

Beata Antczak-Sabala

Stowarzyszenie EBIB

Wojewódzka Biblioteka Publiczna – Książnica Kopernikańska w Toruniu

Joanna Broniarczyk

Stowarzyszenie EBIB

Jeleniogórskie Centrum Informacji i Edukacji Regionalnej – Książnica Karkonoska w Jeleniej Górze

Obserwuj swoją Bibliotekę

Streszczenie: Biblioteki podążają wszędzie tam, gdzie są ich obecni, ale też potencjalni użytkownicy, dlatego wiele z nich zakłada profile na portalach społecznościowych. Należy do nich m.in. Instagram, fotograficzny serwis społecznościowy. Biblioteki mogą go wykorzystywać do promocji swojej działalności, szczególnie wśród młodych odbiorców.

Słowa kluczowe: gminne biblioteki publiczne, Instagram, komunikacja, marketing biblioteczny, promocja

Myślimy szybko, działamy dużo i żyjemy w coraz większym tempie, dlatego też korzystamy bardzo chętnie z wydajnej formy komunikacji w mediach społecznościowych, jaką są posty zamieszczane przez znajomych i nieznajomych. Nawijujemy wirtualne kontakty, choć pragniemy też poczucia realnej więzi. Zżyliśmy się z ekranami naszych smartfonów, a opuszki naszych palców coraz częściej przewijają niż przewracają strony...

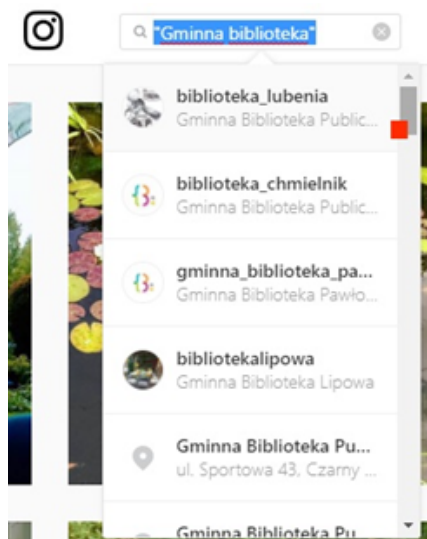
Bibliotekarze doskonale o tym wiedzą i podążają za potrzebami użytkowników, dostarczając aktualnych zdjęć opatrzonej świetnie skondensowanymi informacjami o działaniach swojej biblioteki na profilu na Instagramie. Jest to fotograficzny serwis społecznościowy hostingu zdjęć, połączony z aplikacją o tej samej nazwie, który umożliwia użytkownikom edycję zdjęć i filmów oraz udostępnianie ich w różnych serwisach społecznościowych¹.

Instagram należy do Facebooka, istnieje już sześć lat i nadal rozwija się dynamicznie. Większość jego użytkowników to ludzie młodzi w wieku 15–24 lat². Nieczęsto zdarza się, by któreś z mediów społecznościowych było tak długo popularne, tym bardziej warto, by biblioteki zainteresowały się tym serwisem. W roku 2015 próbowano wprowadzić opłaty za korzystanie z Instagramu, ale nie zostały one przyjęte dobrze przez społeczność serwisu i zostały wycofane. W kwietniu 2017 r. poinformowano, że liczba użytkowników przekroczyła 700 mln, z czego w Polsce ok. 2,5 mln³. A wśród nich wiele małych bibliotek – liderów zmian (obecnie ok. 50 profili).

¹Za: Instagram. W: *Wikipedia. Wolna encyklopedia* [online]. [Dostęp 7.10.2017]. Dostępny w: <https://pl.wikipedia.org/wiki/Instagram>.

² 2 mln polskich użytkowników Instagramu. Przeważają kobiety, młodzi i ludzie z miast. W: *Wirtualne Media* [online]. Wirtualnemedi.pl 2001–2017. [Dostęp 7.10.2017]. Dostępny w: <http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/2-mln-polskich-uzytkownikow-instagramu-przewazaja-kobiety-mlodzi-i-ludzie-z-miast>.

³ RYSUJĘ FEJSBUKI: Rysunkowy blog o social media [online]. [Dostęp 7.10.2017]. Dostępny w: <https://rysujefjsbuki.pl/rysunek/instagram-rosnie>.



Il. 1. Fragment listy wyników dla zapytania „gminna biblioteka”
Źródło: *Instagram* [online]. 2017. [Dostęp 7.10.2017]. Dostępny w: <https://www.instagram.com>.

Jedną z bibliotek wykorzystujących Instagram do promocji jest Gminna Biblioteka Publiczna w Chmielniku. Przedstawiona biblioteka (il. 2) posiada też stronę internetową (il. 3), ale jeśli ktoś chciałby sprawdzić szybko wydarzenia, chętniej skorzysta z Instagramu – strona WWW wymaga dłuższego skupienia uwagi. Na Instagramie szybki rzut oka pozwala np. stwierdzić, że była tu organizowana Noc Bibliotek – radosne dzieci w śpiworach w bibliotece – to jest to! Oczywiście powodzenie profilu zależy od kreatywności prowadzących go bibliotekarzy i doboru informacji pojawiających się w postach, jak też ich częstotliwości, jednak to, jak widać, nie przeraża bibliotekarzy.



Il. 2. Fragmenty profilu Gminnej Biblioteki Publicznej w Chmielniku i strony WWW (po prawej)
Źródło: *biblioteka_chmielnik*. W: *Instagram* [online]. 2017. [Dostęp 7.10.2017]. Dostępny w: https://www.instagram.com/biblioteka_chmielnik.



Il. 3. Fragment strony WWW Gminnej Biblioteki Publicznej w Chmielniku
Źródło: *Gminna Biblioteka Publiczna w Chmielniku* [online]. 2017. [Dostęp 7.10.2017]. Dostępny w:
<http://www.bibliotekachmielnik.pl>.

Instagram daje bibliotekom narzędzie do tworzenia atrakcyjnej formy reklamy swojej działalności. To świetne narzędzie do promocji nowości – warto np. cyklicznie zamieszczać inspirujące fotografie książek powiązanych tematycznie czy przeznaczonych dla określonego odbiorcy.

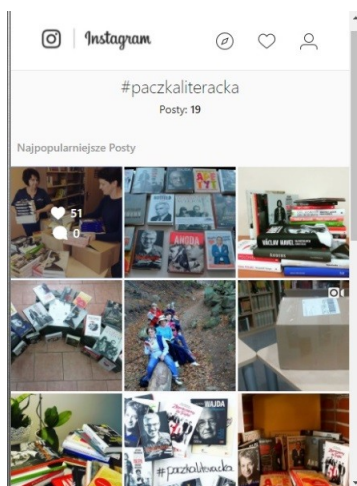


Il. 4. „Paczka Literacka” – zestaw 21 książek i 2 audiobooków już na Was czeka. Zapraszamy do lektury – post Gminnej Biblioteki Publicznej w Pawłowiczkach
Źródło: *gminna_biblioteka_pawlowiczki*. W: *Instagram* [online]. 2017. [Dostęp 7.10.2017]. Dostępny w:
https://www.instagram.com/gminna_biblioteka_pawlowiczki.

Na przykładzie posta widocznego na ilustracji 4 widać tylko część potencjału Instagramu dla marketingu bibliotecznego. Instagram umożliwia też zamieszczenie krótkiego opisu przy wykorzystaniu hashtagów⁴ – jednowyrazowych lub złożonych wyrażen (bez podziału spacjami) poprzedzonych znakiem # (hasztag). Hasztagami katalogujemy i opisujemy tre-

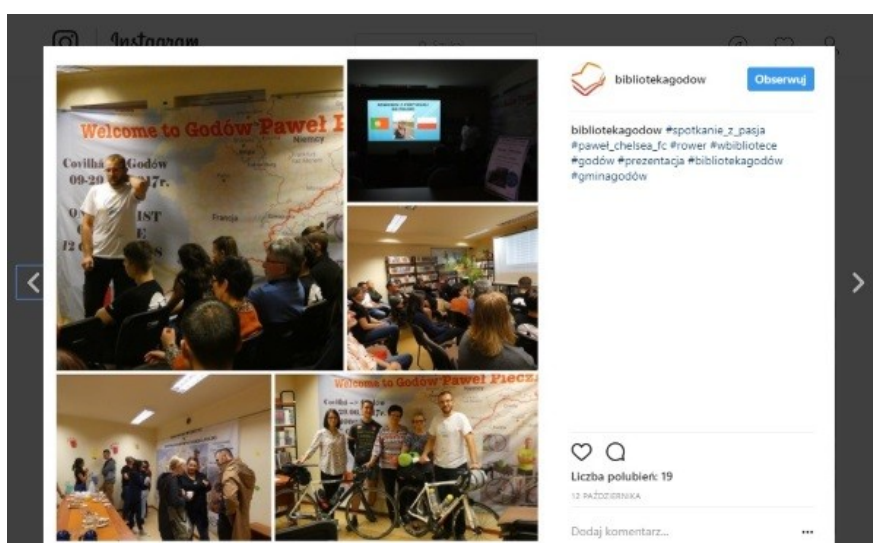
⁴ Hasztag. W: *Wikipedia. Wolna encyklopedia* [online]. [Dostęp 7.10.2017]. Dostępny w: <http://pl.wikipedia.org/wiki/Hasztag>.

ści wizualnych postów publikowanych w mediach społecznościowych. Ma je także Twitter, Facebook i Pinterest. Służą one do rzeczowego opisu publikowanych treści i obrazów, choć nie tylko – użytkownicy z upodobaniem tworzą zabawne, zaskakujące hasztagi. I ten typ hasztagów może stosować biblioteka.



Il. 5. Fragment wyszukiwania postów z hasztagiem #paczkaliteracka
Źródło: *Instagram* [online]. 2017. [Dostęp 7.10.2017]. Dostępny w:
<https://www.instagram.com/explore/tags/paczkaliteracka/>.

Inne narzędzie Instagramu – aplikacja do Collage – umożliwia tworzenie w prosty i efektowny sposób bardziej skondensowanych, wieloobrazowych postów. W ten sposób można zaprezentować jednocześnie ogólną informację i istotne szczegóły. Krótki rzut oka pozwala wyczytać niemal wszystko o organizowanej przez bibliotekę imprezie, np. Spotkanie w Godowie z człowiekiem z pasją, który przejechał rowerem trasę z Portugalii do Polski (il. 6).



Il. 6. Post z profilu Gminnej Biblioteki Publicznej w Godowie
Źródło: Bibliotekagodow. W: *Instagram* [online]. 2017. [Dostęp 7.10.2017]. Dostępny w: <https://www.instagram.com/p/BaKWjTXhwnx/?taken-by=bibliotekagodow>.

Na Instagramie, podobnie jak w innych mediach społecznościowych, mamy miejsce na interakcję. Użytkownicy mogą komentować posty i oznaczać je serduszkami. Profile bibliotek mogą oglądać też zupełnie niezwiązane z biblioteką osoby i je obserwować. Warto, by biblioteka była aktywna, obserwowała swoich użytkowników, komentowała posty, klikała „lubię to” pod ich zdjęciami. W ten sposób nawiązuje relacje z obecnymi użytkownikami, zaciekawia i przyciąga potencjalnych czytelników. Zaś obserwowanie profili innych bibliotek może przysporzyć nowych inspiracji i pomysłów.

Instagram to kolejne miejsce, w którym można zamieścić informacje o książkach, imprezach i o swojej instytucji, i zarówno bibliotekarze, jak i czytelnicy wykorzystują je intensywnie. To narzędzie dla bibliotekarzy, którzy w sposób twórczy widzą swoją pracę, własną bibliotekę, którzy lubią zabawę z fotografią, pasjonują się nowymi technologiami. Nie powinny przegapić Instagramu także biblioteki chcące swe usługi kierować do młodzieży – grupa ta korzysta z tego serwisu na co dzień, na swoich smartfonach czy tabletach. Tym, którzy chcieliby zacząć swoją przygodę z Instagramem, polecamy artykuły Jakuba Bieli pt. *Biblioteka na Instagramie*⁵ (il. 7) oraz Bożeny Jaskowskiej *Biblioteka w obrazkach, czyli jak efektywnie promować działalność biblioteczną na Instagramie*⁶.



Il. 7. Post z profilu Jakuba Bieli

Źródło: Kuba_biel. W: *Instagram* [online]. 2017. [Dostęp 7.10.2017]. Dostępny w: https://www.instagram.com/p/BSa4CQWgpR/?hl=pl&taken-by=kuba_biel.

Bibliografia:

1. 2 mln polskich użytkowników Instagramu. Przeważają kobiety, młodzi i ludzie z miast. W: *Wirtualne Media* [online]. Wirtualnemedi.pl 2001–2017. [Dostęp 7.10.2017]. Dostępny w: <http://www.wirtualnemedi.pl/artukul/2-mln-polskich-uzytownikow-instagramu-przewazaja-kobiety-mlodzi-i-ludzie-z-miast>.

⁵ BIELA, J. Biblioteka na Instagramie. *Biblioteka Publiczna* 2017, nr 1. ISSN 2353-8007.

⁶ JASKOWSKA, B. Biblioteka w obrazkach, czyli jak efektywnie promować działalność biblioteczną na Instagramie. *Warsztaty Bibliotekarskie* [online]. 2015, nr 1 (45). [Dostęp 7.10.2017]. Dostępny w: <http://warsztaty-bibliotekarskie.pedagogiczna.edu.pl/nr-12015-45/biblioteka-w-obrazkach-czyli-jak-efektywnie-promowac-dzialalnosc-biblioteczna-na-instagramie/>.

2. BIELA, J. Biblioteka na Instagramie. *Biblioteka Publiczna* 2017, nr 1. ISSN 2353-8007.
3. Hashtag. W: *Wikipedia. Wolna encyklopedia* [online]. [Dostęp 7.10.2017]. Dostępny w: <http://pl.wikipedia.org/wiki/Hashtag>.
4. *Instagram* [online]. 2017. [Dostęp 7.10.2017]. Dostępny w: Instagram. W: *Wikipedia. Wolna encyklopedia* [online]. [Dostęp 7.10.2017]. Dostępny w: <https://pl.wikipedia.org/wiki/Instagram>.
5. JASKOWSKA, B. Biblioteka w obrazkach, czyli jak efektywnie promować działalność biblioteczną na Instagramie. *Warsztaty Bibliotekarskie* [online]. 2015, nr 1 (45). [Dostęp 7.10.2017]. Dostępny w: <http://warsztatybibliotekarskie.pedagogiczna.edu.pl/nr-12015-45/biblioteka-w-obrazkach-czyli-jak-efektywnie-promowac-dzialalnosc-biblioteczna-na-instagramie/>.
6. *RYSUJĘ FEJSBUKI: Rysunkowy blog o social media* [online]. [Dostęp 7.10.2017]. Dostępny w: <https://rysujefejsbuki.pl/rysunek/instagram-rosnie>.