

ANNA JAKUBIEC
MARZENA PAZDUR
 Biblioteka Politechniki Krakowskiej
 Kraków (Polska)

ROLA SIECI SPOŁECZNOŚCIOWYCH W DZIAŁALNOŚCI INFORMACYJNO-KOMUNIKACYJNEJ POLSKICH BIBLIOTEK UCZELNIANYCH

Od 6 do 9 godzin dziennie - tyle czasu spędza przeciętnie współczesny człowiek w przestrzeni wirtualnej. Przeglądanie stron internetowych oraz korzystanie z serwisów społecznościowych - to główne zajęcia użytkowników Internetu. Obserwowany od kilku lat nieustanny wzrost popularności oraz pojawianie się wciąż nowych portali społecznościowych na świecie i w Polsce, determinuje wszelakie organizacje do podejmowania inicjatyw określanych jako social media marketing. W ten trend wpisują się także biblioteki uczelni wyższych, czyniąc z serwisów internetowych ważne narzędzie komunikacyjne, umożliwiające nowy model przekazu, polegający na interakcji i możliwości dyskusji z nadawcą wiadomości. Druga ważna funkcja to funkcja marketingowa (PR-owa), wspomagająca budowanie wizerunku, pomagająca ocenić stopień zadowolenia z oferowanych usług, «reklamująca» działania podejmowane przez pracowników biblioteki, wydarzenia tam organizowane, itp.

Zróznicowany jest jednak nadal sposób w jaki biblioteki narzędzie to wykorzystują. Jedne jeszcze wciąż posługują się nim wyłącznie w sposób administracyjny, ograniczając swoją działalność do umieszczania wyłącznie podstawowych informacji (zmiany godzin otwarcia, informacja o szkoleniu, itp), nie rozumiejąc, że aby dotrzeć do odbiorców, muszą wykorzystywać te kanały informacji, z których oni na co dzień korzystają, w sposób bardziej nowoczesny, atrakcyjny, zmuszający do interakcji.

Artykuł podejmuje próbę analizy, porównania i oceny aktywności krajowych bibliotek państwowych uczelni wyższych w mediach społecznościowych. Wnioski oparto na badaniach ankietowych oraz na analizie stron bibliotecznych w wybranych portalach: Scharakteryzowane zostaną najczęściej wykorzystywane przez polskie biblioteki social media: Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, Pinterest oraz Google+.

Omówione zostaną wady i zalety serwisów internetowych oraz wyszczególnione błędy, jakich należy się wystrzegać prowadząc oficjalny profil instytucji, min. jakich rzeczy nie należy publikować, ogólne zasady internetowego savoir-vivre, itp.

Social media w bibliotekach zanalizowane zostaną zarówno pod względem ilościowym (liczba fanów, wyświetleń, reakcji, itp.), zaangażowania użytkowników oraz częstotliwości nadawania komunikatów.

Przybliżeni zostaną «producenci» informacji pojawiających się na profilach bibliotecznych, czyli jednostki odpowiedzialne za ich tworzenie, którzy podzielili się konkretnymi wiadomościami z autorkami artykułu w badaniu ankietowym.

АННА ЯКУБЦ
МАЖЕНА ПАЗДУР
 Бібліотека Краківського технічного університету
 м. Краків (Польща)

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПОЛЬСЬКИХ БІБЛІОТЕК ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

Від 6 до 8 годин щоденно – стільки часу в середньому проводить у віртуальному просторі сучасна людина. Перегляд сайтів і соціальних мереж – це головне заняття користувачів Інтернету. Впродовж останніх років у всьому світі спостерігається стрімкий розвиток нових порталів соціальних мереж, що

стимулює інституції організувати маркетингову діяльність, пов'язану з соціальними медіа. Ця тенденція спостерігається у середовищі бібліотек вищих навчальних закладів. Інтернет-сервіси стають важливим інструментом комунікації, який створює нову модель трансляції інформації, що полягає на можливості вести дискусії і спілкуватися в мережі.

Іншою маркетинговою функцією соціальних мереж, являються зв'язки з громадськістю (PR), які допомагають будувати імідж організації, оцінювати ступінь задоволення пропонованими послугами, пропагувати бібліотечну діяльність і різноманітні заходи.

Сьогодні соціальні комунікації використовуються працівниками бібліотек у різний спосіб. Часто на веб-сторінках соціальних мереж вміщують оголошення адміністрації про зміну графіку обслуговування чи проведення окремих заходів, при цьому не усвідомлюючи, що мусять використовувати усі можливі сучасні методи комунікації.

У доповіді пропонується аналіз, порівняльна характеристика і показники активності бібліотек державних ВНЗ у соціальних мережах. Висновки ґрунтуються на анкетуванні і проведеному аналізі сторінок бібліотек на вибраних порталах. Охарактеризовано найчастіше використовувані польськими бібліотеками соціальні медіа: Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, Pinterest oraz Google+.

У доповіді представлено вади і переваги і Інтернет-сервісів, виокремлено помилки, яких треба остерігатися, при підтримці офіційного профілю установи, наприклад, особливості при публікації окремих постів, загальні засади «хорошого тону» у мережі та ін.

Проаналізовано показники використання каналів соціальних мереж бібліотек (кількість фанів, входів, коментарів), зацікавленості користувачів і частоти надсилання повідомлень.

Представлено результати опитування представників творчих груп бібліотекарів, відповідальних за підтримку сторінок у соціальних мережах.

**ANNA JAKUBIEC
MARZENA PAZDUR**

Library of Krakow Technical University
Krakow (Poland)

THE ROLE OF SOCIAL NETWORKS IN INFORMATION-COMMUNICATION ACTIVITY OF POLISH ACADEMICAL LIBRARIES

From 6 to 9 hours a day – that's how much time an average contemporary man spends in a virtual space. Browsing internet websites and using social channels – this is the main activity of internet users. The growth of popularity observed for last few years and showing up of new social portals world-wide and Poland-wide, determines all kinds of organizations to undertake initiatives named social media marketing. Also academical libraries are fitting into this trend making internet services an important communication tool allowing new model of transmission, consisting of interaction and ability of discussion with the message sender. Second important function is marketing (PR): helping building image, helping assess level of satisfaction from offered services, «advertising» actions taken by employees of library, events organized etc.

The way how libraries use this tool is however differentiated. Some still use it only for administration purposes, limiting its usage to basic informations only (changes in opening hours, trainings announcements etc.), not understanding that to reach consumers, they have to use those information channels, that are used by target people in more modern, attractive, interaction-enforcing way.

This article will try to analyze, compare and assess the activity of polish state-owned academical libraries in social media. The conclusions are based on surveys and analysis of libraries' area in chosen portals. The social media, most commonly used by polish libraries will be characterized: Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, Pinetrest.

The flaws and advantages of internet portals will be discussed as well as the errors to avoid when running an official profile of institution like what not to publish or general rules of internet savoir-vivre.

Social media in libraries will be analyzed by quantity (number of fans, displays, reactions, etc), engagement of users and frequency of broadcasting.

The «producers» of information appearing on librarian profiles will be disclosed, the units responsible for creating that information, that shared specific messages with article authors during survey research.

RENATA CIESIELSKA-KRUCZEK
Biblioteka Instytutu Neofilologii
Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie

EWA PIOTROWSKA
Biblioteka Główna
Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie
Krakow (Polska)

KREOWANIE WIZERUNKU BIBLIOTEKI AKADEMICKIEJ. NAUKOWA I KULTURALNA DZIAŁALNOŚĆ BIBLIOTEKI UNIWERSYTETU PEDAGOGICZNEGO W KRAKOWIE

Działalność naukowa, edukacyjna, kulturalna czy artystyczna oraz funkcjonowanie w środowisku akademickim i lokalnym kształtują wizerunek i prestiż biblioteki. W artykule opisana zostanie aktywność Biblioteki Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie w zakresie upowszechniania efektów pracy naukowej oraz oferta edukacyjno-kulturalna. Formami propagowania działalności naukowej są organizowane regularnie w bibliotece konferencje, seminaria, warsztaty; wydawane monografie oraz czasopismo elektroniczne; z kolei przedsięwzięcia kulturalne realizowane są poprzez tematyczne cykle, wystawy, konkursy. Podejmowane inicjatywy skierowane są do różnych grup odbiorców: środowiska bibliotekarskiego, akademickiego, młodzieży i dzieci lub użytkowników z najbliższego otoczenia Uczelni.

Zgodnie z *Ustawą o bibliotekach* biblioteki szkół wyższych jako biblioteki naukowe mają za zadanie prowadzenie działalności naukowo-badawczej w zakresie bibliotekoznawstwa i dziedzin pokrewnych. Aktywność naukowa bibliotekarzy przejawia się m. in. przez publikację artykułów w czasopiśmie czy monografiach oraz czynny udział w licznych konferencjach bibliotekarskich. Znaczenie pracy naukowej zostało podkreślone poprzez powołanie w Bibliotece Uniwersytetu Pedagogicznego stanowiska sekretarza naukowego, który pełni funkcję redaktora elektronicznego czasopisma «Biblioteka i Edukacja» wydawanego przez bibliotekę oraz przewodniczy komitetowi organizacyjnemu konferencji naukowych, odbywających się w bibliotece co dwa lata pod hasłem «Biblioteka w przestrzeni edukacyjnej». W 2017 roku konferencja będzie nosić tytuł: «Książki w plikach - publikowanie, udostępnianie i użytkowanie». Biblioteka prowadzi również działalność wydawniczą – opublikowano monografię na temat historii i współczesnej działalności biblioteki oraz kilka tomów materiałów pokonferencyjnych.

Inicjatywy kulturalne Biblioteka Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie realizuje organizując wykłady, spotkania z autorami, twórcami nauki i sztuki, wystawy, konkursy. Od lat dużą popularnością cieszą się tematyczne «Tygodnie Bibliotek», cykle «Noce w bibliotece», których programy oferują uczestnikom prelekcje, spotkania poetyckie, przedstawienia teatralne, koncerty, prezentacje filmowe. Działania te wpisują się w wypełnianie misji, jaką jest otwartość na oczekiwania środowiska akademickiego, kreowanie i promowanie pozytywnego wizerunku biblioteki i uczelni. Aktywność biblioteki przyczynia się do zwiększenia jej znaczenia jako miejsca atrakcyjnego dla środowiska akademickiego i lokalnego.