

Piotr Milc

Biblioteka Główna Uniwersytetu Pedagogicznego im. KEN w Krakowie

Znajdź nas na Facebooku... — portale społecznościowe nowym narzędziem komunikacji w bibliotekach na przykładzie Biblioteki Główniej UP w Krakowie

Według znanego powiedzenia, jeśli czegoś nie ma w Internecie to nie istnieje. Jest w tym pewnie trochę prawdy, bo przecież każdego dnia zaglądamy do sieci, szukając tam przeróżnych informacji, od prognozy pogody, wiadomości z kraju czy własnego osiedla zaczynając, a na zakupach wczasów na wakacje, nowej lodówki, czy nawet artykułów spożywczych z dostawą do domu skończywszy. Młodzi ludzie właśnie w sieci nawiązują coraz więcej kontaktów z rówieśnikami, tutaj zamieszczają swoje zdjęcia, wrażenia czy opinie, a nawet zaczynają czy kończą swoje „życiowe znajomości”. Żeby to wszystko było możliwe potrzebne są odpowiednie miejsca, gdzie możemy to zrobić.

Zapewne mało kto pamięta początki Internetu w Polsce. Pierwsze, nieporadne strony, z mało rozbudowaną szatą graficzną, statyczne. To era tak zwanego Web 1.0. Można ją scharakteryzować jedynym stwierdzeniem — kto ma serwer ten ma władzę. To właściciel serwera „posiadał” stronę internetową, mógł na niej zamieszczać informacje, a odbiorca mógł te informacje odczytywać. Obecnie żyjemy w erze Web 2.0. Teraz już nie tylko administrator strony może zamieszczać informacje i budować swoją stronę, ale także odbiorca staje się nadawcą. Informacja może zostać wytworzona, przekształcona, potwierdzona lub zdementowana praktycznie przez każdego użytkownika sieci. Na tej bazie stacje medialne tworzą tzw. dziennikarstwo obywatelskie, gdzie odbiorcy mediów mogą zarazem je współtworzyć. Ale najbardziej przydatne stało się to zjawisko w tzw. mediach społecznościowych.

Pod hasłem social media kryją się różnego rodzaju blogi, serwisy gier, światy społecznościowe (tzw. second life), społeczności kontentowe (np. You Tube),

czy wreszcie najbardziej rozpowszechnione portale społecznościowe. Wśród tych ostatnich w Polsce znane i popularne są NK.pl (dawniej: nasza-klasa.pl), a także Facebook. Charakterystyczne niebieskie logo z literką F podbija świat, aktualnie zarejestrowanych jest ponad miliard użytkowników. Nawet jeśli odejmiemy od tego pewną część kont fikcyjnych zakładanych dla swoich pupili domowych, ulubionych gwiazd telewizyjnych, postaci literackich itp., to możemy śmiało powiedzieć, że prawie 1/6 ludności świata już tam jest! Ten fakt dostrzegali nie tylko socjologowie, ale także marketingowcy. Prawie każda większa czy mniejsza firma ma już swoje konto na Facebooku. Miejsce dla siebie znalazły tam również instytucje non-profit, które tą drogą próbują dotrzeć do swoich odbiorców. Większość polskich uczelni wyższych ma swoje konta na tym portalu, a do najbardziej „lubianych” należą Uniwersytet Jagielloński (16 596 lubiących), Akademia Górniczo-Hutnicza (16 053 lubiących), Uniwersytet Marii Skłodowskiej Curie (12 746) i Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie (11 092)¹. Oczywiście swój fanpejdż ma tam też Uniwersytet Pedagogiczny (4 135 lubiących)². Można więc przyznać, że krakowscy studenci są nadzwyczaj aktywni w tej dziedzinie. Warto zauważyć, że sprawa nie zamyka się tylko do oficjalnych stron uczelni, ale swoje strony posiadają też instytuty i wydziały (np. Instytut Politologii UP, Instytut Filologii Polskiej UP, Wydział Sztuki UP), organizacje studenckie i koła naukowe (Koło Naukowe Politologów, czy Studenckie Koło Artystyczno — Naukowe Teatromanów). Nie mogło zabraknąć także różnych jednostek uczelnianych, w tym oczywiście bibliotek. Wśród krakowskich bibliotek szkół wyższych swój fanpejdż posiadają: Biblioteka Główna AGH, Biblioteka Jagiellońska, Biblioteka Politechniki Krakowskiej.

Od roku swoje miejsce w sieci posiada też Biblioteka Główna UP. Reaktywowany i rozbudowany serwis ruszył w grudniu 2011 roku. Na stronie znaleźć można odwzorowanie tego, jak żyje Biblioteka. Są więc zdjęcia z różnych wydarzeń, które miały tutaj miejsce (warsztatów, spotkań, seminariów, czy przede wszystkim Nocy w Bibliotece, której trzecia edycja odbyła się w maju 2012 roku). Oprócz tego na profilu publikowane są wszelkie oficjalne komunikaty związane z godzinami pracy biblioteki czy szkoleniami organizowanymi z przysposobienia bibliotecznego. Każdy, kto od tego właśnie miejsca rozpoczyna wizytę w bibliotece, na jej fanpejdżu znajdzie podstawowe informacje, takie jak: dokumenty wymagane do zapisu, limity wypożyczeń, podstawowe dane kontaktowe do oddziału udostępniania czy informacji naukowej. Istotne są tutaj również linki do katalogów elektronicznych, baz danych i Pedagogicznej Biblioteki Cyfrowej, czyli wszystkiego tego, co Biblioteka oferuje swoim użytkownikom jako podstawowy dostęp do wiedzy.

¹ Dane dotyczące ilości osób zebrane zostały 5 listopada 2012 r.

² Biblioteka Główna UP Kraków [online], 2012 [dostęp: 2012-11-07]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.facebook.com/bibliotekaUP>.



Fot. 1. Zrzut ekranu głównego profilu BG na Facebooku.

Oprócz części oficjalnej, równie ważna jest ta część mniej oficjalna, która jest charakterystyczna dla tego typu serwisów. Stąd też każda z informacji zamieszczanych na tablicy (bo tak nazywa się miejsce na stronie, gdzie publikowane są treści) może być komentowana. Odbiorcy dzielą się tutaj swoimi wrażeniami, uwagami. Czasem też podsyłają propozycje, które brane są pod uwagę przy organizacji pracy biblioteki. Od czasu do czasu wpisy ubarwiają różnego rodzaju obrazki, zabawne rysunki na temat czytelnictwa, książki, czy tego czym aktualnie „żyje” Internet. Swoją rolę w tym mają także odbiorcy, którzy mogą bądź to publikować tutaj własne treści, bądź udostępniać (czyli przekopiowywać) zawartości innych stron.

We wrześniu 2012 roku na fanpejdżu Biblioteki pojawiła się inicjatywa „poznajmy się”. Dzięki wykorzystaniu jednego z narzędzi, jakie oferuje serwis Facebook, tzw. osi czasu, w krótki przystępny sposób odkrywane są znane i mniej



Fot. 2. Fragment osi czasu - prezentacja wydarzeń z historii Biblioteki.

znane karty historii. Pojawiające się chronologicznie opisy, zilustrowane zdjęciami z kroniki biblioteki, przypominają, a może młodszym odbiorcom unaczyniają, jak kiedyś wyglądała praca w magazynie czy wypożyczalni. Ile było zbiorów, jak były one zorganizowane, jak wyglądały realizacje, czy wreszcie jak w progi uczelnianej biblioteki wkroczyła era komputeryzacji.

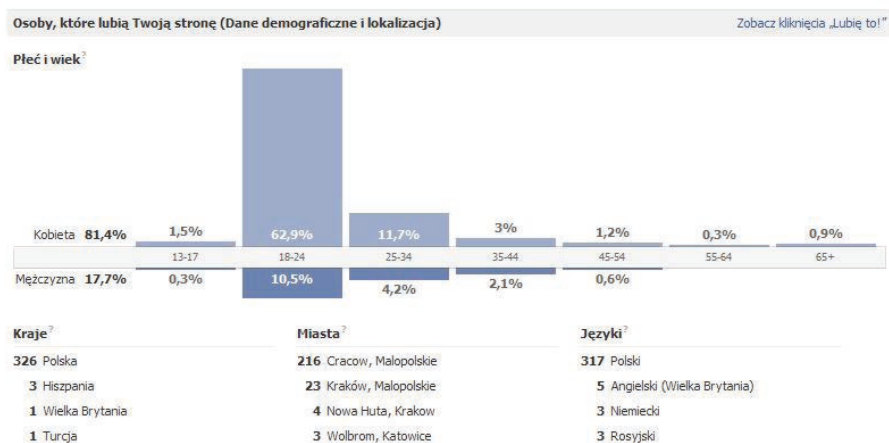
Przy tworzeniu swojej strony na portalu społecznościowym ważne jest znalezienie odpowiedniej grupy docelowej, do której chcemy adresować nasze treści. Pomagają w tym statystyki dostępne dla administratorów strony. Na przykładzie fanpejdża Biblioteki Głównej powiedzieć można, że odbiorcami są głównie osoby w wieku 18-24 lat (kobiety stanowią 62,9%, a mężczyźni 10,5% wszystkich odbiorców strony). Portal daje też możliwość sprawdzenia z jakich krajów logują się odbiorcy treści. Nie trudno zaobserwować, iż najwięcej jest tutaj wejść z Polski, ale zdarzają się także pojedyncze z Holandii, Brazylii, Tur-



Fot. 3. Statystyka dostępności informacji z profilu Biblioteki.

cji czy Irlandii. Związane jest to ze studencką wymianą Erasmus, na którą wyjeżdżają nasi studenci. Można także sprawdzić z jakich lokalizacji geograficznych na terenie kraju rejestrowali się użytkownicy. Tutaj znów odnajdujemy pełen wachlarz miejscowości, głównie z terenu Polski południowej. Portal pozwala także uzyskać informacje jaką drogą użytkownicy trafili na naszą stronę: zarówno ci, którzy trafili tu po raz pierwszy (klikając przy okazji „lubię to”), jak i ci, którzy są już naszymi zadeklarowanymi odbiorcami. Dowiedzieć się też możemy, który element strony najdłużej przyciągnął ich uwagę. Analizując dane za ostatni miesiąc widać, że najwięcej odbiorców trafiło do nas poprzez wyszukiwarkę Google, która zaprowadziła ich bezpośrednio do głównego elementu strony, czyli osi czasu.

Tworząc swojego fanpejdża pamiętać trzeba o dwóch podstawowych elementach. Pierwszy to, do kogo adresujemy swoją stronę. Intencją autora było dotrzeć do studentów — użytkowników Biblioteki. Drugą sprawą, może nawet jeszcze ważniejszą jest fakt, że nie każdy odbiorca treści na fanpejdżu musi być od razu czytelnikiem biblioteki. Nie są to grupy tożsame. Ważnym zjawiskiem, które pomaga zrozumieć jak rozsyłane są treści poprzez portal Facebook jest zjawisko tzw. „zasięgu wirusowego”. Treści, które publikujemy, są widoczne na „tablicy” naszych fanów (tych, którzy kliknęli „lubię to”), ale są one tam widoczne nie tylko dla nich samych, a także dla ich znajomych. W zależności więc od tego, jakie ustawienia prywatności mają zdefiniowane nasi podstawowi odbiorcy, ta grupa może być już całkiem pokaźną liczbą osób. Analizując dane z jednego tylko tygodnia (28 października — 4 listopada 2012) otrzymujemy następujące informacje: lubiących stronę było 338 osób, dodając do tego



Fot. 4. Charakterystyka demograficzna użytkowników profilu BG UP.

liczbę „znajomych znajomych” mamy łącznie 88 425 (czyli ilość osób, która potencjalnie miała szansę zobaczyć wpis na naszej stronie).

Przy tym aktywnie treść obejrzały 1 030 osoby (czyli po wyświetleniu się informacji w tablicy swojej lub swoich znajomych przeszło na stronę Biblioteki). Dane podobne do zaprezentowanych tutaj, są też dostępne dla konkretnych postów, które publikowane zostały na stronie.

Po tym wszystkim może pojawiać się zasadnicze pytanie — czy warto się w to bawić? Może dosłownie bawić, bo prowadzenie fanpejdza to po trochu praca, po trochu zabawa. Trzeba być na bieżąco z tym co się dzieje, reagować na wpisy i komentarze, które publikują użytkownicy. Nieunikniona jest także kwestia usuwania treści obraźliwych, bądź nie mających nic wspólnego z profilem biblioteki. Trzeba też patrzeć na wszystko z przymrużeniem oka. Internet, a serwisy społecznościowe w szczególności, nie lubią sztywnej, twardej, oficjalnej formy wypowiedzi. Nie można sobie też pozwolić na dłuższą przerwę w publikacji. Od czasu do czasu należy „wrzucać” posty, które nie dadzą zapomnieć o naszym istnieniu. Niewątpliwym plusem takiej działalności jest budowanie społeczności biblioteki. Studenci, czy użytkownicy w ogóle w pewien sposób identyfikują się z tym miejscem. Jest to pewna forma przybliżenia im pracy biblioteki, a także próba oswojenia kolejnego punktu wizyt studenckich na uczelni.

Informacja o autorze:

mgr Piotr Milc — pracownik Oddziału Udostępniania Biblioteki Głównej Uniwersytetu Pedagogicznego im. KEN w Krakowie, tel. 12 662 63 73, e-mail: piotr.milc@libpost.up.krakow.pl