył w 2012 roku. W 2006 roku powstała **Nasza Klasa**, gdzie użytkownicy mogli odnaleźć swoich znajomych ze szkolnych ławek. Rok 2008 to premiera polskiej wersji językowej **Facebooka**, a 2011 **Twittera i Google+**. Nowe portale **Instagram** i **Pinterest**, też już są dostępne w polskiej wersji językowej.

Social media nieustannie się rozwijają i powstają zupełnie nowe dotąd nieokreślone jeszcze serwisy, które wynikają z nowych potrzeb konsumentów. Co przyniesie przyszłość? Raczej wątpliwe, aby ktoś był w stanie to przewidzieć, gdyż chyba nikt nie spodziewał się, że będziemy się znajdować w miejscu, w którym obecnie jesteśmy.

Definicje mediów społecznościowych

Media społecznościowe są obecne we współczesnej rzeczywistości stosunkowo krótko, jednak bardzo intensywnie wykorzystywane doczekały się już licznych definicji. Pojęcia związane z mediami społecznościowymi są na ogół bardzo ogólne i obejmują ogromny zakres komunikacji. Określane są jako zbiór relacji, zachowań, uczuć, interakcji pomiędzy użytkownikami, gdzie następuje wielokierunkowa komunikacja wymiany

doświadczeń za pomocą zaawansowanych narzędzi komunikacji¹. Media społecznościowe to serwisy, które istnieją w oparciu o zgromadzoną wokół nich społeczność.

Można wyróżnić charakterystyczne cechy mediów społecznościowych:

- mogą być wykorzystywane na dowolną skalę,
- pierwotna informacja może być modyfikowana w nieskończoność,
- dostęp do tworzenia i odbioru treści jest wolny,
- wszystkie elementy będące wynikiem procesu tworzenia (współtworzenia) treści nie są usuwane i są stale dostępne,
- treści rozprzestrzeniane są w wyniku społecznej interakcji,
- niewymuszony sposób powstania treści².

W mediach społecznościowych nie tylko same treści, ale i odnoszące się do nich informacje, są tworzone przez wszystkich zainteresowanych. Informacje są rozpowszechniane poprzez interakcję, co wpływa na skalę dystrybucji każdej informacji. Czas między wytworzeniem treści a jej publikacją, jest bardzo krótki, a zarazem interakcja odbywa się niemal jednocześnie³. Jednostka nie musi być jedynie biernym odbiorcą jakiegoś przekazu, sama może tworzyć, współtworzyć.

Media społecznościowe w bibliotekach akademickich

Do uczelni i tym samym do bibliotek wkracza właśnie pokolenie tzw. „**cyfrowych tubylców**” (zwanych także pokoleniem kciuka i interfejsu). „Cyfrowi tubylcy” to osoby urodzone w latach 90., dla których oczywistą codziennością jest Internet, smartfon i Wi-Fi. Użytkownicy bibliotek żyją społecznościowo, także w Internecie i w związku z tym zarówno od uczelni, jak i od biblioteki wymagają takiej komunikacji w jakiej na co dzień uczestniczą. Forma obecnych usług bibliotecznych i informacyjnych oraz komunikacji z czytelnikiem nie może być więc taka sama, jak kilkanaście czy nawet kilka lat temu. Biblioteki akademickie muszą wypracować nowe formy funkcjonowania w świecie „cyfrowych tubylców”. Obecność tych bibliotek w świecie social media staje się koniecznością, ma za zadanie zbudowanie wokół organizacji zaangażowanej społeczności i prowadzenie

1 D. Trzeciak: *Czym są Social Media – Era Social Media*. Tryb dostępu: <http://interaktywnie.com/biznes/blog-ekspertki/social-media/czym-sa-social-media-era-social-media-7956> [17 czerwca 2015].

2 A. Dejnaka, B. Iwankiewicz-Rak, J. Nogieć, P. Spychała: *Marketing społeczny w organizacjach komercyjnych i non profit*. Poznań 2013, s. 32.

3 Tamże, s. 33.

dwustronnej komunikacji, a także poprawę jakości usług bibliotecznych i wzbogacenie oferty kierowanej do czytelników⁴. Obecność bibliotek akademickich w social media nie powinna ograniczać się jedynie do założenia profilu w serwisie i traktowania go jako przedłużenia tradycyjnej strony WWW.

Na potrzeby artykułu zostaną wymienione i opisane tylko te rodzaje social media, których wykorzystanie przez biblioteki akademickie wydaje się autorom zasadne. Opisane zostały serwisy: Facebook, Twitter, Google+ i YouTube.

FACEBOOK

Większość bibliotek posiada swoje strony internetowe. Czy więc biblioteka potrzebuje dodatkowego kanału do komunikacji jakim jest serwis **Facebook**?

Popularny slogan mówi „jak Cię nie ma na Facebooku, to nie żyjesz” i coraz bardziej jest on prawdziwy, ponieważ jest to jeden z najpopularniejszych serwisów internetowych na świecie, który każdego dnia odwiedzają miliony osób. Posiadanie własnej strony (Fanpage) na Facebooku, dzięki temu, że jest ona zintegrowana z tym serwisem pozwala ją łatwo odnaleźć, prowadzić i ulepszać. Może mieć też ogromny zasięg, zależny od liczby polubień. Serwis ten umożliwia realizację innych celów i zadań niż strona internetowa biblioteki. Ważne jest to, że czytelnicy mający konta na Facebooku nie muszą śledzić strony internetowej biblioteki, aby dowiedzieć się o nowościach, czy ciekawych imprezach organizowanych przez bibliotekę. Przede wszystkim jednak pozwala budować z dużo większą skutecznością niż strona WWW, społeczności wokół biblioteki, na którą składają się jej klienci i fani.

Żeby stworzyć społeczność, należy pozyskać osoby śledzące aktywność w serwisie oraz ich zaktywizować. Dobrze jest rozpocząć promocję od poinformowania czytelników odwiedzających bibliotekę lub jej stronę internetową o założeniu Facebooka przez bibliotekę. Użytkownicy powinni wiedzieć, że ich biblioteka jest nowoczesną placówką i idzie z duchem czasu. Warto zareklamować stronę fanowską biblioteki używając też kont osobistych bibliotekarzy i ich znajomych⁵. Strona biblioteki na Facebooku

4 B. Jaskowska: *Bądźmy tam gdzie oni! Elementy social media marketingu w bibliotece*. Tryb dostępu: https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/2518/Jaskowska_BADZMY_TAM_GDZIE_ONI.pdf?sequence=1 [18 czerwca 2015].

5 K. Lityński, D. Paleczna: *Strona biblioteki na facebooku – z czym to się je?* Tryb dostępu: <http://www.slideshare.net/FMB6/strona-biblioteki-na-facebooku-z-czym-to-si-je-krzysztof-lityski>

nie powinna jednak ograniczać się tylko do pełnienia funkcji fanapaga, ale powinna także stanowić wizytówkę biblioteki. Może zawierać dodatkowo takie elementy jak:

- odnośniki do innych serwisów, z których korzysta biblioteka,
- usługę „zapytaj bibliotekarza”,
- odnośnik do katalogu lub katalogów.

Administratorzy facebookowych stron bibliotek powinni postawić na wyzwalanie zaangażowania wśród swoich fanów i budowanie trwałych relacji. Jest to niezbędne, gdyż coraz częściej obserwuje się zwiększającą się świadomość użytkowników podczas „lajkowania” oraz śledzenia lubianych stron.

TWITTER

Twitter jest to serwis mikroblogowy, dla sympatyków krótkiej formy – 1 tweet musi się zmieścić w 140 znakach. Wykorzystywany chętnie przez polityków, media, firmy, osoby publiczne, ale i zagraniczną branżę biblioteczną. Bardzo mobilny, tzn. najczęściej używany na tabletach i smartfonach. Serwis ten jest bardzo popularny w krajach zachodnich, w Polsce mniej. Jest doskonałym narzędziem do wymiany informacji na bieżąco. Nie jest często używany przez bibliotekarzy polskich, natomiast wśród bibliotekarzy zachodnich jest bardzo popularny⁶.

GOOGLE+

Google+ to serwis społecznościowy, który powstał w 2011 roku. Pierwszym sloganem promującym projekt jest zdanie: „dzielenie się tak, jak w prawdziwym życiu. Przemysłane pod kątem Internetu”. Google+ łączy w sobie dostępne już usługi społecznościowe Google oraz udostępnia nowe funkcje, jak kręgi znajomych czy wideospotkania. Serwis ten zawiera kilka ciekawych narzędzi, których nie ma Facebook. Pierwsze to „Spotkania”, multiwideochat, umożliwiający wideorozmowę dla 10 osób. Gdy jeden z uczestników zaczyna mówić, obraz z jego kamery automatycznie pokazuje się pozostałym uczestnikom. Ponadto, każdy z uczestników może „puścić” pozostałym wybrane przez siebie nagrania wideo. Drugi to „Huddle”, multiczat tekstowy dla urządzeń mobilnych. Ma być takim

-dominika-paleczna-9657991 [18 czerwca 2015].

6 M. Kostecka: *Internet jako narzędzie rozwoju bibliotekarzy*. Tryb dostępu: http://poradnikbibliotekarza.pl/new/pliki/nowe_technologie_net.pdf [19 czerwca 2015].

„lepszym” SMS-em, umożliwiającym grupowe rozmowy (np. uzgodnienie terminu spotkania z grupą znajomych) i wyjątkowo proste ładowanie zdjęć z komórki⁷.

Google+ jest w Polsce jeszcze stosunkowo mało popularny, ale kilka bibliotek prowadzi na nim, w sposób bardzo udany, swoje profile. Poza tym, dzięki powszechności wykorzystania pod artykułami branżowymi w Internecie przycisków do udostępniania treści w wybranych mediach społecznościowych, możemy widzieć co polecają i udostępniają inne osoby ze środowiska bibliotecznego.

YouTube

YouTube umożliwia udostępnianie filmów, edytowanie ich, komentowanie, udostępnianie w innych mediach oraz ocenianie. Zawartość serwisu to materiały wideo (filmowe i telewizyjne), muzyczne wideoklipy, filmy amatorskie i wideoblogi. YouTube zaczyna też odgrywać rolę narzędzia edukacyjnego i jako takie bywa wykorzystywane przez osoby uczące się, nauczycieli, szkoły, uczelnie wyższe.

W YouTube można też znaleźć sporo materiałów z polskich bibliotek. Korzystają one z tego kanału głównie do promocji swojej placówki.

Analiza wybranych bibliotek akademickich

Biblioteki akademickie od kilku lat aktywnie podjęły idee budowania nowoczesnego modelu biblioteki w oparciu o social media. Autorzy artykułu podjęli próbę zbadania dziesięciu bibliotek akademickich pod kątem wykorzystania opisanych wyżej serwisów społecznościowych. Analizie poddane zostały biblioteki wybranych uczelni akademickich (tabela 1.).

7 M. Janas: *Google plus dostępny bez zaproszeń. Na razie dla wybranych*. Tryb dostępu: <http://sprawnymarketing.pl/google-plus-zaproszenia-niepotrzebne/> [19 czerwca 2015].

Tabela 1. Wykorzystanie mediów społecznościowych przez wybrane biblioteki

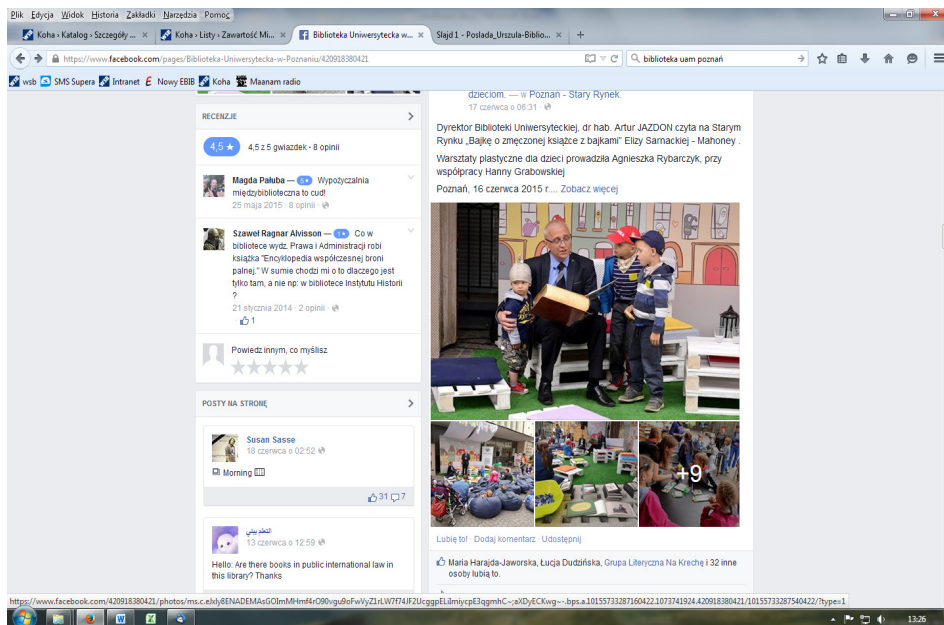
Biblioteka	Facebook	Twitter	YouTube	Google+
Biblioteka Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu	✓		✓	
Biblioteka Uniwersytetu Warszawskiego	✓			
Biblioteka Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach	✓	✓		
Biblioteka Uniwersytetu Łódzkiego	✓		✓	
Biblioteka Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie	✓			
Biblioteki Dolnośląskiej Szkoły Wyższej we Wrocławiu	✓			
Biblioteka Wyższej Szkoły Prawa i Administracji w Rzeszowie	✓			
Biblioteka Krakowskiej Akademii im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego	✓	✓		✓
Biblioteka Uczelni Łazarskiego w Warszawie	✓			
Biblioteka Wyższej Szkoły Biznesu w Dąbrowie Górniczej	✓			

Źródło: opracowanie własne.

Porównanie stron internetowych wyraźnie wskazuje, że Facebook występuje we wszystkich analizowanych bibliotekach. Twitter jest drugim pod względem popularności portalem społecznościowym, występuje w 4 bibliotekach. Kanał YouTube jako nowe narzędzie ma zastosowane jedynie w dwóch bibliotekach, a Google+ zaledwie w jednej bibliotece.

Biblioteki akademickie zaadaptowały **Facebook** do komunikacji, zwłaszcza z młodą studencką publicznością. Informacje tam zamieszczane mają proste treści i głównie nastawione są na przekazywanie najbardziej aktualnych wiadomości. Na facebookach bibliotecznych pojawiają się także informacje o spotkaniach autorskich, wystawach i innych imprezach kulturalnych organizowanych przez biblioteki.

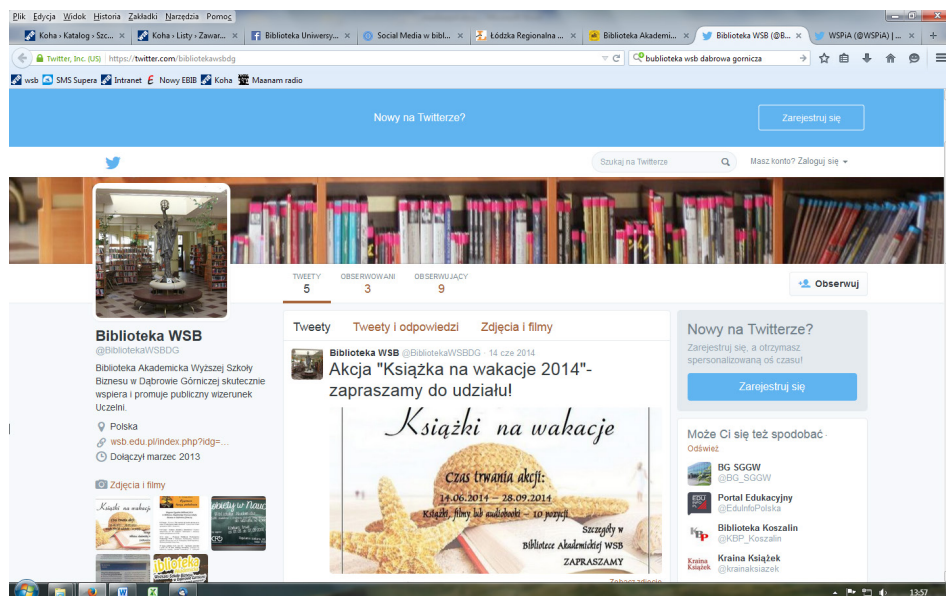
Rysunek 1. Facebook Biblioteki UAM w Poznaniu



Źródło: <https://pl-pl.facebook.com/pages/Biblioteka-Uniwersytecka-w-Poznaniu/420918380421>.

Działanie **Twittera** opiera się na wysyłaniu i odczytywaniu tzw. tweetów, czyli krótkich wiadomości tekstowych, wyświetlanych na profilu użytkownika i udostępnianych jego obserwatorom. Ponieważ wiadomość ograniczona jest limitem znaków, biblioteki zwykle zachęcają do zapoznania się z pewnymi informacjami, podając link i odsyłając do strony, na której są one zawarte. Dzięki temu Twitter jest świetnym narzędziem przekazywania informacji pilnych. Informacje te dotyczą głównie zmian godzin otwarcia bibliotek, konkursów, akcji i wydarzeń w bibliotekach. Są one podobne do tych umieszczanych na Facebooku, tylko krótsze.

Rysunek 2. Twitter Biblioteki Wyższej Szkoły Biznesu w Dąbrowie Górniczej

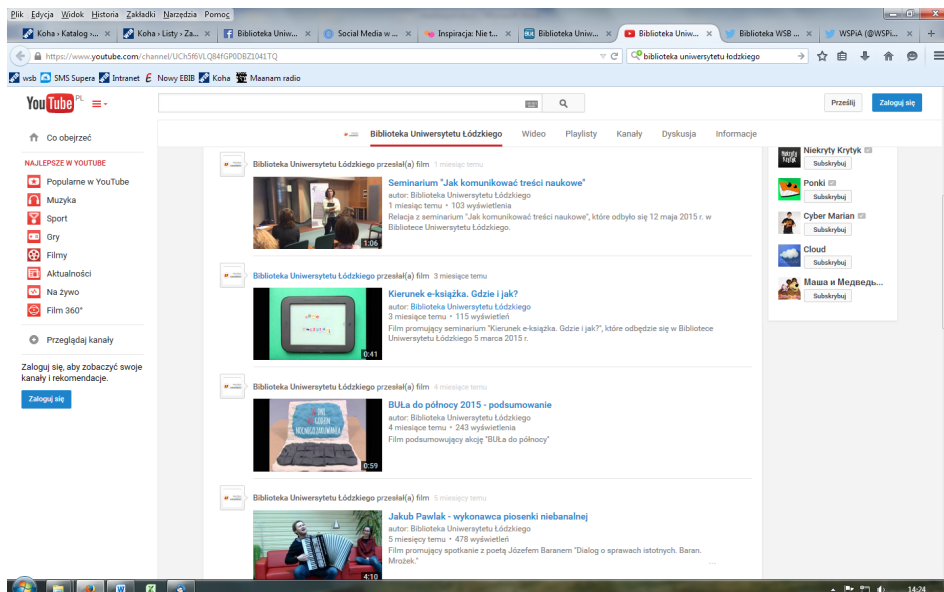


Źródło: <https://twitter.com/bibliotekawsbdg>.

YouTube jest kanałem, który doskonale sprawdza się w promocji konkretnych bibliotek. Filmy na tym kanale promują wydarzenia związane z bibliotekami i czytelnictwem oraz odbywające się na terenie bibliotek. Zwłaszcza po ogólnopolskim „Tygodniu bibliotek” pojawiają się filmy z akcji organizowanych przez biblioteki w tym czasie, np. z „Odzajdowego bibliotekarza”. Ciekawym pomysłem jest szkolenie biblioteczne w formie filmu na YouTube. Biblioteki akademickie często wykorzystują ten kanał do udostępniania wystąpień konferencyjnych oraz instrukcji korzystania z katalogu i baz danych.

Dobrym przykładem zastosowania kanału YouTube jest Biblioteka Uniwersytetu Łódzkiego.

Rysunek 3. Kanał YouTube Biblioteki Uniwersytetu Łódzkiego



Źródło: <https://www.youtube.com/channel/UCh5f6VLQ84fGP0DBZ1041TQ>.

Biblioteka Uniwersytetu Łódzkiego pod względem zastosowania mediów społecznościowych należy do najlepszych w Polsce. Wykorzystuje także Instagram, na którym umieszcza zdjęcia, nie tylko związane z działalnością Biblioteki, ale również są tam zdjęcia artystyczne/kolaże pracowników Biblioteki.

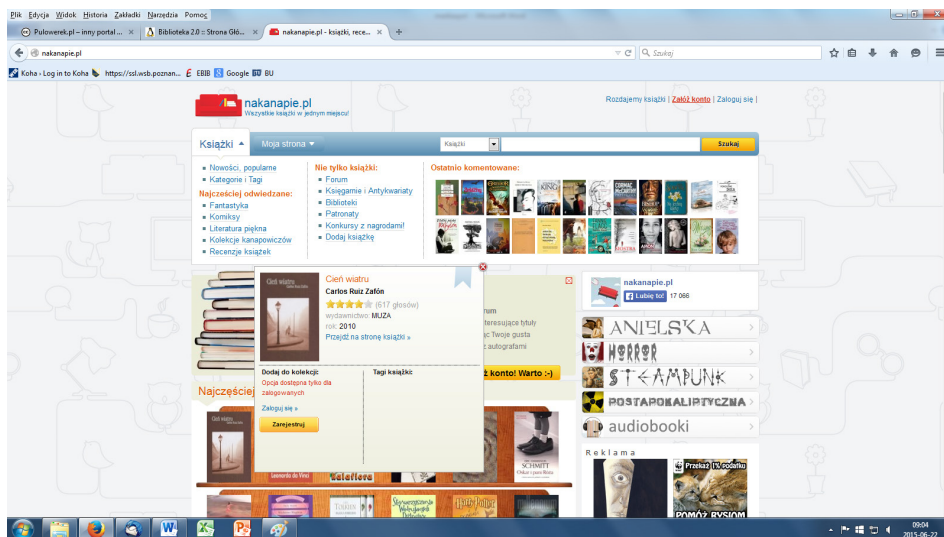
Portale biblioteczne

Dzięki różnym narzędziom komunikacyjnym i informacyjnym codzienna praca bibliotekarzy może być łatwiejsza i bardziej efektywna, a potrzeby osób odwiedzających bibliotekę lepiej zaspokojone. Warto więc przytoczyć przykłady portali bibliotecznych, miejsc w internecie, gdzie bibliotekarze, specjaliści informacji i wszystkie osoby zainteresowane tematyką bibliotek, mogą znaleźć ciekawe i użyteczne informacje:

Nakanapie.pl - jedna z największych w Polsce społeczności miłośników książek, skupiona wokół aktywności związanych z ich czytaniem oraz recenzowaniem. Wykorzystując potencjał swoich użytkowników, serwis wkracza w erę tzw. „social shopping”, który polega na tym, że decyzja o zakupie książki jest podejmowana na podstawie opinii społeczności internetowej. W serwisie tym internauci mogą wymieniać się informacja-

mi na temat tego, co warto czytać, jaka książka to pozycja obowiązkowa, a jaką można spokojnie pominąć. Do bazy serwisu dodanych jest już około 0,5 mln pozycji, co stanowi największą tego typu kolekcję w Polsce. Dzięki współpracy nakanapie.pl z księgarniami internetowymi oraz wydawcami, powstała potężna platforma social-shoppingowa⁸.

Rysunek 4. Strona portalu Nakanapie.pl



Źródło: <http://nakanapie.pl/>.

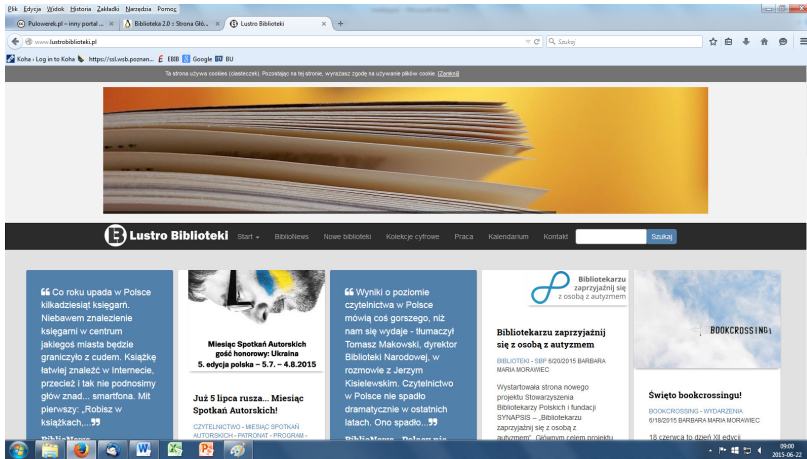
Lustro Biblioteki – serwis biblioteczny dla bibliotekarzy i miłośników książek. Serwis istnieje od kwietnia 2012 roku i w przeciągu niecałego roku zyskał poparcie wśród znanych osób ze środowiska bibliotekarskiego, znanych postaci, cenionych autorów książek i innych czytelników.

Z jego łam wynika, że biblioteki są otwarte dla wszystkich, a czytanie jest modne. Przedstawiane są treści naukowe oraz rozrywkowe i o charakterze informacyjnym. Lustro Biblioteki stanowi źródło rzetelnej informacji, wiedzy i porad dla bibliotekarzy. W jego treści zamieszczane są także wyselekcjonowane BiblioNews-y, czyli wiadomości związane z bibliotekami, czytelnictwem, nowymi technologiami i nie tylko. To także źródło inspiracji dla bibliotekarzy oraz platforma z interesującymi materiałami⁹.

8 P. Gazda: *Nakanapie.pl promuje mądre kupowanie książek*. Tryb dostępu: <http://webhosting.pl/Nakanapie.pl/promuje.madre.kupowanie.ksiazek> [22 czerwca 2015].

9 *Lustro biblioteki*. Tryb dostępu: <http://www.ceo.org.pl/pl/szkolazklasa2zero/news/lustro-biblioteki> [22 czerwca 2015].

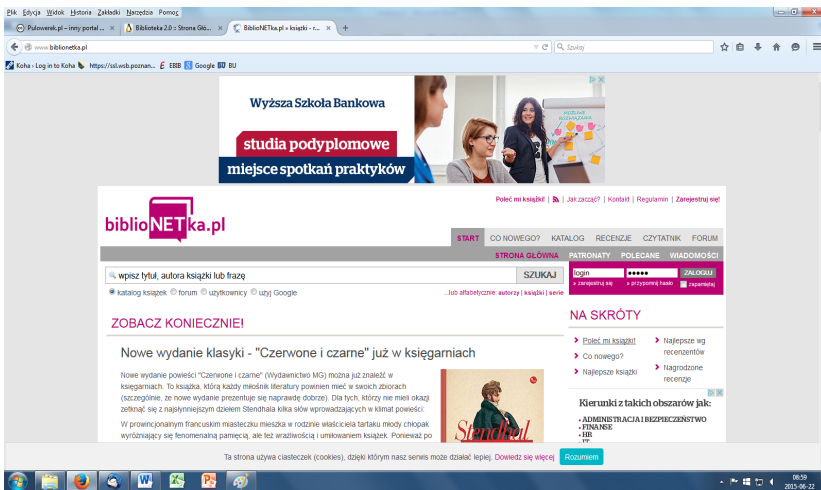
Rysunek 5. Strona portalu Lustr Biblioteki



Źródło: <http://www.lustrobiblioteki.pl/>.

BiblioNETka – polski serwis społecznościowy dla czytelników książek. Serwis zawiera katalog tytułów i katalog autorów. W katalogu znajduje się ponad 177 tysięcy książek, ponad 61 tysięcy autorów. BiblioNETka publikuje również nadsyłane przez użytkowników recenzje i opisy książek. Liczba zarejestrowanych użytkowników serwisu przekracza 100 tysięcy, a baza wystawionych przez nich ocen zawiera ponad 4,3 miliona głosów¹⁰.

Rysunek 6. Strona portalu BiblioNETki



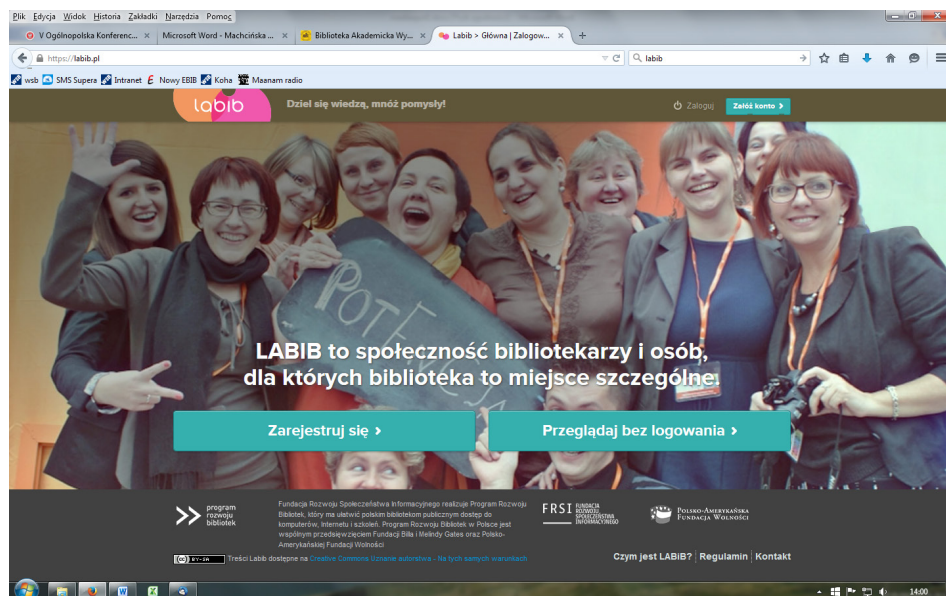
Źródło: <http://www.biblionetka.pl/>.

¹⁰ *Biblionetka*. Tryb dostępu: <https://pl.wikipedia.org/wiki/BiblioNETka> [22 czerwca 2015].

LABiB – portal społecznościowy stworzony z myślą o bibliotekarkach, bibliotekarzach i bibliofanach, którzy chcą dzielić się wiedzą, zbierać doświadczenia i pomnażać pomysły. To możliwość poznania nowych narzędzi i technologii oraz sprawdzonych metod pracy. To przestrzeń dla spotkań, poszukiwania rozwiązań i wspólnych eksperymentów.

LABiB tworzy sieć ludzi, dla których biblioteki są ważnym i aktywnym miejscem. Portal ten to program oparty na cyklicznych spotkaniach, warsztatach, konferencjach, wizytach studyjnych oraz konkursach grantowych¹¹.

Rysunek 7. Strona portalu LABiB



Źródło: <https://labib.pl/>.

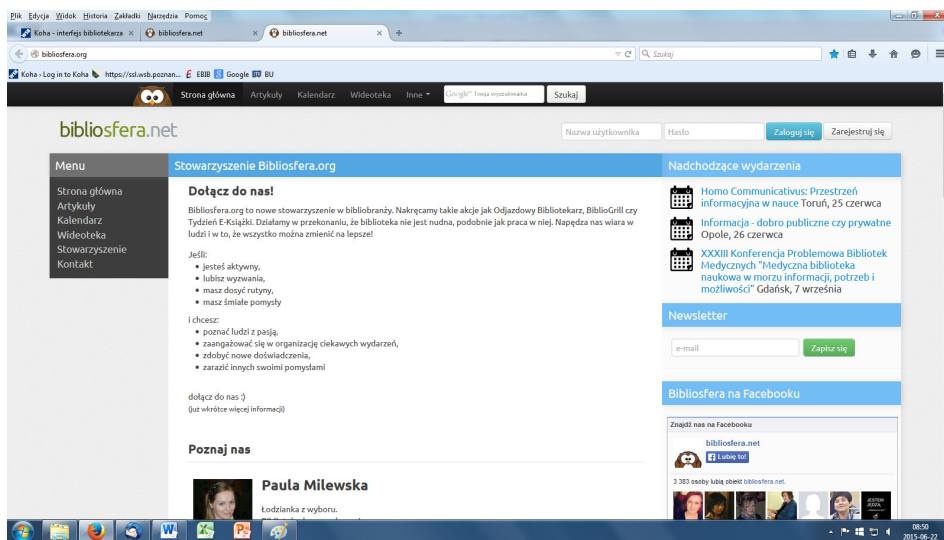
Bibliosfera – nowe stowarzyszenie w bibliobranży, organizuje takie akcje jak: „Odjazdowy Bibliotekarz”, „BiblioGrill” czy „Tydzień E-Książki”. Działa w przekonaniu, że biblioteka nie jest nudna, podobnie jak praca w niej¹². Na uwagę zasługuje dział *Wideoteka bibliotekarza* (2013), czyli internetowy kanał wideo. W Bibliosferze można znaleźć prezentacje i relacje

11 *LABiB. Wymieniaj doświadczenia. Pomnażaj pomysły!* Tryb dostępu: <https://www.biblioteki.org/pl/wiadomosci/czytaj/2049> [26 czerwca 2015].

12 *Stowarzyszenie Bibliosfera.org.* Tryb dostępu: <http://bibliosfera.org/> [22 czerwca 2015].

z konferencji, reklamy bibliotek, spoty kampanii społecznych porady oraz wywiady.

Rysunek 8. Strona portalu Bibliosfera



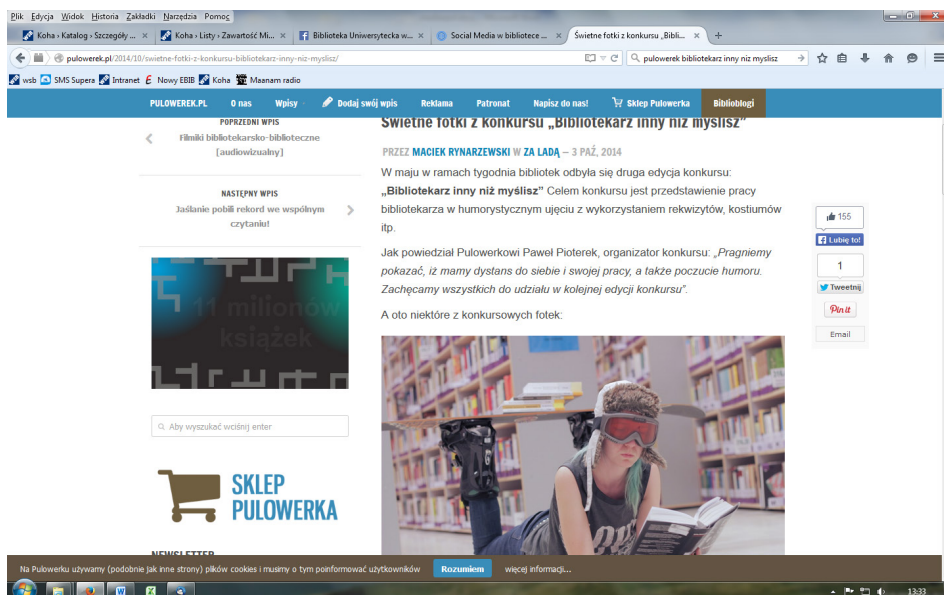
Źródło: <http://bibliosfera.net/>.

Pulowerek – portal adresowany do bibliotekarzy, studentów bibliotekoznawstwa i informacji naukowej, a także księgarzy oraz wszystkich pasjonatów tematyki okołobibliotecznej i książkowej, który istnieje od połowy 2009 roku.

Pod hasłem „inny portal dla bibliotekarzy” kryje się pomysł na publikowanie nie tylko najważniejszych nowości z branży, lecz również informacji ciekawych, zabawnych i często z dużą dozą dystansu do zawodu bibliotekarskiego¹³.

13 Pulowerek.pl-inny portal dla bibliotekarzy. Tryb dostępu: <http://creativecommons.pl/2011/04/pulowerek-pl-inny-portal-dla-bibliotekarzy/> [22 czerwca 2015].

Rysunek 9. Strona portalu Pulowerek



Źródło: <http://pulowerek.pl/>.

Portale biblioteczne są szansą na stworzenie platformy informacyjnej, na łamach której znajdują się informacje dotyczące bieżącej działalności bibliotek, jak i wydarzeń z ich przeszłości, promowanie ciekawych projektów powiązanych z książką, prasą, filmem, muzyką.

W portalach bibliotecznych można publikować różnego typu dokumenty, dzielić się nimi oraz nieco inaczej organizować informację. Są one również narzędziem pomagającym tworzyć społeczność biblioteczną, gdzie każdy aktywny uczestnik może przyczynić się do rozwoju tej społeczności.

Podsumowanie

Na koniec warto zadać pytanie: Czy media społecznościowe stanowią zagrożenie, czy szansę dla bibliotek? Odpowiedź jest jednoznaczna – media społecznościowe, o ile będą wykorzystywane w sposób przemyślany i ciągły, są bardzo ważnym narzędziem dla bibliotek. Wykorzystanie mediów społecznościowych w bibliotekach dopiero się rozwija i ulega ciągłym przemianom. Pojawiają się nowe serwisy i kanały, a coraz więcej bibliotek stosuje je w swojej pracy. Media społecznościowe wykorzystywane przez biblioteki są nowym sposobem zarządzania przez zastosowanie ich

w takich obszarach jak: marketing, obsługa klienta, komunikacja i budowanie wizerunku.

Do zalet płynących z istnienia bibliotek w mediach społecznościowych można zaliczyć przede wszystkim: szybką informację zwrotną od użytkowników, szeroki zasięg oddziaływania oraz łatwą dostępność dla wszystkich zainteresowanych. Media społecznościowe pozwalają na prezentację i propagowanie biblioteki, dystrybucję informacji o jej zasobach i usługach oraz nawiązanie kontaktów na wiele różnych sposobów (komunikatory, blogi, fora, portale) przy niewielkich kosztach. Biblioteki mogą także wykorzystać media w celach reklamowych poprzez różnego rodzaju ogłoszenia.

Największą zaletą mediów społecznościowych jest jednak nawiązanie więzi i relacji z użytkownikami biblioteki, a jak wiadomo biblioteki bez użytkowników nie istnieją. Pewnym sposobem, jak prawidłowo budować relacje, jest oferowanie czytelnikom atrakcyjnych treści w nowoczesnej formie. Widać to chociażby po encyklopediach. W ciągu dwóch dekad wśród młodych ludzi nastąpiło odejście od ciężkich tomów encyklopedii do tworzonej przez samych użytkowników Wikipedii w Internecie oraz działającego na bieżąco serwisu informacyjnego Aardvark.im, dzięki któremu, osoby poszukujące informacji mogą dowiedzieć się czegoś od ekspertów ze swoich sieci.

Media społecznościowe to już nie moda i nie należy się spodziewać zniknięcia tych narzędzi z rynku w najbliższym czasie. Trudno jednak przewidzieć co będzie za rok, czy pojawią się nowe serwisy, a stare znikną? Biblioteki muszą podążać za tymi zmianami bo inaczej przestaną być atrakcyjne dla swoich użytkowników, a bibliotekarze powinni wykorzystać swoją pozycję specjalistów informacji.

Bibliografia

1. Barefoot D., Szabo J.: *Znajomi na wagę złota*. Warszawa 2011.
2. *Bibliotekarstwo*. Red. A. Tokarska. Warszawa 2013.
3. Brzoskowski B.: *Uniwersytety na social media*. „Marketing w Praktyce” 2010, nr 3, s. 66-68.
4. Dejnaka A., Iwankiewicz-Rak B., Nogiec J., Spychała P.: *Marketing społeczny w organizacjach komercyjnych i non profit*. Poznań 2013.
5. *Dolnośląskie Centrum Informacji Naukowej i Ekonomicznej – biblioteka otwarta*. Red. B. Żmigrodzka. Wrocław 2011.
6. Evans L.: *Social Media Marketing*. Gliwice 2011.
7. Gmiterek G.: *Biblioteka 2.0*. Warszawa 2012.

8. Gmiterek G.: *Nowe technologie w bibliotekach*. „Poradnik Bibliotekarza” 2014, nr 12, s. 4-7.
9. Sadowski M.: *Rewolucja Social Media*. Gliwice 2013.
10. Shih C.: *Era Facebooka*. Gliwice 2012.
11. Szymańska I.: *Facebook jako źródło wiedzy bibliotekarza*. „Poradnik Bibliotekarza” 2014, nr 12, s. 12-13.
12. *Tradycja i nowoczesność w bibliotece naukowej XX wieku*. Red. A. Januszko-Szaniel. Kraków 2012.
13. Trzeciak D.: *Era social media*. „Marketing w Praktyce” 2009, nr 12, s. 70-71.

ŹRÓDŁA INTERNETOWE

1. *Biblionetka*. Tryb dostępu: <https://pl.wikipedia.org/wiki/BiblioNETka> [22 czerwca 2015].
2. Gazda P.: *Nakanapie.pl promuje mądre kupowanie książek*. Tryb dostępu: <http://webhosting.pl/Nakanapie.pl.promuje.madre.kupowanie.ksiazek> [22 czerwca 2015].
3. Janas M.: *Google plus dostępny bez zaproszeń. Na razie dla wybranych*. Tryb dostępu: <http://sprawnymarketing.pl/google-plus-zaproszenia-niepotrzebne/> [19 czerwca 2015].
4. Jaskowska B.: *Bądźmy tam gdzie oni! Elementy social media marketingu w bibliotece*. Tryb dostępu: https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/2518/Jaskowska_BADZMY_TAM_GDZIE_ONI.pdf?sequence=1 [18 czerwca 2015].
5. Kostecka M.: *Internet jako narzędzie rozwoju bibliotekarzy*. Tryb dostępu: http://poradnikbibliotekarza.pl/new/pliki/nowe_technologie_net.pdf [19 czerwca 2015].
6. Lityński K. D. Paleczna: *Strona biblioteki na facebooku – z czym to się je?* Tryb dostępu: <http://www.slideshare.net/FMB6/strona-biblioteki-na-facebooku-z-czym-to-si-je-krzysztof-lityski-dominika-paleczna-9657991> [18 czerwca 2015].
7. LABIB. *Wymieniaj doświadczenia. Pomnażaj pomysły!* Tryb dostępu: <https://www.biblioteki.org/pl/wiadomosci/czytaj/2049> [26 czerwca 2015].
8. *Lustro biblioteki*. Tryb dostępu: <http://www.ceo.org.pl/pl/szkolazklasa2zero/news/lustro-biblioteki> [22 czerwca 2015].
9. Machcińska K.: *Media społecznościowe w bibliotece – rodzaje, funkcje, strategia działania*. Tryb dostępu: http://delibra.bg.polsl.pl/Content/15554/Machcinska_Katarzyna_tekst.pdf [18 czerwca 2015].
10. *Pulowerek.pl-inny portal dla bibliotekarzy*. Tryb dostępu: <http://creativecommons.pl/2011/04/pulowerek-pl-inny-portal-dla-bibliotekarzy/> [22 czerwca 2015].
11. *Stowarzyszenie Bibliosfera.org*. Tryb dostępu: <http://bibliosfera.org/> [22 czerwca 2015].
12. Trzeciak D.: *Czym są Social Media – Era Social Media*. Tryb dostępu: <http://interaktywnie.com/biznes/blog-ekspercki/social-media/czym-sa-social-media-era-social-media-7956> [17 czerwca 2015].